

Júlia Pedrollo Albertoni

“É só uma questão de gosto”:  
Seleções do Reader’s Digest e suas propostas para alimentação (1950)

Dissertação submetido(a) ao Programa de  
História Cultural pela Universidade  
Federal de Santa Catarina.

Orientador: Prof. Dr. Márcio Roberto  
Voigt

Florianópolis  
2018

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Albertoni, Julia Pedrollo

É só uma questão de gosto: : Seleções do Reader's  
Digest e suas propostas para alimentação (1950) /  
Julia Pedrollo Albertoni ; orientador, Márcio  
Roberto Voigt, 2018.

158 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de  
Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências  
Humanas, Programa de Pós-Graduação em História,  
Florianópolis, 2018.

Inclui referências.

1. História. 2. história da alimentação; relações  
culturais internacionais; cultura de massas;  
industrialização da alimentação. I. Roberto Voigt,  
Márcio . II. Universidade Federal de Santa  
Catarina. Programa de Pós-Graduação em História. III.  
Título.

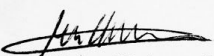
**“É só uma questão de gosto”: Seleções do Reader’s Digest e suas propostas para alimentação. (1950).**

## **Júlia Pedrollo Albertoni**

Esta Dissertação foi julgada e aprovada em sua forma final para obtenção do título de

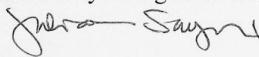
**MESTRE EM HISTÓRIA CULTURAL**

**Banca Examinadora**

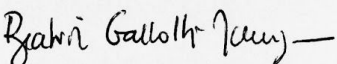
  
Prof. Dr. Márcio Roberto Voigt (Orientador e Presidente) - PPGH/UFSC

  
Profa. Dra. Carmen Silva de Moraes Rial - PPGA/UFSC

Profá. Dra. Juliana Sayuri Ogassawara – PPGH/UFSC

  
Profá. Dra. Renata Palandri Sigolo - PPGH/UFSC

Prof. Dr. Alexandre Busko Valim (Suplente interno) - PPGH/UFSC

  
Profá. Dra. Beatriz Gallotti Mamigonian  
Coordenadora do PPGH/CFH/UFSC  
Florianópolis, 15 de junho de 2018.

Dedico este trabalho à  
curiosidade que também  
alimenta o mundo.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço aos professores que contribuíram neste caminho investigativo, especialmente à Renata Palandri Sigolo Sell e ao Márcio Roberto Voigt. Agradeço à Capes pelo fomento que possibilitou esta pesquisa. Agradeço à todos os autores que compartilharam seus conhecimentos comigo e que se tornaram companheiros de jornada e à universidade por ter sido sempre extremamente generosa. Agradeço aos meus pais, Diane e Paulo, por me deixarem livre para seguir minhas intuições criativas e ao Mateus pelas conversas infinitas.

*“A ideia de que o bem pode ser separado do mal, de que a vida pode ser libertada permanentemente da morte, constitui o pensamento básico das culturas históricas e progressivas. (...) Entretanto, não é tanto por a história ter sofrido um impulso repentino, mas por ter finalmente, com as culturas progressivas, adquirido existência. Os adeptos da cultura histórica parecem congratular-se por terem escapado de uma era cíclica e caído em outra linear, por terem saído de uma ordem mundial estática para outra dinâmica, deixando porém, de ver que nada é mais cíclico que um círculo vicioso. Um mundo onde se pode ir mais fácil e rapidamente a lugares cada vez menos dignos de serem visitados e onde se produz um volume sempre crescente de alimentos cada vez menos nutritivos é, para citar apenas um exemplo dos mais insignificantes, um círculo vicioso. A essência de um círculo vicioso reside no fato de se estar procurando atingir, ou dela fugir, uma extremidade que é inseparável daquela que lhe é oposta, e, enquanto tal coisa não é percebida, a busca ou fuga se torna mais e mais rápida”.*

(WATTS, Allan Watts, 1958)

## RESUMO

Esta pesquisa pretende descobrir as propostas para alimentação narradas pela revista *Seleções do Reader's Digest* durante os anos de 1950 no Brasil. Diante dos diversos questionamentos atuais sobre o sistema alimentar mundial e brasileiro, busca contribuir para o entendimento da história da alimentação brasileira contemporânea em suas relações internacionais. A revista, de matriz estadunidense, teve ampla circulação no país, difundindo a cultura do *american way of life* e do estilo de vida moderno. O objetivo, além de identificar as propostas para alimentação que esta revista narrou plasmada nesta cultura, é contextualizar as mesmas e investigar seus possíveis significados.

Palavras-chave: cultura alimentar; *american way of life*; Brasil; *Seleções do Reader's Digest*.

## ABSTRACT

This research aims to discover the proposals for the brazilian alimentation narrated by *Seleções do Reader's Digest* magazine during the 1950s. Understanding the current issues about the world food system, it also aims to contribute to the comprehension about the brazilian contemporary food history. *Seleções do Reader's Digest*, an american magazine, had a huge circulation in Brazil, spreading the *american way of life* culture and the modern lifestyle. The goal of this research, further the identification of the alimentation proposals that this magazine narrated shaped in that culture, is to contextualize them and investigate its possible meanings.

**Keywords:** food culture; *american way of life*; Brazil; *Seleções do Reader's Digest*.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Capa I Feira Internacional de São Paulo	23
Figura 2: Páginas do Artigo “A Primeira Revista Verdadeiramente Internacional”	33
Figura 3: Condensação Literária “A Dinastia Ford”	34
Figura 4: Artigo “História do Trigo”	41
Figura 5: Recortes Gráficos de Propaganda	42
Figura 6: Recortes Gráficos de Artigos	43
Figura 7: Meu Tipo Inesquecível	49
Figura 8: Anúncio Maizena e Anúncio Royal	56
Figura 9: Livreto “Nova seleção de Delícias Nestlé”	57
Figura 10: Anúncio General Electric “24 horas na vida de uma mulher”	62
Figura 11: Anúncio Caixas Registradoras para sistema de Auto-Serviço em Super Mercado	64
Figura 12: Falando de Compras com Nancy Sasser	67
Figura 13: Anúncio Wilson, Walita e Nestlé	69
Figura 14: Anúncio DuPont e Monsanto	77
Figura 15: Condensação “Colonos no Colorado”	86
Figura 16: Anúncios Jeep Willys	95
Figura 17: Anúncio Ford e Mercedes-Benz	97
Figura 18: Anúncio Medicamentos Squibb	110

Figura 19: Anúncio Refrigerante Coca-Cola e Leite Golden State	115
Figura 20: Anúncios Achocolatado Toddy	116
Figura 21: Anúncio Refrigerante Coca-Cola e Leite Ninho	118
Figura 22: Conselhos de Puericultura	122
Figura 23: Anúncio VitAvena e Milo	126
Figura 24: Anúncio Extrato de Tomate Peixe e Margarina Saúde	127

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: <i>Valores das edições de Seleções do Reader's Digest de 1951 a 1961</i>	28
Quadro 2: <i>Tiragem e Quantidade Páginas de Seleções do Reader's Digest de 1951 a 1961</i>	29
Quadro 3: <i>Investimento na publicidade brasileira por empresas no ano de 1953</i>	30
Quadro 4: <i>Investimento Direto Estrangeiro entre 1955 e 1963 pela Instrução 113 SUMOC</i>	82

## SUMÁRIO

Introdução	10
1 A Digestão do <i>Digest</i>	22
2 O Gosto dos Negócios	46
2.1 Em cena, o <i>business man</i>	46
2.2 No <i>background</i> , o agricultor	85
3 Entre os bastidores, o médico	108
Considerações Finais	139
Referências	146
Anexos	150

## INTRODUÇÃO

Esta investigação foi provocada por um contexto de debates intensos em relação à alimentação. Profissionais da área da saúde, jornalistas, *youtubers*, cozinheiros, ativistas e políticos, tem trazido para o debate público do país diversas opiniões e questões em relação aos paradigmas da nossa cultura alimentar moderna. Afinal, nas últimas décadas, os principais problemas de saúde pública no Brasil se tornaram os crônicos e não transmissíveis, muitos deles relacionados à obesidade e à dietas desequilibradas<sup>1</sup>. Muitas cidades brasileiras possuem zonas chamadas “desertos alimentares”, onde não há acesso a alimentos que contribuem para o bem estar e a saúde das pessoas<sup>2</sup>. De 2000 a 2012, houve um aumento de 288% no uso de agrotóxicos pela agricultura brasileira, sendo que 64% dos alimentos do país analisados neste período estavam contaminados por aditivos nocivos<sup>3</sup>.

Por outro lado, em 2014, o governo brasileiro lançou através do Ministério da Saúde um *Guia Alimentar para a População Brasileira* que se tornou referência internacional por difundir orientações que dialogam saúde, dieta e sustentabilidade. Além disso, muitos ativistas, entre eles gastrônomos e cozinheiros, passaram a afirmar que comida também é cultura e não só uma necessidade básica da população. As políticas públicas para a cultura no país buscaram incluir cada vez mais a cultura alimentar em seus princípios, como pode ser percebido no *Plano Nacional de Cultura* articulado pelo Ministério da Cultura a partir de 2003<sup>4</sup>. O mercado alimentar brasileiro também se

---

<sup>1</sup> MINISTÉRIO DA SAÚDE DO BRASIL. *Guia Alimentar para a População Brasileira*. Versão para consulta pública. Brasília: 2014, pp. 3.

<sup>2</sup> Desertos alimentares são lugares com difícil acesso a alimentos saudáveis, seja por motivos de renda, falta de informação ou distância dos locais que ofereçam alimentos minimamente processados. Para mais informações, ver o projeto Oásis: *Desertos Alimentares*. São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://www.desertosalimentares.com.br/>>. Acesso em 29 nov. 2017.

<sup>3</sup> CARNEIRO, Fernando Ferreira (Org). *Dossiê ABRASCO: um alerta sobre os impactos dos agrotóxicos na saúde*. Rio de Janeiro: EPSJV, 2015.

<sup>4</sup> Algumas metas do *Plano Nacional de Cultura* estão relacionadas com a cultura alimentar: “Fomentar a difusão nacional e internacional das variações regionais da culinária brasileira, valorizando o modo de fazer tradicional, os hábitos de alimentação saudável e a produção sustentável de alimentos. Promover as culinárias, as gastronomias, os utensílios, as cozinhas e as festas correspondentes como patrimônio brasileiro material e imaterial, bem como o registro, a preservação e a

deparou com a efervescência da chamada *gourmetização* de diversos pratos e sabores nos últimos anos, trazendo novos produtos e serviços para consumo.

A tensão que atravessou a maioria destes debates e acontecimentos é a superabundância de alimentos ultraprocessados nos ambientes urbanos e até mesmo rurais do país, ocasionando problemas crônicos de saúde e perda de diversidade alimentar, patrimônio comum da humanidade. Alguns intelectuais, como Claude-Fischler, acreditam que vivemos tempos de desordens alimentares profundas, ou, como brinca em um dos seus textos, experienciamos globalmente a “*mcdonaldização* dos costumes”<sup>5</sup>. Isso porque, no limite, a cultura dos Estados Unidos desde a Segunda Guerra Mundial se esparramou pelos territórios do mundo através das *Coca-Colas*, dos hambúrgueres e das batatas-fritas.

Meu olhar investigativo quis questionar como chegamos até aqui. O que aconteceu historicamente na cultura alimentar brasileira para que tenhamos problemas de obesidade e doenças crônicas coexistindo com quadros de subnutrição? O que aconteceu com nossa extraordinária diversidade cultural alimentar, legado da nossa mestiçagem? O que aconteceu com a diversidade das nossas espécies nativas e culturas de plantio? Onde estão nossas cozinhas seculares e nossos saberes ancestrais? Porque temos mais alimentos ultraprocessados disponíveis no mercado do que alimentos frescos, saudáveis e não-nocivos? Porque somos um dos maiores consumidores de agrotóxicos do mundo? De que forma se criaram os desertos alimentares urbanos ou rurais?

É claro que estas questões provocam inúmeros caminhos possíveis. Nesta pesquisa, eu busco imergir num tempo antes da massificação da *mcdonaldização* no país. Pretendo entender a relação estadunidense com nossa cultura, por perceber que estes fenômenos não se restringem ao nosso território e estão profundamente interconectados com a expansão da “cultura americana”. Por isso, meu objetivo é identificar e problematizar *as propostas para a alimentação brasileira* orientadas pela revista *Seleções do Reader’s Digest* nos anos de 1950.

---

difusão de suas práticas”. Ver: BRASIL. Lei nº 12.343, de 02 de dezembro de 2010. Institui o Plano Nacional de Cultura – PNC, cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais – SNIIC e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 02 dez. 2010.

<sup>5</sup> FISCHLER, Claude. A “McDonaldização” dos costumes. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da alimentação*. 6. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

Escolhi a revista *Seleções*<sup>6</sup> por ser uma revista estadunidense que produzia e reproduzia o *lifestyle* moderno. Este, desde o começo do século XX, chegava no Brasil através de diversos bens de consumo, das geladeiras às películas *hollywoodianas*. Além disso, a revista, extremamente popular no seu país de origem, chegou aqui em 1942 e conquistou o gosto dos brasileiros. Segundo dados levantados nos anos de 1950, era considerada “a mais útil e confiável do país”, mais que as próprias revistas brasileiras e tinha uma tiragem de aproximadamente 500 mil exemplares, como informam suas contracapas<sup>7</sup>.

As narrativas, comportamentos, bens de consumo e orientações que encontrei em suas páginas se associam ao *american way of life*, promovido pela administração pública dos Estados Unidos em meados do século XX quando a mesma não reconheceu uma cultura nacional de prestígio para exportar enquanto política externa, conforme faziam outros países com as belas artes<sup>8</sup>. Ao longo daquele século, os meios de comunicação de massa, como *Seleções*, mediarão o “estilo de vida americano”, que era, no entanto, auto representação de um país cuja diversidade cultural possivelmente o transbordava. Por se tratar de um estilo de vida, encontramos embutido nele costumes, práticas, produtos, condutas e hábitos alimentares que podem contar sobre as transformações do sistema alimentar no mundo contemporâneo.

Busquei nos anos de 1950 indícios da arquitetura de nossa cultura alimentar industrial por alguns motivos. Primeiro, pelos Estados Unidos terem finalmente ascendido como potência hegemônica<sup>9</sup> e logo seu estilo de vida se

---

<sup>6</sup> A pesquisa da historiadora Mary Anne Junqueira sobre o *Reader's Digest* (versão estadunidense) e *Seleções* (versão em português) foi minha principal referência para as informações sobre ambas revistas. Ver em: JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao Sul do Rio Grande. Imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira (1942-1970)*. Bragança Paulista: EDUSF, 2000.

<sup>7</sup> *Ibidem*, pp. 49.

<sup>8</sup> Especialmente os países europeus exportavam para outros países enquanto política pública cultural as belas artes, assim como a língua e estudos. Buscavam as criações mais representativas da “indústria cultural” de seus países, com condições de se tornar símbolos nacionais. Ver em: NIÑO, Antonio. *Uso y abuso de las relaciones culturales en la política internacional*. Ayer 75, Universidad Complutense de Madrid, 2009, pp. 37 - 39.

<sup>9</sup> A fim de compreender as relações internacionais compartilho do raciocínio de Ellen Wood. Para a autora, os Estados Unidos é, historicamente falando, o primeiro império essencialmente capitalista, afirmativo de uma economia global. O “Império

tornar referência internacional de modernidade. A conjuntura da Guerra Fria (1947-1991) estimulou que esse processo de hegemonia fosse ainda mais reforçado a fim de se opor aos projetos comunistas. Como a maioria dos países latino americanos, o Brasil esteve, no geral, receptivo à influência estadunidense, em seus caminhos de acesso à modernidade.

Houve, ao longo da década, variações na política externa do país em relação aos Estados Unidos. O governo de Getúlio Vargas (1951 a 1954) buscou cooperação com aquele país para industrialização do petróleo brasileiro, equilibrando as políticas estatais e demandas internacionais com aspiração autonomista. O suicídio do presidente em 1954, seguido pelos presidentes Café Filho (1954-1955), Carlos Luz (1955-1955) e Nereu Ramos (1955-1956), fez com que ascendesse ao poder pessoas que “integravam uma tendência mais simpática ao capital estrangeiro, tornando-se assim mais fácil o relacionamento com os Estados Unidos”<sup>10</sup>. Por fim, com Juscelino Kubitschek na presidência (1956-1961), as políticas se orientaram por um projeto desenvolvimentista com ampla colaboração do capital estrangeiro.

Assim, os anos 1950 ficaram conhecidos na história brasileira como “Anos Dourados”, especialmente por terem aprofundado a industrialização e urbanização do país através da expansão do parque industrial nacional, abertura de novas rodovias, ocupações de territórios do interior e aumento demográfico das cidades. Para termos uma ideia, em 1940, a população de São Paulo cresceu 26% e em 1950, 65%; a população de Porto Alegre em 1940 cresceu 54% e em 1950, 43%, da mesma forma que outras capitais e municípios brasileiros<sup>11</sup>. A busca pela modernização do país, exprimida pela

---

do Capital” necessitou e necessita do sistema de estados-nação e das forças extra-econômicas que neles existem (poder militar, judicial e político). É um imperialismo que tem como carro-chefe os imperativos econômicos mas que precisa das forças extra-econômicas. Dessa perspectiva, as relações internacionais do Brasil com os Estados Unidos se iluminam dentro de um processo de constituição de hegemonia capitalista. Os dispositivos culturais das políticas externas dos Estados Unidos também aí se inserem. Ver em: WOOD, Ellen Meiksins. *Empire of Capital*. Paperback Edition. NY/London: Verso, 2005.

<sup>10</sup> CERVO, Amado. CLODOALDO, Bueno. *Alinhamento e desenvolvimento associado (1946-1961)*. In: História da Política Exterior do Brasil. 3 ed. Brasília: UNB, 2010, pp. 284.

<sup>11</sup> O fenômeno de urbanização do país teve seu ponto de mudança entre os anos 1940 e 1950, expandindo-se até 1970, quando a população urbana já havia ultrapassado a população rural. Ver em: BRITO, Fausto. *O deslocamento da população brasileira*



palavra *desenvolvimentismo*, no entanto, era motivada desde meados da década de 1920 pelas elites políticas, econômicas e culturais cujo objetivo era “organizar uma nova nação”, especialmente através das políticas estatais<sup>12</sup>.

Nesse sentido, os esforços brasileiros para acessar a modernidade não eram novidade nos anos de 1950. O que esta década revela de diferente são algumas liberações ocasionadas pelos acontecimentos da Segunda Guerra Mundial à nível internacional que respingaram diretamente na cultura alimentar que preconizava a “*mcdonaldização* dos costumes”. Sendo assim, o *american way of life* como referência “definitiva” para a modernidade colaborou para que dois elementos emergissem com novas expressões nos anos de 1950: a crença na eficácia das tecnologias e as deformações no sentido do tempo da vida.

Desde a Segunda Guerra, a propaganda estadunidense, especialmente na revista *Seleções*, trazia para os nossos territórios a afirmação que os avanços tecnológicos proporcionados pela entrada dos Estados Unidos no conflito mundial poderiam um dia estar ao alcance de todos. As tecnologias eram associadas ao conforto, bem-estar e velocidade, plasmadas em produtos como geladeiras, alimentos enlatados, refrigerantes, sorvetes, armários, automóveis, cozinhas, televisões, máquinas de escrever, canetas, entre outros<sup>13</sup>. Ou seja, eram o alicerce da cultura de massas. Passada a guerra, o lar e a vida do futuro tanto prometidos, finalmente eram divulgados como uma possibilidade acessível no presente.

Além disso, as descobertas científicas em relação à teoria atômica abriram novos horizontes para o desenvolvimento tecnológico. Os otimistas do pós-guerra miravam a sociedade de consumo como a verdadeira revolução entre as classes, num positivismo que enfrentava o estilo de vida comunista e era amparado por teóricos como Daniel Bell, Edward Shills e David Riesman<sup>14</sup>. A crença nas tecnologias passou, portanto, a ser sustentada por um

---

para as metrópoles. Estudos avançados 20, nº 57, 2006, pp. 222. SINGER, Paul. *Desenvolvimento Econômico e Evolução Urbana*. São Paulo: Edusp, 1968.

<sup>12</sup> GOMES, Angela Castro (Org). *História do Brasil Nação*. Olhando para Dentro (1930-1964). Vol 4. Rio de Janeiro: Objetiva, 2015.

<sup>13</sup> Para entender mais sobre a história de *Seleções do Reader's Digest* e a propaganda de guerra durante o conflito mundial, ver: GLIK, Sol. *El hogar de la victoria: la promesa del american way of life para América Latina. Estados Unidos-Brasil-Argentina, 1940-1945*. Tese em História. Florianópolis: UFSC, 2015.

<sup>14</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. UFRJ: 2015, pp.66.

conhecimento científico considerado imbatível, incontestável e de dimensões gigantescas, como evidenciaram as experiências atômicas dos tempos de guerra.

Para o sistema alimentar, as tecnologias desenvolvidas pela ciência de guerra possibilitaram ainda mais. Muitas das grandes indústrias que fabricavam insumos para a estrutura da guerra aproveitaram suas produções não apenas para desenvolver as cozinhas do futuro, mas para “melhorar” os alimentos. Assim, como parte da política de adaptação do governo estadunidense da sua máquina de guerra para fins pacíficos, fertilizantes, pesticidas e gases foram reutilizados na produção alimentícia em escala global<sup>15</sup>.

Já o tempo se deformava com a aceleração que as próprias tecnologias possibilitavam. Mesmo que continuasse “biologicamente” o mesmo, os meios de comunicação de massa<sup>16</sup> divulgavam novas possibilidades de interação com a dimensão temporal. O telefone, o rádio, as revistas populares e a televisão, por exemplo, possibilitavam formas de comunicação e interação social que encurtavam o tempo de fala e de transmissão do saber. As cidades, que se inspiravam pelo modelo das grandes cidades norte-americanas, com rodovias, automóveis e aeroportos, proporcionavam o encurtamento da dimensão do tempo-espaço. As geladeiras, os supermercados, os alimentos enlatados e as tecnologias

---

<sup>15</sup> Empresas como a DuPont, Monsanto, Dow, que veremos inclusive em Seleções, produziam pesticidas para a agricultura e gases para o exército norte-americano. Michael Pollan, citando Vandana Shiva> “ainda estamos comendo as sobras da Segunda Guerra”. Ver em: POLLAN, Michael. O Dilema do Onívoro. Intrínseca: Rio de Janeiro, 2007, pp. 51.

<sup>16</sup> Como será discutido ao longo desta pesquisa, compartilho da compreensão de diversos teóricos, que, de diferentes perspectivas, perceberam a sociedade de massas com matrizes históricas populares, sendo que por volta de 1835 começou a ser gerada uma concepção do papel e do lugar das multidões na sociedade. É com o comunicólogo Jesús-Martín Barbero, que realizou sofisticada discussão com muitos destes pensadores, como Alexis de Tocqueville, Ortega y Gasset, Daniel Bell, Walter Benjamin, Adorno, Horkheimer, Raymond Williams, Carlo Ginzburg, Edward Palmer Thompson, entre outros, que penso cultura de massas afetando toda a trama social. Por esses olhares, o massivo se fez modo de existência a partir do consentimento ativo dos “de baixo” operado pelos “de cima”. Não se fez de “cima para baixo” e sim de “cima para dentro”, interiorizando-se nas práticas e culturas da sociedade, com ou sem conflitos. Ver em: MARTÍN-BARBERO, Jesús. Op. cit. pp. 52.

domésticas, possivelmente reforçavam outra relação temporal com a comida e com o ato de cozinhar.

Sendo assim, a crença nas tecnologias, amparada pelo conhecimento científico, e a aceleração do tempo, proporcionada pelas tecnologias, os meios de comunicação de massa e os modelos de centros urbanos, orientam o significado de modernidade e vida moderna desta pesquisa. Penso também que são o amálgama do “estilo de vida americano” nos anos de 1950, plasmado na cultura de massas projetada naquele contexto globalmente<sup>17</sup>.

O segundo motivo pelo qual busquei na década de 1950 indícios da arquitetura de nossa cultura alimentar industrial pode ser observado no relatório *Global Change and the Earth System* elaborado em 2014 pelo *International Geosphere-Biosphere Programme* (IGBP) que se encontra no Anexo III. Segundo este, as principais mudanças globais que afetaram o sistema biológico da terra aumentaram significativamente nos anos de 1950, “a segunda metade do século XX é única em toda a história da existência humana na terra”<sup>18</sup>. Para o relatório, a produção e distribuição dos alimentos é um dos principais fatores de desequilíbrio ambiental que vivemos atualmente, o que pode ser percebido simbolicamente no gráfico destinado aos “*McDonald’s Restaurants*”, que tiveram sua fundação em 1955.

Nesse sentido, compreendo os anos de 1950 como o contexto de ativação de mudanças planetárias que tem profunda conexão com o sistema alimentar. Seria ideal termos um estudo semelhante específico brasileiro, no entanto não vivemos isolados dos dinamismos culturais, políticos, ambientais ou econômicos do sistema mundo. Estamos profundamente relacionados.

Por isso, contemplo uma perspectiva relacional com o propósito de analisar os processos históricos<sup>19</sup>. Como estou abordando a história do Brasil,

---

<sup>17</sup> Compartilho das reflexões de Edgar Morin sobre cultura de massas: “ela é cosmopolita por vocação e planetária por extensão”. Assim, “é no amanhã da Segunda Guerra Mundial que a sociologia americana detecta, reconhece a Terceira Cultura e a domina: *mass-culture* (...) produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial; propagada pelas técnicas de difusão maciça; destinando-se a uma massa social, isto é, um aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além das estruturas internas da sociedade”. Ver em: MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX: espírito do tempo 1: neurose*. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011, pp. 04.

<sup>18</sup> STEFFEN (Org). *Global Change and the Earth System: A Planet Under Pressure*. New York: Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2014.

<sup>19</sup> A *história processo*, problematizada por Edward Palmer Thompson, tem regularidades e formas inteligíveis, mas não é programada por uma lógica

dos Estados Unidos, da alimentação e dos meios de comunicação, procuro na operação da escrita fazer um jogo de perspectivas relacionais entre a revista, o contexto brasileiro e o estadunidense, tendo as propostas para alimentação como rumo. Ao longo do texto, realizo diversas digressões temporais, que acredito serem importantes para compreender os anos 1950, já que considero a espessura dobrável e correlacional do tempo histórico<sup>20</sup>.

Outra questão relevante é que se as propostas para alimentação que investigaremos na revista *Seleções* possivelmente mediaram imperativos de hegemonia estadunidense<sup>21</sup>, não necessariamente derivavam das cozinhas regionais da textura cultural norte-americana. Aprender a comer sorvetes, *hot dogs*, *fast food* e ir à restaurantes étnicos, sugere o antropólogo Sidney Mintz, tem muito mais o efeito de aumentar um tipo de homogeneidade e provocar uma experiência que não é a mesma que aprender, ou criar, uma Cozinha<sup>22</sup>. Ao investigar as propostas para alimentação narradas em *Seleções* lidaremos com elementos culinários os quais, através do *american way*,

---

reducionista. É nesse sentido que utilizo o termo *outside meaning* do que estrutura, a fim de oxigenar uma visão possivelmente determinista da história. Ver em: THOMPSON, Edward. *A miséria da teoria ou um planetário de erros: uma crítica ao pensamento de Althusser*. (1978). Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981, pp. 102.

<sup>20</sup> Penso o tempo através de discussões sobre a construção desdobrada do tempo, pois há vários tempos passados que podem ser trazidos à tona já que o tempo não é unidimensional. Na operação da escrita, dobra-se e desdobra-se o tempo. Ver em: CERTEAU, Michel. Op. Cit,

<sup>21</sup> O conceito de hegemonia destravado por Antonio Gramsci, possibilita pensar que a hegemonia se faz e se desfaz, permanentemente, num processo vivido, “feito não só de força mas também de sentido, de apropriação do sentido pelo poder, de sedução e de cumplicidade”. Para tanto, dispositivos culturais como alimentação e imprensa, articulados nessa pesquisa, mergulham na espessura do cultural, permitindo entendermos um processo de dominação não impositivo, sem sujeitos e exteriorizado. Ver em: MARTÍN-BARBERO, Jesús. Op. Cit, pp. 112.

<sup>22</sup> Compartilho da percepção que os Estados Unidos não edificou uma Cozinha Nacional, como, por exemplo, fez a França. Na França, desde o século XVIII as cozinhas locais eram articuladas na formação de uma “grande cozinha” através de um modelo culinário onde a república perpetua seu papel centralizador do estar à mesa com objetivo de integrar a diversidade e a localidade. É o que talvez as políticas públicas brasileiras para a cultura vem pensando desde 2003. Ver em: CSERGO, Julia. *A emergência das cozinhas regionais*. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da alimentação*. 6. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. MINTZ, W. Sidney. *Tasting food, tasting freedom*. Excursions into eating, culture, and the past. Boston: Beacon Press, 1996, pp. 106-107.

movimentavam-se pelo território estadunidense, mas que não constituíam obrigatoriamente uma Cozinha.

O contexto do pós-guerra permitiu estes elementos ferverem com a expansão do consumo de massas à nível internacional e, conseqüentemente, transformarem a cadeia alimentar por dispositivos industriais. De certa maneira, é possível afirmar que, nessa conjuntura, o ato de cozinhar, feito de criação, aprendizado e sensibilidade, deslocava-se para dentro da indústria. Assim chegamos num entendimento principal que norteia esta pesquisa. Proponho que a indústria faz uma cultura e uma cozinha, mas de uma genealogia diferente que a cultura alimentar de uma comunidade de pessoas que comem, cozinham, compartilham opiniões e se engajam num diálogo envolvendo estas opiniões, como é o caso das cozinhas regionais. Investigo as propostas para alimentação narradas em *Seleções*, plasmadas no *american way*, formadoras de uma *cultura alimentar industrial*, que é essencialmente diferente das culturas alimentares seculares.

Acredito também que a palavra *mediação* é importante para entender a revista e as propostas para alimentação por ela orientadas. A revista medeia enquanto agente ativo da indústria de narrativas para as massas, incorporando leitores à cultura estadunidense que se forma e que se hegemoniza. A alimentação medeia enquanto agente comunicador entre as culturas, pois se presta a abrir os sistemas alimentares de todo tipo à invenções e misturas. O historiador Massimo Montanari explica que há códigos de comunicação na alimentação, “assim como a língua falada, o sistema alimentar contém e transporta a cultura de quem a pratica, é depositário das tradições e das identidades de um grupo”<sup>23</sup> e “constitui, portanto, extraordinário veículo de auto representação e de troca cultural: é instrumento de identidade, mas também o primeiro modo para entrar em contato com culturas diversas, uma vez que comer a comida de outros é mais fácil - pelo menos aparentemente - que decodificar sua língua”<sup>24</sup>.

A absorção de produtos, alimentos e técnicas *american way* pelos brasileiros pode ser chamada de *bricolage*, expressão usada pelo antropólogo Lévi-Strauss<sup>25</sup>. Mas reduzir uma mudança significativa apenas

---

<sup>23</sup> Os estudos de Massimo Montanari fermentam importantes balizas para a história da alimentação. Ver MONTANARI, Massimo. *Comida como Cultura*. 2ª ed. São Paulo: SENAC, 2008, pp. 183 - 184.

<sup>24</sup> Idem.

<sup>25</sup> Esse alerta é proposto por Sidney Mintz ao estudar as origens das comidas caribenhas, através das embarcações de escravos que trouxeram das suas terras

à um “*blending* das culturas” arrisca deixarmos escapar tramas importantes sobre a transformação do nosso sistema alimentar. Investigar os processos históricos da cultura alimentar industrial pode colaborar para os debates atuais em relação às consequências de passarmos de uma “alimentação artesanal” para uma “industrial”. Assim como pode contribuir para as recentes políticas públicas para a cultura do país que buscam integrar a diversidade cultural do território brasileiro através de saberes e fazeres como a alimentação.

No entanto, existem muitas lacunas na historiografia sobre alimentação brasileira contemporânea<sup>26</sup>. A *Reader's Digest*, por exemplo, já foi problematizada em outras pesquisas históricas, mas nenhuma delas, até quando escrevo estes textos, investigaram sobre suas propostas para alimentação. Sidney Mintz esclarece que as pessoas são mais propensas a adicionar uma comida nova aos seus hábitos do que esquecer uma antiga receita de família, “isso quer dizer que, mesmo sendo difícil mudar os hábitos alimentares - pedir para um chinês deixar de comer arroz - é muito comum a adição de novos alimentos nas dietas - como é o caso do sushi no Ocidente”.<sup>27</sup>

A questão é que alguns hábitos mudam rapidamente, enquanto outros não. Será que as propostas para alimentação em *Seleções* podem revelar sobre a transformação de hábitos? Que propostas para alimentação eram orientadas pela revista? Quais os significados de suas orientações? E quais os significados que assumiram, a revista e as propostas, no contexto brasileiro dos anos 1950? Eram propostas da cultura alimentar industrial? Que indícios na revista podem nos revelar isso? Quais as consequências destas propostas para a cultura alimentar brasileira? Que pistas além da revista podem apontar sobre o curso de tais propostas no Brasil?

---

espécies e sabores próprios. Brinca o autor: “alguém pode reduzir o desenvolvimento afro-americano do *jazz* como uma mistura de sons tradicionais emprestados, mas essas criatividades sempre envolvem mudanças”. Ver em: MINTZ, W. Sidney. Op. Cit. pp. 38.

<sup>26</sup> Diria Michel de Certeau: “um vazio do meio”. Outras áreas do conhecimento estão investigando sobre comida e os hábitos alimentares do mundo moderno, como o jornalismo, nutrição, antropologia e sociologia, o que aponta a necessidade de contribuição da história para o debate. Ver em: CERTEAU, Michel. “A operação historiográfica”. In: CERTEAU, Michel. *A escrita da história*. Tradução Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982, pp. 56-109.

<sup>27</sup> MINTZ, W. Sidney. Op. Cit. pp. 24.

Aliás, vale destacar que ao investigar *propostas para alimentação* não falamos apenas sobre alimentos, no sentido literal. Para nós humanos, o alimento nunca é simplesmente o alimento, como acabamos de ver, pode ser também uma linguagem (possui um léxico, os produtos, e uma sintaxe, a refeição, constituindo uma gramática). Assim, seu consumo é condicionado por significados simbólicos, comunicados simbolicamente e que possuem história<sup>28</sup>, mesmo que além desse rico universo simbólico que a comida e comer representam exista uma realidade animal da nossa existência.

Por isso, nessa investigação, não busco limitar as análises apenas às narrativas de *Seleções* que se remetiam diretamente ao alimento, como é o caso das propagandas dos produtos alimentícios. Exploro narrativas cujos conteúdos eram macerados na indústria, nas cidades, no campo, na agricultura, na medicina, na ciência, nas políticas, nos atores sociais da modernidade e na própria comunicação de massas. Através de pormenores reveladores ilustrados ou escritos nas páginas que investigo, portanto, as propostas para alimentação.

Ainda, as imagens são recursos importantes para a pesquisa. Veremos como *Seleções* mobilizava seus conteúdos através de narrativas imagéticas, possivelmente impactando a imaginação histórica de seus leitores. Afinal, as imagens estampadas na revista foram concebidas para contar e comunicar algo, podendo ser consideradas uma literatura visual que revelava histórias, possíveis de serem interpretadas. Considero também as imagens de uma perspectiva relacional, ou seja, elas acompanhavam a estrutura narrativa da revista, não eram um recurso à parte. Penso que eram uma das narrativas que compunham a grande narrativa que era a revista em seu formato integral. Portanto, analiso as “imagens narrativas” levando em conta o contexto e os debates que orientam a pesquisa, para que, mesmo que mudas de palavras, possam comunicar pistas importantes sobre a materialidade da cultura da qual emergiram<sup>29</sup>.

Sabendo que há perguntas que a revista enquanto fonte não entrega, procuro também rastrear em outros veículos de comunicação pistas relevantes para a investigação, assim como em leis, censos e catálogos.

---

<sup>28</sup> Ibidem, pp. 07 - 08.

<sup>29</sup> Estas orientações para pensar as imagens estão no livro “Testemunha Ocular” de Peter Burke. A relação das narrativas e cultura de massas foram esclarecidas por Jesús Martín-Barbero, no livro “Dos Meios às Mediações”. BURKE, Peter. *Eyewitnessing. The Uses of Images as Historical Evidence*. London: Reaktion Books, 2001. MARTÍN-BARBERO, Jesús. Op.Cit.

Ainda, devido aos vazios que a historiografia brasileira nos apresenta sobre o processo de industrialização da alimentação no país e as lacunas que os documentos históricos, enquanto resquícios do passado, apresentam, busco elaborar possibilidade e probabilidades ao longo da investigação, mesmo que cercadas de certezas<sup>30</sup>. Também recorro às reflexões ao limite do pensável<sup>31</sup>, a fim de lançar a luz sobre categorias e conceitos que aparentemente poderiam estar consolidados, mas que podem ser novamente percebidos a partir das discussões aqui expostas.

O foco dessa pesquisa não é a apropriação cultural do conteúdo da revista pelos leitores e sim as propostas para alimentação nela narradas e as relações destas com o contexto brasileiro. Situo *Seleções* enquanto condição externa - *outside meaning* - que alimenta as condições internas - *inside meaning* - na cultura<sup>32</sup>, especialmente, na cultura alimentar. Nessa perspectiva, o *outside meaning* delinea o *inside meaning*, pois os indivíduos são apresentados para situações dentro das quais podem fazer construções de significado para eles mesmos, desde que aquelas construções não violem os limites que foram estabelecidos para eles.

Um exemplo dado, novamente por Sidney Mintz, pode esclarecer melhor. Para ele, a guerra tem um poder profundo em modificar os hábitos alimentares. Antes da Segunda Guerra, a *Coca-Cola* não era uma bebida internacional e o autor afirma que não era nem uma bebida nacional nos Estados Unidos. O governo deste país solicitou seu fornecimento para o exército nos kits de guerra, que também continham exemplares da popular *Reader's Digest*, dando um

---

<sup>30</sup> Ver em: BERNHEIM, Ernst. "Metodologia da ciência histórica". In MARTINS, Estevão R. *A história pensada: teoria e método na historiografia europeia do século XIX*. São Paulo: Contexto: 2010, pp. 52-67.

<sup>31</sup> Ao me referir ao "limite" partilho das reflexões de Michel de Certeau, que teoriza o historiador como operador no limite do pensável "se instala na fronteira onde a lei de uma inteligibilidade encontra seu limite como aquilo que deve incessantemente ultrapassar, deslocando-se (...)". Ver em: CERTEAU, Michel. Op. cit.

<sup>32</sup> *Outside meaning* e *inside meaning* se tratam dos significados interiores e exteriores de uma sociedade, os quais dão forma e movimento para as culturas. O *outside meaning* traduz os efeitos de instituições e grupos cujo poder transcende os indivíduos e comunidades locais. Poderia ser chamado de "poder estrutural", mas o termo *outside meaning* expande a ideia de estrutura ao propor ela como um sistema de significados e materialidades em disputa e não como algo engessado. O termo pode ser pensado com o conceito de hegemonia de Antonio Gramsci, já citado, descongelante do dinamismo sociocultural. Ver em: MINTZ, W. Sidney. Op. Cit. pp. 22.



*status* ao refrigerante semelhante à comida e munição. Assim, além de ser poupado do racionamento de açúcar, sessenta e quatro de suas fábricas foram estabelecidas nos territórios aliados, incluindo o Pacífico, Norte da África, Austrália e o próprio Brasil (na base de Natal). Os soldados que iam para batalha “não eram só desprovidos de quase todas as suas marcas de individualidade (roupas, jóias, cabelos) mas também estavam numa terra distante, longe das representações materiais de suas culturas corporificadas na arquitetura e nas formas linguísticas”<sup>33</sup>. Nessas circunstâncias, “que podem ser alienantes”, objetos que carregavam um sentido material de sua cultura, como as comidas e bebidas da ração, adquirem um potencial poderoso. Enquanto isso, as escolhas dos consumidores nos Estados Unidos eram realizadas numa tendência específica: “95 % de todos os refrigerantes vendidos na América durante a guerra eram produtos da *Coca-Cola Company*”<sup>34</sup>.

O que esse exemplo revela? A influência do *outside meaning* na difusão da *Coca-Cola*, pois mesmo com escolhas individuais, uma companhia tinha a concessão de especificar os limites delas. No caso dos soldados, as escolhas já eram previamente estabelecidas. Esse exemplo, que não tem relação com o significado nutricional da bebida, ajuda a explicar como o processo *outside meaning* serve para, muitas vezes, impor condições dentro das quais o *inside meaning* pode se formar e se manifestar por si só.

Dessa forma, percebemos que o mundo material é investido com significado, conectado por estruturas de poder - o exército, as políticas, as empresas, no caso deste exemplo. O poder que reside dentro do *outside meaning* estabelece os termos da criação do *inside meaning*, enquanto ambos se retroalimentam. Esta investigação compreende a relação do *inside* com o *outside*, mas busca os significados e as variáveis que compõem o *outside meaning*, onde penso que se encontra *Seleções* e suas propostas. Portanto, as narrativas da revista são concebidas aqui como vias de acesso para a compreensão de algumas das relações de sentido que estavam fermentando na sociedade brasileira no contexto dos anos de 1950 e que disputavam estruturas de poder. No entanto, não são únicas, determinantes e homogêneas. Por isso proponho que se situem no *outside meaning*.

---

<sup>33</sup> Ibidem, pp. 28.

<sup>34</sup> Idem.

Por fim, pretendo, através da investigação das propostas da alimentação, colaborar para um entendimento internacional das trocas culturais. A alimentação pode revelar outras perspectivas de compreender a geopolítica do conhecimento e os processos de hegemonia no sistema mundial.

A principal metodologia da pesquisa está profundamente relacionada à divisão de seus três capítulos, os quais se orientam pelos arquétipos chamados “atores sociais da modernidade” e pela pergunta investigativa: quais as propostas para alimentação eram orientadas nas narrativas de *Seleções* durante os anos de 1950 no Brasil? No primeiro capítulo, “A digestão do *Digest*”, discuto questões relacionadas a revista, investigando o que era ela no contexto da década de 1950, porque a estudar, que tipo de narrativas imprimia, o que ela tem a falar sobre cultura e comunicação de massas, sobre a relação entre Brasil e Estados Unidos e sobre seu público brasileiro. É no final deste capítulo que discuto o que são os atores sociais da modernidade, o homem de negócios, o agricultor e o médico, de acordo com os dispositivos de análise das narrativas, entendendo-os como arquétipos essenciais para a narrativa da missão civilizatória.

Portanto, no segundo capítulo, “O Gosto dos Negócios”, investigo as propostas para alimentação através de pistas que dois “atores sociais” conduzem, o homem de negócios e o agricultor. O primeiro as revela no subcapítulo “Em cena, o *business man*”. O segundo, revela outras no subcapítulo “No *background*, o agricultor”. No terceiro capítulo, “Entre os bastidores, o médico”, investigo as propostas para alimentação pelos indícios que o ator social médico conduz, para talvez desvendar as matrizes culturais das propostas até então rastreadas. Neste último capítulo, entro em discussões relacionadas à ciência, saúde e suas relações com a cultura alimentar industrial.

Ao longo da leitura, dois anexos podem ser úteis para consulta, o *Anexo I - Catálogo de Propagandas Seleções do Reader's Digest (Janeiro de 1950 à Dezembro de 1959)* e o *Anexo II - Catálogo de Artigos Seleções do Reader's Digest (Janeiro de 1950 à Dezembro de 1959)*. Ambos são sistematizações que realizei a partir do acervo das revistas, com recortes específicos para nossa investigação. O primeiro, trata-se de um apanhado das propagandas impressas entre janeiro de 1950 à dezembro de 1959, em três eixos: produtos agrícolas e industriais, produtos alimentícios e produtos para cozinha. O segundo, é um apanhado dos artigos impressos entre janeiro

de 1950 à dezembro de 1959, em quatro eixos temáticos: homem de negócios, agricultor, médico e *Reader's Digest*. Por fim, é preciso deixar claro que as revistas utilizadas para a pesquisa não constituem um acervo formal, tampouco se encontram digitalizadas e disponíveis de forma pública *online*.

Tive acesso à digitalizações dos exemplares físicos, localizados no *Acervo do Museu Regional do Livro*, da Universidade Univates, em Lajeado, Rio Grande do Sul. A biblioteca gentilmente se disponibilizou a realizar as digitalizações para minha pesquisa, já que possui o acervo da revista de 1940 a 1980. Muitas edições físicas utilizadas também foram encontradas em Sebos, visto que percebi que é difícil encontrar a coleção completa da revista disponível para consulta pública.

## 1 A DIGESTÃO DO *DIGEST*

*“A política mundial é assunto do interêsse de qualquer pessoa, e deve ser muito mais comentada e discutida do que é atualmente. Todos os cidadãos que em realidade se interessam por tais assuntos têm não só o direito, mas também o dever de externar a sua opinião e de contribuir para o debate público das diversas questões - mesmo com o risco de se enganarem. Eu sei, por experiência própria, que aqueles que se revelam mais vêzes certos do que errados são uma grande porcentagem dos cidadãos que se mantêm em contato íntimo com o s acontecimentos e as emoções dos povos do mundo por intermédio do Reader’s Digest”.*

*Henry Ford*<sup>35</sup>

*“A universidade da mensagem desta revista revela-se, igualmente, no fato de ser publicada em muitas edições em doze línguas diferentes, prova de que ela encontrou o denominador comum humano entre as diversas raças e ideologias do mundo. E fêz isto com sua fórmula simples e, contudo, profunda: “Alimento para o espírito”*

*Samitaro Uramatsu*<sup>36</sup>

Neste primeiro capítulo, buscaremos as matrizes históricas de *Seleções do Reader’s Digest* para compreender seus conteúdos, seus dispositivos estéticos e seu sistema de produção. Também exploraremos um pouco do contexto da imprensa brasileira no qual a revista se inseria. Por

---

<sup>35</sup> FORD, Henry. Mais Vêzes Certos do que Errado. *Seleções*, Tomo XXXIV, no 201, out. de 1958, contracapa.

<sup>36</sup> Segundo *Seleções*, Samitaro Uramatsu era escritor e crítico japonês. URAMATSU, Samitaru. Alimento para o Espírito. *Seleções*, Tomo XXIV, nº 141, out. 1953, contracapa.

fim, analisaremos a estruturas narrativas que costuravam os conteúdos da revista com vistas à conduzir os próximos capítulos.

\*

Imaginemos uma leitora em meados da década de 1950 observando as prateleiras de uma banca de jornais em São Paulo, onde estaria possivelmente *Seleções do Reader's Digest*, quase que esmagada pela extravagância de cores de outros títulos como *Manchete*, *Cruzeiro*, *Capricho*, pela diversão de quadrinhos como *O Pato Donald*, *Superman*, *Zorro* e *Batman* ou pelas românticas fotonovelas de inspiração italiana como *Grande Hotel*. *Seleções* sempre foi uma revista pequena, precisamente 13,5 cm x 18,5 cm (Figura 1), feita para caber “no bolso do terno” ou “da bolsa” diferente da sua principal concorrente, a *Cruzeiro*, que media 33cm x 26cm. Mas o que fazia com que tivesse 500.000 exemplares<sup>37</sup> mensais num país com 52 milhões de habitantes (a maioria rural e analfabetos) nos anos de 1950 ia muito além de seu tamanho.

Da mesma forma que outros produtos expostos nas prateleiras, *Seleções* era vendida como um objeto-fábula<sup>38</sup>. A não ser que fizesse um trabalho investigativo para rastrear sua história, a leitora pouco saberia da complexidade de tramas, recortes, mãos e articulações que suas páginas passaram até se materializar ali, “só para ela”. Ao folheá-las, não seria muito difícil perceber que nas entrelinhas pairava conteúdo estadunidense, com referências ao *american way of life*. Afinal, *Seleções* era a versão em português da *Reader's Digest*, criada pelo casal Roy William DeWitt Wallace e Lila Acheson Wallace, em 1922, nas profundezas do oeste dos Estados Unidos, país onde se tornou rapidamente um fenômeno *pop* (o primeiro número teve a tiragem de 5 mil exemplares, dez anos depois atingiu a média de 1 milhão de exemplares)<sup>39</sup>.

---

<sup>37</sup> Média das tiragens da revista exposta por Mary Anne Junqueira em seus estudos e também encontrada nas capas de muitas edições que fizeram parte da investigação ao longo dos anos de 1950. Encontramos os indícios destes números analisados no decorrer deste capítulo. Ver em: JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao Sul do Rio Grande. Imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira (1942-1970)*. Bragança Paulista: EDUSF, 2000.

<sup>38</sup> A revista, enquanto produto, esconde em suas estratégias publicitárias os processos, ou melhor, sua história social. Não sabemos os caminhos percorridos pelos produtos. Talvez como resultado, tornamos o ato de consumir quase mágico e materialmente imaterial.

<sup>39</sup> JUNQUEIRA, Mary Anne. Op. Cit. pp. 22.

Figura 1: Capa I Feira Internacional de São Paulo



Fonte: CAPA, *Seleções*, Tomo XXVI, nº 153, out. 1954.

Após a leitura de algumas edições, ou talvez a assinatura de alguns meses, talvez a leitora compreendesse que segurava nas mãos um objeto internacional. Na contracapa, por exemplo, poderia ler testemunhos de colaboradores de outros países como Alberto Mondini<sup>40</sup>, jornalista de Roma, Ichiro Hatoyama<sup>41</sup>, primeiro ministro do Japão, Hanna Willi<sup>42</sup>, redatora da seção feminina de “Wir Brückenbauer” de Zurique ou Jorge Matute y Remus<sup>43</sup>, conhecido engenheiro mexicano e ex-prefeito de Guadalajara, entre outros personagens “vivos” que escreviam sobre a capilaridade global do *Digest*.

<sup>40</sup> MONDINI, Alberto. Nunca Espero Diplomar-me. *Seleções*. Tomo XXXII, nº 188, set. 1957, contracapa, sem paginação.

<sup>41</sup> HATOYAMA, Ichiro. Pela Boa Vontade Entre os Homens. *Seleções*. Tomo XXVIII, nº 171, abr. 1956, contracapa, sem paginação.

<sup>42</sup> WILLI, Hanna. Uma Atitude Positiva em Face da Vida. *Seleções*. Tomo XXXII, nº 186, jul. 1957, contracapa, sem paginação.

<sup>43</sup> MATUTE Y REMUS. Quem é sentimental?. *Seleções*. Tomo XXXI, nº 182, mar. 1957, contracapa, sem paginação.

Mas possivelmente não encontraria que a presença da revista em tantos países não era acaso do mercado que se expandia em escala global. Esclarece-nos Mary Anne Junqueira que foi o governo dos Estados Unidos que solicitou sua impressão: na Inglaterra em 1938; na Alemanha, em 1939; na Argentina, Bolívia, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela em 1940; no Brasil, Suécia, Turquia e Egito, em 1942. A revista também viajou para países africanos de língua portuguesa, saíram edições em alemão, francês, japonês e chinês e entre as tropas estadunidenses e inglesas da Segunda Guerra sua circulação chegava a quase 2 milhões de exemplares<sup>44</sup>.

Haviam muitos motivos em jogo para o Departamento de Estado tornar uma revista de bolso parte de sua política externa. No curso das guerras mundiais, a cultura se revelou para alguns estados-nação arma poderosa para enfrentar a batalha ideológica entre comunistas, fascistas e liberais. O *Reader's Digest*, mais do que uma revista *pop*, imprimia os valores da sociedade estadunidense em narrativas divertidas e graficamente atraentes. Por isso significou, no contexto dos anos 1940, uma arma cultural com fins políticos. Existiam ainda outros nós na trama. Por exemplo, através da articulação de Nelson Rockefeller<sup>45</sup> é que foi lançada a versão brasileira da revista, quando ele gestava os escritórios do *Office of Coordination of Inter American Affairs (OCIAA)*, uma organização dos

---

<sup>44</sup> Assim como a *Coca-Cola*, que apontei na introdução, a revista fazia parte do “kit” de guerra para os soldados, distribuída para as tropas. JUNQUEIRA, Mary Anne. Op. cit, pp. 38.

<sup>45</sup> Empresário estadunidense da família proprietária da companhia de petróleo *Standard Oil Company*, fundada por John D. Rockefeller 10 de janeiro de 1870, período considerado como *gilded age*, anos dourados de desenvolvimento capitalista no país. A *Standard Oil* monopolizou por longos anos venda de querosene, lubrificantes e depois gasolina, nos Estados Unidos e em boa parte do mundo. No Brasil, a empresa chegou como “Esso”, abreviação do “S” e do “O”, em 1912. Segundo o livro *Outliers*, em análise da listagem das pessoas mais ricas da história levantada pela revista *Forbes* em 2008, John D. Rockefeller é o homem mais rico da história, com sua fortuna equiparada em \$ 318.3 bilhões de dólares. Ver em: TOTA, Antonio Pedro. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil*. 1<sup>o</sup> ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2014. E: GLADWELL, Malcolm. *Outliers*. NY: Back Bay Books, 2008, pp.40.

Estados Unidos com vistas a operar projetos de cooperação no continente americano<sup>46</sup>.

Para ser publicada no Brasil (e o mesmo aconteceu nos demais países latinos) os editores optaram por veicular propagandas entre um artigo e outro, o que não acontecia nos exemplares estadunidenses<sup>47</sup>. Talvez o estabelecimento da relação entre empresas e as edições brasileiras evidencie um tipo de financiamento que foi necessário para as viabilizar. Mas também pode ser indício da fertilização de novos mercados, visto que a maioria dos anúncios eram de empresas dos Estados Unidos, ou conglomerados multinacionais com capital norte-americano, como é o caso da *General Eletrics*, *Ford Motor Company*, *Bethlehem Brazilian Corporation*, *Allis Chalmers*, *Caterpillar*, *RCA*, *Monsanto Chemical Company*, *DuPont*, *Nestlé*, e muitas outras<sup>48</sup>. Nelson Rockefeller também coordenou o *Advertising Project*, projeto que “incluía uma série de estímulos, como isenção de impostos, para aquelas empresas estadunidenses que pagassem anúncios publicitários em meios de comunicação considerados amigos da causa aliada. O investimento destas empresas em publicidade quintuplicou em cinco anos, entre 1940 e 1945”<sup>49</sup>.

*Seleções* entrou no Brasil no mesmo ano que o país entrou na Segunda Guerra, firmando alinhamento com os Estados Unidos. A edição de fevereiro de 1942 deixava claro que a revista era um canal de comunicação entre brasileiros e estadunidenses: “Os brasileiros recebem com o mais intenso regozijo esta nova edição do *Reader’s Digest*, que muito

---

<sup>46</sup> Historiadores como Gerson Moura, Antonio Pedro Tota, Fernando Purcell, Antonio Niño, Sol Glik, entre outros, realizaram o cruzamento de documentos oficiais de Estados estadunidense e a diplomacia executada durante a II Guerra Mundial e a Guerra Fria, concluindo que inúmeros produtos culturais estadunidenses foram encomendados ou distribuídos por programas do governo em outros países. Na América Latina, as operações culturais percorreram a *política de boa-vizinhança*. No Brasil, Gerson Moura foi o historiador que abriu este debate nos anos de 1980, tornando-se referência no assunto. Mais em: MOURA, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil. A penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 1984, pág. 20. Para um debate teórico sobre diplomacia cultural: NIÑO, Antonio Rodriguez. Op. Cit.

<sup>47</sup> JUNQUEIRA, Mary Anne. Op. cit. pp. 35.

<sup>48</sup> Os exemplos das empresas foram selecionados dos anúncios publicados na *Seleções do Reader’s Digest* de janeiro de 1950 a dezembro de 1959.

<sup>49</sup> GLIK, Sol. *El hogar de la victoria: la promesa del american way of life para América Latina. Estados Unidos-Brasil-Argentina, 1940-1945*. Tese em História. Florianópolis: UFSC, 2015, pp. 23.



poderá contribuir para desenvolver as boas relações entre os Estados Unidos e o Brasil, cuja amizade é tão antiga quanto a independência de ambas as nações e tem sido reforçada, no curso da história, por iniludíveis demonstrações de solidariedade e afeto. Que esta edição do *Reader's Digest* possa ser mais um elemento de aproximação, pela cultura e pelo espírito, do povo de duas nações, - a de Washington e a de José Bonifácio<sup>50</sup>. Portanto, ao irmos além das prateleiras onde se encontrava a revista na década de 1950, encontramos, num primeiro momento, um *background* de articulações políticas que tornaram possível sua publicação tanto no Brasil quanto em outros lugares do mundo e que remontam à década anterior.

Nossa leitora provavelmente não desconfiaria que segurava o que foi instrumento da política externa estadunidense. Em suas leituras, no entanto, poderia perceber a numerosa quantidade de artigos sobre o comunismo, narrado por autores como J.D. Ratcliff, na edição de Junho de 1956, “A doença é um mal, mas a pior de tôdas as doenças é o comunismo. A própria Rússia era um gigante enfermo”<sup>51</sup>, como Leland Stowe, na edição de agosto de 1952, “No entanto, êles foram engolidos por uma jibóia tremendamente insidiosa e insaciavelmente faminta (o comunismo). O Estado Comunista gera informantes como as larvas de mûscas proliferam numa vala comum”<sup>52</sup> ou como Syngam Rhee, na edição de março de 1956, “Sob a touca de avôzinha recentemente enfiada pelo Kremlin, poderíamos ver então os olhos ávidos e os dentes afiados do lobo”<sup>53</sup>.

Esse tipo de narrativa nos revela que o histórico político de *Seleções* não acabou com o fim da Segunda Guerra<sup>54</sup>. A Guerra Fria,

<sup>50</sup> O QUE dizem eminentes brasileiros sobre a *Seleções do Reader's Digest*. *Seleções*, Tomo I, nº 1, fev. 1942.

<sup>51</sup> RATCLIFF, J.D. Medicina Pelo Rádio Rompe Cortina de Ferro. *Seleções*. Tomo XXIX, nº 173, jun. 1956, p. 105.

<sup>52</sup> STOWE, Leland. Conquista pelo Terror. *Seleções*. Tomo XXII, nº 127, ago. 1952, p. 143 e 163.

<sup>53</sup> RHEE, Syngman. É possível a coexistência?. *Seleções*. Tomo XXIX, nº 170, mar. 1956, p. 151.

<sup>54</sup> Outras pesquisas analisaram *Seleções* enquanto mapa de intolerância política, rastreando as matrizes do anticomunismo em suas narrativas. Ver mais em: PEREIRA, Sílvio Luiz Gonçalves. *Seleções do Reader's Digest, 1954 - 1964*. Um mapa da intolerância política. Tese em História Social. São Paulo: USP, 2006. RAAD, Lenita Jacira Farias. *Denunciando os males do comunismo: o anticomunismo na revista Seleções Reader's Digest (1950-1960)*. Dissertação História Cultural. Florianópolis: UFSC, 2005. SCHERER, Charles. *A Revista*

conjuntura internacional edificada através da rivalidade entre Estados Unidos e A União das Repúblicas Socialistas Soviéticas num confronto não-direto, fez emergir representações anticomunistas como tônica do repertório narrativo norte-americano<sup>55</sup>. O *Digest* passou a colaborar nesse contexto com a construção e divulgação destas representações e, assim, com a *Central of Intelligence Agency* (CIA) - este que inclusive aproveitou da estrutura elaborada pela anterior OCIAA. Eduardo Cárdenas, por exemplo, redator-chefe das edições latino-americanas do *Digest* desde 1942, era homem da CIA<sup>56</sup>.

A gestão estrangeira e posicionamento global de *Seleções* não significava que estava imune à imprensa nacional. Na banca, possivelmente estaria cercada por impressos, na grande maioria, brasileiros. Deixemos nossa leitora e vejamos o que a revista e o contexto do país revelam.

Até o ano de 1950, quando transferiu os escritórios para o Brasil, *Seleções* era editada entre Nova York e Havana e impressa em Miami, conectada em escala continental. O projeto para instalar a produção em solo brasileiro foi articulado por Robert T. Lund, gerente estadunidense, numa parceria com a *Companhia Lithographica Ypiranga*<sup>57</sup>. Em São Paulo, estabeleceu a impressão das edições e, no Rio de Janeiro, a redação e gestão de assinaturas. Talvez a mudança de endereço esteja relacionada com o fato que seus administradores precisaram encarar o artigo 160 da Constituição de 1946. Segundo o qual: “É vedada a propriedade de emprêsas jornalísticas, sejam políticas ou simplesmente noticiosas, assim como a de rádio-difusão, às sociedades anônimas ao portador ou a estrangeiros. Nem êsses, nem pessoas jurídicas, excetuados os partidos políticos nacionais, poderão ser acionistas de sociedades anônimas proprietárias dessas emprêsas. A brasileiros caberá, exclusivamente, a responsabilidade principal delas e a sua orientação intelectual e administrativa”<sup>58</sup>.

---

*Selecciones del Reader's Digest* e a constituição da imagem dos estereótipos do american way of life: 1940/1950. Tese em História. Porto Alegre: PUC, 2009.

<sup>55</sup> Segundo o presidente estadunidense Henry Truman (1945-1953) o combate, contra Moscou, se acabaria “não pela força das armas, mas pela conquista do espírito e coração dos homens”. Ver em: NIÑO, Antônio Rodríguez. Op. cit, pág.40.

<sup>56</sup> Ao longo dos anos 1940, o tradutor da revista para português era Otávio Mangabeira, e Afrânio Coutinho era o Gerente Secretário de Seleções. JUNQUEIRA. Mary Anne. Op. Cit. pp. 40.

<sup>57</sup> PEREIRA, Sílvio Luiz Gonçalves. Op. Cit. pp. 63.

<sup>58</sup> SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. ed. 4. Rio de Janeiro: Mauad, 1999, pp. 456.

A revista circulou durante os anos 1950 entre os impressos brasileiros, visto que, o panorama das revistas de consumo, categoria que se encontrava, era de certa forma escasso no país. Inclusive, alguns empreendedores perceberam a possibilidade do mercado para lançar novos títulos, como Victor Civita que lançou *O Pato Donald* (1950), *Capricho* (1952) e posteriormente *Manequim* (1959), criando a Editora Abril. Vale citar que os principais grupos editoriais da época eram Os Diários Associados, com a revista mais popular do país, *O Cruzeiro*; Rio Gráfica, fundada em 1952 por Roberto Marinho a qual já publicava revistas como *Gibi Mensal* e *O Globo Juvenil Mensal*; Bloch Editores, fundada em 1952 lançando a revista *Manchete*; e a Editora Ebal, que possuía títulos relevantes de quadrinhos desde os anos 1940, como *Superman*, *Batman*, entre outras<sup>59</sup>.

Embora Nelson Werneck Sodré, em seus estudos sobre a história da imprensa brasileira, esclarece que entre 1943 a 1963 houve uma crise da imprensa em função de uma alta do preço do papel no país de mais de 5.744%<sup>60</sup>. O preço do quilo de papel importado passou de Cr\$ 2,35 cruzeiros em 1943 para Cr\$ 4,82 em fevereiro de 1958, chegando a Cr\$ 135 cruzeiros em agosto de 1963<sup>61</sup>. Muitas revistas que circulavam no país desde o começo do século XX se viram forçadas a fechar as portas nesse período, como como *Careta* (1908-1960), *Fon-Fon* (1907-1958), *Ilustração Brasileira* (1901-1958), *O Malho* (1902-1953), *O Tico-Tico* (1911-1958), *Eu sei Tudo* (1917-1958), *Revista da Semana* (1900-1959), *A Noite Ilustrada* (1930-1959), *Carioca* (1935-1954)<sup>62</sup>.

O preço de *Seleções* ao longo da década de 1950 evidencia esse aumento, como podemos perceber na sistematização do *Quadro 1*<sup>63</sup>.

---

<sup>59</sup> CORRÊA, Thomaz Souto. *A Era das Revistas de Consumo*. In: LUCA, Tania de (Org). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008, pp. 209.

<sup>60</sup> *Ibidem*, pp. 471.

<sup>61</sup> *Ibidem*, pp. 474.

<sup>62</sup> Datas das revistas consultadas no arquivo Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional Digital do Brasil. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>. Acesso em 12 de agosto de 2017.

<sup>63</sup> O ano de 1961 foi inserido para níveis de comparação. No final dos anos 60 a revista teve problemas com o Fisco brasileiro, mudou-se para Portugal. Houve um desinteresse pela revista, o que ilumina mudanças da imprensa brasileira, como a popularização da televisão. Surgiram outras revistas como *Veja* e *Realidade* concebidas para conviver com o modelo de comunicação televisiva. Ver em: JUNQUEIRA. Mary Anne. Op. Cit. pp. 49.

Quadro 1: Valores das edições de *Seleções do Reader's Digest* de 1951 a 1961

Edição <i>Seleções</i>	Valor Unidade Mensal	Valor Assinatura Anual
Junho de 1951	Cr\$ 4,00	sem informações
Maio de 1952	Cr\$ 5,00	Cr\$ 55,00
Outubro de 1954	Cr\$ 5,00	Cr\$ 60,00
Julho de 1957	Cr\$ 10,00	Cr\$ 120,00
Outubro de 1958	Cr\$ 15,00	Cr\$ 180,00
Julho 1959	Cr\$ 20,00	Cr\$ 240,00
Outubro de 1961	Cr\$ 40,00	Cr\$ 480,00

Será que o aumento dos preços significou a diminuição de suas vendas? Ao investigarmos novamente as informações que contam os exemplares, percebemos que não. Na *Quadro 2* é possível ver a quantidade de exemplares com tiragem nacional e internacional de *Seleções* ao longo da década, assim como sua quantidade de páginas dos mesmos.

Quadro 2: Tiragem e Quantidade de Páginas de *Seleções do Reader's Digest* de 1951 a 1961<sup>64</sup>

Edição <i>Seleções</i>	Tiragem / Exemplares	Quantidade de páginas
Junho de 1951	sem informações	220 páginas
Maio de 1952	15.500.000 / “em 11 idiomas”	208 páginas
Outubro de 1954	sem informações	224 páginas

<sup>64</sup> Informações estampadas na capa das revistas utilizadas na investigação, de janeiro de 1950 a dezembro de 1959, localizada no Acervo Univates.

Julho de 1957	503.000 / nacional	200 páginas
Outubro de 1958	20 milhões / “em 13 línguas”	216 páginas
Julho de 1959	530.000 / nacional	212 páginas
Outubro de 1961	482.000 / nacional	232 páginas

Mesmo com a crise do papel, quando inúmeras outras revistas encerraram suas produções, enxugaram páginas e custos, e com uma lei que proibia os impressos estrangeiros no país, *Seleções* parece ter mantido suas vendas e páginas. Uma das possíveis explicações era a própria falta de títulos de caráter informativo com circulação nacional em bancas especializadas e correios, como apresentavam os conteúdos da revista, que veremos a seguir. Além disso, as primeiras publicações de *Seleções* foram impulsionadas pelo governo estadunidense em tempos de guerra, o que sugere uma articulação de estratégias de distribuição capilarizadas pelo território brasileiro.

Ainda, a *Observador Econômico Financeiro*, na edição de julho de 1954, mostrou que as indústrias e o comércio, em 1947, gastaram cerca de Cr\$ 750 milhões de cruzeiros com propagandas, ascendendo para Cr\$ 3,5 bilhões em 1953<sup>65</sup>. Podemos ver os principais investimentos na publicidade brasileira, de acordo com as empresas, no *Quadro 3*, sendo que os veículos que mais receberam investimentos eram, em ordem decrescente, jornais, rádio, revistas, alto falantes. O artigo também apontou que as revistas que mais apresentaram índice de faturamento, neste mesmo ano, foram a *Cruzeiro*, Cr\$ 90 milhões, seguido de *Seleções*.

---

<sup>65</sup> Utilizo a revista mensal *Observador Econômico Financeiro* como fonte. Criada em 1936 no Rio de Janeiro por Valentim Bouças, a revista era uma das publicações especializadas em assuntos econômicos. Circulou até 1962. As edições se encontram digitalizadas no acervo público e *online* da Hemeroteca da Biblioteca Digital Nacional do Brasil.

Quadro 3: *Investimento na publicidade brasileira por empresas no ano de 1953*

Empresa	Investimento Cr\$
<i>Cia Antártica Paulista</i> (cervejas e refrigerantes)	70 milhões
<i>Esso Standard do Brasil</i> (gasolina e lubrificantes)	28 milhões
<i>Cia industrial Gessy</i> (sabonetes e perfumes)	27 milhões
<i>The Sidney Ross Co.</i> (drogas e perfumes)	25 milhões
<i>Irmãos Lever</i> (sabonetes e perfumes)	20 milhões
<i>The Shell- Brazil Limited</i> (gasolina e lubrificantes)	18 milhões
<i>The Coca Cola Export Co.</i> (refrigerantes)	15 milhões
<i>Cia Cervejaria Brahma</i> (cervejas e refrigerantes)	14 milhões
<i>The Johnson &amp; Johnson</i> (drogas)	13,5 milhões
<i>Atlantic Refining Company</i> (gasolina e lubrificantes)	13 milhões
<i>The Gillette Safety Razor Co.</i>	12,5 milhões
<i>Colgate-Palmolive Pest. Co</i>	12 milhões
<i>The Eno Scott Bowne &amp; Cia</i> (drogas)	12 milhões

<i>Cia Cigarros Souza Cruz</i>	12 milhões
<i>Comp. Ind. e Com. Brasileira de Produtos Alimentares (Nestlé)</i>	10 milhões

Fonte: MELO, Lima. *O Negócio de Publicidade no Brasil*. O Observador Econômico, Tomo XIX, nº 221, jul. 1954, pp. 53- 62.

A listagem da tabela informa que em meio à escassez do papel, grande parte dos recursos financeiros que nutriram alguns empreendimentos da imprensa brasileira em meados dos anos de 1950 eram estrangeiros, em sua maioria estadunidenses. Ainda, os agentes conectores do setor industrial às páginas dos impressos eram agências de publicidade, também em sua maioria estrangeiras, como a *J. Walter Thompson, a N.W. Ayer & Son, a Foreign Advertising Service Bureau Inc. e a MacCann-Erickson*, ativas no país desde os anos de 1920<sup>66</sup>. Para Nelson Sodré, esse fluxo de capital não acontecia de forma neutra e sem interesses, por isso, ele considera a existência de uma imprensa “entreguista” que combateu as políticas nacionalistas de Getúlio Vargas no começo da década de 1950 e que seguiu influenciando a opinião pública do país - a liberdade de imprensa estaria relacionada ao preço do papel.

Mas o que isso pode significar para o nosso objeto de estudo? *Seleções* fez parte desse ambiente, com a diferença que, da mesma forma que revistas estrangeiras como *Visão* e *Made in Brazil*<sup>67</sup>, era gestada por uma empresa estadunidense, o *The Reader's Digest Association. Inc* e, portanto, seus donos a administravam com dólares, uma imensa vantagem em meio à crise, mesmo estando fisicamente em solo brasileiro.

Nesse sentido, emergem para outras questões, porque, sendo uma revista de uma empresa estrangeira, dependia de uma linha editorial estrangeira. Os escritórios de Nova Iorque autorizavam a publicação de cada edição brasileira. Portanto, não seria uma revista que estaria influenciando a opinião pública, tomando o lado da imprensa “entreguista” do país?

<sup>66</sup> BRANCO, Renato Castelo; MARTENSEN, Rodolfo Lima; REIS, Fernando. *História da Propaganda no Brasil*. São Paulo: T.A. Queiroz, 1990.

<sup>67</sup> Multiplicava-se no Brasil entre os anos 1950 e 1960 revistas estrangeiras como *O Médico Moderno, O Dirigente Rural, o Engenheiro Moderno, Química e Derivados, Quatro Rodas, Capricho, Manequim, Ilusão, O Pato Donald, Intervalo, Mickey, Direção* e outras. Ver em: SODRÉ, Nelson Werneck, pp. 501.

Seus redatores defendiam que não. *Seleções* se auto-representava como neutra em termos políticos, incapaz de influenciar a opinião pública - carregando uma alma quase inocente. Não se considerava nacional e tampouco estrangeira. Representava-se como um impresso internacional de caráter informativo e divertido. Quando nossa leitora da década de 1950 lesse a contracapa de suas edições, novamente, compreenderia o que isso queria dizer.

Alberto Mondini, o jornalista de Roma, na edição de Setembro de 1957, considerou “a enorme equipe de repórteres que percorrem o mundo e de redatores que incessantemente selecionam e condensam o melhor de revistas e livros de muitas terras para o *Reader’s Digest* representa um papel importante na manutenção da minha vida” e que “o *Digest* é uma universidade pela qual nunca espero diplomar-me”<sup>68</sup>. Ichiro Hatoyama, o primeiro ministro do Japão, na edição de Abril de 1956, expressou que “nesta era agitada em que vivemos, o papel do *Reader’s Digest*, do qual sou leitor ávido, é de grande significação. O *Digest* adota o método admirável de publicar os mesmos artigos em todo o mundo civilizado, e com isso vai perceptivelmente aprofundando os sentimentos mútuos de interesse e boa vontade entre os povos”<sup>69</sup>.

Hanna Willi, a redatora de Zurique, na edição de Julho de 1957, confessou “muitos entre nós, jornalistas suíços, reagimos com desprazer ao lançamento, em 1948, de *Das Beste aus Reader’s Digest* (...) quando, porém, conhecemos melhor esse produto mundialmente famoso, descobrimos que ele começava a neutralizar o nosso inato azedume suíço, não só em relação à própria revista, mas até quanto às nossas atitudes básicas para com a vida e as pessoas” e completou que a revista “é a minha melhor enciclopédia, conselheiro matrimonial, consultor médico e científico e escritório geral de informações”<sup>70</sup>. Jorge Matute y Remus, o engenheiro mexicano e ex-prefeito de Guadalajara, na edição de março de 1957, falou de seu exemplar de *Selecciones del Reader’s Digest*, “Ele proporciona novos conhecimentos, ideias novas e coragem aos homens e mulheres onde quer que tenham o direito de pensar, sentir e exprimir-se, livres de forças

---

<sup>68</sup> MONDINI, Alberto. Nunca Espero Diplomar-me. *Seleções*. Tomo XXXII, nº 188, set. 1957, contracapa, sem paginação.

<sup>69</sup> HATOYAMA, Ichiro. Pela Boa Vontade Entre os Homens. *Seleções*. Tomo XXVIII, nº 171, abr. 1956, contracapa, sem paginação.

<sup>70</sup> WILLI, Hanna. Uma Atitude Positiva em Face da Vida. *Seleções*. Tomo XXXII, nº 186, jul. 1957, contracapa, sem paginação.

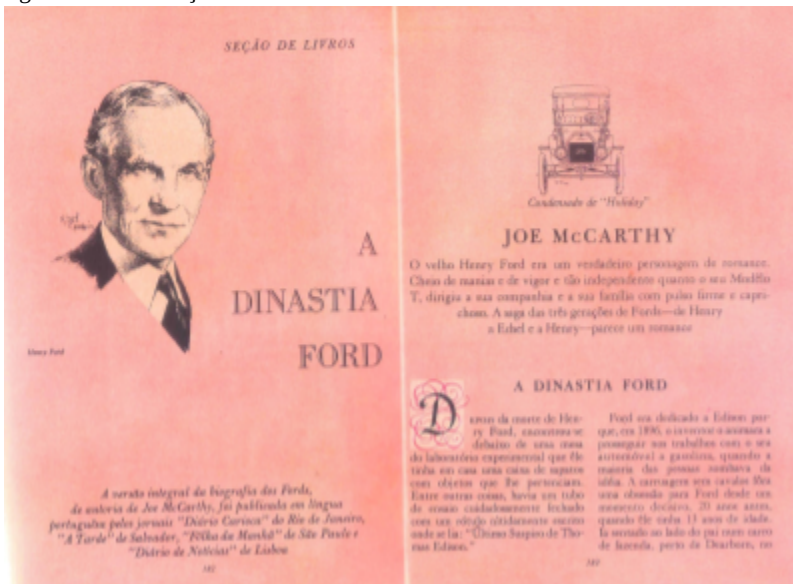




então *Seleções* situada no movimento dessa grande trama do *Reader's Digest*, representando-se global.

Possivelmente não sabendo destes detalhes que aqui trazemos a luz, nossa leitora imaginária escolheu *Seleções* entre outras opções que a cercavam na banca. Por quê? Quais eram as ideias agenciadas nas representações da revista que despertavam “interesse permanente”?

Figura 3: *Condensação Literária “A Dinastia Ford”*



Fonte: MCCARTHY, Joe. *A Dinastia Ford*. Condensado *Holiday*. *Seleções*, Tomo XXXIV, nº 199, ago. 1958.

Os relatos dos personagens internacionais que acabamos de ver já apontam algumas pistas, mas seu formato “de bolso” e seu nome inglês “*Reader's Digest*”, que significa literalmente “digestão do leitor”, podem revelar ainda mais. O tamanho pequeno e compacto da revista evidencia a noção gráfica que permeava seus conteúdos, denominada *condensação* (Figura 3). Cada edição continha um total de 31 artigos para serem lidos, um por dia, ao longo do mês (no final do ano os leitores poderiam organizar todos exemplares em um almanaque único para coleção). Acompanhando os dias do mês, o objetivo principal da revista era *condensar*: contos, notícias e reportagens, publicadas em outros veículos ao redor do mundo, eram

cuidadosamente *seleccionados* para caber no bolso ou na bolsa do dia-a-dia das leitoras.

Podemos pensar sobre um *dispositivo de condensação* fabricado nos escritórios da editora, estes que estariam mais próximos à “laboratórios de leitura”<sup>72</sup>. O trabalho para produção dos artigos, nas mãos dos redatores, seguia critérios metódicos, resumido em três questões: “é digno de ser seguido?; é aplicável aos interesses da maioria?; é de interesse permanente?”<sup>73</sup>.

Se o *Reader's Digest* original desde os anos 1920 recortava e resumia artigos de outras mídias, a edição brasileira da revista passava por ainda mais mutilações, pois nos escritórios brasileiros, os textos eram novamente reelaborados, editados e traduzidos. Para citar, alguns dos veículos cujos artigos aparecem condensados nas edições utilizadas nesta pesquisa: *Life Magazine*, *The Saturday Evening Post*, *The Minneapolis Tribune*, *The Christian Herald*, *Hygeia*, *La Prensa NY*, *United Nations World*, *The Week Magazine*, *The American Weekly*, *Fortune*, *The Herald Tribute*, *Woman's Home Companion*, *The New Leader*, *Time*, *Today's Health*, *The American Business*, *The Advertising Agency Magazine*, *The Economy Facts of Life*, *Farm Journal*, *The McCalls*, *La Revue Moderne*, *Today's Health*, *Better Homes and Gardens*, *Popular Science Monthly*<sup>74</sup>. É importante destacar que estes veículos tinham suas próprias editoras e escritoras, que também realizavam um trabalho de seleção e operação da escrita antes mesmo de publicarem nos seus próprios meios.

Apesar de se representar como internacional, reforçando “a boa vontade entre os povos”, como narrou Ichiro Hatoyama, estas mutilações evidenciam que o conteúdo de *Seleções* estava, acima de tudo, articulado a

<sup>72</sup> JUNQUEIRA, Mary. Op. Cit. pp. 32.

<sup>73</sup> Ibidem, pp. 33.

<sup>74</sup> Os nomes dos impressos de condensação foram pinçados de variados artigos publicados na *Seleções do Reader's Digest* de janeiro de 1950 a dezembro de 1959. Vale sublinhar a importância destas na formação da opinião pública estadunidense, muitas delas existentes no país desde o final do século XIX. A *Time Magazine* se tornou uma das mais conhecidas revistas de notícias do mundo. A *Life Magazine*, de 1930 a 1970, foi um dos mais importantes símbolos culturais da vida americana pós-Segunda Guerra. A *Saturday Evening Post* foi uma influente revista com ficção e não-ficção. A *Woman's Home Companion* e *Better Homes and Gardens*, eram voltadas para a família e mulheres, fomentaram especialmente o mercado das comidas processadas, como aponta Harvey Levenstein em suas pesquisas. Para saber mais sobre revistas femininas: LEVENSTEIN, Harvey. Op. Cit.

um conjunto de escolhas prévias e localizadas. As narrativas operavam a partir do que Michel de Certeau denomina *não-lugar fundador*<sup>75</sup>. Eram organizadas por elementos silenciosos no texto, como redes de contato, tramas e experiências dos próprios autores, editores e administradores editoriais, estes tanto do *Reader's Digest* quanto das mídias que forneciam conteúdo para condensação. Além disso, o *não-dito* em entrelinhas nos textos se desprendia de um território, dos Estados Unidos. Das mídias citadas no parágrafo anterior, por exemplo, com exceção de *La Revue Moderne*, revista francesa de língua francesa, eram todas estadunidenses e essa tendência assinala grande parte do conteúdo da revista ao longo dos anos de 1950.

O comunicólogo Jesús Martín-Barbero contribuiu para os estudos sobre meios de comunicação e cultura de massas e podemos compreender com ele questões importantes para análise de Seleções. Segundo o autor, a formação social estadunidense, marcada pela ausência de aristocracia e tradição, pela experimentação, inovação e industrialização, nos alicerces “família, trabalho, religião e produtividade”<sup>76</sup>, lançou as bases no século XIX “do estilo de vida que no século XX proporcionou matéria-prima para o imaginário das massas”<sup>77</sup>.

Como vimos, o *Reader's Digest* foi lançado nos “alegres anos 1920”, período que, também segundo o autor, tornou possível o processo de transformação cultural do imaginário das massas, que não surgiu e nem iniciou através dos meios. A necessidade das culturas serem comunicadas e mediadas para as massas significou, então, a *emergência de novas formas de narrar e novas formas de ler*. Para D. Witt. Wallace, “o *Digest* realizava para o leitor aquilo que ele não tinha tempo para fazer: selecionar e resumir as matérias mais importantes, em meio à massa de informações do mundo moderno”<sup>78</sup>.

As *seleções* digestivas, realizadas a partir do que se julgava de “interesse permanente”, retroalimentavam a cultura moderna. Preenchiam e davam movimento as *condensações* discussões como descobertas científicas, novidades sobre a indústria de guerra, narrativas sobre a história dos países, crônicas sobre a vida na cidade, invenções mecânicas para o campo, personagens vitoriosos na vida moderna, entre outros.

---

<sup>75</sup> CERTEAU, Michel. Op. cit.

<sup>76</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. Op. cit. pp. 197.

<sup>77</sup> Idem.

<sup>78</sup> JUNQUEIRA, Mary. Op. Cit. pp. 33.

Provavelmente seu principal objetivo era apresentar para os leitores as novas experiências do mundo moderno, recheado de soluções práticas e emocionais. Daí que emerge sua auto representação enquanto global, mesmo sendo, como estamos rastreando, um global localizado. Narrar a partir da perspectiva do território literalmente geográfico dos Estados Unidos nos faz descobrir um saber geopolítico<sup>79</sup>, que cultivava o que se fazia no *american way*.

Nos pormenores dos textos encontramos as referências sutis ao estilo de vida estadunidense. Conta-nos o exemplar de Outubro de 1954 cuja capa vimos na Figura 1, a história de Lucille Ball<sup>80</sup>, atriz que nasceu em *Jamestown*, no Estado de *Nova York*, seus primeiros trabalhos foram trabalhar num “balcão de refrescos de uma *drugstore*”, ser “vendedora numa casa de modas” e vender “cachorros-quentes e pipocas num parque de diversões”, depois conseguiu empregos em *Hollywood* e na *Broadway*, “umas vêzes em filmes de *cow-boy*, outras vezes enfeitadas com uma torta de creme, atirada pelos irmãos *Marx*”, morou na *Califórnia*, casou com um cubano e tinha na garagem um “*sedan azul Cadillac 1951*” e cinco televisões; a historietta de *Skeety Stine*<sup>81</sup>, garoto de 11 anos que em *Wayne*, Estado da *Pensilvânia*, enfrentou uma tempestade de *neve* em 31 de dezembro, descobriu que poderia vender *cinzas para automóveis encalhados*, fez muito dinheiro, comprou *200 bicicletas inglesas* e foi passar as *férias na Flórida*; a fantástica história de Hellen Keller<sup>82</sup>, escritora nascida numa fazenda do *Alabama* que ficou cega, escreveu sobre o *subway*, distinguia a *quinta avenida* das ruas mais simples de *Nova York* pelo olfato e gostava de pegar ônibus na mesma cidade; a declaração de *Bricoe Holt*<sup>83</sup>, candidato a delegado no *Condado de Jefferson*, no Estado de

---

<sup>79</sup> Considero como conhecimento geopolítico o que Walter Mignolo propõem ao esticar a ideia de modernidade ao seu limite e concluir que os saberes, apesar de forjados como, não são universais, pois são elaborados a partir de locais específicos e projetados num mundo oxigenado por diferenças coloniais. Discutiremos esta questão ao longo da pesquisa. Ver em: MIGNOLO, Walter. *Historias locales/diseños globales: colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo*. Novo México: Akal, 2003.

<sup>80</sup> HARRIS, Eleanor. A Verdadeira História de Lucille Ball. *Seleções*. Tomo XXVI, nº 153, out. 1954, pp. 149-178.

<sup>81</sup> CINZA em ouro. *Seleções*. Tomo XXVI, nº 153, out. 1954, pp.169..

<sup>82</sup> BROOKS, Van Wyck. O Mundo Luminoso de Helen Keller. Condensado *Harper's Magazine*. *Seleções*. Tomo XXVI, nº 153, out. 1954, pp. 64 - 67.

<sup>83</sup> NA MANHÃ seguinte. *Seleções*. Tomo XXVI, nº 153, out. 1954, pp. 59.

*Tennessee*, que publicou um anúncio num *banner* sobre sua derrotas nas eleições primárias republicanas; as pequenas histórias da biografia de *Marilyn Monroe*<sup>84</sup>; as piadas de *Walt Disney* durante a construção de *Disneyland*<sup>85</sup>; a *segunda Mundial do Basquetebol* em São Paulo<sup>86</sup>, esporte influenciado pelo norte-americano *Fred Brown*, responsável pela organização administrativa dos desportos nacionais; a condensação literária “A Beira do Abismo” do livro de *Marie Hackett*<sup>87</sup>, exibindo personagens como *Paul, Dr. Edwards, John, Sr<sup>a</sup> Wilson, Miss Bronson*, numa trama com tratamentos médicos modernos; entre muitos outros exemplos de narrativas intercaladas por expressões, nomes, cidades, práticas e costumes específicos da cultura e sociedade estadunidense.

Os anúncios também faziam parte das narrativas e não se sabia bem onde começava um artigo e onde terminava uma propaganda. Na mesma edição, de Outubro de 1954, encontramos publicidade do “Fermento Royal” da *Standard Brands of Brazil*, “Aviões Convair” da *General Dynamics Corporation*, “Creme Barbear” da *Williams*, “Produtos que fazem menos terra produzir mais” da *Monsanto*, “Munidor de Laminas” da *Gillette*, “Produtos de aço” da *Bethlehem Steel*, “Protetor de relógios” da *Incbloc*, “Navios modernos” da *Delta Line*, “Projeto de Elétrica moderna com alumínio” da *Aluminium Limited Sales*, “Máquina de escrever” da *Underwood Corporation*, entre dezenas de outros que, em sua maioria, faziam parte do universo material que o estilo de vida moderno demandava.

Investiguemos ainda mais. O que o contexto brasileiro pode revelar sobre os leitores de *Seleções*, como nossa leitora imaginária? Sabemos, em função da pesquisa realizada pelo *Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE)* em 1950, que era a segunda revista mais lida do país, considerada pelo público a “mais útil e confiável”<sup>88</sup>. Atingia picos de tiragem de 520 mil exemplares mensais, como vimos anteriormente. Estimava-se que cada um deles passava por, em média, quatro pessoas, provocando a hipótese da existência aproximada de dois milhões e oitenta

---

<sup>84</sup> GREEN, Alan. Estrelices. Condensado *Saturday Review*. *Seleções*. Tomo XXVI, nº 153, out. 1954, pp. 57.

<sup>85</sup> TAVES, Isabella. Estrelices. Condensado *McCall's*. *Seleções*. Tomo XXVI, nº 153, out. 1954, pp. 57.

<sup>86</sup> JUNIOR, Mello. II Mundial de Basquetebol. *Seleções*. Tomo XXVI, nº 153, out. 1954, pp. 47.

<sup>87</sup> A BEIRA do Abismo. *Seleções*. Tomo XXVI, nº 153, out. 1954, pp. 179-220.

<sup>88</sup> JUNQUEIRA, Mary Anne. Op. cit. pp. 49

mil leitores por mês<sup>89</sup>.

Vejam os dados sobre a população brasileira. O censo de 1950 do *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)* aponta 51.944.397 habitantes de norte a sul do país, sendo que a maior concentração era o Sul (São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul), 16.975.293 habitantes, e Leste (RJ, MG, Serra dos Aimorés, Espírito Santo, Distrito Federal), 18.893.007 habitantes<sup>90</sup>. O censo de 1959 informa uma variação para 64.678.709 habitantes, no Leste, 22.638.634 habitantes e no Sul, 22.034.857 habitantes<sup>91</sup>. O quadro dos habitantes urbanos, suburbanos e rurais, em 1950, aponta para a existência de 12.957.543 urbanos, 5.825.348 suburbanos e 33.161.506 rurais e mesmo no Leste e Sul, regiões mais urbanizadas, apontam, no Sul, 5.284.877 urbanos, 1.832.319 suburbanos, 9.858.097 rurais, e, no Leste, 5.367.287 urbanos, 2.004.747 suburbanos e 11.520.993 rurais<sup>92</sup>.

Se *Seleções* chegava “em territórios distantes como o Acre e cidades do interior do país”<sup>93</sup>, o perfil do público brasileiro não era necessariamente aquele que experienciava a vida urbana, já que a maioria da população no período era rural. Pode significar que os leitores brasileiros, rurais ou urbanos, tinham curiosidade por ideias imersas na modernidade, visto que o próprio público do *Reader’s Digest* nos Estados Unidos na década de 1920, que tornou a revista um fenômeno *pop*, era igualmente rural. Encontramos nas edições de *Seleções* analisadas nesta pesquisa dezenas de propagandas que se destinavam ao público do interior, como o anúncio da *Gelomatic* “Refrigeração mesmo no Sertão!”<sup>94</sup>. Podemos, indo além das estatísticas, imaginar que *Seleções* era voltada, antes de tudo, para camadas sociais curiosas com as soluções práticas e emocionais do cotidiano moderno e com empatia pelo *american way*.

<sup>89</sup> Idem.

<sup>90</sup> CENSO DEMOGRÁFICO 1950. Serviço Nacional de Recenseamento. Estado da População. VII. Rio de Janeiro: IBGE, 1950, pp. 27.

<sup>91</sup> CENSO DEMOGRÁFICO 1959. Serviço Nacional de Recenseamento. Estado da População. População e densidade demográfica das unidades da federação em suas respectivas capitais - 1959. Rio de Janeiro: IBGE, pp. 23.

<sup>92</sup> CENSO DEMOGRÁFICO 1950. Serviço Nacional de Recenseamento. População presente nos quadros urbano, suburbano e rural por unidade de federação. VII. Rio de Janeiro: IBGE, 1950, pp. 30.

<sup>93</sup> Idem, pp. 44.

<sup>94</sup> ANÚNCIO Geladeira Gelomatic, Cia IBESA. *Seleções*, Tomo XXVIII, nº 168, jan. 1956, páginas publicitárias.

Outro dado relevante é o censo de alfabetização de 1950, que indica a quantidade de 14.916.779 homens e mulheres<sup>95</sup> que sabiam ler e escrever. Se a previsão de leitura de *Seleções* era dois milhões e oitenta mil leitores por mês, percebemos que nem todos os letrados do país necessariamente liam a revista, mas também percebemos problemas da ordem de acesso em relação aos meios de comunicação enquanto meios de produção<sup>96</sup>. A habilidade necessária para decifrar o conteúdo de *Seleções*, leitura, era um obstáculo primeiro ao seu acesso numa conjuntura de analfabetismo na sociedade brasileira. Possivelmente as camadas sociais curiosas com o conteúdo da revista se tratavam, portanto, das médias e altas, estas que tinham o acesso à educação e à compra da revista, o obstáculo segundo da ordem do acesso, econômico.

Nesse sentido, se a revista era dispositivo ativo da cultura de massas que se formava, mediando narrativas emergentes, no Brasil não circulava massivamente, como talvez fizesse nos Estados Unidos no mesmo período. A revista possivelmente semeava as ideias do imaginário das massas, mediado pelo *american way*, enquanto um dos dispositivos formadores da cultura de massas brasileira, ainda em processo de gestação. Afinal, a indústria cultural brasileira acontecia nos anos de 1950 sob bases materiais dependentes, não tendo a mesma força e capilarização que a estadunidense.

No entanto, não significa que as ideias da revista permanecessem apenas nas camadas médias e altas<sup>97</sup>. Ainda que os artigos precisassem do letramento para serem decifrados, considero a leitura com circularidade cultural. As informações, emoções, ideias e valores adquiridos no ato de ler eventualmente eram propagadas na rádio, na televisão, em outros jornais e revistas, nas conversas em família ou no boca-a-boca entre a vizinhança. Já

---

<sup>95</sup> CENSO DEMOGRÁFICO 1950. Serviço Nacional de Recenseamento. Estado da População. População presente, na data dos recenseamentos gerais, segundo alguns aspectos importantes - 1872/1950. Rio de Janeiro: IBGE, 1950, pp. 26.

<sup>96</sup> Sobre a comunicação enquanto meios de produção, ver WILLIAMS, Raymond. *Meios de comunicação como meios de produção*. In: Cultura e Materialismo. São Paulo: Editora UNESP, 2011, pp. 69 - 89.

<sup>97</sup> O termo “camada” busca arejar o termo “classe”. Na perspectiva de Edward Palmer Thompson, esta é um modo de experimentar a existência social e não um recorte quase matemático em relação aos meios de produção. Assim, classe, antes de uma categoria econômica, é percebida como histórica. Ver mais em THOMPSON, Edward. *A miséria da teoria ou um planetário de erros: uma crítica ao pensamento de Althusser*. (1978). Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.



as suas propagandas não precisavam de muita erudição para serem entendidas, pois estampavam estratégias de *marketing*, com fáceis *slogans* e desenhos ilustrados, o que aponta para a possível influência sob as camadas não tão letradas da população.

Sobre a distribuição da revista, não existem indícios numéricos e sistematizados que esclareçam, a fim de imaginarmos a propagação de suas ideias na geografia do território brasileiro. Para preencher esta lacuna, podemos supor que, em função de seus temas “permanentes”, ela era arquivada em bibliotecas (domésticas ou públicas), circulava em escolas ou espaços comunitários e, após lida, era emprestada de mãos em mãos. Como a forma de aquisição da revista não era só por compra e também por assinatura, ela não dependia somente das estruturas de venda de impressos das cidades e vilas, já que chegava pelos correios.

Até agora investigamos em *Seleções* suas matrizes, sua articulação com a política estadunidense, sua inserção na imprensa do Brasil, suas vendas, sua auto representação como politicamente neutra e essencialmente global, seus conteúdos e ideias localizados e reveladores do *american way of life*, seus laboratórios de leitura e condensação, sua mediação, produção e reprodução da cultura de massas e o seu possível alcance entre os leitores brasileiros. Todos esses elementos nos ajudam a compreender o que era *Seleções* no contexto da década de 1950. Acredito que podemos estender ainda mais essa análise pensando a revista enquanto cultura de massas, para seguir com os próximos capítulos evidenciando “a digestão do *Digest*”.

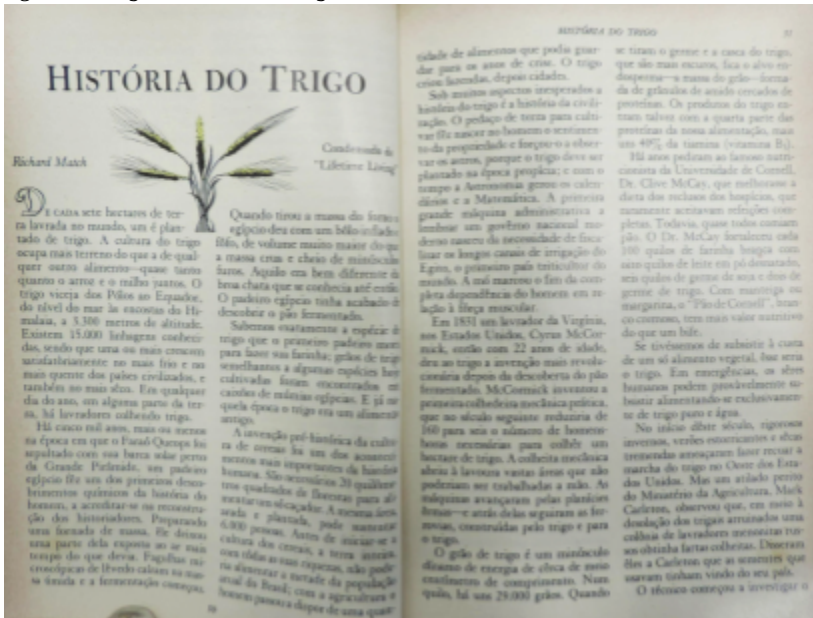
Os dispositivos de leitura que Jesús Martín-Barbero arquitetou para analisar a constituição histórica do massivo, através do folhetim europeu no século XVII, talvez servem para nos orientar. Existem duas principais semelhanças entre *Seleções* e os escritos seiscentistas europeus. Primeiro, a referência gastronômica do título da revista foi uma metáfora que Francis Bacon (1561-1626) recorreu, reproduzida naquele contexto e nos próximos séculos, “alguns livros são para se experimentar, outros para serem engolidos, e uns poucos para se mastigar e digerir”<sup>98</sup>. Segundo, a estratégia

---

<sup>98</sup> Conta Lenita Jacira Farias Raad em sua dissertação sobre o anticomunismo em *Seleções*, citando Alberto Manguel no livro *Uma História da Leitura*, que, com o passar do tempo e a propagação do hábito da leitura, “o uso da metáfora gastronômica tornou-se prática comum”. Robert Darnton reforçou este pensamento quando se reportou aos hábitos de leitura nos séculos XVIII e XIX: “(...) os leitores tentavam ‘digerir’ livros, absorvê-los em sua totalidade, corpo e alma”,

condensação foi trabalhada pela família de livreiros-editores que publicou o *Bibliothèque Bleue*, folhetim do século XVII, no qual tipógrafos e operários eram contratados para também resumir e reescrever romances, contos de fadas, vidas de santos, receitas médicas, calendários e textos que vinham da “tradição culta”<sup>99</sup>.

Figura 4: Artigo “História do Trigo”



Fonte: MATCH, Rochard. História do Trigo. Condensado *Lifetime Living*. Seleções, Tomo XXIV, n.º 136, mai. 1955, pp. 50-53

O primeiro dispositivo é o tipográfico. Os principais elementos gráficos da revista são o seu tamanho, como vimos, 13,5 cm x 18,5 cm, as suas propagandas e especialmente a forma como se apresentam seus artigos - um grande título geralmente colorido com alguma ilustração, seguido por duas colunas e intercalado ora por propagandas, ora por outras ilustrações,

interpretando literalmente leitura como digestão. Ver mais em RAAD, Lenita Jacira Farias. Op. Cit. pp. 08.

<sup>99</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. Op. cit. pp. 152.

numa página de fundo branco. Esse tipo de apresentação textual, como exemplificado na Figura 4, parece sugerir simplicidade para a leitura.

Figura 5: Recortes Gráficos de Propaganda



Fonte: A - ANÚNCIO Leite de Magnésia Phillips. *Seleções*, Tomo XXVI, nº 153, out. 1954. B - ANÚNCIO, Colônia Aqua Velva. *Seleções*, Tomo XXVI, nº 153, out. 1954. C - ANÚNCIO Armários Goyana. *Seleções*, Tomo XXIV, nº 141, out. 1953. D - ANÚNCIO Geladeiras Brastemp. *Seleções*, Tomo XXXIV, nº 200, set. 1958. E - ANÚNCIO Pan-American Airlines. *Seleções*, Tomo XXXII, nº 186, jul. 1957. F - ANÚNCIO Coca-Cola. *Seleções*, Tomo, nº, nov. 1957. G - ANÚNCIO Rural Willys. *Seleções*, Tomo, nº, nov. 1959. H - ANÚNCIO Leite Ninho. *Seleções*, Tomo, nº, jan. 1959. I - ANÚNCIO Inalador Vicky. *Seleções*, Tomo XXI, nº 124, mai. 1952.

Se seguirmos um pensamento determinista, não enxergaríamos nada mais do que comércio ao observar estes elementos. No entanto, “a escolha da tipologia, do espaçamento entre as linhas, da largura das margens e do formato fala, muito mais que do comerciante, do público ao qual o texto se dirige”<sup>100</sup>. Por exemplo, seu tamanho revela uma intenção, ser guardada nos bolsos e nas bolsas. Imaginamos o movimento urbano, de indivíduos “contra o relógio” que poderiam assim estar sempre com a revista ao alcance. Mas suas páginas de composições simples e seu formato de síntese, seja na apresentação gráfica ou na elaboração dos artigos, evidenciam a inclusão de um público que buscava por informações simplificadas. No limite, fáceis de ler. Este público poderia ser encontrado além das urbanidades, como sugerimos anteriormente, entre o mundo rural.

Ainda, sua publicidade, feita de anúncios vibrantes e coloridos,

<sup>100</sup> Idem.

revela um público que compartilhava desejos de consumo, talvez não necessariamente folheava a revista seduzido pelos artigos. Tanto as propagandas, que estampavam alimentos enlatados, geladeiras, rádios, máquinas de costura, máquinas de escrever, bebidas destiladas, aviões, televisões, relógios, carros, eletrodomésticos, produtos de higiene, remédios, perfumes e personagens que utilizavam estes produtos (ver Figura 5), quanto os artigos, com ilustrações divertidas e contemporâneas, como desenhos de cidades, prédios, invenções científicas, telefones, carros e personagens realizando ações que possivelmente remetiam ao que era construído como vida moderna, evidenciam uma proposta gráfica que alimentava esta (ver Figura 6).

Figura 6: *Recortes Gráficos de Artigos*



Fonte: A - SUTTON, Horace. O Fabuloso Waldorf Astoria. Condensado *Town & Country*. *Seleções*, Tomo XXI, nº 124, mai. 1952. B - FLAGRANTES da vida real. *Seleções*, Tomo XXXIV, n.º 201, out. 1958. C - MODERNIZA-SE O Comércio Europeu. Condensado *US News & World Report*. *Seleções*, Tomo XXVIII, nº 163, ago. 1955. D - ALSOP, Stewart. Vitória de um Mόço Rico. Nelson Rockefeller e sua carreira dinâmica. Condensado *The Saturday Evening Post*. *Seleções*, Tomo XXXVI, nº 214, nov. de 1959. E - JACKSON, Shirley. A outra Srª Ellenoy. Condensado *Life Among the Sevages*. *Seleções*, Tomo XXIV, nº 141, out. 1953.

Vale destacar que a grande maioria das imagens da revista eram ilustrações desenhadas à mão, como podemos ver nas Figuras 5 e 6. A realidade era representada de uma forma esteticamente divertida por ser mediada em desenhos e complementava a proposta “engraçada” da revista, que tinha colunas como “Rir é o Melhor Remédio”, “Flagrantes da Vida

Real”, “Piadas da Caserna”, entre outras. Encontramos aqui uma função essencialmente sedutora, possivelmente com o objetivo de despertar o desejo pela leitura, ou, no limite, pelo consumo.

Assim, os dispositivos de tipografia e composição material desempenhavam um papel importante na constituição de desejos, criando uma sensação estética para o ato da leitura. Também nos conduzem a um segundo tipo de dispositivo, o da fragmentação da leitura. É possível perceber o conteúdo de *Seleções* com três principais formas de fragmentação. A primeira se relaciona às suas 31 seções de leitura para que sua leitora pudesse ler “um artigo por dia” no mês corrente. A segunda se relaciona à separação de conteúdos, a princípio densos, como o artigo “Por que a Rússia não atacará êste ano”<sup>101</sup>, em frases, parágrafos, episódios e piadas, fazendo o leitor, em certos conteúdos, perder o sentido total do debate. A terceira se relaciona aos mecanismos de condensação que, como já vimos, recortavam os artigos originais.

Estas fragmentações podem apontar para novas emergências do contexto, novamente não explicadas somente pelos dinamismos do mercado. Por exemplo, José Conde, novelista e redator literário do Correio da Manhã e diretor do Jornal de Letras do Rio de Janeiro na contracapa de *Seleções* de janeiro de 1957, escreveu que “o tempo se faz cada vez mais escasso nessa babel em que nos agitamos, lutando contra imperativos econômicos que restringiram praticamente o emprêgo único, sofrendo as contingências de uma locomoção cada vez mais difícil e dividindo as horas salvas ao expediente quotidiano no mercado cada vez maior e mais atraente das diversões” e por isso que “assume assim um valor indiscutível o trabalho de divulgação empreendido por *Seleções do Reader's Digest*”<sup>102</sup>. Ou seja, as fragmentações dialogavam com as novas formas experiências de vida que o mundo moderno requeria, ativadas por um ritmo de tempo para leitura. Mesmo que orientadas pela experiência das camadas médias estadunidenses, portanto não necessariamente praticadas pelo público leitor brasileiro, a revista oferecia “um instrumental cultural para se viver naqueles dias”<sup>103</sup>.

Estes dois dispositivos, tipográfico e fragmentário, estão

---

<sup>101</sup> PORQUE a Rússia não Atacará êste Ano. Condensado *U.S. News & World Report. Seleções*, Tomo XIX, nº 113, jun. 1951, pp. 23.

<sup>102</sup> CONDE, José. Um grande Remédio para um Grande Mal. *Seleções*, Tomo XXXI, nº180, jan. 1957, contracapa, sem paginação.

<sup>103</sup> JUNQUEIRA, Mary Anne. Op. cit. pp. 47.

permeados por um terceiro, o dispositivo de sedução. A fragmentação do conteúdo em partes fáceis de ler, seja nos artigos, nas piadas, nos contos e também nas propagandas, operava um sentido de duração para o leitor, pois era possível ter tempo para se identificar com as narrativas, como na vida, e assim ler os conteúdos sem se desorientar<sup>104</sup>. Esclarece Jesús Martín-Barbero sobre “a quantidade e a organização do texto com relação aos hábitos de consumo e às necessidades e possibilidades de leitura, semanal como o tempo de descanso e o recebimento do salário”<sup>105</sup>. As propagandas, nesse sentido, exerciam essencialmente função sedutora ao deslocar, nas narrativas, emoções humanas para dentro da experiência de uso do produto.

Por fim, o último, o dispositivo de reconhecimento, faz pensarmos *Seleções* estruturada em arquétipos do melodrama. Isso porque as estruturas das suas narrativas traziam uma abordagem de um mundo permanentemente dividido entre heróis e vilões, desdobrado também nas propagandas. Seções da revista como “Meu Tipo Inesquecível” que contava a história dos heróis do mundo moderno e seções políticas que localizavam os comunistas como os vilões da democracia, são exemplos que encontramos de um fio condutor narrativo de conteúdo melodramático. Os leitores poderiam se reconhecer nessas histórias, “tomar um lado”, aproximar-se emotivamente da experiência de bem e de mal, identificar-se com os personagens e os arquétipos nelas tramados. Os mecanismos de “gratificações contínuas”, apontado por Umberto Eco, ajudam a compreendermos: os fatos das histórias se adequavam aos gostos das leitoras e leitores, mascarando “a distância entre o verídico das situações, a realidade de seus problemas e o fantástico das soluções dadas aos conflitos”<sup>106</sup>.

Podemos também somar a discussão de Martine Xiberras sobre o imaginário ocidental, que opôs as representações da angústia, aquilo que nos aflige, à um regime diurno das imagens. Segundo a autora, o terror dos homens na imaginação coletiva ocidental é expresso através dos arquétipos *monstros, trevas e tentação*, em dupla oposição aos arquétipos *heróis salvadores, luzes e purificação*<sup>107</sup>. Maria Helena Capelato chama atenção, por exemplo, para o discurso produzido na imprensa brasileira durante a

---

<sup>104</sup> Ibidem, pp.187.

<sup>105</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. Op. cit. pp. 186.

<sup>106</sup> Ibidem., pp. 194.

<sup>107</sup> XIBERRAS, Martine. *Mídia e violência do imaginário*. Revista FAMECOS, nº 29, abr. 2006.

Proclamação da República: “ela se caracteriza pela ênfase no novo, pela insistência na índole pacífica do brasileiro e pela presença do par ordem e progresso, simbolizado nas metáforas de luz e trevas”<sup>108</sup>.

Em *Seleções*, para Mary Anne Junqueira, as narrativas reforçavam a existência do bem *versus* o mal, sendo que os Estados Unidos, o bem, teria a missão de ser guardião da cultura ocidental que estava ameaçada por bárbaros (primitivos e não-civilizados) e russos, o mal. Nessa trama, a sociedade americana era apresentada como harmônica e homogênea, portanto o modelo de mais alto nível de civilização. Se alguma mudança deveria acontecer, seria a que marchasse rumo à este bem e ao regime diurno da imagem.

No limite, é possível considerar o conteúdo de *Seleções* articulado por uma grande narrativa. Esta, estruturada nos seguintes termos: um mundo cujo herói Estados Unidos deveria salvar da ameaça dos vilões, comunistas e bárbaros, a fim de que a democracia, traduzida pelo consumo, e a civilidade, vencessem. Mas, nessa trama, “os Estados Unidos”, por não ser um personagem e sim um governo, contava com a ajuda de heróis que poderiam permear a vida real. Encontramos eles nas representações do *business man* ou *homem de negócios*, do *farmer* ou *agricultor* e do *médico*. Mary Anne Junqueira os chamou de atores da civilização e é a partir destes três agentes que irei desdobrar esta investigação, com objetivo de revelar as propostas para alimentação em *Seleções*.

---

<sup>108</sup> CAPELATO, Maria Helena R. *Imprensa e História do Brasil*. São Paulo: Contexto/EDUSP, 2ª edição, 1994, pp. 45.

## 2 O GOSTO DOS NEGÓCIOS

*“(...) and suddenly a Voice, a deep strong Voice, more musical than any merely human voice, richer, warmer, more vibrant with love and yearning and compassion, a wonderful, mysterious, supernatural Voice spoke from above their heads. Very slowly, “Oh, Ford, Ford, Ford,” it said diminishingly and on a descending scale. A sensation of warmth radiated thrillingly out from the solar plexus to every extremity of the bodies of those who listened; tears came into their eyes; their hearts, their bowels seemed to move within them, as though with an independent life. “Ford!” they were melting, “Ford!” dissolved, dissolved.”.*

*Aldous Huxley*<sup>109</sup>

Neste capítulo, investigaremos as propostas para alimentação orientadas por *Seleções* através dos indícios que os atores da civilização homem de negócios e agricultor conduzem. É possível os compreender como complementares um do outro. Entenderemos o que eles eram nas representações narradas pela revista assim como alguns significados que possivelmente nutriram no contexto dos anos de 1950. À cada proposta encontrada, elaboro uma problematização com discussões sobre o contexto dos Estados Unidos, do Brasil e aspectos da história da alimentação entre ambos. Também dobras no tempo são escritas a fim de tornar

---

<sup>109</sup> (...) e, de súbito, uma Voz, uma Voz forte e profunda, mais musical do que qualquer voz simplesmente humana, mais cheia, mais quente, mais vibrante de amor, de desejo ardente e de compaixão, uma Voz maravilhosa, misteriosa, sobrenatural, falou-lhes por sobre suas cabeças. “Oh, Ford! Ford! Ford!”, disse ela muito devagar, decrescendo de volume e numa escala descendente. Uma sensação de calor suave se irradiou do plexo solar a cada uma das extremidades do corpo dos que escutavam; as lágrimas subiram-lhes aos olhos; parecia-lhes que o coração, as entranhas, se moviam no interior do corpo como se tivessem vida independente. “Ford!” Eles se fundiam. “Ford!” Estavam fundidos”. HUXLEY, Aldous. *Brave New World*. 1ª ed. 1936. New York: RosettaBooks, 2010, pp. 52.



compreensíveis as problemáticas para a década analisada. No final de cada sub-capítulo, conclusões são levantadas com vistas à fermentar o terceiro capítulo.

## 2.1 Em cena, o *business man*

O que era o ator social homem de negócios nas narrativas de *Seleções*? Lewis Galantière<sup>110</sup>, colunista da revista, aponta-nos pistas. Para ele, o futuro do mundo livre dependia da ação do homem de negócios, “considerado o líder natural da sociedade em que vive”, responsável pela sociedade estadunidense estar “na estrada” de “uma sociedade sem classes”, o “pretexto reluzente mas fraudulento dos comunistas”<sup>111</sup>. No artigo “A Segunda Revolução Norte-Americana”, ele narrou que esta aconteceu a partir “de uma ideia bastante simples gerada na cabeça de um homem igualmente simples - Henry Ford”. Assim, com os negócios frutificados pelo fordismo, a sociedade norte-americana aboliu a luta de classes, “a indústria estadunidense colocou essas coisas supérfluas (banheiros, automóveis, cuidado dos dentes, viagens de férias, cursos secundários e quase todas as coisas indispensáveis a família americana hoje em dia) ao alcance de todo mundo”. Deixava claro: “quero apenas frisar que quase todas as grandes realizações coletivas, nos Estados Unidos, são empreendidas graças à iniciativa dos homens de negócios mais esclarecidos”.

Esta narrativa evidencia a maneira que o *homem de negócios* era representado em grande parte do conteúdo de *Seleções*, heróico e primordial para uma sociedade mais justa - o que a sociedade norte-americana havia alcançado. Era, ainda, manifestado nas narrativas que envolviam indústrias e bancos. Poucas páginas da revista representavam *mulheres de negócios*, não porque eram completamente excluídas dos negócios, mas porque, no geral, a grande mídia dos anos 1950 invisibilizava seu papel ativo. Discutiremos o contraponto dos homens de negócios, as mulheres, mais adiante.

---

<sup>110</sup> Segundo *Seleções*, Lewis Galantière trabalhou na Câmara de Comércio Internacional de Paris, no Banco Federal de Reserva de Nova York, na Divisão Francesa na América e na Europa, no Escritório de Informações de Guerra dos Estados Unidos e como escritor de assuntos internacionais.

<sup>111</sup> GALANTIÈRE, Lewis. A segunda Revolução Norte-Americana. *Seleções*, Tomo XIX, nº 113, jun. 1951, pp. 65.

Além disso, a maneira que o autor se dirige a Henry Ford<sup>112</sup> revela uma das principais noções culturais estadunidense expressa por *self made man*. O “homem que se faz” se tratava do indivíduo comum, responsável pela própria felicidade e realização dos seus interesses. Era frequentemente representado como aquele que vinha do nada e que conseguia alcançar êxito social e econômico, como Henry Ford, “homem simples” de “ideias simples”. Os heróis da “mitologia moderna”, que aqui propomos analisar nas categorias de homem de negócios e agricultor, eram habitados pelo *self made man*. Mais do que representar a comunidade que encarnavam, representavam “seu esforço para se fazer”<sup>113</sup>.

A seção de *Seleções* chamada *Meu Tipo Inesquecível*, impressa com muita frequência nas edições da revista (quase mensalmente), segundo Mary Anne Junqueira, a mais lida do Brasil, pode iluminar o conceito de *self made man*. Alguns exemplos, narrados por diferentes autores: Mary Greenwillow, vendedora de ovos e manteiga, que conseguiu, com muita perspicácia, montar sua própria freguesia, batalhando muito para dar estudo universitário à seus filhos<sup>114</sup>; pai de Lewis Nordyke, fazendeiro sofrido “antes do trator ou arado moderno”, que nunca desistiu de tocar seu violino e se tornou famoso na vizinhança, tocando para todos os lares pela linha telefônica, criando seus filhos como exemplo e dedicação no trabalho<sup>115</sup>; Amah, empregada doméstica chinesa contratada por John Crolova, redator do *Straits Times* de Cingapura, que emprestou ao patrão 4 mil dólares malaios para ele comprar um *Jaguar Esporte* pela metade do preço, num dia que ele se viu sem dinheiro no bolso, mostrando que não era qualquer empregada, sabia economizar<sup>116</sup>; David Marshall Williams, preso por 30 anos por contrabandear bebidas alcoólicas durante a *Lei Seca*, trabalhando nas Montanhas Azuis da Carolina do Norte das cinco da manhã às seis da

---

<sup>112</sup> Henry Ford foi fundador da companhia automobilística *Ford Motor Company*, primeiro a aplicar a montagem em série para produzir automóveis em massa, nos Estados Unidos do começo do século XX.

<sup>113</sup> Nas publicações de massa dos anos de 1920, “o grande herói de ficção é o homem de negócios, e a meta, o ideal de recompensa, é a ascensão social”. BARBERO, Jesús-Martin. Op. cit. pp. 199.

<sup>114</sup> OURSLER, Fulton. *Meu Tipo Inesquecível. Seleções*, Tomo XXXIV, nº 199, ago. 1958, pp. 62-65.

<sup>115</sup> NORDYKE, Lewis. *Meu Tipo Inesquecível. Seleções*, Tomo XXXI, nº 182, mar. 1957, pp. 67.

<sup>116</sup> CROLOVA, John. *Meu Tipo Inesquecível. Seleções*, Tomo XXIX, nº 169, fev. 1956, pp. 112-118.

tarde de pá e picareta com grilhões nas pernas e depois, transferido para os trabalhos de ferreiro, começou a desenhar armas enquanto os outros presos dormiam, tornando-se “um dos técnicos em armas de fogo mais revolucionários”, contribuindo na Segunda Guerra<sup>117</sup>; Bob Davis (Figura 7), escritor e jornalista, filho de pastor em Nevada, que se mudou para San Francisco aos 19 anos onde conseguiu um emprêgo como tipógrafo e depois se mudou para Nova York, fez carreira como famoso e próspero escritor<sup>118</sup>, entre outros exemplos que evidenciam características, como simplicidade, economia, dedicação, trabalho, persistência, visão estratégica e sucesso, imbricadas na ideia de *self made man*.

Os homens de negócios “mais esclarecidos”, como sugere Lewis Galantière, deveriam possivelmente se orientar por estas condutas. Para Nelson Sodré, *Seleções* era justamente a revista que instruíu o homem de negócios brasileiro no contexto dos anos de 1950 e muitas de suas propagandas sugerem um público-alvo ativo nos negócios. Além do mais, os tipos “inesquecíveis”, apresentados como modelo de comportamento para o universo individual das leitoras e leitores brasileiros, sejam elas do mundo dos negócios ou não, significavam talvez um dos ferramentais para a formação do *inside meaning* na cultura daqui.

No artigo, “Ford - O Automóvel que deu Cheque”, Henry Ford emerge novamente entre as páginas, seguindo as condutas “inesquecíveis”. É descrito como “apenas o homem das ideias”, o “mecânico” e o “chefe da produção”, que não arriscou um centavo no começo da empresa e se tornou multimilionário, “com uma fortuna maior que qualquer outro americano, exceto John. D. Rockefeller”, mas que trabalhou incessantemente para alcançar o sucesso, inventando novas formas de gestão de trabalho devido a sua engenhosa visão estratégica<sup>119</sup>. A narrativa de vida de Henry Ford, exemplo de herói moderno, representava para as leitoras e leitores que mudanças eram legítimas se ocorressem no âmbito do indivíduo. Como explica Mary Anne Junqueira, “o homem que conseguisse, mediante seu esforço pessoal e conduta moral, alcançar os extratos mais ricos da sociedade, comprovava a sua habilidade e recebia os louros decorrentes do

---

<sup>117</sup> PEOPLES, H.T. Meu Tipo Inesquecível. *Seleções*, Tomo XIX, nº 113, jun. 1951, pp. 29.

<sup>118</sup> DETZER, Karl. Meu Tipo Inesquecível. *Seleções*, Tomo XXXIII, nº 197, jun. 1958, pp. 50-54.

<sup>119</sup> MCCARTHY, Joe. Ford, O Automóvel que deu Cheque. Condensado *Cosmopolitan*. *Seleções*, Tomo XXIV, nº 141, out. 1953, pp. 93-95.

seu esforço”<sup>120</sup>.

Figura 7: *Meu Tipo Inesquecível*



Fonte: DETZER, Karl. *Meu Tipo Inesquecível*. *Seleções*, Tomo XXXIII, nº 197, jun. 1958.

O fundamento no individualismo para uma “boa sociedade”, nas entrelinhas da noção de “sociedade sem classes”, possivelmente estaria ligado com as proposições do liberalismo entranhadas como a-histórica e universal na história estadunidense. Jesús Martín-Barbero discute com outros teóricos que os norte-americanos tendem uma visão psicomórfica da sociedade, na qual “as questões de classe, raça e a história ficam abolidas em prol de explicações que conectam o caráter e a motivação dos integrantes da sociedade”<sup>121</sup>. Harvey Levenstein, ao estudar a história social da alimentação nos Estados Unidos nos mostra, por exemplo, que a má-nutrição e a fome do período da Grande Depressão no final da década de 1920 no país tinham explicações psicológicas, originadas de um tipo de aberração individual de ignorância e não necessariamente da condição de pobreza da população.<sup>122</sup>

<sup>120</sup> JUNQUEIRA, Mary Anne. Op. Cit. pp. 27.

<sup>121</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. Op. Cit. pp. 200.

<sup>122</sup> Os estudos do historiador canadense Harvey Levenstein sobre a história social da alimentação dos Estados Unidos me orientaram ao longo da investigação,

No Brasil, não era somente *Seleções* que difundia os valores do *self made man*. Anna Cristina Camargo em seu estudo sobre a publicidade veiculada nos periódicos brasileiros de 1950 a 1964, concluiu que as representações ancoradas no individualismo eram frequentemente midiaticizadas. Para ela, como a publicidade estava orientada conforme os valores e expectativas dos setores médios urbanos, os argumentos empregados pelos anúncios eram acolhidos por estes com simpatia, “o ideal de um mundo harmonioso, no qual prevalecesse acima de tudo a ordem e em que os indivíduos teriam possibilidade de subir na vida”<sup>123</sup>. O que faz pensarmos que o conteúdo das narrativas, de alguma forma, encontrava-se dormente entre a população brasileira, tendo correlações históricas mais antigas. A ideia de uma sociedade harmônica e sem classes não era, portanto, exclusiva dos anos 1950.

Os tipos inesquecíveis e os homens de negócios faziam ainda mais sentido no contexto da Guerra Fria que estamos problematizando. Por exemplo, Lewis Galantière também estava na sua narrativa contrapondo o tipo de capitalismo estadunidense ao europeu. Para ele, a luta de classes só existia na Europa, o “fruto justificado da inveja”, legitimada pela indústria de caráter monopolista. Afirmava que “a consequência lógica e última da segunda revolução norte-americana será, portanto, a destruição do comunismo”. Os homens de negócios, para ele, eram os pilares dessa revolução.

Esse tipo de argumentação estava vivamente correlacionado ao contexto dos anos de 1950, em função das visões apocalípticas que permeavam Estados Unidos e União Soviética no limiar de uma possível Terceira Guerra Mundial. A Europa, com linhas de demarcação claras, sobretudo na Alemanha e na Áustria, encontrava-se dividida pelas zonas de influência dos dois países protagonistas. Fora da Europa, a situação era menos definida, com exceção do Japão<sup>124</sup>, e, nesse sentido, os argumentos

---

especialmente o livro LEVENSTEIN, Harvey. *Paradox of Plenty*. A Social History of Eating in Modern America. NY: Oxford Press, 1996, pp. 06-07.

<sup>123</sup> Para entender a virada da década de 1950 e a influência das publicidade na cristalização de comportamentos e do imaginário das camadas médias brasileiras, ver FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. *Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada*. Publicidade, Cultura de Consumo e Comportamento Político no Brasil (1954-1964). São Paulo: Hucitec, 1998, pp. 66.

<sup>124</sup> HOBBSAWM, Eric J. *Guerra Fria*. In: Era dos extremos: O breve século XX – 1914 1991. 38ª ed. São Paulo: Cia das Letras, 2008, pp. 223-252.

eram tensionados para um lado, ou para outro.

Assim, é razoável concluir que as narrativas de *Seleções* revelam a representação do homem de negócios alimentado pelas condutas dos tipos inesquecíveis, presente na tensão política do sistema mundo.

\*

O artigo de Lewis Galantière apontou pistas interessantes para encontrarmos a primeira proposta para alimentação. Podemos cruzá-las com o texto “A Grande Transformação”, de Frederick Allen<sup>125</sup>, que narrou sobre “mudanças operadas na vida norte-americana de todos os dias, de 1850 para cá”<sup>126</sup>. Novamente, na versão da história pelo autor apresentada, os homens de negócios, também chamados de industriais, eram estruturais, pois a industrialização era a grande transformação no curso histórico do país, “em inúmeras cidades, o aparecimento de novos instrumentos e engenhocas punha os homens a sonhar com algum invento maravilhoso, capaz de simplificar a manufatura dos objetos e que, vendidos aos milhares, lhe proporcionassem fortuna”.

O autor ainda apontou as desigualdades sociais provocadas pela concentração de riqueza das indústrias por monopólios, no final do século XIX, mostrando que, no início do século XX, essas contradições sociais foram resolvidas por figuras como “Carnegie” e “Rockefeller”, que “converteram grande parte de suas fortunas em fundações destinadas à promoção do bem público”, mais uma vez, “Ford”, que, “elevando salários e reduzindo preços por sua livre iniciativa, estabeleceu um conceito de industrialismo tão diverso do que prevalecia entre os patrões do século XIX quanto a linha de montagem diferia da rudimentar mecanização que êles utilizavam” e os próprios “sindicatos” e “legislação inteligente” que fizeram “a saúde, e a segurança do trabalhador se acham hoje convenientemente protegidas”. Concluiu, assim, que a sociedade estadunidense havia superado suas contradições em função das transformações operadas no campo da indústria e do trabalho.

A chave da argumentação desta narrativa para nós talvez está na afirmação “o mais poderoso agente de tôda essa transformação tenha sido a

---

<sup>125</sup> Segundo *Seleções*, jornalista que integrou o corpo de redatores da *Harper's Magazine* em 1923 e ocupou desde 1941 o posto de redator-chefe da revista, além de publicar livros na área de história social, *Only Yesterday* e *Since Yesterday*.

<sup>126</sup> ALLEN, Frederick Lewis. *A Grande Transformação. Seleções*, Tomo XIX, n° 100, mar. 1951, pp. 50-54.

descoberta lógica da produção em massa”, pois “já ficou provado, por exemplo, ser mais vantajoso produzir a mesma espécie de alimento, vestuário, etc. para todos, do que produzir artigos de luxo para uns poucos e de terceira classe para o resto; ficou provado que a prosperidade aumenta com a eliminação das barreiras entre as classes”. Como Lewis Galantière, Frederick Allen sugeriu que a produção em larga escala promovia a eliminação das barreiras entre as classes. Logo, para ambos autores, uma sociedade melhor. Descobrimos uma proposta para alimentação articulada através do ator social homem de negócios, por mais óbvia que possa parecer, *a produção de comida em larga escala*.

Cabia ao homem de negócios produzir e empreender inovações no setor alimentar, mas de maneira que seguisse a lógica da economia de escala, pois quanto maior a produção, menor o custo médio do produto final. A história do texano Gail Borden é um bom exemplo de homem de negócios na indústria alimentar. Ele abriu uma fábrica de biscoito de carne na metade do século XIX e, trabalhando no “seu laboratório no porão do *Brooklyn*”, descobriu como fazer leite condensado. Deixou sua marca na indústria moderna de laticínios, não só nos Estados Unidos, pois o artigo que nos apresenta sua história em *Seleções* conta que ficou conhecido como “leiteiro do mundo”<sup>127</sup>, produtor de leite para as massas. Percebemos a proposta da produção alimentar em larga escala situada na proposição do *fordismo*, sistema de produção em massa, de um lado, e do consumo de massas, do outro, através da racionalização, padronização e simplificação da produção. Não é por acaso que a revista citou tanto Henry Ford em suas narrativas, já que foi o *businessman* criador da lógica fordista, no início do século XX<sup>128</sup>.

Da mesma forma, o “leiteiro do mundo”, Gail Borden, encontrou a fórmula perfeita para que a indústria passasse a produzir, ou melhor, cozinhar, um leite à vácuo, que podia ser distribuído em qualquer lugar do mundo, especialmente útil para as rações de guerra. Aliás, aqui vale fazermos uma breve dobra no tempo para entender um aspecto relevante sobre o funcionamento da produção de alimento em larga escala pela indústria. A técnica do leite condensado fez parte de um conjunto de invenções da indústria alimentícia, que aconteceu a partir do século XVIII,

---

<sup>127</sup> MATCH, Richard. O Inventor do Leite Condensado. *Condensado Advertising Project. Seleções*, Tomo XXIV, nº 140, out 1953.

<sup>128</sup> Na Figura 3, por exemplo, vimos uma seção de condensação literária sobre a história da empresa e família Ford.

particularmente entre Europa e Estados Unidos, com vistas a tornar o abastecimento alimentício das cidades em expansão viável e, principalmente, conservável, dada a falta de sistemas populares de refrigeração. A fórmula de Gail Borden foi copiada pelos irmãos de negócios estadunidenses Charles e George Page, onde criaram, na Suíça, ainda no final do XIX, a *Anglo-Swiss Condensed Milk Co.*, que se fundiu com a *Cia Nestlé* em 1905. Aplicando métodos fordistas em suas indústrias, a *Nestlé* logo se tornou uma gigante no setor alimentício mundial, de maneira que talvez ela passou a ser “o leiteiro do mundo”, delimitando, assim, aquilo que discutimos como *outside meaning* nas escolhas individuais.

Nos anos 1950, a indústria brasileira já incorporava o padrão norte-americano de industrialização, da estrutura produtiva à organização do trabalho fordista. Costurado na ideia de desenvolvimento nacional, arrastava-se sobretudo desde a década de 1930, como narrou a revista *Observador Econômico e Financeiro*, em 1936, “ao lado do “homem do café”, o paulista e o mineiro que lhe decidam, soberanamente o destino, surge o industrial urbano e, pouco depois, o gaúcho enriquecido pelos negócios da pecuária e dos cereais (...) a evolução histórica do Brasil evoca a dos Estados Unidos”<sup>129</sup>. A ideia encontrou catalise nas mãos de Juscelino Kubitschek, presidente do país entre 1956 a 1960, considerado para muitos contemporâneos da época como agitador da “revolução industrial brasileira”<sup>130</sup>.

Além disso, desde a década de 1920 indústrias estrangeiras se instalaram no país, muitas delas alimentícias, como a *Nestlé*<sup>131</sup>, a *Coca-Cola*

---

<sup>129</sup> BELLO, José Maria. O sentido econômico na história do Brasil. *O Observador Econômico e Financeiro*, Ano I, nº 2, mar.1936.

<sup>130</sup> MOREIRA, Vania Maria Losada. *Os anos JK: industrialização e modelo oligárquico de desenvolvimento rural*. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucília de Almeida N (orgs). *O Brasil Republicano: o tempo da experiência democrática 1945/1964*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, pp. 169.

<sup>131</sup> Em 1921, a *Nestlé* compra a fábrica de *Louis Nougés* e seus sócios, e traz para a cidade de Araras o suíço Rudolf Streit, que “além de iniciar a fabricação do leite condensado *Milkmaid* com matéria-prima brasileira, implanta, anos mais tarde, outras fábricas nas cidades de Barra Mansa, Araraquara e Porto Ferreira”. Ver em: OLIVEIRA, Débora Santos de Souza. *A Transmissão do conhecimento Culinário no Brasil Urbano do século XX*. Dissertação em História Social. São Paulo: USP, 2010, pp. 86, 87.



<sup>132</sup>, a *Maizena Duryea*<sup>133</sup>, entre outras. Após o suicídio do presidente Getúlio Vargas, em 1954, a *Instrução 113* da *Superintendência da Moeda e do Crédito* possibilitou para as multinacionais terreno favorável no Brasil<sup>134</sup>. Isso significou maior produção em massa de bens industrializados no país, mas também nos revela que a primeira e principal proposta para alimentação de *Seleções* se encontrava fora das páginas, em curso.

\*

Já que os homens de negócios, segundo as narrativas, estruturavam a “eliminação das barreiras entre as classes”, Frederick Allen explicou o que esta significava na prática: “atualmente, tôdas as mulheres, seja qual fôr o seu nível econômico, usam meias de *nylon*. O rico fuma a mesma qualidade de cigarros que fuma o pobre, faz a barba com a mesma espécie de navalha, possui em casa idênticos aparelhos de iluminação e aquecimento”. De forma semelhante expressou Lewis Galantière: “nos Estados Unidos tanto chefes quanto os operários dispõem de automóveis, banheiros, aparelhamento elétrico de cozinha, telefone e horas de lazer. Ambos comem praticamente a mesma coisa e são atendidos por médicos e

---

<sup>132</sup> Segundo o site oficial da empresa, a *Coca-Cola* fabricou em 1941 na cidade de Recife, base militar americana, o primeiro refrigerante, utilizando as instalações da fábrica de água mineral *Santa Clara*. A primeira fábrica oficial foi inaugurada em São Cristóvão em 1942 e em 1945 foi estabelecido o sistema de franquia, *Industrial de Refrescos do Rio Grande do Sul* e a *Spal Indústria Brasileira de Bebidas*, de São Paulo. Ver em: COCA-COLA. *Linha do tempo: conheça a história da Coca-cola Brasil*. Artigo online, 24 de maio 2016. Disponível em: <<http://www.cocacolabrazil.com.br/sobre-a-coca-cola-brasil/a-historia-da-coca-cola-brasil>>. Acesso em 17 mai 2017.

<sup>133</sup> Segundo site oficial da empresa, atualmente parte do complexo *Unilever*, o amido de milho *Maizena* até 1927 era produzido nos Estados Unidos e embalado no Brasil. Em 1930, passou a ser produzido pela *Refinações de Milho Brasil*, subsidiária da *Corn Products Company*, grupo norte-americano que comprou a *Duryea*. Ver em: UNILEVER. *História completa de Maizena*. Centro de História *Unilever*. Disponível em: <<https://www.unilever.com.br/about/historia-das-marcas/maizena/>>. Acesso em 17 maio 2017.

<sup>134</sup> A *Instrução 113* da SUMOC é “considerada como o mais importante marco institucional que orientou a economia brasileira para a sua internacionalização, acenando para o capital estrangeiro com um ambiente amigável e favorável à entrada no País”. Ver em: CAPUTO, Ana Cláudia and MELO, Hildete Pereira de. *A industrialização brasileira nos anos de 1950: uma análise da instrução 113 da SUMOC*. *Estud. Econ.*, vol.39, n.3, 2009, pp.513-538.

dentistas formados pelas mesmas faculdades”. Segundo os autores, o significado da ausência das diferenças entre as classes, provocada pela indústria, era a realidade otimista que todas as pessoas experienciariam e consumiriam os *mesmos* serviços e as *mesmas* coisas. A palavra “mesma”, retomada pelas narrativas, conduz nosso raciocínio para uma segunda proposta para alimentação, caracterizada como *homogeneização*.

A ideia de uma sociedade sem classes, onde tanto ricos quanto pobres “comem praticamente a mesma coisa”, pode ser interpretada novamente em comparação com a Europa, por se opor à alta gastronomia edificada nesse continente nos séculos anteriores. De fato, Harvey Levenstein discute que as diferenças entre as classes em relação ao que os estadunidenses comiam começaram a tornar menos distintas a partir de 1920, mas não significou que elas não se mantiveram de outras formas (as diferenças passaram a se encontrar mais onde elas comiam e com quem comiam)<sup>135</sup>. Contudo, o alimento, nossa necessidade primal (não comer é morrer), parece ter absorvido um novo sentido para o *outside meaning* do contexto de Guerra Fria.

Quanto mais industrial e massiva era a comida de uma sociedade, como estamos vendo na perspectiva de *Seleções*, mais democrática e “sem classes” ela seria. Ou seja, os alimentos estavam na fervura das disputas políticas entre o capitalismo e o comunismo. Harvey Levenstein assinala como, nesse período, a “alimentação industrial, os aparelhos eletrodomésticos e os supermercados” eram o centro das exposições financiadas e organizadas pelo governo estadunidense em outros países “destinadas a impressionar os estrangeiros com a apresentação das realizações do capitalismo americano”<sup>136</sup>. Em 1959, por exemplo, o vice-presidente Richard Nixon participou de um debate com Nikita Khrushchov, em Moscou, numa das cozinhas da exposição dos Estados Unidos, equipada com aparatos modernos, tornado o episódio conhecido como *Kitchen Debate*<sup>137</sup>.

---

<sup>135</sup> LEVENSTEIN, Harvey. Op. Cit. pp. 28.

<sup>136</sup> LEVENSTEIN, Harvey. *Dietética contra gastronomia: tradições culinárias, santidade e saúde nos modelos de vida americanos*. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. Op. Cit. pp. 839.

<sup>137</sup> O debate aconteceu em 24 de julho de 1959, na abertura da *American National Exhibition* no Sokolniki Park, em Moscou. Richard Nixon e Nikita Khrushchev discutiram sobre os méritos do capitalismo e do comunismo. O interessante é que ambos não focaram os argumentos no poder militar, mas nas inovações tecnológicas

Na sociedade estadunidense, grandes conglomerados industriais se formaram entre 1920 e 1930, criando bens de consumo especiais para a cozinha doméstica, sejam eles aparelhos ou alimentos. Mas o que levava os comedores do país à comerem a *mesma* comida, estava mais relacionado com propagandas dos industriais do que com a produção em larga escala de suas instalações. Segundo Harvey Levenstein, haviam duas importantes forças homogeneizadoras dos hábitos nos Estados Unidos, os ensinamentos de economia doméstica e os *cookbooks*, ambos muitas vezes financiados pela indústria. Os cursos de economia doméstica divulgavam os conhecimentos dos *cookbooks*, os quais imprimiram receitas consideradas universais, para todas as classes, locais geográficos, climas urbanos ou rurais. Ali, as diferenças regionais quase não eram levadas em conta e as receitas eram pensadas para um mercado de massas, utilizando produtos de massas.

Se procurarmos em *Seleções* indícios que revelem estas forças homogeneizadoras, encontramos nas suas propagandas de alimentos processados pequenos *cookbooks* e receitas para as leitoras. Veremos o que alguns exemplos pinçados entre as propagandas de alimentos da revista de janeiro de 1950 e dezembro de 1959 tem para nos dizer.

A *Companhia Maizena Duryea*, cujo principal produto era o amido de milho *Maizena*, quase sempre inseria em sua publicidade a distribuição gratuita de seus *cookbooks*, bastando a leitora enviar uma carta de pedidos, como vemos na Figura 8, “Agora sim! Sugestões Maizena resolvem o seu problema. Uma valiosa coletânea de receitas úteis, econômicas e saborosas inteiramente grátis”<sup>138</sup>.

A *Companhia Standard Brands of Brazil*, que tinha como carro chefe o fermento *Royal*, também ofertava para as leitoras o “Livro de Receitas Royal”. Além disso, veiculava as próprias receitas em anúncios

---

que estavam construindo em seus países. Richard Nixon apontou o número de escolhas de bens de consumo como evidencia da superioridade do capitalismo, “to make the life of our housewives easier” falou (para tornar a vida das donas-de-casa mais fácil) . Nikita Khrushchev replicou, “Don’t you have a machine that puts food into the mouth and pushes it down? Many things you have shown us are interesting but are not needed in life” (Você não tem uma máquina que coloca comida na boca e empurra para baixo? Muitas coisas que você nos mostrou são interessantes mas não são necessárias na vida). O debate pode ser visto *online*, em: <<https://www.c-span.org/video/?110721-1/nixonkhrushchev-kitchen-debate>>.

Acesso 02 ago. 2017. Ver também em: LEVENSTEIN, Harvey. Op. Cit.

<sup>138</sup> ANÚNCIO Amido de Milho, *Maizena Duryea. Seleções*, Tomo XXIV, nº 138, jul.1953, páginas publicitárias.

atraentes, como vemos na Figura 8. Na década de 1950 foram ensinadas na revista, por exemplo, *Bôlo Rubro*, *Bôlo Favorito* (Figura 8), *Bôlo de Luar*, *Bôlo Royal*, *Biscoitinhos Cuques*, *Rocambole*, *Bôlo de Bananas*, *Torta Pará*, *Bôlo Primavera*, *Bôlo Fantasia*, *Rôscas Fritas* (doughnuts), *Pão-de-ló com 4 ovos*, *Pizza Royal*, *Bôlo de chocolate*, *Petit-Fours Caseiros*, *Bôlo Dourado Recheado*, *Bôlo de Natal*, *Pão-de-ló Recheado*, *Pão de Minuto*, *Bôlo de Presunto com Molho de Queijo*, *Panquecas Enroladas*, *Empadinhas de Palmito*, *Massa para Pastéis e Panquecas*<sup>139</sup>.

Figura 8: Anúncio Maizena e Anúncio Royal

The image consists of two side-by-side advertisements. The left advertisement is for Maizena, titled "AGORA SIM! Sugestões MAIZENA". It shows a woman holding a large recipe book filled with various food illustrations. Text on the ad includes "resolve o seu PROBLEMA. Uma valiosa coletânea de receitas uteis, econômicas e saborosas INTEIRAMENTE GRATIS." and "Para hoje mesmo o seu exemplar do novo livro Sugestões MAIZENA". At the bottom, there is a coupon for a free sample of Maizena. The right advertisement is for Royal, titled "Este bolo não tem segredo...". It shows a woman in a white dress pointing towards a large, multi-layered cake on a platter. Below the cake is a tin of Royal brand flour. Text on the ad includes "Basta seguir a Receita Royal!" and "sôlo favorito". At the bottom, there is a list of recipes and ingredients for various cakes and pastries.

Fonte: ANÚNCIO Amido de Milho, *Maizena Duryea*. *Seleções*, Tomo XXIV, nº 138, jul.1953, páginas publicitárias. ANÚNCIO Fermento Royal, *Standard Brands of Brazil*. *Seleções*, Tomo XIX, nº 113, jun. 1951.

Por sua vez, a *Companhia Nestlé*, apresentava nas propagandas da revista frequentemente receitas com seu leite condensado, como *Sorvete*, *Bala de Doce de Leite*, *Bolo de Aniversário*, *Pudim*, *Rabanadas*, *Cocada* e

<sup>139</sup> Os nomes das receitas foram rastreados dos anúncios da marca *Standard Brands of Brazil*, selecionadas de *Seleções* de janeiro de 1950 a dez, 1959. Ver Anexo I.



pois percebe em alguns planos de ensinos a convivência de receitas antigas da doçaria brasileira com as novidades consideradas modernas, como *sandwiches* e *cocktails*. Compreende também que havia uma busca, nas outras regiões do país, em superar a culinária rural pela modernidade culinária, “sai o aulá e entram os *cocktails*; o pernil pururuca com mandioca cozida dá lugar aos *filets pompadour* e batatas assadas *petit pot*”<sup>142</sup>.

Esta reflexão é notável nas receitas do fermento *Royal* e do leite condensado *Moça* que rastreamos em *Seleções*, pois elas parecem dialogar com esta culinária considerada moderna, por exemplo, nas receitas de *Rôscas Fritas (doughnuts)*, *Pizza Royal*, *Petit-fours Caseiros*, *Bôlo de Natal*, *Panquecas*, *Sorvete*. As marcas também incorporavam às receitas “clássicas” da culinária brasileira o novo ingrediente industrial, como no *Pão-de-ló*, *Rocamboles*, *Empadinhas*, *Pudim*, *Doce-de-leite*, *Cocada* e *Rabanada*. Ou então inseriam nas receitas produtos industriais, como “frutas em calda enlatadas”, “bolachas Maria” e “vidros de geléia”. No limite, criavam novas receitas a partir de seus produtos, como a *Pizza Royal*, *Bôlo Royal* e o *Pudim de Leite-Moça*, *Bolo de Nescau*, *Bolo de Nescafé*, *Cobertura Nestlé*, estes impressos no livreto da Figura 9.

Encontramos poucos indícios de comidas regionais em *Seleções*, alguns deles foram o “Chimarrão Gaúcho”, nas propagandas de erva-mate da marca *Moinhos Unidos Brasil-Mate S.A.*, que aparece apenas em junho, julho e agosto de 1958, a *Torta Pará*, receita do *Fermento Royal* que continha castanhas do pará entre os ingredientes, impressa em Outubro de 1953 e Abril de 1954. Nenhuma receita veiculada na revista apresentou a farinha de mandioca ou o fubá, farinhas da cultura alimentar colonial brasileira, como ingredientes de preparo<sup>143</sup>. Grande parte das receitas de bolos ou massas tinham como base a farinha de trigo branca ou o amido de milho industrializado (*Maizena*), acompanhados de ingredientes simples, creme de leite, leite, manteiga, e outros elaborados, morangos, baunilha, cerejas. Muitas vezes, estas farinhas e ingredientes poderiam ser

---

<sup>142</sup> Ibidem, pp. 30.

<sup>143</sup> Discutindo Luís Câmara Cascudo e Gilberto Freyre, Henrique Carneiro aponta sobre os complexos alimentares coloniais da história alimentar brasileira, resumido em dois, “o litorâneo da mandioca e do peixe e o sertanejo do milho e do porco. Duas farinhas são protagonistas, a mandioca e milho. No litoral, pirão, tapioca, mingau, moqueca. No sertão angü fubá, cuscuç, etc”. Mais em CARNEIRO, Henrique. *Comida e Sociedade*. Uma história da alimentação. 7<sup>o</sup> edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003, pp. 157.

insuficientes, dada a extensão do território brasileiro, indisponíveis, dada as diferenças climáticas e sazonais ou não serem produzidas no país. Revelam-nos, assim, sobre a superação dos limites sazonais, geográficos e culturais da comida industrial.

Estas receitas, que escorriam entre outras mídias, com a ajuda dos ensinamentos técnicos, talvez colaboraram para a homogeneização de aspectos da cultura alimentar brasileira, não necessariamente na década de 1950, mas no processo histórico que esta década se encontra. Novamente, estamos pensando que estas forças homogeneizadoras faziam parte da edificação do *outside meaning* no país. Débora Oliveira, analisando as receitas de pudim, arroz doce e bolo de milho, clássicos da culinária brasileira ao longo do século XIX, conclui que no início do XX ainda haviam uma gama de técnicas e sabores destes pratos. Com o passar dos anos, eles foram reduzidos à poucas receitas cujo ingrediente chave é o leite condensado industrializado, talvez indo ao encontro das orientações divulgadas pela publicidade da marca *Nestlé* que rastreamos. Ou seja, as forças homogeneizadoras chegaram no *inside meaning* da cultura, não significando que seus efeitos azedaram por completo as particularidades culinárias regionais.

Aqui, vale trazeremos uma reflexão de Claude Fischler, intelectual importante nos estudos sobre nossa alimentação. Para ele, na modernidade alimentar, “os velhos ecossistemas domésticos diversificados deram lugar a outros, hiperespecializados ou hiper homogeneizados”, que, se tinham como objetivo o efeito de aumentar o repertório alimentar e diminuir a repetitividade da tirania dos calendários locais, provocaram igualmente uma homogeneização, já que diversas regiões e até continentes, passaram a produzir ou comercializar os mesmos produtos alimentícios<sup>144</sup>.

\*

Se os recursos produzidos pelos homens de negócios chegavam nas cozinhas, através de propagandas ou alimentos industriais, que sentido o contraponto deles, as mulheres, tinham em *Seleções*? A Figura 8 ilustra, por exemplo, duas personagens femininas encantadas com as receitas e os livros das marcas, exibindo feições alegres e receptivas. Quando afirmo que os

---

<sup>144</sup> FISCHLER, Claude. *Gastro-nomia y gastro-anomia*. Sabiduría del cuerpo y crisis biocultural de la alimentación contemporánea. In: CONTRERAS, Jesús. Alimentación y cultura: necesidades, gustos y costumbres. Espanha: Universitat de Barcelona, Facultade de Biologia, 1995.

anúncios com receitas ou os *cookbooks* eram destinados especificamente à leitoras é porque utilizavam expressões e *slogans* como, “seus filhos virão correndo”<sup>145</sup>, “suas amigas terão olhos de festa”<sup>146</sup>, ou simplesmente se referiam à ela como “senhora”.

A abordagem das propagandas apenas segue o fluxo narrativo que as mulheres ocupavam na maioria das páginas da revista, relacionado ao universo doméstico, ou melhor, inspirado na abstração da *american housewife*<sup>147</sup>. Desde meados dos anos 1920 os publicitários norte-americanos (como já vimos a maioria das agências brasileiras eram norte-americanas) perceberam a importância da mulher nas decisões da família. Muitas revistas estadunidenses emergiram naquela década voltadas para o público feminino com objetivo de as orientar nos seu papel doméstico, como *Ladies' Home Journal*, *Good Housekeeping*, *Delineator and Woman's Home Companion*, *Better Homes and Gardens*, entre outras<sup>148</sup>. Encontramos condensações de artigos de muitas destas revistas em *Seleções*, que curiosamente imprimiu na capa em algumas edições dos anos 1950 o *slogan* “*Seleções* - a revista que leva o mundo ao seu lar”.

Enquanto a conduta do homem de negócios era trabalhar para fundar o sucesso, administrando uma indústria de enlatados, por exemplo, a representação da mulher era administrar os serviços do lar, ou, como disse a revista estadunidense *The American Home* em setembro de 1939, "Hitler threatens Europe—but Betty Haven's husband boss is coming to dinner, and

---

<sup>145</sup> ANÚNCIO Fermento Royal, *Standard Brands of Brazil. Seleções*, Tomo XXIII, nº 132, jan. 1953, páginas publicitárias.

<sup>146</sup> ANÚNCIO Fermento Royal, *Standard Brands of Brazil. Seleções*, Tomo XXIV, nº 138, jul. 1953, páginas publicitárias.

<sup>147</sup> Segundo Harvey Levenstein, a mulher “dona-de-casa” estadunidense encontrou ressonância no país durante a Grande Depressão, na década de 1920, quando os laços familiares foram reforçados para não se fragmentarem pela crise econômica. O cinema, as revistas e especialmente as novelas de rádio populares reafirmaram os tradicionais valores familiares do que consideravam “the real America”. Na mesa de jantar, estes valores eram visíveis e a mãe, que preparava a comida, era central para essa afirmação. “Home cooking was place on the uppermost of the domestic pedestals. The kitchen was “women’s sacred domain”, said a typical cookbook (...)”. Ver em: LEVENSTEIN, Harvey. *Paradox of Plenty. A Social History of Eating in Modern America*. NY: Oxford Press, 1996, pp. 30, 31.

<sup>148</sup> LEVENSTEIN, Harvey. Op. Cit. pp. 32.



that's what really counts!"<sup>149</sup>. A propaganda da *General Electric*, na Figura 10, ilustra o cultivo do papel delas, já que na ideia do que seria “24 horas na vida da mulher”, criou a pequena história de uma mulher e sua casa, cercada por eletrodomésticos. Em cada imagem do anúncio, a personagem desfruta as facilidades das tecnologias modernas, para que pudesse relaxar na poltrona lendo revistas ou sentar no chão de pernas para o ar.

Porque será que as mulheres precisavam do tempo e do conforto que as tecnologias possibilitavam? Diferente da ilustração do anúncio da *General Electric*, Daniel Bell, um dos teóricos do positivismo tecnológico, mostrava, em um dos raros momentos da revista, o lado oculto delas. As mulheres americanas estavam operando uma revolução social, “em 1940, só 15% das mulheres americanas casadas pertenciam ao contingente de trabalhadores, mas em abril de 1956, 30% das mulheres casadas tinham emprego”<sup>150</sup>. Ou seja, as tecnologias domésticas possivelmente emergiam também para facilitar a vida das mulheres diante da jornada dupla do trabalho e do lar. Afinal, apesar da revolução social em curso, os afazeres domésticos ainda eram destinados à elas.

Mesmo que o artigo se posicionasse favorável à presença das mulheres no contingente dos trabalhadores, trazia debates como: a “compensação” de ter mulheres no mercado, “as mulheres ganham geralmente menos que os homens”; o “aspecto sexual, problema que outrora os encarregados do pessoal temiam que surgisse com frequência” mas que não chegou a ter tanta importância; e as “diferenças fisiológicas” pois “companhias” verificaram que as mulheres têm os cotovelos mais para dentro do que os homens, têm pernas mais curtas porém troncos mais compridos, dedos mais longos e polegares mais curtos” e o “ângulo do cotovelo permite às mulheres maior liberdade nos movimentos circulares das mãos, ao passo que as pernas curtas e os troncos compridos tornam mais fáceis os serviços que dependem de curvar o corpo”. Afirmava no final, “pode ser que, com o aumento de renda e uma nova compreensão do lazer, que vão surgindo, a mulher casada chegue novamente à conclusão de que só o marido deve trabalhar”.

O artigo revela, portanto, que nem todas as mulheres do mundo estavam fora do universo dos negócios, mas no geral apareciam em

---

<sup>149</sup> “Hitler ameaça a Europa - mas o marido de Betty está vindo para o jantar, e é isso que realmente importa!”. Idem.

<sup>150</sup> BELL, Daniel. Aumenta o Contingente de Mulheres que trabalham. Condensado de *Fortune. Seleções*, TomoXXXI, nº 180, jan. de 1957, pp. 40.

*Seleções* muito mais como as coadjuvantes do lar, questionando ainda o papel que poderiam ocupar fora deste. Contudo, o lar estava mudando. Os produtos industrializados popularizavam novos léxicos na linguagem da alimentação e *Seleções* testemunhava isso.

Figura 10: Anúncio *General Electric* “24 horas na vida de uma mulher”



A figura se trata de uma colagem, pois a propaganda original tem várias páginas. Fonte: ANÚNCIO *General Electric*. *Seleções*, Tomo XXXI, nº 188, ago. 1957.

O que fazer com a carne enlatada, com o fermento em pó, com o amido de milho, com o leite condensado ou com o feijão pronto? Que tipos de pratos eram possíveis de preparar num fogão a gás, numa batadeira ou num liquidificador? Como funcionaria uma cozinha com geladeira? Para que serviria o papel filme, alumínio ou celofane? Como limpar as panelas de alumínio? Possivelmente as donas de casa passaram a se perguntar. A fim de responder, no entanto, não podiam recorrer às suas mães, avós ou bisavós, como as tradições culinárias de todas as culturas humanas até então fizeram. Era preciso uma nova inteligibilidade e uma nova orientação.

Talvez, a publicidade e as revistas como *Seleções* estavam lá para ajudar. Os homens de negócios, para solucionar os novos problemas.

Estamos já discutindo uma terceira proposta para alimentação, que, além de reafirmar o papel da mulher como doméstica, contraponto aos homens de negócios, incluía novos produtos e técnicas para a cozinha delas, ressignificando antigos ingredientes e receitas. Muitas vezes faziam vários destes desaparecer, dando espaço para o que era considerado moderno. Esta proposta, que podemos pensar através do termo *american housewife*, era difundida principalmente pela publicidade, presente também em centenas de outras mídias. Se lembrarmos a discussão que realizamos no primeiro capítulo com Nelson Sodré sobre a imprensa brasileira da década de 1950, a crise do papel acabou tornando a publicidade uma das principais fontes de financiamento para os impressos, especialmente a publicidade estrangeira. Além disso, muitas dessas propagandas também circulavam em outras revistas populares nacionais, especialmente na mais lida do Brasil, a revista semanal *O Cruzeiro*.

\*

Como estamos vendo, se num primeiro momento, consideramos que o fluxo narrativo de *Seleções* abordava as mulheres como coadjuvantes, poderíamos aqui na pesquisa as perceber como protagonistas. Afinal, a relação entre os homens de negócios e as mulheres era profunda já que eles possibilitavam as estruturas materiais para elas sobreviverem na vida moderna.

Podemos questionar, por exemplo, onde elas encontrariam os novos produtos industrializados para suas cozinhas? *Seleções* apresentava os locais ideais: supermercados ou grandes empórios. Os supermercados, gestados pelos homens de negócios de sucesso, como o Sr. Richard Roberts, dono do “*Super Mercados Americanos Ltda*”, que tinha sistema de auto-serviço, o “famoso método americano”<sup>151</sup>. Os empórios, ou lojas, como o do admirável Charles Harrod, que comprou o armazém de secos e molhados do vilarejo de Knightsbridge, em Londres, fundando a *Harrods*, “o empório mais maravilhoso do mundo”<sup>152</sup>, onde passavam 25.000 fregueses por dia.

---

<sup>151</sup> ANÚNCIO Caixas Registradoras National S.A. *Seleções*, Tomo XXIII, nº 136, mai. 1953, páginas publicitárias.

<sup>152</sup> PLIMMER, Denis e Charlotte. O empório mais maravilhoso do mundo. Condensado *The Montrealer*. *Seleções*, Tomo XXVIII, nº 171, abr. 1956, pp. 80-84.

Ambos os locais eram estimados pelas narrativas como fantásticos e revolucionários, por exibirem nas estantes o universo do consumo. Podemos os entender como outra proposta para alimentação, resumida como *consumo em supermercados ou grandes empórios*. O artigo “Porque Florescem os Supermercados” reforçava, “a revolução do supermercado está desarraigando hábitos de compras multicentenários do Rio de Janeiro a Tóquio e de Los Angeles a Estocolmo”, pois haviam muitas “vantagens desses gigantescos palácios de mantimentos de auto-serviço, onde o freguês empurra uma cesta de compras com rodas por entre filas de tentadores produtos alimentícios, empilhados em prateleiras baixas, ao alcance da sua mão”<sup>153</sup>.

Figura 11: Anúncio Caixas Registradoras para sistema de Auto-Serviço em Super Mercado

The figure consists of two side-by-side advertisements for National S.A. cash registers. The left advertisement is titled "Também na Paulicéa" and features a black and white photograph of a supermarket interior with customers and staff. Below the photo is a portrait of a man in a suit. The text in Portuguese describes the benefits of the National cash register system for self-service supermarkets. The right advertisement features a larger photograph of a supermarket interior. Below it is another portrait of a man. The text continues to describe the National system's advantages. Both advertisements include the National logo and contact information for National S.A. in Rio de Janeiro.

Fonte: ANÚNCIO Caixas Registradoras National S.A. *Seleções*, Tomo XXIII, nº 136, mai. 1953. ANÚNCIO Caixas Registradoras National S.A. *Seleções*, Tomo XXII, nº 142, nov. 1953.

Os supermercados se tornaram um dos símbolos da abundância do

<sup>153</sup> BLOCK, Jean Libman. Porque florescem os supermercados. Condensado *American Business*. *Seleções*, Tomo XXVIII, nº 172, dez. 1956, pp.111.

sistema econômico defendido pelos Estados Unidos, proporcionando uma experiência “tentadora”, como contou o artigo. Inclusive, para o governo estadunidense, os supermercados eram considerados o triunfo de seu estilo de vida. Por exemplo, um ano depois do *Kitchen Debate*, que vimos anteriormente, Nikita Khrushchev, em visita aos Estados Unidos, foi então levado para conhecer um Super em São Francisco, na Califórnia<sup>154</sup>. Ali, ele podia ver a facilidade de acesso a aparente diversidade de alimentos, já que os supermercados que funcionavam no país desde os anos 1930<sup>155</sup>.

Para os brasileiros nos anos 1950 os supermercados expressavam ainda novidade, habituados à compras em mercearias e quitandas, onde o dono do estabelecimento entregava ao cliente o produto, geralmente à *granel*. Encontram-se divergências bibliográficas sobre o primeiro supermercado do Brasil, se foi a loja em São José dos Campos da *Tecelagem Parahyba* em janeiro de 1953<sup>156</sup> ou o *Sirva-se S.A.* instalado em 24 de agosto de 1953, na Rua da Consolação, em São Paulo<sup>157</sup>. Enquanto a propaganda citada considerou que o “*Super Mercados Americanos Ltda.*”, em São Paulo, fora o primeiro. Na Figura 11, podemos ver a fotografia de dois estabelecimentos de Super Mercados em São Paulo, anunciados por estarem utilizando o sistema de Auto-Serviço das *Caixas Registradoras National*. O primeiro, localizado na rua 13 de maio e o segundo, localizado na rua Formosa, 387.

Sabemos que outros supermercados emergiram nas capitais brasileiras nos próximos anos, mas só na década de 1960 atingiram um público mais amplo. Possivelmente os brasileiros que faziam compras continuaram a frequentar quitandas e mercearias ao longo dos anos 1950 e possivelmente nas décadas seguintes. Embora talvez com relativo mais acesso aos alimentos industrializados, visto que muitas fábricas destes estavam ativas no país há algumas décadas, provavelmente melhorando seu sistema de distribuição.

---

<sup>154</sup> LEVENSTEIN, Harvey. Op. Cit. pp. 114.

<sup>155</sup> A ideia do supermercado emergiu na Califórnia, materializada especialmente após a Grande Depressão através de franquias. Em 1956, os armazéns independentes de esquina, mesmo ainda visíveis, eram uma relíquia do passado. Os supermercados somavam 62% das vendas dos Estados Unidos. Ver: LEVENSTEIN, Harvey. Op. Cit. pp. 113, 114.

<sup>156</sup> 40 ANOS de Supermercados no Brasil. ABRAS: São Paulo, 1993.

<sup>157</sup> VAROTTO, Luís Fernando. *História do Varejo. Ponto de Vista*, v. 5, nº 1, fev-abr. 2006, pp. 86.

Correlacionado à proposta dos supermercados, encontramos a discussão de Anna Cristina Figueiredo sobre os produtos industrializados passarem a incluir diferentes camadas sociais no curso dos anos 1950. Os anúncios veiculados na publicidade brasileira da década, estudados pela autora, incluíram personagens até então ausentes ou raros<sup>158</sup>. As propagandas de *Nescafé*, da *Cia Nestlé*, em *Seleções*, indicam essa inclusão. A campanha publicitária de 1956 representava um homem de gravata, uma dona-de-casa, um trabalhador de fábrica, um fiscal de “fusos que tecem”, acompanhados de mensagens como, “o trabalho é “puxado” e quase não há tempo para respirar... mas, exatamente nesse intervalo (...) você pode fazer e tomar, em menos de 1 minuto, um gostoso cafézinho (...)”<sup>159</sup>. Os segmentos rurais também se encontravam na revista, através de propagandas como da geladeira *Gelomatic* que anunciava, “Refrigeração mesmo no sertão!”<sup>160</sup>, como comentamos no capítulo anterior.

As inclusões não significam que todas camadas sociais tivessem condições financeiras para de fato consumir, mas podemos compartilhar sobre a difusão de uma nova ideia de ascensão social, que, apesar de relacionada ao esforço individual, passou a depender, em grande medida, do padrão de consumo. Assim, “para que alguém fosse capaz de galgar degraus da hierarquia social, não bastavam empenho e dedicação. Era também crucial trocar seu velho *Westclox*, ingerir o alimento *Milo* e perfumar-se com os produtos *Typon*”<sup>161</sup>.

Os supermercados talvez organizavam esta ideia num espaço físico, dispondo-a em prateleiras. Afinal, em cada estante, uma marca estaria pronta para ser escolhida, os “tentadores produtos alimentícios, empilhados em prateleiras baixas, ao alcance da sua mão”<sup>162</sup>. Os produtos, símbolos de distinção social, organizavam-se em meio a abundância de possibilidades para a experiência do gosto e dos sentidos. As marcas, ou

---

<sup>158</sup> Na revista *Propaganda*, de março de 1956, Orígenes Lessa confessou, por exemplo, sobre o tempo árduo para venda de refrigeradores, mas que “hoje, vende-se num mês os refrigeradores que se vendiam num ano ou mais”. Ver: FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. Op. Cit. pp. 51.

<sup>159</sup> ANÚNCIO Café Solúvel Nescafé, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXVIII, nº 169, fev. 1956, páginas publicitárias.

<sup>160</sup> ANÚNCIO Geladeira Gelomatic, Cia IBESA. *Seleções*, Tomo XXVIII, nº 168, jan. 1956, páginas publicitárias.

<sup>161</sup> FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. Op. Cit. pp. 96.

<sup>162</sup> BLOCK, Jean Libman. Porque florescem os supermercados. Condensado *American Business*. *Seleções*, Tomo XXVIII, nº 172, dez. 1956, pp.111.

*brandings*, proporcionavam a “tentação”.

Na história da alimentação, especialmente de matriz europeia, as elites sociais usaram constantemente a comida como um meio entre muitos outros de se diferenciar dos demais<sup>163</sup>. Um dos autores que explorou a alimentação enquanto dispositivo de diferenciação social no processo civilizatório e que merece ser apontado é Norbert Elias<sup>164</sup>. O que muda com o florescimento dos supermercados possivelmente é que as marcas agora tinham um espaço concreto para dispor suas estratégias de consumo.

Embora podemos considerar que a revista também era um dos espaços físicos onde os produtos poderiam se organizar. Nancy Sasser escrevia mensalmente a coluna “Falando de Compras” a partir da edição de maio de 1952 e pode nos ajudar a compreender isso melhor. A coluna era um dos poucos conteúdos da revista escrito pela edição brasileira, sem fazer parte dos dispositivos de condensação. Na figura 12, vemos duas páginas de sua coluna.

Nancy se apresentava como uma “velha amiga” às leitoras, para falar “sobre um tema que é o assunto n.º 1 da mulher em todo mundo... falamos de compras”. Completava, “oxalá meus conselhos e sugestões sejam úteis a você”<sup>165</sup>. Ao longo de quatro páginas, a “amiga” Nancy comentava sobre as marcas de diversos produtos encontrados, segundo ela, “praticamente em toda parte, nos estabelecimentos do ramo, naturalmente...”. Do universo da cozinha, encontramos, nessa mesma edição, os *Pudins Royal*, “as sobremesas merecem um cuidado especial (...) mas podem ser econômicas, rápidas e fáceis de preparar”, a *Viandada Swift*, “a solução rápida e fácil para refeições ligeiras, sanduíches deliciosos (...)”, o *Extrato de Tomate Marca Peixe*, “puro como as mais puras tradições brasileiras”, as *panelas Rochedo* e as *geladeiras Frigidaire*. A autora acabava a coluna com a saudação, “sinceramente, minhas amigas, foi para

---

<sup>163</sup> CONTRERAS, Jesús; GARCÍA, Mabel. Alimentação, Sociedade e Cultura. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2011, pp. 396.

<sup>164</sup> Nas análises do autor, a passagem de civilidade do guerreiro para o cortesão: “os choques físicos, as guerras e as rixas diminuíram e tudo o que as lembrava, até mesmo o trinchamento de animais mortos e o uso de faca à mesa, foi banido da vista ou pelo menos submetido às regras sociais cada vez mais exatas”. Ver em: ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994, pp. 209.

<sup>165</sup> SASSER, Nancy. Falando de Compras. *Seleções*, Tomo XXI, nº 124, mai. 1952, pp. 03, 04 e pp. 22, 23.

mim um prazer esta primeira palestra com você...”<sup>166</sup>.

Como podemos perceber, Nancy experimentava os produtos para os recomendar nas páginas que chamava de “palestra”. Só que ela não era uma mulher real. Edeson Ernesto Coelho, publicitário brasileiro, em entrevista dada ao *Centro de Pesquisa Histórica da Fundação Getúlio Vargas* de 2004, esclareceu que “Nancy era, vamos dizer assim, o *merchandising* explícito e admitido do *Reader’s Digest* (...) o anunciante dava as referências e nós lá no *Reader’s Digest* fazíamos”<sup>167</sup>. Nesse sentido, sua personagem traz para nós como os conteúdos das marcas eram ativados para as leitoras assimilarem as novas orientações para o lar. Estas localizadas, acima de tudo, no universo dos negócios, narradas como “boa amizade”.

Figura 12: *Falando de Compras com Nancy Sasser*



No canto superior à esquerda, a “fotografia” de Nancy Sasser. Fonte: SASSER, Nancy. *Falando de Compras. Seleções*, Tomo XXI, nº 124, mai. 1952

<sup>166</sup> Ibidem, pp. 23.

<sup>167</sup> COELHO, Edeson Ernesto. Edeson Ernesto Coelho (depoimento, 2004). Rio de Janeiro: CPDOC, ABP (Associação Brasileira de Propaganda), Souza Cruz, 2005, pp. 29.



A coluna também assinala que as mulheres ainda poderiam soltar a imaginação na cozinha, porque poderiam através dos produtos industrializados, criar novas refeições. No limite, empurrariam “uma cesta de compras com rodas” nos “palácios de mantimentos de auto-serviço”, para escolher os “tentadores produtos alimentícios” da próxima refeição incorporando a inventividade da cozinha que se formava pela linguagem industrial. Aqui, percebemos a discussão realizada na introdução desta pesquisa sobre *cultura alimentar industrial*. De certa forma, esta cultura se cristalizava com a emergência dos negócios no setor alimentar, os quais comunicavam novos saberes de acordo com as demandas do mundo moderno.

\*

Desde que passamos a investigar, no contraponto relacional aos homens de negócios, as propostas para alimentação que envolviam o público feminino, abrimos as principais tramas que entrelaçavam o significado de vida moderna durante os anos de 1950. Como introduzi no início da dissertação, dois elementos passaram a ser fundamentais para a modernidade no contexto pós-guerra: o tempo acelerado e a crença tecnológica.

Na coluna de Nancy, por exemplo, percebemos a dimensão temporal expressa através dos adjetivos “rápido” e “fácil” dados aos produtos alimentícios. Na propaganda de Nescafé, uma das bebidas seculares dos brasileiros, “o gostoso cafezinho”, poderia ser tomada em instantes. Enquanto outros anúncios afirmavam, “*Feijoadada Armour*, igualzinha à feita em casa!...e que vantagem: já vem pronta para servir!”<sup>168</sup>, “E...eis prontinha para servir a gostosa *Margarina Saude*”<sup>169</sup>, “Senhora! Prepare em casa “seu doce de leite com leite condensado marca *Moça*, não dá trabalho”<sup>170</sup>, “O que fazer hoje? Ah! É tão Fácil!”<sup>171</sup> (Figura 13),

---

<sup>168</sup> ANÚNCIO Feijão enlatado Armour, Frigorífico Armour do Brasil S.A.. *Seleções*, Tomo XX, nº 119, dez. 1951, páginas publicitárias.

<sup>169</sup> ANÚNCIO Margarina Saude, Anderson Clayton S.A. *Seleções*, Tomo XXIII, nº135, abr. 1953, páginas publicitárias.

<sup>170</sup> ANÚNCIO Leite condensado Moça, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXIII, nº 139, ago. 1953, páginas publicitárias.

<sup>171</sup> ANÚNCIO Carnes Enlatadas Wilson, Frigorífico Wilson do Brasil S.A. *Seleções*, Tomo XXXVII, nº 161, jun. 1955, páginas publicitárias.

“Preparo instantâneo sem levar ao fogo!”<sup>172</sup> (Figura 13), entre muitos outros.

Expressões como “pronta para servir”, “prontinha para servir”, “não dá trabalho”, “é tão fácil”, “preparo instantâneo”, parecem narrar as características positivas dos produtos. As propagandas traziam soluções para um universo culinário, possivelmente muitas vezes considerado o contrário de rápido e prático, ou seja, demorado e penoso.

Figura 13: Anúncio Wilson, Walita e Nestlé



Da esquerda para a direita. Fonte: ANÚNCIO Carnes Enlatadas Wilson, Frigorífico Wilson do Brasil S.A. *Seleções*, Tomo XXXVII, nº 161, jun. 1955, páginas publicitárias. ANÚNCIO Farinha Láctea, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXXVIII, nº 165, out. de 1955, páginas publicitárias. ANÚNCIO Liquidificador Walita. *Seleções*, Tomo XX, nº 117, out. 1951, páginas publicitárias.

Nesse sentido, se rastrearmos na história brasileira os serviços domésticos relacionados à cozinha, percebemos que eram, até o início do século XX, inferiorizados, destinados à empregadas ou escravas. As cozinhas, independente da camada social, eram “lamacentas” ou “de rancho” e se encontravam do lado de fora da casa<sup>173</sup>, estendidas para um

<sup>172</sup> ANÚNCIO Farinha Láctea, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXXVIII, nº 165, out. de 1955, páginas publicitárias.

<sup>173</sup> A pesquisadora Débora Oliveira aponta os relatos de John Mawe sobre as cozinhas do início do século XIX no Brasil, “o relato é o de um local sujo e lamacento, impregnado de fuligem desprendida da queima de madeira verde com piso desnivelado, onde se formavam poças d’água. Mawe ainda reforça que essa precariedade não era condição específica da população mais empobrecida, mas

quintal onde os animais eram abatidos e os tachos preparados. Estas cozinhas lentamente se transformaram em modernas, introduzindo, por exemplo, o fogão à gás e a geladeira.

As narrativas voltadas para o lar nos anos de 1950 em *Seleções* indicam outras possibilidades sendo cultivadas para o ato de cozinhar. Afinal, como vimos, nesse período a maior parte da população era rural, provavelmente mantendo as antigas estruturas lamacentas das cozinhas, enquanto as cidades se urbanizavam num ritmo intenso, adaptando-se com as cozinhas modernas do jeito que podiam. Os produtos industrializados e as tecnologias tinham a capacidade de encurtar o tempo penoso e nada prático da cozinha para a acelerada vida moderna ou para as penúrias da vida rural, tornando aquela mais atrativa. Contam, por exemplo, algumas propagandas da marca *Walita* sobre os novos tempos do preparo dos alimentos, “Esta criada elétrica bate bolos para mim!”<sup>174</sup> (Figura 13), “Eu tenho quatro criadas elétricas”<sup>175</sup> e “Elimine o cansaço...com o liquidificador *Walita!*”<sup>176</sup>.

As comidas “rápidas” e as tecnologias “práticas” para a cozinha revelam o epicentro do estilo de vida moderno, inspirado no *american way*. É claro que este novo tempo acelerado que entrava na cozinha doméstica não brotou nos anos de 1950, deriva de correlações encontradas pelo menos um século antes. Pode ser rastreado na transformação do tempo do mercador, tempo da circulação, para o tempo do capitalismo industrial, tempo da produção<sup>177</sup>. O tempo da produção passou a valorizar a rapidez, instituindo um tempo homogêneo num único tempo geral para a sociedade.

Percebemos o próprio conceito da revista, que discutimos no primeiro capítulo, regado por esta noção temporal. Era uma revista pensada para a vida moderna, com artigos fáceis e rápidos de ler, indo ao encontro

também de cozinhas das pessoas “abastadas”. Ver em: OLIVEIRA, Débora Santos de Souza. Op. Cit. pp. 74.

<sup>174</sup> ANÚNCIO Batedeira Walita. *Seleções*, Tomo XIX, nº 113, jun. 1951, páginas publicitárias.

<sup>175</sup> ANÚNCIO Produtos (liquidificador, exaustor, batedeira e enceradeira) Walita. *Seleções*, Tomo XX, nº 114, jul. 1951, páginas publicitárias.

<sup>176</sup> ANÚNCIO Liquidificador Walita. *Seleções*, Tomo XX, nº 117, out. 1951, páginas publicitárias.

<sup>177</sup> Isso não quer dizer que outros tempos deixaram de existir, mas, na edificação do capitalismo industrial, houve investimento num sentido de tempo que valoriza a produção e o trabalho enquanto tempo irreversível e homogêneo. Ver em: BARBERO, Jesús-Martin. Op. Cit. pp. 137.

do tempo que as leitoras e leitores teriam disponível para a leitura. Os dispositivos de condensação da revista eram laboratórios que tinham com objetivo o resultado de encurtar o tempo da leitura no seu produto final, assim eram propostas as condensações literárias, por exemplo, onde livros de 800 páginas eram resumidos em no máximo 30.

No limite, como informa a representação do homem de negócios em *Seleções*, ele precisava de alimentos rápidos, assim como sua mulher, que prepararia o jantar, mesmo talvez trabalhando também. Afinal, ele deveria viver veloz, gestando inúmeros negócios, orientado pelo tempo único da sociedade moderna. No trabalho, ele procuraria restaurantes automáticos, comidas individuais para comer no automóvel, supermercados acessíveis para as compras. Em casa, necessitaria de um café da manhã instantâneo, comidas congeladas e bebidas engarrafadas<sup>178</sup>. No seu tempo escasso de lazer, revistas rápidas para ler como *Seleções*.

Nesse sentido a revista se situava na emergência das novas formas de narrar para as novas experiências da vida moderna, que também dialogamos no primeiro capítulo. Embora encontramos nesta discussão outra proposta para alimentação, *a produção de alimentos instantâneos*, seja para consumo imediato ou para o preparo com velocidade.

Contava aos leitores brasileiros o texto “O Extraordinário Automático” que “talvez os mais famosos restaurantes do mundo sejam os automáticos”, eram “uma oitava maravilha do mundo para os forasteiros, os 85 automáticos americanos são uma rotina para 350 mil nova-iorquinos e 300 mil pessoas em Filadélfia”. O freguês logo na porta encontrava a cabina automática do caixa, onde podia trocar seu dinheiro. Em seguida se dirigia até as 160 portinholas de vidro onde depositava as moedas para abrir o compartimento e retirar sua comida. Mas “muitas vezes os fregueses dos automáticos querem saber por que o macarrão ou o feijão de forno tem

---

<sup>178</sup> Claude Fischler citando Harvey Levenstein comenta: “já há muito tempo, no decorrer de suas visitas aos Estados Unidos, os viajantes identificaram duas características estranhas: por um lado, os americanos dão provas de um feroz apetite; por outro, obstinam-se a comer o mais rápido possível, em particular, os *businessman* de Chicago ou de Nova York. Desde o início do século, nessas duas cidades, alguns self-services servem refeições para “colarinhos brancos que as encomendam num balcão e as consomem à mesa, tudo isso num ritmo tão rápido que são conhecidos pelo apelido de *smash-and-grab places* (algo como “lugares do esmaga e agarra”). FISCHLER, Claude. A “McDonalldização” dos costumes. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da alimentação*. 6. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

sempre o mesmo gosto em todos os estabelecimentos da companhia”. Os autores explicavam, “a resposta é que os pratos são preparados em dois mastodontes de cozinhas onde centenas de empregados trabalham numa linha de montagem de comida preparando quantidades prodigiosas de pratos populares”. A referência da fábrica da *Ford* transbordava novamente, aqui, para a comida. Outro quitute dos automáticos, os pastéis de carne, eram preparados em menor escala “por esquadrões de moças em uniformes higienicamente brancos e cabelos protegidos em rêdes. Uma das moças distribui ervilhas; outra, as cenouras; outra, a cebola e outra junta as quantidades preciosas de pedacinhos de carne”.

O artigo “Maxim’s Serve a Domicílio...em Todo o Mundo!” de George Kent, narrou como Maxim, *chef* de um dos grandes restaurantes de Paris, “um templo de tradições” e do “bem comer, no qual os cozinheiros são sumo-sacerdotes”, entrou no “negócio dos alimentos congelados”<sup>179</sup>. Em oito anos, suas iguarias haviam percorrido 300 milhões de quilômetros ao redor do mundo através de aviões, sendo que 200.000 refeições viajaram por via marítima para os Estados Unidos a fim de serem vendidos “em casas de comestíveis finos”, em Nova York, Dallas e Los Angeles. Novamente, ultrapassavam os limites geográficos e sazonais dos alimentos. Ainda, George Kent considerou o “gôsto, o tempêro e a combinação de ingredientes” do restaurante de Maxim um santuário da *grande cuisine* europeia, que, ao ser popularizada internacionalmente no negócio dos pratos congelados, preservava as características relacionadas à “tradição” da culinária francesa. Como se nada se perdesse no processo de congelamento e transporte, *Maxim’s* era narrado inspirado pelos grandes homens de negócios, pois ao transformar suas iguarias em negócios internacionais, popularizava a alta gastronomia<sup>180</sup>.

Ambos os textos atribuíam ao alimento a característica da rapidez, seja no instantâneo da comida congelada ou na forma de produzir a comida

---

<sup>179</sup> KENT, George. Maxim’s Serve a Domicílio...em Todo o Mundo!. *Seleções*, Tomo XXXV, nº 205, fev. 1959, pp. 198-200.

<sup>180</sup> A invenção da *quick frozen food* também foi de um homem de negócios, Clarence Birdseye, de Massachusetts, em meados de 1920. Ele trabalhou com a empresa química *DuPont* para desenvolver uma embalagem de celofane que permitiria que as comidas se congelassem mais rapidamente. Fechou negócio com a *General Foods*, que, em sua primeira propaganda, considerou a invenção um milagre, “poderia mudar todo o curso da história da alimentação”. Mais em: LEVENSTEIN, Harvey, Op. Cit. pp. 106-107.

dos restaurantes automáticos. Também abordaram a essência da comida industrial, primeira proposta discutida neste capítulo, pois sugeriam a adoção de técnicas de produção em larga escala, enfatizando o automatizado, na experiência de comer “fora”. Esta, que seria, no limite, gastronômica, adquire outro sentido quando o narrador se referiu à uma comida que “tem sempre o mesmo gosto”, no caso dos restaurantes automáticos, ou que congeladas atravessavam continentes, no caso do negócio de Maxim.

Jean Anthelme Brillat-Savarin, francês considerado fundador da gastronomia, no século XVIII, defendia “*tell me what you eat, i’ll tell you what you are*”<sup>181</sup>, argumento que, na busca pela sociedade na qual todos comem o mesmo ou em restaurantes onde a comida tem o mesmo gosto, perde, em partes, significado. Vale compartilharmos uma breve dobra no tempo, pois existiu um longo debate na cultura gastronômica europeia sobre a adoção de técnicas e produtos modernos na culinária. O *chef* Édouard Nignon, em 1926, protestando “Fora a química! Fora a prensa!”, em *Plaisirs de la table*<sup>182</sup>, revela que nem todos os *chefs* concordariam com os caminhos traçados por Maxim.

Além disso, estes artigos, especialmente “O Extraordinário Automático”, fazem alusão às redes de franquias, que encontramos em expansão no contexto pós-guerra. Nos Estados Unidos, as franquias se desenvolveram especialmente em função da popularização do automóvel. Este bem de consumo contribuiu para edificação de uma cultura que transferiu o ato de comer para a beira das rodovias ou o interior dos carros. A cultura do automóvel demandava velocidade no tempo de preparo dos alimentos uma vez que traduzia o encurtamento do espaço-tempo através do deslocamento sob quatro rodas. No começo dos anos 1950, por exemplo, a cadeia *Insta-Burger King*, hoje *Burger King*, elaborou uma operação de franquias em 29 estados, oferecendo hambúrgueres preparados em um minuto por automáticos<sup>183</sup>. No mesmo período, o sistema veloz dos restaurantes *McDonald’s* foi amplificado<sup>184</sup>. Era o contexto de emergência

---

<sup>181</sup> “Me diga o que você come, e eu te direi quem és”. Para entender os pensamentos do escritor e cozinheiro francês, ver seu livro de 1825, BRILLAT-SAVARIN, Jean Anthelme. *A fisiologia do gosto*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

<sup>182</sup> CSERGO, Julia. Op. Cit. pp. 814.

<sup>183</sup> LEVENSTEIN, Harvey. Op. Cit. pp. 130.

<sup>184</sup> A paternidade do *fast-food* é geralmente atribuída aos restaurantes *McDonald’s*. Os irmãos Dick e Mac McDonald’s criaram o conceito da rapidez do *self-service*, no

da cozinha *fast-food*.

Curiosamente, no Brasil, em 1952 nasce o primeiro restaurante desse tipo, o *Bob's*, em Copacabana, no Rio de Janeiro. Seu fundador, o norte-americano Robert Falkenburg, campeão de tênis no Torneio de Wimbledon, já era dono da *Falkenburg Sorvetes Ltda.* cujo cardápio eram sorvetes de baunilha produzidos por máquinas estadunidenses importadas. O *Bob's* trazia para o Rio de Janeiro as novidades do negócio dos automáticos, ainda não concebidos como *fast-food* da forma que conhecemos hoje, mas que dialogava com a proposta da produção de alimentos instantâneos, apresentando aqueles encontrados nas franquias estadunidenses, como o *Hambúrguer*, o *Milkshake* e o *Sundae*<sup>185</sup>.

Possivelmente, tirando a experiência do *Bob's*, nos anos de 1950 as franquias não se espalhavam pelo Brasil como faziam nos Estados Unidos, portanto, poucos brasileiros tinham acesso físico às comidas rápidas dos automáticos, sem contar o acesso econômico. É importante lembrar, como discutimos no primeiro capítulo, que *Seleções* condensava suas narrativas do contexto estadunidense, o qual estava em franca expansão, não só das franquias, mas do consumo de alimentos processados e eletrodomésticos modernos. Em 1959, os estadunidenses estavam comprando 2.7 bilhões de dólares em comidas congeladas por ano, 2.700% a mais que em 1949. Ao longo dos anos 1950 consumiram, ainda, 2.1 milhões de dólares em carros, 20 milhões de dólares em refrigeradores e 16 bilhões de *pounds* de alimentos enlatados<sup>186</sup>.

\*

Os automóveis, os liquidificadores, as batedeiras, os aparelhos automáticos, os refrigeradores, os alimentos congelados e os instantâneos, entre outros bens de consumo, como estamos percebendo, possibilitavam para a cozinha e o cozinhar novas relações temporais. Os homens de

---

seu *drive-in restaurant* na Califórnia, nos anos 1940. Eliminaram talheres, pratos, fixaram o preço do *hambúrguer* em 15 cents, estabeleceram critérios de limpeza e higiene rigorosos e introduziram na preparação das refeições o sistema de produção em cadeia, seguindo a lógica do fordismo. Ver em: FISCHLER, Claude. Op. Cit. pp. 853, 854.

<sup>185</sup> HERDY, Benjamim; ROCHA, Angela; MELLO, Renato. *Brazil Fast Food Corporation: the Internationalization of the Bob's Chain. Periódico TAC*, v. 3, nº 1, jan-jun 2013.

<sup>186</sup> LEVENSTEIN, Harvey. Op. Cit. pp. 101.

negócios e as mulheres do lar deveriam consumir estas tecnologias, embora coubesse a eles, ainda, as industrializar, para assim ambos experienciem o tempo uniforme do relógio global. Já sabemos que o positivismo tecnológico era outro aspecto que conduzia a vida moderna, mas, a fim de encontrarmos mais propostas, entenderemos-o melhor em suas relações com os industriais e com a alimentação nas páginas de *Seleções*.

Lewis Galantière, autor do primeiro artigo citado neste subcapítulo, concluiu que “a ciência de hoje, tal como o industrialismo, ainda se encontra na sua infância. Uma única descoberta como a energia atômica, se controlada para fins pacíficos, poderia fazer com que no ano 2000 o nosso atual 1950 se revelasse tão primitivo como 1850 nos parece hoje (...) as comunidades do ano 2000 e 2050 deverão mostrar-se igualmente agradáveis à vista, porém ainda mais limpas, mais confortáveis, mais doces e altivas como local de residência para todos homens, mulheres e crianças, por pobres que êles sejam, e mais propícias como sementeiras do espírito humano”<sup>187</sup>. Seus argumentos revelam o contexto pós-guerra ainda alimentando uma ideia de futurismo através da ciência, a qual estava “na sua infância”, “tal como o industrialismo”.

Todavia, muitas tecnologias, cientificamente embasadas, já estavam disponíveis para a vida moderna e pareciam não causar temores. Na verdade, pareciam fantásticas<sup>188</sup>. Don Wharton escreveu sobre a *General Electric* em Louisville, no Kentucky, “a fábrica do futuro”<sup>189</sup>. Foi montada para produzir artigos domésticos, refrigeradores, lavadoras de pratos e fogões elétricos, num “fascinante *ballet* industrial”, sem ajuda humana, consolidando a “automatização moderna”. Já o artigo “Moderniza-se o

---

<sup>187</sup> GALANTIÈRE, Lewis. *A segunda Revolução Norte-Americana. Seleções*, Tomo XIX, nº 113, jun. 1951, pp. 66.

<sup>188</sup> O positivismo tecnológico aponta correlação à um debate dilatado por teóricos norte-americanos entre 1940 e 1950, como Daniel Bell, Edward Shils e David Riesman. A profecia dos apocalípticos sobre a catástrofe da cultura de massas, perdia força frente ao império do capital. Para Daniel Bell, por exemplo, a cultura de massas configurava a nova revolução, princípio de uma nova cultura permeada de otimismo. Para David Riesman, a crença poderosa na eficácia da tecnologia era causa necessária para a dissolução do conflito social. Encontramos artigos escritos por Daniel Bell nas edições de *Seleções* investigadas. Mais sobre este debate no subcapítulo “Antiteoria: a mediação-massa como cultura” em MARTÍN-BARBERO, Jesus. Op. Cit. pp. 65-70.

<sup>189</sup> WHARTON, Don. *A Fábrica do Futuro. Condensado Advertising Agency Magazine. Seleções*, Tomo XXIX, nº 171, abr. 1956, pp.105-112.



Comércio Europeu” mostrou o “novo” na Europa de forma gloriosa, “lojas onde o próprio freguês se serve, supermercados, estabelecimentos comerciais sôbre rodas, lavanderias de máquinas automáticas operadas com uma moeda colocada na fenda, postos de gasolina modernos e confortáveis, utensílios mecânicos e recursos novos em embalagem”<sup>190</sup>.

Ainda, Lewis Galantière, em sua perspectiva futurista, adiantou que “uma única descoberta como a energia atômica, se controlada para fins pacíficos” proporcionaria revoluções inclusive entre as camadas sociais, pois as comunidades de 2000 a 2050 teriam “residência para todos homens, mulheres e crianças, por pobres que êles sejam”. Além de assinalar sobre o positivismo tecnológico em relação às classes, traz uma das variáveis impossíveis de passar despercebida por quem folheia *Seleções*: a recorrência nos assuntos sobre questões atômicas.

Artigos como “Energia Atômica para conservar alimentos”<sup>191</sup>, “A Nova Era da Agricultura Atômica”<sup>192</sup>, “Mais poderosa que a bomba de hidrogênio”<sup>193</sup>, “O metal mágico chamado lítio”<sup>194</sup>, “Transforma-se a bomba atômica em arma múltipla”<sup>195</sup>, “Átomos radioativos - novos detetives da indústria”<sup>196</sup>, entre dezenas de outros<sup>197</sup>, já evidenciam a recorrência. É claro que se *Seleções* narrava sobre as descobertas científicas, teria pautas relacionadas à mais recente e revolucionária descoberta entre os físicos. Basta olharmos mais atentamente para a política externa estadunidense e encontramos também a diretriz *Atoms for Peace*, elaborada pelo presidente Dwight D. Eisenhower (1953-1961), que fomentava a finalidade pacífica

<sup>190</sup> MODERNIZA-SE O Comércio Europeu. Condensado *US News & World Report. Seleções*, , Tomo XXVIII, nº 163, ago. 1955, pp. 115.

<sup>191</sup> DAVIDSON, Bill. Energia Atômica para conservar alimentos. Condensado *Collier's. Seleções*, Tomo XXV, nº 144, jan. 1954, pp. 44-46.

<sup>192</sup> MANCHESTER, Harland. A Nova Era da Agricultura Atômica. Condensado *Popular Mechanics. Seleções*, Tomo XXXV, nº 205, fev. 1959, pp. 49-53.

<sup>193</sup> CANTOR, Eddie. Mais poderosa que a bomba de hidrogênio. *Seleções*, Tomo XXIV, nº 143, dez. 1953, pp. 42-43.

<sup>194</sup> SCHILLER, A. Ronald. O metal mágico chamado lítio. Condensado *Chemistry. Seleções*, Tomo XXXI, nº 182, mar. 1957, pp. 40, 42.

<sup>195</sup> TRANSFORMA-SE a bomba atômica em arma múltipla. condensado *US News & World Report. Seleções*, Tomo XIX, nº 113, jun. 1951, pp. 41-43.

<sup>196</sup> MANCHESTER, Harland. Átomos radioativos - novos detetives da indústria. Condensado *Post de Denver. Seleções*, Tomo XXXI, nº 184, mai. 1957, pp. 36-39.

<sup>197</sup> Ver Anexo II.

das pesquisas na área atômica<sup>198</sup>. Mas, quando pensamos nas propostas para alimentação, essa insistência nas pautas atômicas pode revelar algo a mais.

O artigo “Energia Atômica para conservar alimentos” narrou que “um cientista da Universidade de Michigan leva no bôlso a tôda a parte uma almôndega feita há um ano (...) Esta velha almôndega poderia ser comida hoje. Foi conservada por meio de irradiação atômica”. Continuou, “imagine-se o que êste processo uma vez aperfeiçoado, significaria para a humanidade. As donas de casa guardariam bifés frescos, embrulhados, nas prateleiras. Verduras e frutas frescas poderiam ser obtidas em tôda a parte durante o ano inteiro”. O texto apresentou uma concepção científica sendo pensada para a comida humana, assim como durante a Segunda Guerra, quando se buscava maneiras de tornar a comida durável para as rações dos exércitos.

O experimento de alimentos irradiados ainda estava em fase de testes, contou o texto. No entanto, os anúncios das empresas *DuPont* e *Monsanto*, as quais sugeriam para os leitores, provavelmente visando como público-alvo os próprios homens de negócios brasileiros, usos de produtos químicos “de ponta”, revelam lógica semelhante já em movimento nas indústrias.

A empresa *DuPont* anunciava “coisas melhores para viver melhor...graças à química”, como *nylon*, corantes sólidos, produtos agropecuários, entre outros. Vemos um de seus anúncios na Figura 14. A *Monsanto*, por sua vez, divulgava lubrificantes, aceleradores para fabricação de borracha natural ou sintética, pesticidas, agentes umectantes, detergentes, plásticos, aromatizantes, saborizantes, entre outros.

Das 108 revistas analisadas, a *Monsanto* anunciou em 77 edições<sup>199</sup>, sendo que a propaganda “Melhor paladar... Melhor aroma... Maior atrativo de venda”<sup>200</sup> era veiculada constantemente (Figura 14). Esta apresentava *Ethavan*, fabricado para “dar paladar especial a vários

---

<sup>198</sup> Antonio Pedro Tota aponta que nos anos 1950 os norte-americanos mergulharam numa histeria de massas em relação ao comunismo e a possibilidade de uma guerra atômica, quando “as autoridades americanas tentavam, com a propaganda, tornar a guerra atômica mais palatável”. Ver em: TOTA, Antonio Pedro. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil* - 1º ed. - São Paulo: Companhia das Letras, 2014. pp. 280.

<sup>199</sup> Ver Anexo I.

<sup>200</sup> ANÚNCIO Produtos Químicos, *Monsanto. Seleções*, Tomo XVIII, nº 104, set. 1950, páginas publicitárias.



Automatizar as fábricas e inserir tecnologias diversas no processamento dos alimentos se tornou a solução.

Em 1954, nos Estados Unidos, o valor adicionado para o custo da manufatura dos alimentos era 45% maior do que em 1939, e continuou a aumentar até o final da década<sup>201</sup>. Harvey Levenstein assinala que houve uma enorme contribuição dos profissionais químicos nesse momento, que ressignificaram as inovações da Segunda Guerra para fins pacíficos, dentro das indústrias, resultando num tipo de *Golden Age* da química alimentícia estadunidense, da mesma forma que o anúncio da *Monsanto* propunha.

Encontramos em *Seleções* o diálogo com uma ciência desenvolvida, num primeiro momento, para fins militares. Discutiremos mais sobre a ciência no capítulo 3. Podemos concluir que *adicionar valor aos alimentos processados*, seja através de máquinas ou químicos de uma ciência de guerra, formava outra proposta para alimentação nas narrativas da revista.

Existem indícios sobre os químicos industriais na *Observador Econômico e Financeiro*, revelando um pouco do movimento desta proposta em outros meios. O artigo “A Fase dos Sintéticos” narrou sobre a produção química pela indústria brasileira, do bagaço da cana-de-açúcar, por exemplo, poderíamos fabricar papel e borracha, pois era necessário que tivéssemos “tôda uma nova indústria química”<sup>202</sup>. A edição de setembro de 1951 contou que chegaram dos Estados Unidos os Srs. F. Willard Griffith e Robert Lee Warren do *Griffith Laboratórios* com objetivo de abrir um laboratório na capital federal e em Mogi das Cruzes, “especializado na produção de compostos para purificação de alimentos, temperos solúveis e antioxidantes usados na indústria de acondicionamento de conservas de carnes e outros alimentos”<sup>203</sup>. Este mesmo texto afirmou que “ampliam-se as iniciativas no setor da indústria de alimentação, a segunda em contingente operário, no país”.

\*

Haviam ainda as tecnologias, como estamos vendo no decorrer deste subcapítulo, que entravam na cozinha doméstica. O artigo

---

<sup>201</sup> LEVENSTEIN, Harvey. Op. Cit. pp. 109.

<sup>202</sup> CLEOFAS, LAFER. A Fase dos Sintéticos. *O Observador Econômico e Financeiro*, Ano XVI, nº 192, jan. 1952, pp. 61.

<sup>203</sup> NO MUNDO dos negócios. *O Observador Econômico e Financeiro*, Ano XVI, nº 188, set. 1951, pp. 24.

“Cozinhando com Eletrônica!”, por exemplo, anunciava um protótipo do forno microondas, “um bôlo assa em três minutos. Uma batata assada fica pronta em cinco. Um peru recheado de mais de sete quilos não precisa senão uma hora e um quarto para assar. Pode-se fritar bacon num prato de papel, com um guardanapo de papel amassado por baixo, para absorver gordura. Não é preciso lavar panelas, pois o alimento é cozinhado nos pratos de porcelana em que vai ser servido”. Tratava-se do primeiro fogão eletrônico para uso doméstico, experimentado na cidade de Mansfield, em Ohio<sup>204</sup>.

Geladeiras, fogões, máquinas de lavar, batedeiras, liquidificadores e os próprios alimentos industrializados, significavam a introdução de novas linguagens para as técnicas das cozinhas, como discutimos. Marcas como *Gelomatic*, *Brastemp*, *General Electric*, *Servel*, *Springer*, *Consul*, reforçavam as maravilhas dos refrigeradores, enquanto marcas como *Walita*, *Arno*, *Contact*, *Marmicoc*, *Prata Wolff*, *Panex*, *Rochedo*, *Pyrex*, *Securit*, *Wallig S.A.*, exaltavam a importância de certas tecnologias para os lares. Podemos perceber em outra proposta para alimentação que chamaremos de *cozinha tecnológica*.

Ao nos deslocarmos novamente para a exposição estadunidense na Rússia soviética de 1959, onde aconteceu o *Kitchen Debate*, que falamos anteriormente, encontraremos lá a exibição de quatro cozinhas tecnológicas. A mais futurística delas era chamada de “Miracle Kitchen”, elaborada pelas empresas *RCA* e *Whirlpool*. Foi exibida para os russos em uma espécie de vídeo promocional. Dizia, “Nessa cozinha você pode assar um bolo em três minutos. E nessa cozinha as louças são lavadas e secas eletronicamente. Elas até se organizam por elas mesmas. Até o chão é limpo eletronicamente”<sup>205</sup>.

Nos anos 1940, a publicidade vinculada em *Seleções* narrou o fantástico do futuro através da vitória dos Estados Unidos na Segunda Guerra, pois as indústrias possibilitariam um futuro engenhoso, prático e moderno. Assim seria o “lar da vitória”<sup>206</sup>. Nos anos de 1950, parece que o futuro confabulado da década anterior, chegava nas narrativas, agora

---

<sup>204</sup> COZINHANDO com Eletrônica! Condensado *Wall Street Journal*. *Seleções*, Tomo XXVI, nº 153, out. 1954, pp. 99.

<sup>205</sup> Para assistir, acessar <https://www.youtube.com/watch?v=Vui2CSEwOxQ&feature=youtu.be>. Acesso em 07 ago 2017.

<sup>206</sup> GLIK, Sol. Op. Cit.

importante para a vitória na Guerra Fria.

No entanto, as tecnologias culinárias sempre fizeram parte da história da alimentação humana. O fogo, os primeiros utensílios domésticos e as primeiras formas de cultivo de espécies são exemplos ancestrais de tecnologias<sup>207</sup>. Podemos nos perguntar o que houve de novo nas propostas aqui rastreadas. Talvez, por introduzir uma nova linguagem, radicalmente diferente das culturas alimentares até então, tornava outras obsoletas. Muitos conhecimentos em relação à cozinha podiam se distanciar das práticas daqueles que assimilavam a nova linguagem. No limite, houve um novo tipo de poder emergente, já que quem passou a deter as novas tecnologias não eram os indivíduos em suas casas, hortas, pomares, matadouros ou porões, mas os homens de negócios em suas indústrias.

\*

A autora Ana Cristina Camargo Figueiredo situa que até o início dos anos 1960 a expectativa de modernização era vinculada na publicidade brasileira, especialmente com conteúdos que envolviam novas tecnologias. A modernidade e o que se relacionava com ela era positivada como um ideal nacional, associado à ideia de progresso<sup>208</sup>. Representava talvez o pensamento político do contexto, que aspirava o mesmo padrão de consumo de outros países.

Encontramos nos dados do *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)* estatísticas que revelam a importância do setor alimentício para a economia do país. De 1949 a 1959, o valor total da transformação industrial<sup>209</sup> aumentou exponencialmente, de Cr\$ 48.644.472 para Cr\$ 553.918.842<sup>210</sup>. O valor de transformação das indústrias de produtos alimentares de Cr\$ 9.780.459 em 1949, passou para Cr\$ 88.986.724 em 1959, ocupando o primeiro lugar de lucro. Enquanto das

---

<sup>207</sup> CARNEIRO, Henrique. Op. Cit.

<sup>208</sup> FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. Op. Cit. pp. 31.

<sup>209</sup> Segundo o site oficial do IBGE, o Valor da Transformação Industrial (VTI) corresponde à diferença entre o valor bruto da produção industrial (VBPI) e o custo com as operações industriais (COI). Ou seja, o lucro líquido das indústrias.

<sup>210</sup> CENSO INDUSTRIAL 1940-1985. Valor da transformação industrial, nas datas do censo industrial, segundo as classes e gêneros de indústria (1939-80). In: ESTADÍSTICAS históricas do Brasil: séries econômicas, demográficas e sociais de 1550 a 1988. 2. ed. rev. e atual. do v. 3 de Séries estatísticas retrospectivas. Rio de Janeiro: IBGE, 1990.

tecnologias químicas, de Cr\$ 2.539.947 em 1949, passou para Cr\$ 46.595.302 em 1959, ocupando o quarto lugar, atrás da indústria alimentícia, têxtil e metalúrgica.

Os estabelecimentos industriais de produtos alimentares, de 32.872 unidades em 1949, passaram para 33.534 unidades em 1959<sup>211</sup>. Em comparação com os dados de 1939, 14.905 estabelecimentos, parece apontar um aumento reduzido. Ou seja, podemos considerar que o lucro cresceu significativamente enquanto a quantidade de estabelecimentos não. Talvez existissem dois movimentos simultâneos, que estamos discutindo ao investigar propostas para alimentação de *Seleções*. Por um lado, maior consumo de bens alimentícios industrializados entre a população, por outro, a existência de iniciativas industriais com objetivo de agregar valor aos produtos, baixando os custos de produção e aumentando os lucros, trabalhando, inclusive, com a indústria química.

Nas estatísticas, percebemos que os anos de 1950, no limiar com os 1960, em relação aos anteriores e posteriores, expressam índices de industrialização elevados, que só serão retomados no país em 1980, segundo a tabela. As políticas de Juscelino Kubitschek, catálise do projeto nacional-desenvolvimentista, receberam, não por acaso, o epíteto de “anos dourados”, pois propunham acelerar o crescimento econômico do país. “50 anos em 5”, era seu *slogan*<sup>212</sup>. O seu programa, conhecido como *Plano de Metas*, lançado em 1958, dividia-se em 30 metas, distribuídas entre os setores de energia (metas 1 a 5), transporte (metas 6 a 12), alimentação (metas 13 a 18), indústria de base (metas 19 a 29) e educação (meta 30)<sup>213</sup>.

Para nutrir o programa, a *Instrução 113* da SUMOC, citada anteriormente, foi importante, já que desde 1955 liberava o investimento do capital estrangeiro para equipamentos. Entre 1955 e 1963, o valor dos investimentos estrangeiros totalizou US\$ 497,7 milhões, sendo que a maior concentração ocorreu entre 1957 e 1960 (US\$ 363,1 milhões)<sup>214</sup>. O continente que mais investiu nesse período foi a América do Norte, com 46,5%, seguido da Europa Ocidental, com 43,41%. Os setores que mais

---

<sup>211</sup> CENSO INDUSTRIAL 1940-1985. Estabelecimentos industriais, nas datas do censo industrial, segundo as classes e gêneros de indústria (1939-80). In: ESTATÍSTICAS históricas do Brasil: séries econômicas, demográficas e sociais de 1550 a 1988. Op. Cit.

<sup>212</sup> MOREIRA, Vania Maria Losada. Op. Cit.

<sup>213</sup> Idem.

<sup>214</sup> CAPUTO, Ana Cláudia and MELO, Hildete Pereira de. Op. Cit.

receberam investimentos podem ser verificados no seguinte Quadro.

Quadro 4: *Investimento Direto Estrangeiro entre 1955 e 1963 pela Instrução 113 da SUMOC*

Sector da Economia	Investimento milhões US\$	(%)
Fabricação e Montagem de Veículos Automotores, Reboques e Carrocerias	189,6 milhões	38,1%
Fabricação de Produtos Químicos	58,2 milhões	11,69%
Fabricação de Máquinas e Equipamentos	55,9 milhões	11,24%
Fabricação de Artigos de Borracha e de Material Plástico	30,9 milhões	6,21%
Fabricação de Máquinas, Aparelhos e Materiais Elétricos	25,1 milhões	5,05%
Fabricação de Produtos Têxteis	21,7 milhões	4,36%
Metalurgia Básica	20,7 milhões	4,16%
Fabricação de Produtos Alimentícios e Bebidas	18,0 milhões	3,62%
Fabricação de Celulose, Papel e Produtos de Papel	17,3 milhões	3,47%
Fabricação de Outros Equipamentos de Transporte	13,1 milhões	2,64%
Fabricação de Material Eletrônico e de Aparelhos e Equipamentos de Comunicações	9,7 milhões	1,95%



Extração de Minerais Metálicos	9,2 milhões	1,84%
Fabricação de Produtos de Metal - Exceto Máquinas e Equipamentos	8,7 milhões	1,74%
Fabricação de Produtos de Minerais Não Metálicos	7,8 milhões	1,57%

Tabela elaborada com base nas informações do artigo de análise dos boletins da SUMOC. *Tabela de Investimento Direto Estrangeiro entre 1955 e 1963 via Instrução 13 da SUMOC e Decreto 42.820 - Setores da Economia*. SUMOC. Boletins, vários anos, 1955-1964. In: CAPUTO, Ana Cláudia and MELO, Hildete Pereira de. Op. Cit.

Destaco estes investimentos por entender a importância que possivelmente tiveram para a movimentação material de muitas das propostas que estamos encontrando na revista. O valor de investimentos no setor de fabricação de produtos alimentícios e bebidas, como percebemos através dos dados, não foi primordial. No entanto, os setores que mais receberam investimentos (fabricação de veículos, produtos químicos e máquinas) estavam relacionados à uma rede industrial que colaborou, de certa forma, para transformar o sistema alimentar. Voltando para *Seleções*, um artigo traz para nós essa questão.

Intitulado, “Vale o Quanto Pesa”, o texto falava sobre o processamento da laranja, matéria-prima do suco de laranjas industrial, curioso sucesso de vendas entre estadunidenses no pós-guerra<sup>215</sup>. Narrava: “a indústria da laranja aprendeu a usar todas as partes da fruta. Das sementes, extrai margarina, gorduras, vegetais para a cozinha e uma anilina que fixa qualquer cor conhecida na sêda artificial. Da camada colorida da casca extrai-se terpinina, usada na pintura de navios de guerra, e caroteno que fornece trilhões de unidades de *Vitamina A* por ano. Da polpa branca é extraída a pectina, um agente gelatinoso de qualidade superior, e um medicamento miraculoso para o tratamento de ferimentos profundos. Polpa, sementes e casca entram na alimentação do gado. E a água usada para lavar a casca antes de ser extraída a pectina? Descobriu-se que contém 10% de

<sup>215</sup> LEVENSTEIN. Harvey. Op. Cit. pp. 107.

açúcar puro. Com este fabricam-se milhares de toneladas de melaço”<sup>216</sup>.

O artigo, descrevendo a movimentação industrial a partir de uma única matéria-prima, evidenciou que a produção e consumo de suco de laranja não mobilizava apenas sua indústria, mas uma rede à ela conectada. Ou seja, o processamento de alimentos gerava escala de lucros e estruturas industriais. Se o projeto de desenvolvimentismo buscava alavancar a economia brasileira, desde os anos de 1930, e especialmente nos anos 1950, os homens de negócios talvez não eram apenas um dos atores da modernidade narrados por *Seleções*. Encontravam-se, de certa forma, no projeto de governo brasileiro, assim como possivelmente as propostas para alimentação neles fermentadas.

\*

As propostas encontradas até agora foram *produção em larga escala, homogeneização, american housewife, consumo em supermercados ou grandes empórios, produção de alimentos instantâneo, adição de valor aos alimentos processados e cozinha tecnológica*. Não estamos falando de propostas que formaram um tipo de imperialismo alimentar maquiavélico, mas de uma lógica que estava em movimento nas zonas de influência contrárias ao comunismo. Os projetos do Estado brasileiro, buscando o desenvolvimento nacional, edificavam o capitalismo enquanto força econômica global sob essa influência<sup>217</sup>. Compreendemos a alimentação possivelmente estratégica, já que, em todas os países, as pessoas precisam comer.

Ainda, as propostas estavam relacionadas à passagem da comida artesanal para a industrial. Da lógica industrial bebiam os homens de negócios, que não emergiram nos anos de 1950, mas são uma construção histórica de séculos, localizadas especialmente no território estadunidense, como o texano “leiteiro do mundo” do XIX, Gail Borden. Industrializar os alimentos, abandonando técnicas artesanais, foi uma prática que provavelmente fez sentido para sociedades que passaram por “limites superiores da vida”, como a escassez das Grandes Guerras ou séculos de submissão à imprevisibilidade da natureza.<sup>218</sup>

---

<sup>216</sup> MURPHY, T.E. Vale o Quanto pesa - Em Vitaminas. Condensado *Your Health*. *Seleções*, Tomo XXXV, nº 144, jan. 1954, pp.72-74.

<sup>217</sup> WOOD, Ellen Meiksins. Op. Cit.

<sup>218</sup> Para um debate mais extenso, ver as reflexões de Fernand Braudel. As técnicas industriais modernas proporcionaram novos limites para o cotidiano dos homens “a

Mas destaco que cada uma percorre lógicas diferentes. Michael Pollan faz uma reflexão interessante, “a industrial precisa de venda de *commodities* e por isso a estratégia viável é produzir ao menor custo possível”, já a artesanal “busca vender algo especial” e assim “produtividade e lucros são dois conceitos completamente diferentes” nesses dois sistemas<sup>219</sup>. Talvez um dos significados emergentes para a alimentação em 1950 se relacionava à vulnerabilidade que as etapas de industrialização infundiam no alimento, como fazia a indústria de laranjas da narrativa de *Seleções*. Ao estar submetido à diversas etapas de processamento, o alimento se tornava menos suscetível à natureza e perdia, em partes, sua identidade.

Se pensarmos na cadeia alimentar, antes de chegar à indústria, os alimentos, no geral, passam por um processo biológico que conecta terra, água e ar. Será que o agricultor, esse ator social diretamente em “contato” com o que entendemos no senso comum por “natureza”, pode revelar mais propostas?

## 2.2 No *background*, o agricultor

O que era o ator social agricultor nas narrativas de *Seleções*? Blake Clark escreveu sobre a *Future Farmers of America*, “organização que tem por finalidade difundir conhecimentos sobre Agricultura”, para que “centenas de rapazes se tornem ótimos fazendeiros, criadores de gado, produtores de laticínios, avicultores e fruticultores”<sup>220</sup>. Finalizou o texto citando Dr. Ray Miller, consultor da *Organização de Alimentação e Agricultura das Nações Unidas*, “os rapazes são fundamentalmente iguais em tôdas as partes do mundo. Os detalhes podem variar em cada país, mas as técnicas da FFA se aplicam aos adolescentes de qualquer parte do mundo. A difusão internacional dêsse movimento estimula os que acreditam que o progresso, nas regiões pouco desenvolvidas, deve começar da base”.

O artigo, que recebia o título de “fazendeiro à moderna”,

---

iluminação da noite, o aquecimento, os transportes, a alimentação, as doenças e os medicamentos” eram pormenores que faziam imensa diferença entre um homem do século XVII e um homem do século XX. Em: BRAUDEL, Fernand. *Civilização material e capitalismo*. (1967). Tomo 1. Rio de Janeiro: Edições Cosmos, 1970, pp.16.

<sup>219</sup> POLLAN, Michael. Op. cit.

<sup>220</sup> CLARK, Blake. Fazendeiro a Moderna. *Seleções*, Tomo XXII, nº 126, out. 1952.

reforçando o uso de aparelhos mecânicos no cotidiano do campo, revela indícios sobre a representação do agricultor em *Seleções*. Primeiro, representado como ator homogêneo, igual em todas as partes do mundo. Segundo, representado como base para o progresso de uma nação, caracterizado como jovem e “do futuro”. Terceiro, articulado à uma ideia internacional através de órgãos como as *Nações Unidas* e a *Future Farmers of America*.

Nelson Rockefeller, que recebeu um artigo sobre si na *Seleções* de novembro de 1952, confirmava esses três indícios. Biografado por Antonio Pedro Tota, ele foi um agente significativo para as relações entre Brasil e Estados Unidos desde a Segunda Guerra, quando, como já citamos no primeiro capítulo, gestou o *Office of Inter American Affairs*. Ao acabar a guerra e o órgão encerrar as atividades<sup>221</sup>, Nelson Rockefeller continuou as articulações na América Latina. Aproveitou, inclusive, da estrutura e projetos do *Office*, criando a *American International Association for Economic and Social Development (AIA)*<sup>222</sup>, em 1946, uma agência filantrópica para cooperação técnica, especialmente agrícola, e o *International Basic Economy Corporation (IBEC)* em 1947, para dar vazão aos negócios que a entidade filantrópica não dava conta. Ao longo dos anos 1950, ambas as agências tiveram uma intensa atuação no Brasil, pensando nos agricultores como a narrativa de Blake Clark.

Vamos além destes indícios sobre os agricultores na revista, antes de investigarmos as propostas para alimentação. Mary Anne Junqueira, em sua análise do *Reader's Digest*, ilumina uma questão importante. Segundo ela, a América Latina era narrada na revista primitiva e atrasada, articulada pelo termo *wilderness*<sup>223</sup>, evocando a representação do Oeste selvagem à ser

---

<sup>221</sup> Nas suas primeiras viagens ao Brasil, no final dos anos 1930 e começo dos anos 1940, Nelson Rockefeller executou uma agenda com visitas a fazendas de algodão, café, procurou técnicas de plantio, manipulação e industrialização. “A ansiedade em saber mais sobre a nossa agricultura era tamanha que Rovensky, o verdadeiro planejador da viagem, havia deixado claro que uma semana no Brasil não seria suficiente para visitar propriedades no Rio de Janeiro e as plantações de café e algodão no interior de São Paulo”. Ver em: TOTA, Antonio Pedro. Op. Cit. pp. 77.

<sup>222</sup> Para compreender estas agências e a agenda agrícola de Nelson Rockefeller, orientei-me pelos estudos de SILVA, Claiton Marcio da. *De agricultor a farmer: Nelson Rockefeller e a modernização da agricultura no Brasil*. Paraná: Editora UFPR, 2015.

<sup>223</sup> Mary Anne Junqueira realiza uma densa discussão sobre os possíveis significados do termo *wilderness*. Na sua forma mais antiga, *wilderness* estaria “relacionado às

civilizado. Nos Estados Unidos, a Conquista do Oeste significou a ocupação pelo “homem branco civilizador” dos territórios considerados “vazios”. Ali, aniquilação de comunidades indígenas e estabelecimento de pequenas propriedades privadas<sup>224</sup>.

Hal Borland contou, nas páginas de *Seleções*, sobre sua infância nas profundezas do Oeste, na década de 1910, quando seus pais buscaram transformar 130 hectares de “áridas campinas do Colorado em uma propriedade agrícola habitável”<sup>225</sup>. Vemos a condensação literária do livro “Colonos no Colorado” na Figura 15. Para o autor, o mundo rural, antes da modernização, expresso por dificuldades, vazios e barbáries, era *wilderness* a ser dominado. Os agricultores, como os Borland, emergem da revista com vistas à civilizar o que ainda se encontrava em sua forma primal. Desta narrativa, situamos a representação do agricultor para *Seleções*. No limite, situamos os outros atores que aqui estamos problematizando e que Mary Anne Junqueira chamou, propriamente, de atores da civilização. Eram, nessa perspectiva histórica, geográfica e temporal, heróis em oposição à barbárie.

O conceito da América Latina *wilder*, vazava, em grande medida, das páginas da revista. Numa de suas viagens ao Brasil, Nelson Rockefeller<sup>226</sup>, assim como seus contemporâneos, por exemplo, E.J. Kyle e John Camp

---

florestas, aos lugares habitados por bestas selvagens ou homens selvagens (*wildman*), mas também relacionada ao estranhamento que o homem tinha nessas florestas, uma desorientação frente aos perigos e temores ligados a sobrevivência humana. *Wilderness* ainda é uma palavra bíblica utilizada para descrever, por exemplo, lugares áridos, com ausência de água. Existiu um sentido positivo em *wilderness* pelo movimento religioso-filosófico do século XIX, a contemplação da natureza, onde estaria Deus. Mantém o significado de *wilderness* como um lugar oposto ao civilizado. No *Reader's Digest*, o *wilderness* muitas vezes estava ligado a um estado mental, além de um lugar. Mais em: JUNQUEIRA, Mary Anne. Op. Cit. pp. 60-69.

<sup>224</sup> Ibidem, pp. 70.

<sup>225</sup> BORLAND, Hal. Colonos no Colorado. Condensado livro *High, Wide and Lonesome*, editado por J.B. Lippincott Co., Philadelphia. *Seleções*, Tomo XXXI, nº 182, mar. 1957.

<sup>226</sup> Nelson era narrado pela revista como “um homem complexo, ao mesmo tempo astuto e idealista, cauteloso e arrojado, duro e compassivo, convencional e imaginoso, tremendamente ambicioso, escoteiro, bem intencionado e homem admirável”. ALSOP, Stewart. Vitória de um Mço Rico. Nelson Rockefeller e sua carreira dinâmica. Condensado *The Saturday Evening Post*. *Seleções*, Tomo XXXVI, nº 214, nov. de 1959, pp. 45-52.

<sup>227</sup>, expressou, “o Brasil é um país maravilhoso (...) um dia está será a mais importante área de desenvolvimento do mundo inteiro; a história do nosso Oeste lá será repetida”<sup>228</sup>. De certa forma, esse pensamento parecia em movimento. Uma das metas invisíveis do governo de Juscelino Kubitschek, por exemplo, tratava-se da construção de Brasília, nova capital do país, nas profundezas do oeste, construída a partir de meados de 1950. *Seleções* publicou um artigo sobre o acontecimento, “Brasília: uma capital surge no Sertão”, na qual John dos Passos escreveu, “inspirados por uma idéia secular, os brasileiros estão empenhados num vasto empreendimento”<sup>229</sup>.

Figura 5: Condensação “Colonos no Colorado”



BORLAND, Hal. *Colonos no Colorado*. Condensado livro *High, Wide and Lonesome*, editado por J.B. Lippincott Co., Philadelphia. *Seleções*, Tomo XXXI, nº 182, mar. 1957.

<sup>227</sup> Outras comparações entre o Brasil e o Oeste dos Estados Unidos foram feitos, por exemplo, por E.J.Kyle, Decano do *College of Agriculture* da Universidade do Texas e John Camp, diretor da AIA na Venezuela. Ver em: SILVA, Claiton Marcio da. Op. Cit. pp. 47.

<sup>228</sup> TOTA, Antonio Pedro. Op. Cit. pp. 193.

<sup>229</sup> PASSOS, John dos. Brasília: Uma Capital Surge no Sertão. *Seleções*, Tomo XXXV, n.º 207, abr. 1959, pp. 33.

A operação Brasília deslocou populações no interior do país, implementando novidades urbanas em territórios “vazios”. Pode ser compreendida, mesmo que com consideráveis diferenças<sup>230</sup>, polinizada pelo projeto dos anos de 1940 de Getúlio Vargas, *Marcha para Oeste*, diretriz de integração nacional que fundou, por exemplo, o Amapá, Rio Branco (atual Acre), Guaporé (atual Rondônia), Iguaçu, Ponta Porã e alguns municípios no Paraná<sup>231</sup>.

A intenção das políticas brasileiras em conectar os territórios do Brasil profundo trazem, num primeiro momento, o agricultor como complementar ao homem de negócios. A sobrevivência das cidades, a matéria-prima das indústrias e “a ampliação do parque industrial brasileiro dependia, de fato, de uma maior integração nacional”<sup>232</sup>. O agricultor era possivelmente o *background* industrial, alicerce para o progresso nacional. Nelson Rockefeller, por exemplo, nas várias conferências que deu, embora tivesse a agricultura como centro de suas palestras, “falava na industrialização conectada com a expansão da fronteira agrícola”<sup>233</sup>.

Quando nos aproximamos dos debates políticos de 1950 vemos que esta relação não era simples. Existia um tensionamento entre a oligarquia latifundiária e os grandes homens de negócios, especialmente da perspectiva da uma corrente política progressista, que identificava a elite agrária como defensora da economia agrário exportadora, pouco interessada na industrialização do país. No entanto, o que os latifundiários defendiam era a industrialização do campo e a expansão agrícola sobre as bases oligárquicas. Eles não eram necessariamente anti industrialistas<sup>234</sup>. Com a pauta da reforma agrária em jogo, especialmente durante o governo de Juscelino Kubitschek, a resolução para sustentar o projeto nacional-desenvolvimentista foi um pacto entre os interesses rurais e o

---

<sup>230</sup> O projeto de Getúlio Vargas, mesmo que tenha fracassado, buscava estabelecer pequenas propriedades no interior brasileiro a fim de conter o avanço dos latifúndios, tornando os pequenos proprietários rurais com capacidade de consumo de bens industriais. O projeto de Juscelino Kubitschek, por sua vez, apoiou a apropriação espontânea dos territórios, sem uma política clara de colonização, deixando posseiros, populações ribeirinhas e povos indígenas desprotegidos. Ver em: MOREIRA, Vania Maria Losada. pp. 186.

<sup>231</sup> GOMES, Angela Castro (Org). *História do Brasil Nação*. Olhando para Dentro (1930-1964). Vol 4. Rio de Janeiro: Objetiva, 2015.

<sup>232</sup> Ibidem. pp. 176.

<sup>233</sup> TOTA, Antonio Pedro. Op. Cit. pp. 190.

<sup>234</sup> MOREIRA, Vania Maria Losada. Op. Cit. pp. 180.

capital industrial, de origem nacional ou internacional<sup>235</sup>, entre a elite agrária e a elite dos negócios.

Além disso, artigos como “Os Enfurecidos Camponeses da Rússia” de Ellsworth Raymond, que narrou sobre a agricultura coletiva, o maior insucesso do Kremlin<sup>236</sup>, e “A Revolução Agrícola na Grécia” de Charles Lanius, que discorreu sobre uma missão do *Plano Marshall* para salvar o sistema alimentar dos gregos, o qual em 1948 tinha guerrilheiros comunistas assolando “o interior, matando e saqueando”<sup>237</sup>, revela perspectiva semelhante que discutimos na representação dos homens de negócios. Da mesma maneira que a sociedade estadunidense era narrada “sem classes” em relação à Rússia e o alimento e a cozinha industrial ocupavam lugar na disputa ideológica entre comunistas e capitalistas da Guerra Fria, o sistema agrário pensado por órgãos como a *Future Farmers of America* e os agricultores que nele se faziam, eram narrados pela revista como instrumento de democracia, liberdade e progresso.

\*

Procuremos, então, as propostas para alimentação articuladas nos agricultores em *Seleções*. Há um elemento relevante na representação do *farmer*, cravada no mito da fronteira estadunidense, quando falamos de alimentação. Harvey Levenstein discute que o centro culinário dos Estados Unidos, assim como a auto explicação histórica do país, alimentava-se do mito da fronteira<sup>238</sup>.

A cozinha do Oeste representou os valores da nação, particularmente por expressar as virtudes protestantes do trabalho árduo, da família e da vida simples, configurando o que o autor chama de cozinha conservadora, que problematizaremos depois. O importante é que era no Oeste que os escritórios centrais de muitas das indústrias de processamento de alimentos se encontravam, elaborando receitas e orientações, veiculadas então na publicidade e revistas, possivelmente chegando até *Seleções*. Inclusive, o próprio *Reader's Digest*, como vimos no primeiro capítulo, emerge desse ambiente social e cultural *midwest*.

---

<sup>235</sup> *Ibidem*. pp. 190.

<sup>236</sup> RAYMOND, Ellsworth. Os enfurecidos Camponeses da Rússia. *Seleções*, Tomo XXVIII, n.º 140, set. 1955, pp. 99.

<sup>237</sup> LANNIS, Charles. Revolução Agrícola na Grécia. *Seleções*, Tomo XXVII, n.º 135, abr. 1955, pp. 159.

<sup>238</sup> LEVENSTEIN, Harvey. *Op. Cit.* pp. 38.



Se a revista estava permeada por alusões ao Oeste, como estamos vendo, a inflexão que grande parte do seu conteúdo revela sobre as propostas para alimentação articuladas no agricultor se relaciona ao domínio da natureza - *wilder* - pelas tecnologias modernas. Harland Manchester apontou que “a era nuclear abriu uma nova e fascinante caixa de ferramentas para os cientistas da agricultura. Eles estão trabalhando nos laboratórios com poderosas ferramentas atômicas que prometem maior colheita por hectare, vitórias contra pragas de insetos, conservação de alimentos por mais tempo e dezenas de outras realizações”<sup>239</sup>. Como visto antes, as tecnologias para os agricultores seguiam o rastro da ciência desenvolvida na Segunda Guerra, especialmente a química, e podem ser vistas por duas perspectivas. A primeira, pela perspectiva das tecnologias químicas. A segunda, pela perspectiva das tecnologias mecânicas.

\*

Eric Hodgins realizou um resumo sobre a história e os usos dos químicos no campo, “os progressos da agricultura em 1953 indicam que a produtividade do solo poderá pelo menos duplicar nos próximos 20 anos”<sup>240</sup>. Para ele, “o fator principal dêsse aumento será a indústria química, que já está fornecendo cerca de 500 novos compostos orgânicos para emprêgo nos campos e celeiros a fim de aumentar as colheitas, reduzir o trabalho, melhorar a qualidade e a variedade dos produtos e libertar o agricultor de uma série de riscos que, através dos séculos, êle se habituou a considerar manifestação da vontade de Deus”. Avisou: “os novos inseticidas e fungicidas são altamente tóxicos e de efeito persistente. Por isso é que são bons; e por isso, também, é que são perigosos quando empregados com negligência ou com desconhecimento de alguns de seus efeitos sutis (...) mas as vantagens de seu emprêgo compensam de muito os possíveis riscos”.

Escreveu então sobre “as conveniências de alguns dos novos produtos”, nos termos rapidez, facilidade, eficiência, produção, economia de trabalho, economia de dinheiro e recuperação do solo, cada um acompanhado com um exemplo do que estava acontecendo em algumas fazendas dos Estados Unidos. Apresentou os principais transformadores químicos, os inseticidas, como o *DDT*, *BHC*, *TEPP* e *Aldrin*, os herbicidas,

---

<sup>239</sup> MANCHESTER, Harland. O Contador Geiger e a Agricultura. Condensado *Post de Denver. Seleções*, Tomo XXX, n.º 175, jul. 1956, sem paginação.

<sup>240</sup> HODGINS, Eric. A química Transforma a Agricultura. Condensado *Fortune. Seleções*, Tomo XXV, n.º. 147, abr. 1954, pp. 57 - 60.

como 2,4-D, o *Crag-I* e o 2,4,5-T, por fim os fungicidas, como os carbamatos.

A empresa *DuPont* foi citada no artigo, aconselhando a desinfecção das sementes com o uso dos fungicidas. Tanto a *DuPont* quanto a *Monsanto* não produziam apenas químicos para as indústrias, mas especialmente para o campo (vimos a propaganda da *DuPont* de “produtos agropecuários” na Figura 14) e possivelmente complementavam as proposições do artigo, já que produziam os “químicos que transformavam a agricultura”. Suas propagandas em *Seleções* revelam produtos como o *CMU DuPont*, “dieta mortal para as ervas daninhas”<sup>241</sup>, o 2,4-D, 2,4,5-T e o *DDT* da *Monsanto*, que promovia “menos insetos menos ervas daninhas maiores colheitas”<sup>242</sup>, entre outros. Estamos falando aqui de uma proposta de *alimentos produzidos pelos agricultores a partir de químicos agrícolas industriais*, como herbicidas, fungicidas e inseticidas, além de fertilizantes. O incentivo ao uso destes químicos agrícolas, como nos conta a narrativa de Eric Hodgins era, portanto, tornar o sistema de produção de alimentos rápido, fácil, eficiente, produtivo, com economia de trabalho e dinheiro, ou seja, seguir a lógica da economia de escala que vimos nos homens de negócios.

Peter Farb apresentou em *Seleções* a técnica do controle biológico para a produção agrícola, ao invés dos químicos. Tratava-se da introdução de uma espécie animal na lavoura para controlar as pragas. Segundo ele, os inseticidas poderiam ter alguns efeitos colaterais, “o fato é que os inseticidas químicos, embora tenham concorrido incomensuravelmente para nosso bem-estar, são bênçãos mistas”<sup>243</sup>. Na verdade, Peter Farb estava tocando no debate que acontecia nos Estados Unidos em relação aos usos químicos no campo, assim como Eric Hodgins ao avisar sobre a toxicidade dos inseticidas e fungicidas.

Conta-nos Levenstein que ao longo de 1950, por exemplo, o *DDT* estava sendo questionado por alguns grupos, encontrando oposição científica e agrícola (em 1948, o Dr. Paul Miller, suíço que descobriu as propriedades pesticidas do *DDT* ganhou o *Prêmio Nobel*). Em 1951, o

---

<sup>241</sup> ANÚNCIO Ervicida CMU, Du Pont de Nemours & Co. (INC). *Seleções*, Tomo XXIII, nº 134, mai. 1953, páginas publicitárias.

<sup>242</sup> ANÚNCIO Produtos Químicos, Monsanto. *Seleções*, Tomo XXIV, nº141, out. 1953, páginas publicitárias.

<sup>243</sup> FARB, Peter. *Contrôle Biológico: a maior Esperança Contra as Pragas de Insetos*. Condensado *The Rotarian*. *Seleções*, Tomo XXXII, n.º 187, ago. 1957, pp. 44.

*Conselho Nacional de Pesquisa em Alimentos* se pronunciou, alegando que não havia causa para preocupação sobre os resíduos do DDT e outros pesticidas na comida. Em 1954 o chefe de toxicologia do *Centro de Serviço de Saúde Pública* divulgou um estudo que indicava que traços de DDT estavam presentes em cada refeição consumida pela média dos estadunidenses. Semelhantemente ao que Peter Farb e Eric Hodgins fizeram nas suas narrativas, relativizando o perigo do pesticida em adjetivos “bênçãos” e “bons”, o estudo salientava que as quantidades de pesticidas presentes nos alimentos não eram perigosas para a saúde humana<sup>244</sup>. No feriado de Ação de Graças de 1959, o órgão *Food, Drug and Administration (FDA)* encontrou traços de herbicida cancerígeno nas plantações de *cranberries*, entre outros escândalos que ocorreram em torno dos usos químicos no campo<sup>245</sup>.

Harvey Levenstein revela para nós também o posicionamento dos editores de *Seleções*, alguns anos depois. Rachel Carson, no começo dos anos 1960, lançou o livro *Silent Spring* (Primavera silenciosa), o qual comprovava que determinados químicos agrícolas eram, em suas palavras, “elixires da morte”. As indústrias elaboraram um contra-ataque ao livro, veiculando críticas em revistas como *Time*, *Saturday Evening Post* e lá estava, *Reader's Digest*. Aqui faremos uma breve dobra no tempo, já que os conhecimentos de *Silent Spring* eram germinados desde os anos de 1940, nos Estados Unidos. J.J. Rodale, editor-fundador da revista *Organic Gardening Magazine*, cunhou o termo “orgânico” ao criar uma fazenda livre de químicos industriais, aplicando as ideias de um inglês chamado Sir. Albert Howard. Seus experimentos eram os únicos do país que elaboravam um conhecimento agrícola de tal tipo, apesar dos milhões gastos pelo

---

<sup>244</sup> LEVENSTEIN, Harvey. Op. Cit. pp. 161.

<sup>245</sup> No entanto, órgãos como o *FDA*, funcionam historicamente junto ao *lobby* das grandes empresas, o que abafava os escândalos. Para entender historicamente os lobistas da indústria alimentícia nos Estados Unidos ver os estudos de Marion Nestlé. Ela busca entender a relação entre o *US Department of Agriculture (USDA)* e os agricultores. Durante a Segunda Guerra, quando trabalharam juntos para os esforços de guerra, os agricultores e produtores industriais viram esse órgão como “seu”, formando o *agricultural establishment*, “uma entidade unida fortemente com propósito que poderia assegurar que qualquer política relacionada com uso da terra, distribuição de *commodities*, ou preços iam promover os interesses dos produtores de alimentos”. Em 1959, o *lobby* é legalizado nos Estados Unidos. Mais em: NESTLE, Marion. *Food Politics*. How the Food Industry Influences Nutrition and Health. Berkeley: University of California Press, 2002. pp. 97.

*Departamento de Agricultura (USDA)* em pesquisa<sup>246</sup>.

Na década de 1950, não encontramos nenhuma condensação de *Organic Gardening Magazine* em *Seleções*. Mas encontramos nas narrativas desta muitos outros tipos de pesquisas sendo elaboradas para o mundo agrícola. Harland Manchester mostrou como a película feita de polietileno, “matéria plástica de múltiplas aplicações” cobria “milhares de hectares de terras destinadas ao cultivo de legumes e hortaliças” em “certas zonas dos Estados Unidos e do Japão”<sup>247</sup>. O mesmo autor visitou também a primeira fazenda radioativa do mundo, onde “em segmentos circulares do campo cresciam plantas de muitas variedades, dispostas em fileiras etiquetadas”. No centro, em um abrigo feito de chumbo, uma dose de cobalto radioativo, “bombardeia a fazenda com raios gama”, causando “centenas de mutações na tarefa de produzir plantas maiores, melhores e mais saudáveis”. Os cientistas ali aceleravam “de duas maneiras o descurado programa de aperfeiçoamento da natureza” como se “para fins de evolução tivéssemos comprimindo mil anos em um só”<sup>248</sup>.

Novamente, deparamo-nos com resquícios da ciência desenvolvida especialmente durante a Segunda Guerra para a produção alimentar. A *Observador Econômico e Financeiro*, no começo dos anos 1950, reforçou os usos atômicos para fins pacíficos, relacionando com os usos químicos no campo, “O Brasil, que saiu do carro de boi para o avião em matéria de transportes, talvez venha, em matéria de energia, saltar da lenha para a força atômica, do mesmo modo que suas terras de lavoura depredadas pela ausência de fertilizantes naturais talvez se recuperem através da utilização dos fertilizantes sintéticos”<sup>249</sup>.

\*

John Bird deixou claro: “a mecanização está produzindo alterações

---

<sup>246</sup> Já as ideias de Sir. Howard são de 1920. Afirmava ele que “adubos artificiais conduzem inevitavelmente a uma nutrição artificial, a comida artificial, animais artificiais e em última instância, a homens e mulheres artificiais”. LEVENSTEIN, Harvey. Op. Cit. pp. 162. POLLAN, Michael. Op.Cit. pp. 163.

<sup>247</sup> MANCHESTER, Harland. Magia Plástica na Fazenda e no Jardim. Condensado *Farm and Ranch. Seleções*, Tomo XXXII, n.º 188, set. 1957, pp. 119.

<sup>248</sup> MANCHESTER, Harland. A Nova Era da Agricultura Atômica. Condensado *Popular Mechanics. Seleções*, Tomo XXXV, n.º 204, fev. 1959, pp. 49.

<sup>249</sup> JOBIM, José. O Brasil Entre Dois Mundos. O País Neste Após-Guerra. *O Observador Econômico e Financeiro*. Ano XIV, n.º 168, jan. 1950, pp. 120.

fundamentais na vida rural. Por fim se extingue a labuta de sol a sol, que era o destino secular dos agricultores. O lavrador moderno transformou-se num poderoso engenheiro de produção, consciente do valor das máquinas, rápido em adquirir os últimos implementos que poupam o trabalho (...) em consequência, cada hora de trabalho se torna mais produtiva”<sup>250</sup>. A mecanização se justificava pela eficiência. “Certa manhã”, contou outro artigo, “Warren North, criador de gado em Indiana, saiu da sua casa branca, de 12 cômodos, de pedra e madeira, para cuidar de seu trabalho cotidiano (...) aproximou-se de um painel de instrumentos e começou a apertar botões e a puxar computadores. De um dos cinco silos gigantes caiu milho moído; de outro, silagem; e de um terceiro milho descascado. Apertando outros botões, North injetou vitaminas suplementares e substâncias nutritivas à base de hormônios”<sup>251</sup>. Dez minutos depois North havia concluído a tarefa.

Outro artigo, sobre a história do trigo (Figura 4), salientou que “em 1831 um lavrador da Virgínia nos Estados Unidos, Cyrus McCormick, então com 22 anos de idade, deu ao trigo a invenção mais revolucionária depois da descoberta do pão fermentado. McCormick inventou a primeira colhedeira mecânica prática”<sup>252</sup>. Empresas como a *Atlantic Motor Oil*, *General Electric*, *Studebaker Corporation*, *Ford Motor Company*, *General Motors do Brasil S.A.*, *McCormick International*, *Caterpillar*, *Allis-Chalmers*, *Mack Trucks*, *International Harvester Máquinas S.A.*, *Willys-Overland Export Corporation*, *The Timken Roller Bearing Company*, constantemente anunciavam máquinas para os agricultores brasileiros, geralmente caminhões, ceifadeiras, tratores e colheitadeiras.

Grande parte destes anúncios ensinavam ao leitor técnicas para suas possíveis fazendas, simulando um artigo da revista. A *Allis-Chalmers*, por exemplo, mostrava como “os fardos enrolados representam um novo meio de alimentar o gado” um método simplificado graças ao *Roto-Baler*<sup>253</sup>, produto da marca, assim como a “colhedeira de forragem *Allis-Chalmers*

---

<sup>250</sup> BIRD, John. Invenções que amenizam a vida do lavrador. *Seleções*, Tomo XXVII, n.º 163, ago.1955, pp. 141.

<sup>251</sup> EM AÇÃO a Agricultura Automática. Condensado *Time*. *Seleções*, Tomo XXXVI, n.º 210, ago. 1959, pp. 119.

<sup>252</sup> MATCH, Rochard. História do Trigo. Condensado *Lifetime Living*. *Seleções*, Tomo XXIV, n.º 136, mai. 1955, pp. 50-53.

<sup>253</sup> ANÚNCIO Roto-Baler, Allis-Chalmers. *Seleções*, Tomo XXII, nº 130, nov. 1952, páginas publicitárias.

(...) agora o pasto é trazido às vacas”<sup>254</sup>. Emergem aqui características que de alguma forma se aproximam das receitas nas propagandas de alimentos industrializados, que vimos anteriormente, pois, a partir de novas tecnologias, faziam-se novas técnicas, com vistas à substituírem as antigas (atrasadas). Podemos considerar esse tipo de publicidade como uma espécie de educação rural, projetando em seu público-alvo, os agricultores, uma perspectiva que os abordava como homogêneos, já que, bastava os equipamentos mecânicos, para que seus problemas fossem resolvidos.

É claro que as tecnologias possivelmente auxiliaram muitos produtores rurais, facilitando o trabalho pesado do campo. Estamos numa proposta para alimentação que podemos chamar de *mecanização do campo*, embora a proposta fosse além do campo. Para chegar nos confins do território latino e providenciar o acesso das tecnologias aos agricultores, era necessário uma comunicação certa. Michael Scully apontou, “a terra prometida do Brasil e a de mais difícil acesso é o interior. Ainda hoje 80% dos 50% milhões de habitantes do Brasil ocupam a região litorânea”. Continuou: “Já começou a «marcha para o Oeste», numa vasta frente - rumo a Goiás. Estado de terras virgens cultiváveis, e mais além, até ao vasto território de Mato Grosso, próprio para o gado, que ocupa uma extensão de mais de um milhão de quilômetros quadrados. A conquista dessa região promete ao Brasil um adequado e bem equilibrado abastecimento de víveres, pela primeira vez na história contemporânea”<sup>255</sup>.

Os agricultores brasileiros, segundo a revista, seriam a base de progresso do país com ajuda de um sistema de transportes eficiente, como aquele realizado pelos caminhões, pelos quais poderiam escoar suas produções de víveres. “Os caminhões ajudam a construir o Brasil” anunciou a *General Motors*, “o caminhão vem cumprindo uma das mais relevantes tarefas: a de transportar as riquezas e utilidades vitais ao engrandecimento e ao progresso da Nação. Seja transportando gado e produtos agrícolas, levando matérias primas às fábricas e aos portos, suplementando as ferrovias e os serviços aéreos ou entregando mercadorias. A *General Motors do Brasil* orgulha-se de estar contribuindo com a fabricação de seus

---

<sup>254</sup> ANÚNCIO Colhedeira de Forragem, Allis-Chalmers. *Seleções*, Tomo XXXVII, nº 160, mai. 1955, páginas publicitárias.

<sup>255</sup> SCULLY, Michael. Dez Anos de Progresso na América Latina. Condensado *La Prensa New York*. *Seleções*, Tomo XIX, nº 109, fev. 1951, pp. 93-109.

caminhões, para a mais rápida consecução desse patriótico objetivo”<sup>256</sup>. Junto aos caminhões, recorrentemente ilustrados num cenário campestre, somavam-se carros como *Ford* e *Jeep Willys*, também anunciados com ilustrações que representavam o mundo agrícola, como podemos ver na Figura 16.

Figura 16: Anúncios *Jeep Willys*



Fonte: ANÚNCIO *Jeep Willys*. *Seleções*, Tomo XXXIII, nº 197, jun. 1958. ANÚNCIO *Jeep Willys*. *Seleções*, Tomo XXXII, nº 186, jul.1957.

Por isso, muitas estradas eram necessárias. Michael Scully, ao descrever o progresso do México na América Latina, narrou que “por entre a montanhas mexicanas estendem-se, hoje, como artérias de vida, 16 mil quilômetros de rodovias que não existiam há dez anos, e o automóvel fomentou a construção de novos balneários e o despertar de povoações antigas. Territórios antes desertos converteram-se em grandes manchas de verdura, e a irrigação agregou cinco milhões de hectares à capacidade de

<sup>256</sup> ANÚNCIO Caminhões, General Motors. *Seleções*, Tomo XVIII, nº 147, jul. 1950, páginas publicitárias.

produção do país”<sup>257</sup>. As estradas, descritas como “artérias”, eram narradas como fundamentais para o almejado progresso. Esta narrativa se repetia nas propagandas, como informa a *Mercedes-Benz* (Figura 17), no anúncio intitulado “Um coração que pulsa Forte”, falando então sobre o Brasil: “Pelos nossas rodovias - verdadeiras artérias do pujante organismo que é êste Brasil - corre a seiva vital do transporte, que promove riquezas, para fortalecer a Nação. Alimentando, incessantemente, essas artérias civilizantes, pulsa forte um coração...”<sup>258</sup>.

As próprias empresas que vendiam as máquinas para o campo, vendiam as máquinas para a construção de estradas. O anúncio da *Mack* afirmava, “as estradas são as próprias artérias da civilização, pois sôbre elas os caminhões, ônibus e outros veículos motorizados aceleram o progresso da indústria de um país”<sup>259</sup>, da *Allis-Chalmers* também, “Construa estradas como se seu futuro dependesse delas - e depende! A vida econômica e social de uma nação depende das estradas que ela tenha”<sup>260</sup>, assim como a *Goodyear* “O transporte motorizado é o próprio sangue da economia nacional. As estradas são suas artérias e multiplicá-las é a primeira condição para uma vida melhor”. Este último anúncio, ainda, enfatizava um tom patriótico acentuado: “Para dar livre curso ao progresso e levar mais riqueza e conforto a todos os pontos do País, trabalham incansavelmente os Poderes Públicos, enérgicamente empenhados na gigantesca tarefa de fornecer à nossa terra o número de artérias e vias de comunicação de que ela tanto necessita. E êsse meritório esforço, de profunda e decisiva significação nacional, merece, sem dúvida alguma, o aplauso caloroso e o incentivo sincero de todos os brasileiros. Mais estradas para um Brasil melhor!”<sup>261</sup>.

Além do mais, a cultura das quatro rodas recebia expansão nas páginas da revista em artigos sobre a *Ford Motor Company*, que vimos

---

<sup>257</sup> SCULLY, Michael. Op. Cit.

<sup>258</sup> ANÚNCIO Mercedes-Benz. *Seleções*, Tomo XXXII, nº 190, nov. 1959, páginas publicitárias.

<sup>259</sup> ANÚNCIO Caminhões, Mack. *Seleções*, Tomo XVIII, nº 147, jul. 1950, páginas publicitárias.

<sup>260</sup> ANÚNCIO Tratores de Esteira, Motoniveladoras, Maquinaria Rodoviária, Motores, Tratores de Rodas Agrícolas e Industriais, Equipamento Agrícola, Allis-Chalmers. *Seleções*, Tomo XIX, nº 108, jan. 1951, páginas publicitárias.

<sup>261</sup> ANÚNCIO, Goodyear. *Seleções*, Tomo XXIII, nº 134, mar. 1953, páginas publicitárias.



anteriormente, ou sobre a *Volkswagen*<sup>262</sup> e a *Fiat*<sup>263</sup>. Fora das páginas, Nelson Rockefeller destacou a associação de seus negócios com o governo brasileiro, na área de produção e distribuição de alimentos, transporte e armazenagem, para ele, fatores chave da segurança do país. “É necessário que o Brasil aumente a produção de gêneros alimentícios e que se diminua o preço de transporte e distribuição”<sup>264</sup>, dizia o herdeiro da mais rica companhia de petróleo da história

Figura 17: Anúncio Ford e Mercedes-Benz

**OS CAMINHÕES AJUDAM A CONSTRUIR O BRASIL...**

Para o país crescer rápido o Brasil, o caminho tem que ser o caminho das máquinas modernas. As máquinas modernas são as que ajudam a construir o Brasil. Elas são as que ajudam a produzir alimentos, transportar os produtos agrícolas, construir as estradas, as pontes, os portos, as usinas elétricas e os serviços aéreos em todo o Brasil. A General Motors do Brasil trabalha de tudo para ajudar a construir o Brasil. Ela trabalha para ajudar a construir o Brasil. Ela trabalha para ajudar a construir o Brasil.

**GENERAL MOTORS DO BRASIL S. A.**

Carros: Chevrolet, Ford, GMC, Oldsmobile, Pontiac, Buick, Cadillac, Opel, Saab, Volvo, etc.

Trucks: Chevrolet, Ford, GMC, Oldsmobile, Pontiac, Buick, Cadillac, Opel, Saab, Volvo, etc.

**UM CORAÇÃO QUE PULSA FORTE...**

Este motor oferece rendimento ótimo de pouco consumo que é tão fácil de operar que até os homens, que antes tinham medo de dirigir a grande Mercedes-Benz, hoje sabem dirigir com facilidade. Este motor é o coração do Camion 2 e da MERCEDES-BENZ DO BRASIL S.A. que, com seu sistema exclusivo de injeção direta, oferece um rápido aumento de potência de trabalho extraordinário quando necessário.

Engenheiros e técnicos de manutenção podem estudar nos cursos especializados e MERCEDES-BENZ DO BRASIL S.A. tem em todo o Brasil uma rede de oficinas para a manutenção, reparo e troca de peças. Consulte o representante de vendas que poderá fornecer mais detalhes sobre este motor.

**MERCEDES-BENZ DO BRASIL S.A.**

FONTE: ANÚNCIO Caminhões, General Motors. *Seleções*, Tomo XVIII, nº 147, jul. 1950. ANÚNCIO Mercedes-Benz. *Seleções*, Tomo XXXII, nº 190, nov. 1959.

A proposta para alimentação relacionada a mecanização do campo previa, portanto, este conectado à rodovias, dialogando com os termos

<sup>262</sup> CLARK, BLAKE. O Automóvel que Construiu uma Cidade. Condensado *Deutsche Rundschau*. *Seleções*, Tomo XXV, nº 148, pp. 97-100.

<sup>263</sup> A chamada da matéria afirmou “Quase totalmente destruída pela guerra e assediada por comunistas, essa companhia demonstrou a potencialidade do livre empreendimento”. RATCLIFF, J.D. A Fabulosa Fiat. Condensado *Die Weltwoche*. *Seleções*, Tomo XXXIV, nº 202, nov. 1958, pp. 84-87.

<sup>264</sup> TOTA, Antonio Pedro. Op. Cit. pp. 193 - 194.

eficiência e produção em larga escala da economia industrial. Comunicou Michael Scully “(...) a América Latina contou com novos elementos - máquinas agrícolas, caminhões, técnicas modernas de engenharia e medicina - para levar os trilhos e as estradas ao interior de territórios antes impenetráveis”<sup>265</sup>.

\*

Estas duas propostas que encontramos através do agricultor, *uso de químicos industriais na lavoura e mecanização do campo*, eram costuradas por outra proposta que se revela, especialmente, no artigo “Para que o Mundo não passe Fome”<sup>266</sup>. Edwin Muller narrou sobre a história de Norris E. Dodd, próspero fazendeiro norte-americano e “homem de idéias avançadas”, de Oregon, que “empenhou-se num ataque prático a êsse terrível problema que afeta o mundo inteiro”, a fome. Transformou “alguns hectares de terra coberta de vegetação baixa e brava” numa “belíssima fazenda de uns 800 hectares, mecanizada com o que há de mais moderno”. Viajava a serviço da *Food And Agriculture Organization of the United Nations (FAO)* nas palavras do autor, “países atrasados”, a fim de ajudar outros lavradores.

Os trabalhos da *FAO* se estendiam “pelo mundo a fora e se estenderão pelos anos a dentro, e se realizam segundo a pauta traçada, com tanto êxito, pela *Fundação Rockefeller* e pela *Fundação do Oriente Próximo* em sua tarefa de ajudar a aperfeiçoar a agricultura das regiões menos desenvolvidas”. Por exemplo, a Itália “precisava de aumentar urgentemente o rendimento por hectare de seus milharais. A *FAO* recomendou que se experimentassem os milhos híbridos já conseguidos nos Estados Unidos. Assim se fêz, e algumas sementes experimentais já deram lugar a um rendimento equivalente ao dôbro do anterior”.

O texto ilumina, já em seu título, a problemática da fome. Nos anos de 1940 e 1950 houve uma “descoberta” da fome mundial com a independência dos países coloniais, que podemos marcar como oficialmente reconhecida através da criação da *FAO*, em 1943<sup>267</sup>. O fim da Guerra

---

<sup>265</sup> SCULLY, Michael. Op. Cit.

<sup>266</sup> MULLER, Edwin. Para que o Mundo não passe fome. Condensado *The Minneapolis Tribune. Seleções*, Tomo XVIII, nº 101, jun. 1950, pp. 85-90.

<sup>267</sup> Henrique Carneiro, citando o geógrafo Yves Lacoste, explicam, “enquanto existiam os elos estreitos de dominação colonial, e enquanto se procurava mantê-los por bem ou por mal, admitir que as populações colonizadas estavam na miséria era,

Mundial também agravou o problema, milhões de pessoas morreram ou estavam famintas entre Europa, China e sul da Ásia<sup>268</sup>. A fome entrou no debate político enquanto algo a ser “combatido”, atravessado pela atuação de agências internacionais. Para o artigo, o “combate à fome” era uma questão da “difusão de certos instrumentos e métodos simples”, mesmo que citasse exemplos de milhos híbridos importados dos Estados Unidos e a mecanização como algo fundamental para a produção alimentícia. Situamos, portanto, as propostas para alimentação articuladas pela proposta de uma *produção agrícola que desse conta da demanda faminta internacional* e por isso destacamos no começo deste subcapítulo a representação do agricultor em *Seleções* tramado à uma ideia internacional.

O texto também considerava que nas regiões “atrasadas” os métodos simples eram raros, porque igualmente eram “raros os indivíduos realmente dotados de engenho, de espírito inventivo”. Complementava que os “fazendeiros norte-americanos utilizam métodos mais eficientes que a média dos lavradores do resto do mundo” pois eles tinham “secretarias federal e estaduais de agricultura, as universidades, os postos de pesquisas e experiências, as revistas de agricultura, os boletins, os programas de rádio especializados e outras fontes de informações e serviços”. Enquanto, nos “países atrasados”, o lavradores não contavam “com pessoa alguma que lhe ensine novos métodos, de modo que continua a trabalhar da mesma forma que seu pai e seu avô trabalhavam”. O artigo se contradiz ao apresentar o modo estadunidense de produção agrícola e sua estrutura como modelos e os conhecimentos locais como ultrapassados, enquanto propunha enquanto solução a adoção de “métodos simples” por parte dos lavradores dos outros países.

A proposta não apenas evidenciava, portanto, uma produção agrícola que desse conta da geografia da fome, impulsionada por agências internacionais, mas apresentava nas entrelinhas deste artigo como solução o modelo estadunidense de produção, na figura de Norris E. Dodd, evocando a conduta do *self made man*. O artigo narrava pejorativamente o *modus operandis* que outros lavradores ao trabalhar com o conhecimento de seus ancestrais tinham. Percebemos evidentemente, aqui, a ação narrativa da geopolítica do conhecimento, a qual problematizamos no primeiro capítulo sobre os conteúdos da revista.

---

em certa medida, reconhecer o fracasso desta famosa missão civilizadora, álbi ideológico da colonização”. Em: CARNEIRO, Henrique. Op. Cit. pp. 24.

<sup>268</sup> Levenstein, Harvey. Op. Cit. pp. 96.

O modelo estadunidense de produção agrícola emergia das empresas de grandes negócios, como a *Allis-Chalmers*, que, num anúncio, contornava o problema da produção alimentícia da América Latina da seguinte maneira, “a solução do problema reside na completa mecanização da agricultura. A mecanização total não só assegurará maior abundância de alimentos, como também proporcionará ao consumidor alimentos de melhor qualidade”<sup>269</sup>. A *Monsanto* que, por sua vez, afirmava, “alimente mais gente, use mais inseticidas, mate mais parasitas”, porque era “A Serviço da Indústria...Que Serve a Humanidade”<sup>270</sup>. Ou a *Caterpillar* que, anunciando “os tratores ajudam a alimentar os povos”, divulgava a necessidade dos fazendeiros “encontrar meios e modos de aumentar a produtividade de sua terra (...) máquinas agrícolas modernas os ajudam em sua tarefa”, afinal, “As nações livres do mundo estão progredindo. Por tôda parte a indústria e a agricultura estão se expandindo; a exploração de minérios, de pedreiras e a construção de obras de serviço de utilidade pública estão trazendo benefícios cada vez maiores para o povo. Êstes trabalhos exigem máquinas mais possantes, mais úteis e mais seguras”<sup>271</sup>. Novamente, da perspectiva da industrialização da agricultura, percebemos o agricultor no *background* dos homens de negócios.

Há mais indícios sobre a trama internacional na representação do agricultor. O artigo “Para que o Mundo não passe fome” citou, por exemplo, a *Fundação Rockefeller*, a *Fundação Oriente Próximo* e a *FAO* e o artigo “Fazendeiro à moderna” citou a *Future Farmers of America* e as *Nações Unidas*. O artigo “Dez Anos de Progresso na América Latina” citou o *Instituto Interamericano de Ciências Agrícolas* na Costa Rica, mantido por 15 países, “o solo mais promissor das Américas (...) também faculdade de agronomia, que forma, anualmente uns 50 jovens latino-americanos”<sup>272</sup>. José Jobim, na revista *Observador Econômico e Financeiro* do começo dos anos de 1950, discutiu sobre a agricultura latina, exaltando que o Instituto “recebe auxílios de várias organizações privadas para pesquisas especiais”, entre elas, a *American International Association*, a *American Cocoa*

---

<sup>269</sup> ANÚNCIO Maquinaria, Allis-Chalmers. *Seleções*, Tomo XXVIII, nº 166, set. 1955, páginas publicitárias.

<sup>270</sup> ANÚNCIO Produtos Químicos, Monsanto. *Seleções*, Tomo XXI, nº 126, jul. 1952, páginas publicitárias.

<sup>271</sup> ANÚNCIO Maquinaria, Caterpillar. *Seleções*, Tomo XXVIII, nº 166, set. 1955, páginas publicitárias.

<sup>272</sup> SCULLY, Michael. Op. Cit.

*Research Committee, a Standard Oil Development Company*, informando que “o instituto coopera em problema de pesquisas com outras organizações como as várias agências interessadas das *Nações Unidas*, a *Fundação Rockefeller (...)*”<sup>273</sup>. Ainda, haviam as agências *AIA* e *IBEC*, vistas anteriormente.

Estas agências, filantrópicas ou não, possivelmente reforçavam e difundiam o modelo estadunidense de produção em certa escala, numa agenda “que tinha como projeto central a intensificação dos processos de modernização da agricultura como forma de solucionar os problemas da fome no mundo e, aumentar o bem-estar das populações rurais dos países considerados subdesenvolvidos”<sup>274</sup>. De acordo com a *AIA*, por exemplo, “as diferentes populações, independentemente da sua história pregressa, da questão religiosa ou constituição étnico racial, poderiam adotar os consideráveis avanços da experiência histórica dos Estados Unidos”<sup>275</sup>.

Mas a agenda de cooperação não tinha um caráter exclusivamente solidário. Após 1945, um grupo de políticos norte-americanos, composto por figuras como Nelson Rockefeller e outros republicanos, projetou um possível retorno da fome em massa provocada pela crise de 1929 no país, pois, uma vez que a alta produção de alimentos para manutenção das tropas aliadas não era mais necessária, poderia ocorrer superprodução e, logo, outra crise<sup>276</sup>. Formou-se, como solução, uma agenda internacional de cooperação, especialmente na área agrícola, a qual a América Latina fazia parte.

Vale situar essas agências no contexto da Guerra Fria, já que a fome não nasce na humanidade apenas depois da Segunda Guerra, como deixou claro *Seleções*, por exemplo, no artigo “Cruzada contra a Fome”, do qual sublinho a frase, “(...) após a Segunda Guerra Mundial, quando a fome se espalhou pela Europa e pela Ásia (...)”<sup>277</sup>. Propagar o modelo

---

<sup>273</sup> JOBIM, José. Op. Cit. pp. 118.

<sup>274</sup> SILVA, Claiton Marcio da. Op. Cit. pp. 51.

<sup>275</sup> Ibidem, pp. 75, 76.

<sup>276</sup> Ibidem, pp. 52

<sup>277</sup> Segundo Henrique Carneiro, por exemplo, a incorporação das economias agrárias da África e da Ásia possibilitaram o aumento de alimentos nos países metropolitanos, enquanto, nos países coloniais, crises de fome aniquilaram “um quarto da população do Marrocos 1878-84, 20 milhões de mortos na China 1877, 7 milhões de mortos na Índia em 1879-79 e 16 milhões em 1897. Cinquenta milhões de mortes no final do século XIX”. Ver em: CARNEIRO, Henrique. Op. Cit. pp 32-33.

estadunidense de produção agrícola também significava difundir o império do capital. Para Antonio Pedro Tota, historiador importante nas discussões das relações internacionais entre Brasil e Estados Unidos, o *IBEC* e a *AIA*, por exemplo, eram um dos refinados armamentos de “guerra psicológica”, usada de forma pioneira por Nelson Rockefeller, contra a União Soviética.

Algumas das empresas anunciantes em *Seleções* também parecem ter se engajado nessa luta. Deixou claro a *Caterpillar*, “Apenas um Trator *Diesel Caterpillar* (...) pode lavar, semear e colher trigo suficiente para fazer 1.237.000 quilos de pão em uma só safra - isto é, o bastante para fornecer um quilo de pão para cada habitante de Montevideú ... ou Santiago ... ou mais de meio quilo para cada habitante de São Paulo. Nos tempos difíceis que atravessamos, é bom saber que tais máquinas trabalham para nosso lado. As nações bem alimentadas são as que melhor podem fazer frente aos agressores!”<sup>278</sup>. Os agressores, no caso, referiam-se provavelmente aos comunistas, já que de acordo com as outras narrativas sobre estes na revista, como vimos, eram considerados bárbaros.

As tecnologias agrícolas apresentadas enquanto proposta para alimentação em *Seleções* faziam possivelmente parte, portanto, de uma trama internacional que buscava chegar nos confins dos territórios *wilder*. Apesar desta trama internacional dialogar com a agenda dos Estados Unidos, como vemos nas narrativas analisadas, é importante ressaltar que não se limitava nesta. Havia atores e movimentos internacionais interessados realmente em contribuir com um mundo mais justo e igualitário em relação ao sistema alimentar, como é o caso do brasileiro Josué de Castro, que exerceu presidência no conselho da *FAO* e foi embaixador na *ONU* trabalhando enquanto ativista no combate à fome mundial.

\*

O governo de Juscelino Kubitschek contemplou várias demandas agrícolas durante sua administração. Como vimos, a catálise do projeto nacional-desenvolvimentista se estruturou com os interesses rurais brasileiros. O *Plano de Metas*, por exemplo, promovia a expansão e modernização do sistema agro mercantil, “a intensificação do uso de fertilizantes e tratores, bem como a construção de estradas, armazéns e

---

<sup>278</sup> ANÚNCIO Tratores, Caterpillar. *Seleções*, Tomo XIX, nº 108, jan. 1951, páginas publicitárias.

frigoríficos”<sup>279</sup>. A grande meta de integração nacional, além da construção de Brasília, baseava-se num sistema de transporte considerado eficiente, sendo que em 1951 foi lançado um novo Plano Nacional de Viação voltado especialmente para a conexão rodoviária das regiões Norte e Centro-Oeste com o restante do país<sup>280</sup>.

O plano previa pavimentação asfáltica de 5.000 km e a construção de 12.000 km de rodovias. Em 1960 haviam sido construídos 14.970 km e pavimentados 6.202 km. A meta 27 previa a implantação da indústria automobilística com capacidade de produção de 170.000 veículos, caminhões ou automóveis, já que antes não se fabricavam veículos no Brasil, eram apenas montados com peças importadas. Em 1960, a capacidade chegava a produção de quase 200.000 veículos<sup>281</sup>. As estradas do país começavam a “pulsar”, alimentadas especialmente pelo capital que entrava via *Instrução 113* da SUMOC, como observamos os investimentos estrangeiros nesse setor, na Tabela 2.

As agências *AIA* e *IBEC*, ainda, trouxeram técnicas modernas para o Brasil, a partir de princípios institucionalizados no programa *Ponto Quatro*. Este programa da política externa dos Estados Unidos, elaborado na presidência de Henry Truman, entrou em ação nos anos 1950, propondo auxiliar a modernização de outros países, “levando a industrialização, urbanização crescimento da produção material, níveis de vida e ideais educacionais e culturais modernos”. Em 1949, Nelson Rockefeller escreveu confidencialmente a T. Quartim Barbosa, indicando que o Sr. e a Sr. James Monahan, considerados por ele ótimos escritores do *Reader's Digest*, estariam no Brasil para escrever sobre a relação da *AIA* e do *IBEC* com o *Ponto Quatro*, a fim de publicar uma edição especial da revista sobre o trabalho desenvolvido no Brasil e na Venezuela.

A *AIA* atuou no Brasil através de projetos de desenvolvimento de sementes de milho híbrido; métodos modernos de agricultura na produção de aves, suínos, etc, mecanização e treinamento em cooperação com colégios e escolas de agricultura; na Paraíba e Pernambuco, a introdução de tomate ou abacaxi em áreas de seca sob irrigação; produção de carne; fertilizantes desenvolvidos pelo químico húngaro John S. Csiky para trigo, soja e milho, nas terras da *S.A. Fomento Agro-Pecuário*, nas fazendas Teodoro Quartim Barboza e Olívio Gómez e na fazenda da empresa

---

<sup>279</sup> MOREIRA, Vania Maria Losada. Op. Cit.pp. 168.

<sup>280</sup> GOMES, Angela Castro (Org). Op. Cit. pp. 69.

<sup>281</sup> Ibidem, pp. 160.

*Sementes Agroceres S.A.*; investigação de determinados tipos de verminoses e como tratá-las; organização de clubes e grupos de ensino entre a juventude rural (4S significava “saber, sentir, servir e saúde” e constituíram um dos instrumentos de Extensão Rural para todo o Brasil, inspirados na metodologia dos clubes 4-H dos Estados Unidos)<sup>282</sup>.

Alguns destes projetos deram origem à acordos com o Governo de Minas Gerais, possibilitando a criação da *Associação de Crédito e Extensão Rural (ACAR)* em 1948. Esta agência propunha ajuda financeira aos agricultores brasileiros na forma de empréstimos bancários baratos para que implementassem técnicas modernas. Em 1950, a ACAR realizou empréstimos para compra de máquinas, ferramentas, adubos, sementes, equipamentos domésticos, ensinando os agricultores a os usar. Em 1951, publicou as atividades de dois anos de atuação: empréstimos a juros módicos, vacinas e medicamentos para os animais, orientação às mulheres no cuidado com a alimentação das crianças, informações sobre como fazer horta de forma racional, como confeccionar as próprias roupas, rudimentos de higiene.

O ensino da agência funcionava com dois agentes, geralmente um técnico agrícola ou engenheiro agrônomo e uma mulher com instrução em economia doméstica. Andavam com um *Jipe Willys*, visitando as propriedades-lar do interior, “esse pessoal levava na sua missão conquistas da ciência e da técnica, da pesquisa e da experimentação, no campo da agricultura e da economia doméstica”<sup>283</sup>. Segundo Antonio Pedro Tota, os técnicos da associação eram “os apóstolos das soluções modernas, inspirados no programa americano *The Man, The Girl and the Jeep*, idealizado por Robert Hudgens que trabalhou na *Farmers Security Administration (FSA)* durante o governo Roosevelt”<sup>284</sup>. Os programas de assistência técnica estavam também relacionados com a criação do *Escritório Técnico de Agricultura Brasil - Estados Unidos (ETA)* em 1953.

Juscelino Kubitschek, uma vez na presidência, criou a *Associação Brasileira de Crédito e Extensão Rural (ABCAR)*<sup>285</sup>, a partir do modelo da ACAR de Minas Gerais, assim como outras associações regionais, no Rio de Janeiro, Santa Catarina, Espírito Santo, Paraná, entre outras, dialogando

---

<sup>282</sup> SILVA, Claiton Marcio da. Op. Cit.

<sup>283</sup> Ibidem, pp. 176.

<sup>284</sup> TOTA, Antonio Pedro. Op. Cit. pp. 245.

<sup>285</sup> Participaram da fundação da ABCAR a *Confederação Rural Brasileira*, o ETA, a AIA e o *Banco do Brasil*.



com a matriz norte-americana de modelo de financiamento. Ainda, para garantir o abastecimento alimentar do Brasil, o *IBEC* se associou à *Cargill Company*, de Minnesota, uma das maiores empresas do mundo da industrialização de cereais. Da associação resultou a construção de elevadores de cereais, silos, compra e venda de sementes, armazenamento para milho, arroz e outros produtos. Ourinhos, cidade paulista fronteira com o Paraná, foi o centro escolhido, eram “atividades pioneiras”, segundo relato de Nelson Rockefeller ao *Diário de São Paulo*<sup>286</sup>.

Assim como as narrativas em *Seleções*, o ponto de partida dos programas era uma noção de comunidade rural que poderia se modernizar facilmente com acesso à educação e ao crédito para compra de tecnologias, sem levar em conta os conflitos internos da imensidão do Brasil profundo<sup>287</sup>. Ainda, o movimento para Oeste da operação Brasília, promoveu a expansão do modelo oligárquico nas fronteiras agrícolas, sem regulamentação, gerando consequências como especulação fundiária, grilagem, formação de novos latifúndios, fortalecimento da grande propriedade e conflitos étnicos, sociais e fundiários. Estes problemas se inseriam no tipo de desenvolvimento cozinhado no programa nacional-desenvolvimentista, “baseado na ausência de uma política de reforma agrária e colonização e no desmonte do Serviço de Proteção aos Índios”<sup>288</sup>.

Parece que, se, por um lado, *Seleções* difundia propostas para alimentação baseadas na agricultura moderna, e nesse sentido organizações e políticas no país se estruturavam, a história social brasileira de formação dos latifúndios fazia com que os pequenos e médios agricultores fossem apenas coadjuvantes do processo. Mesmo que as agências como *AIA* e as propostas da revista considerassem os pequenos e médios agricultores, encontravam contradições emergentes nos anos de 1950 no país, fruto de conflitos sociais históricos. Podemos, talvez, pensar que as propostas que estavam em movimento se adaptaram à realidade social brasileira, formando

---

<sup>286</sup> TOTA, Antonio Pedro. Op. Cit. pp. 245.

<sup>287</sup> Claiton Marcio da Silva, discutindo com os historiadores Tamás Szmrecsányi e Oriowaldo Queda, explicam que sob o mesmo rótulo “estão agrupados os grandes fazendeiros, os minifundiários e os trabalhadores agrícolas, incluídos todos no chamado público de assistência técnica”. SILVA, Claiton Marcio da. Op. Cit. 173.

<sup>288</sup> As ocupações não levavam em conta a questão indígena, como é o caso da ocupação das terras do povo Kadiwéu em 1959. Em MOREIRA, Vania Maria Losada. Op. Cit. pp. 187.

grandes fazendeiros modernos, e não apenas pequenos e médios agricultores, como aqueles que se fizeram no Oeste dos Estados Unidos. O que permaneceu semelhante à conquista do Oeste, no entanto, tratava-se da aniquilação de comunidades indígenas, que acontecia nas ocupações do Brasil profundo.

Segundo Claiton Marcio da Silva, enquanto para os estadunidenses a modernização era uma coisa, “um processo empírico apoiado em uma autoridade com parâmetros”, nos países subdesenvolvidos as elites locais se apropriaram do movimento de modernização de forma a fazer valer seus interesses. Assim, a “cooperação técnica se transformou num dos principais instrumentos de manutenção das relações internacionais de poder, América Latina, Europa, Ásia e África receberam agentes, financiamento e orientações como desenvolver programas agrícolas, mas as condições locais impuseram a esse modelo adaptações”<sup>289</sup>.

\*

As propostas reveladas neste subcapítulo foram *uso de químicos industriais nas plantações, mecanização do campo, distribuição dos alimentos sob quatro rodas e produção agrícola para a fome mundial*. Estas propostas possivelmente foram importantes e relevantes para o desenvolvimento agrícola brasileiro, inclusive contribuindo para o trabalho dos pequenos e médios agricultores, além dos grandes fazendeiros, mas parece que sobretudo permitiam ao agricultor introduzir na natureza a economia de escala e a eficiência mecânica, características de uma fábrica.

Marcia Lee falou, em *Seleções*, sobre “novo e fabuloso fungicida”, o *Captan*, que combatia fungos os quais “só se revelam pelo dano que causam: podridão na maçã, ferrugem nos pêssegos, mal das batatas, mofos que estragam gêneros nos mercados e atacam flôres”<sup>290</sup>. O que significa o apodrecimento de um alimento senão que a natureza, vivendo o que podemos chamar de lógica biológica, está naturalmente reprocessando a comida? Talvez as propostas para alimentação encontradas até agora fazem parte de um processo que nos proporcionou, enquanto humanidade, libertar a comida, em grande medida, dos processos inevitáveis da natureza<sup>291</sup>. É

---

<sup>289</sup> SILVA, Claiton Marcio da. Op. Cit. pp. 48.

<sup>290</sup> LEE, Marcia. CAPTAN, O Novo e Fabuloso Fungicida. *Seleções*, Tomo XXVI, nº 160, mar. 1955, pp. 78.

<sup>291</sup> Massimo Montanari coloca que, para vencer a fome, foi necessário “vencer o tempo, conservando e estocando” através dos recursos “como defumação,

nessa tensão que pudemos discutir anteriormente os escassos investimentos estatais ou empresariais em conhecimentos que considerassem os processos orgânicos da natureza, como fazia o movimento alternativo do cultivo orgânico pelas margens do sistema.

Ao mirarmos para o contexto das propostas, reconhecemos uma arquitetura industrial plantada pela hegemonia estadunidense em ascensão. Quando *Seleções* imprimiu um lembrete irônico, aparentemente sem pretensão, “sugestão aos horticultores: Não jogue fora os saquinhos vazios de sementes. Muitas vezes eles são exatamente do tamanho necessário para guardar a colheita” condensado *The Wall Street Journal*, por exemplo, já pressupunha que os agricultores comprariam saquinhos de sementes, capitalizada por uma empresa específica<sup>292</sup>. Ou quando a revista *Times* publicou em fevereiro de 1947, que o objetivo de Nelson Rockefeller com suas articulações na América Latina “era incentivar o aumento da produção brasileira, em especial de alimentos, o que poderia assegurar o Brasil como um importante comprador de máquinas dos Estados Unidos”<sup>293</sup>, percebemos as propostas entrelaçadas por interesses econômicos e políticos específicos.

Michael Pollan discute, por exemplo, que os fertilizantes industriais substituem o processo de fixação de nitrogênio exercido pelas bactérias nas raízes das plantas através da energia solar. Para ele, a lógica industrial da alimentação se organizou em torno não mais do sol, mas da fonte energética em expansão no curso do século XX, o petróleo<sup>294</sup>. No limite, com essa lógica, a produção de alimentos sustenta uma economia mais ampla, como as indústrias farmacêuticas, as indústrias químicas, o agronegócio e a indústria petrolífera.

Portanto, as propostas para alimentação que encontramos até então vão muito além do que superar os limites da natureza. Mesmo que a busca da humanidade ao longo da história foi, em grande medida, domesticar, transformar, reinterpretar e industrializar a natureza, as propostas sugerem saberes e fazeres para alimentação de uma cultura localizada, que evocava o *american way*, como já discutimos através da noção de geopolítica do

---

fermentação, secagem e conservação em sal ou em mel, além do fogo” e para vencer o espaço, foi necessário transportar os alimentos por longas distâncias. Ver em: MONTANARI, Massimo. Op. Cit.

<sup>292</sup> SEÇÃO Lembretes. Condensado *The Wall Street Journal*. *Seleções*, Tomo XXVI, nº 153, out. 1954, pp. 46.

<sup>293</sup> TOTA, Antonio Pedro. Op. Cit. pp. 174.

<sup>294</sup> POLLAN, Michael. Op. Cit. pp. 52 - 54.

conhecimento.

Ainda, as políticas que encontramos em curso no país na década de 1950 buscavam, através do desenvolvimento econômico, acessar a modernidade, seja com a indústria em cena ou com agricultura no *background*. Contudo, esse acesso se revela dependente de exigências internacionais. Parece que essa dependência diz respeito não apenas à questão econômica, dados os investimentos estrangeiros no período, alguns dos quais discutimos, mas também à incorporação de um modelo cultural externo nas políticas nacionais, que, no limite, desconsiderava o caldeirão de mestiçagens que sempre foi a cultura latina e o sentido contraditório de modernidade que seus territórios cultivam por séculos.

Seguindo estes pensamentos, as propostas para alimentação encontradas até agora, sugerem, mais do que indústrias modernas, cozinhas tecnológicas e lavouras que imitavam fábricas, a lógica industrial enquanto dispositivo da geopolítica do conhecimento. Será possível investigarmos a matriz cultural dessa lógica? Afinal, que saberes estruturavam a circulação geopolítica do industrialismo?

O terceiro ator da modernidade, o médico, que abordaremos no próximo capítulo, pode nos dar alguns indicativos através de um saber que lhe é próprio, o científico. “O mundo de amanhã cintilando com a promessa de uma vida melhor”, escreveu Nelson Rockefeller no início de 1950 “necessita de novos caminhos para a marcha da ciência e da tecnologia sobre os obstáculos da linguagem, raça e tradições”. O que era esse saber científico para os anos de 1950? Será que o mesmo pode apontar para as raízes da lógica industrial da alimentação?

### 3 ENTRE OS BASTIDORES, O MÉDICO

*“Unidades de um exército invasor estão penetrando nas comunidades de muitas nações do Hemisfério Ocidental, da Ásia e da África. Seus generais são médicos e cientistas. Seus soldados usam armas que emitem jactos de DDT. O inimigo é a doença mais frequente da humanidade - a malária”.*

*OK. Armstrong*<sup>295</sup>

Neste último capítulo, desvendaremos o que era o médico em *Seleções* a fim de seguir seus indícios e encontrar outras propostas para alimentação. Através destas, buscaremos rastrear a matriz cultural da lógica industrial que sustenta as propostas identificadas no capítulo anterior. Portanto, não aprofundarei tanto como antes no contexto brasileiro e estadunidense, mas discutirei questões importantes para a história da saúde em suas correlações temporais e em seus significados nas páginas da revista.

\*

O que era o ator social médico em *Seleções*? Por ser o terceiro herói da mitologia moderna que estamos investigando, também era habitado pela ideia de *self made man*, que discutimos no capítulo anterior. No entanto, para o compreender mais, pensemos as esferas de representação que fermentaram simultaneamente sua figura nas páginas da revista.

A primeira delas pode ser rastreada nos contos condensados. Ali o médico emerge enquanto personagem dramático, como o “Dr. Edwards” em “A Beira do Abismo” e o “Dr. Jo” em “Ressurreição de Lázaro”<sup>296</sup>. Ambos auxiliaram o protagonista ou certos personagens à “combater” e “vencer” suas doenças. Betty Martin, por exemplo, contou as suas aventuras e do seu marido Harry num hospital de leprosos, onde “Dr. Jo” os tratou com variadas drogas e exames, até finalmente os curar - quando puderam finalmente comprar um automóvel e sair da reclusão de anos!

<sup>295</sup> ARMSTRONG, O.K. Ataque Geral à Malária. Condensado *Your Health. Seleções*, Tomo XXXIV, nº 202, nov. 1958, pp. 126.

<sup>296</sup> MARTIN, Betty. Ressurreição de Lázaro. Condensado livro *Miracle at Carville* de Betty Martin. *Seleções*, Tomo XIX, nº 113, jun. 1951, pp. 143.

Já em “O Limiar do Amanhã”<sup>297</sup>, o próprio “Dr. Thomas Doodley” narrou suas aventuras na cidadezinha de Nham Tha. No Laos, um embaixador cambojano afirmou, segundo o autor, que o país só “dispunha de um médico formado de acordo com os padrões ocidentais” e que “- É verdade que temos alguns homens a que chamamos de *médecins indochinois* - acrescentou - Completaram o curso do *lycée* e aprenderam alguma coisa de Medicina. Mas para a grande maioria de nosso povo só existem os curandeiros e as parteiras”. Ao rumar para Nham Tha, situado nas profundezas do Camboja, “Dr. Doodley” conseguiu suprimentos grátis como antibióticos, equipamentos cirúrgicos, sortimento de vitaminas e extratos de proteínas de grandes empresas do *business* farmacêutico. Até *Walt Disney* colaborou com sua empreitada humanitária, dando de presente um projetor e uma coleção de filmes para as crianças, enquanto a *Willys Co.* lhe ofereceu um jipe. Em Nham Tha, ele improvisou um hospital para atender os doentes, “havia boubas, tuberculose, pneumonia, malária e doenças muito mais constrangedoras” e passou a dar cursos regulares “sobre nutrição, higiene e assuntos semelhantes”.

A segunda esfera de representação do médico em *Seleções* pode ser encontrada nas propagandas da revista, especialmente as de remédios, alimentos, relógios ou outras tecnologias. As campanhas da marca de medicamentos *Squibb*, “uma série dedicada aos problemas de higiene e saúde pública”<sup>298</sup> (Figura 18), são um bom exemplo, pois expunham conteúdos orientando as leitoras e leitores a lidarem com doenças variadas (venéreas, hipertensão, tuberculose, disenteria, câncer, gripe, anemia, entre outras), aconselhando a realização de exames e radiografias, o uso de “medicamentos modernos” e visitas ao médico, estas extremamente sugeridas. Diziam os anúncios: “Não aceite conselhos de ninguém, a não ser de seu médico”<sup>299</sup>, “Chame logo seu médico”<sup>300</sup>, “Faça, ainda hoje, um

---

<sup>297</sup> DOODLEY, Thomas. O Limiar do Amanhã. Condensado livro *The Edge of Tomorrow* de Thomas A. Doodley, editado por *Farrar, Strauss e Cudahy*, New York, 1958. *Seleções*, Tomo XXXIV, nº 200, set. 1958, pp. 167 - 216.

<sup>298</sup> ANÚNCIO Produtos Farmacêuticos Squibb. *Seleções*, Tomo XXI, nº 124, mai. 1952, páginas publicitárias.

<sup>299</sup> Idem.

<sup>300</sup> ANÚNCIO Produtos Farmacêuticos Squibb. *Seleções*, Tomo XXI, nº 122, mar. 1952, páginas publicitárias.

exame médico”<sup>301</sup>, “Fazer o tratamento médico rapidamente, é essencial”<sup>302</sup>. Além de textos, os médicos eram desenhados no anúncio em laboratórios, clínicas ou hospitais, todos do gênero masculino, vestindo algum tipo de terno ou jaleco, óculos ou estetoscópio, interagindo com os pacientes de forma amigável.

Figura 18: Anúncio Medicamentos Squibb

Muitos casos de Câncer são curados diariamente

6 sinais de perigo

1. Qualquer ferida que não cicatriza
2. Qualquer dor no peito ou outro órgão
3. Qualquer alteração na voz sempre no mesmo período
4. Tosse ou espirros
5. Indigestão ou perda de apetite persistente
6. Hemorragia ou corrimento anormal

Essa é uma vida de convívio feliz, produzida graças ao tratamento adequado. Não está nada longe de sua própria recuperação com a assistência médica adequada, não se desespere, como também melhorar sua vida com o auxílio de uma medicina moderna.

**SQUIBB**  
MEDICAMENTOS  
DESDE 1890

Fonte: ANÚNCIO Produtos Farmacêuticos Squibb. Seleções, Tomo XXI, nº 124, mai. 1952, páginas publicitárias.

Já a terceira esfera de representação do médico em *Seleções* pode ser percebida nos artigos com a temática da ciência médica. Na maioria das edições mensais um ou mais artigos discutiam questões de saúde, medicina e/ou corpo humano, especialmente através de descobertas científicas que teriam funções importantes para, novamente, “combater” doenças. Os médicos eram geralmente protagonistas nestes tipos de artigos, costurando as narrativas. Por exemplo, o artigo “BANTHINE - benção para os que

<sup>301</sup> ANÚNCIO Produtos Farmacêuticos Squibb. Seleções, Tomo XXII, nº 128, set. 1952, páginas publicitárias.

<sup>302</sup> ANÚNCIO Produtos Farmacêuticos Squibb. Seleções, Tomo XXI, nº 123, abr. 1952, páginas publicitárias.

sofrem de úlceras”<sup>303</sup> narrou a história de um “homem de negócios” que “arrastou-se ano passado até ao consultório de seu médico, queixando-se de dores atrozes no estômago”. Diagnosticado através de radiografia com uma “úlceras no piloro”, o seu médico “tinha conhecimento da Banthine, novo remédio então na sua fase inicial de experiências, e julgou que não haveria inconveniente algum em aplicá-lo”. Algumas semanas depois, o homem de negócios voltou curado ao consultório afirmando “estão-me pondo quase louco no escritório, declarou êle. A situação em casa é a pior possível. Mas eu estou maravilhosamente bem de saúde...”. O artigo continuou explicando as descobertas com *Banthine*, as quais envolviam muitos pesquisadores, universidades, clínicas e médicos.

Estas três esferas revelam aspectos importantes. Primeiro, mesmo que evidente, os médicos eram narrados como agentes essenciais para a cura de doenças, seja nas cidades urbanizadas ou nos territórios tropicais. A recorrente afirmação da essencialidade do agente médico para a prática de cura parece abafar outros métodos que não eram conduzidos pela filosofia da medicina ocidental. Isso se torna evidente no artigo “O Limiar do Amanhã” que metaforicamente deslegitima o conhecimento das parteiras e curandeiros cambojanos por não terem se formado nos termos da “Medicina ocidental”.

Segundo, os médicos eram situados em consultórios, hospitais e clínicas, espaços considerados fundamentais para a saúde ou para a doença. Até mesmo em Nham Tha “Dr. Doodley” improvisou um local que chamou de hospital. Nesse ponto, revelamos ainda um terceiro aspecto, pois nesses espaços, como evidenciaram as narrativas, os médicos utilizavam “medicamentos modernos” e realizavam variados exames clínicos.

Mas Roy Porter, quando escreve sobre a história da medicina<sup>304</sup>, explica-nos que o vínculo da classe médica em espaços como laboratórios, consultórios, hospitais e clínicas não era algo exclusivo dos anos 1950 e podemos completar afirmando que era tampouco exclusivo das narrativas de *Seleções*. A medicina moderna vinha se desenvolvendo desde o século XIX nas entranhas do pensamento científico, quando a possibilidade dos laboratórios transformou, por exemplo, as plantas medicinais em elixires da

---

<sup>303</sup> MANCHESTER, Harland. BANTHINE - benção para os que sofrem de úlceras. Condensado *Today's Health. Seleções*, Tomo XIX, nº 113, jun. 1951, pp. 34 - 37.

<sup>304</sup> Sobre a história da medicina trago dois livros deste autor: PORTER, Roy. *Das Tripas coração*. Rio de Janeiro: Record, 2004. PORTER, Roy (Org). *A História da Medicina de Cambridge*. Rio de Janeiro: Revinter, 2008.



indústria química, efetivando a existência de grandes indústrias do setor, como a famosa *Bayer*. Ainda, as inovações tecnológicas foram essenciais para análises sistemáticas do corpo humano, como os microscópios (1830) e quimógrafos (1847), posteriormente o electrocardiograma (1903), Raio-X (1895), o microscópio eletrônico (1930), a sonografia (1955). Confirmava a história da medicina o artigo “O que o médico vê dentro de nós?”<sup>305</sup>, por exemplo, afirmando “se uma catástrofe total acabasse com todos os aparelhos de raio X para diagnósticos, a medicina encontrar-se-ia no século XIX”.

Por outro lado, a medicina ocidental moderna tem raízes no século XVII, quando se tornava *científica*<sup>306</sup>. Passou a se basear em procedimentos analíticos e evidências sistemáticas, feitos através de exames, experimentos e testes controlados, amparados por universidades e laboratórios, aplicados em hospitais e posteriormente clínicas e consultórios. Exploraremos essa questão em breve, mas vale esclarecer que a partir de então muitos saberes emergiram para os médicos, como a anatomia, a fisiologia, a patologia, a microscopia, a química orgânica, a biologia, a bioquímica e por fim a nutrição. No período que estamos investigando, os saberes médicos eram oxigenados por pesquisas como procedimentos cirúrgicos, desordens cardíacas, estrutura celular, medicina nuclear, entre outras. De modo geral, estas premissas orientavam a filosofia da medicina ocidental, tramada nas narrativas aqui analisadas.

Assim, ao longo do século XX, houve a emergência de *pesquisas clínicas*, particularmente nos Estados Unidos. A classe médica ali se especializou em consultórios, contrapondo os “médicos de família” ingleses, por exemplo<sup>307</sup>. No contexto pós-guerra, em certos países, mercados especializados da medicina se encontravam, portanto, dilatados. Não por um movimento isolado, mas articulado à expansão da indústria farmacêutica, como vimos pelos indícios das propagandas *Squibb* e no próprio texto sobre *Banthine*. Os hospitais interessam a todo mundo, intitulava-se o artigo em que General Robert W. Johnson, presidente da *Johnson & Johnson*, “empresa fabricante de material cirúrgico, esteve

---

<sup>305</sup> RATCLIFF, J.D. O que o Médico Vê Dentro de Nós. Condensado *Today's Health. Seleções*, Tomo XXIX, nº 170, mar. 1956, pp. 123.

<sup>306</sup> PORTER, Roy. *Das Tripas coração*. Rio de Janeiro: Record, 2004, pp. 106.

<sup>307</sup> Pontua Roy Porter sobre o ambiente estadunidense: “Nas grandes cidades os médicos conseguiram se portar como advogados ou executivos, criando escritórios consultórios etc, o que era desconhecido no Reino Unido”. *Ibidem*, pp. 193.

internado em um hospital”<sup>308</sup>. Durante sua estadia, assustou-se com a falta de equipes técnicas para organizar a logística do hospital e criou um *Conselho Consultivo Hospitalar da Indústria* com objetivo de integrar os homens de negócios da região à estrutura médica do hospital.

É relevante destacar uma particularidade sobre a medicina científica. Mesmo se capilarizando desde o século XVII, foi uma emergência de países como França, Alemanha e Inglaterra, e, posteriormente, Estados Unidos. Nesse sentido, os saberes médicos fizeram parte da missão civilizatória dos impérios ocidentais e possivelmente continuaram cumprindo tal função nos anos de 1950. As práticas da medicina tropical, segundo Roy Porter, “especialidade que desempenhou um papel-chave na disseminação global do poder do Ocidente”<sup>309</sup>, evidenciam-se novamente na narrativa do “Dr. Doodley” um dos “únicos” praticantes da “Medicina” (com M maiúsculo) nas profundezas do oriente, entre curandeiros, parteiras e doenças medonhas.

Porém, num mundo entre guerras, a medicina era reconhecida como humanitária. O *Instituto Rockefeller de Medicina*, entre outras organizações filantrópicas da família Rockefeller, por exemplo, foi agente que financiou diversos projetos na área da saúde desde 1915, à nível internacional<sup>310</sup>. O caráter filantrópico e humanitário dos médicos, cumprindo uma função social “do bem”, também era escrito em *Seleções*, da mesma forma que a medicina tropical, ao os apresentar, por exemplo, como únicos agentes de cura capazes de ajudar outros seres humanos. De acordo com a provocação de Roy Porter, “em um mundo dilacerado pela guerra, pela violência, pela luta de classes e pela depressão econômica, não seria ao menos a medicina uma força nobre a serviço do bem, inclusive no

---

<sup>308</sup> MCCORMICK, Elise. Os Hospitais interessam a todo mundo. Condensado *The American Mercury. Seleções*. Tomo XXX, nº 177, out. 1956, pp. 58.

<sup>309</sup> PORTER, Roy. Op. Cit, pp. 113.

<sup>310</sup> Antonio Pedro Tota citando o trabalho “ Norte americanos no brasil: uma história da Fundação Rockefeller na cidade de SP” afirma que as relações entre “o famoso nome Rockefeller e o nosso país não se limitaram ao setor da indústria petrolífera”, estavam especialmente articulados na Faculdade de Medicina de SP e no Departamento de Higiene, onde receberam uma comissão da Fundação Rockefeller em meados de 1920, os quais definiram muitos critérios dos conhecimentos dos cursos de medicina e pesquisas. Ver em: TOTA, Antonio Pedro. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil*. 1º ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2014, pp. 33.

mundo subdesenvolvido?”<sup>311</sup>.

Podemos concluir, portanto, que o médico era cultivado nas narrativas através de um sentido positivado, apresentado como uma força nobre do bem. Contudo, para ser “correto”, deveria se orientar pelos métodos da medicina ocidental, levando a civilidade para territórios profundos ou para os consultórios urbanos. Da mesma forma que o agricultor, encontramos também uma evidente variável internacional em sua representação, legitimada enquanto força humanitária.

Assim compreendemos ainda mais porque ele foi proposto como o terceiro ator da civilização na mitologia moderna. Por fim, estavam conectados à outros saberes científicos, como a bioquímica, química e biologia, e às estruturas materiais das indústrias.

\*

No final do capítulo anterior, provoquei investigarmos propostas para alimentação que possibilitem compreender o saber científico enquanto matriz cultural da lógica industrial da alimentação no contexto dos anos de 1950. Rastreamos uma pista indicada pelo ator social médico: a ideia de saúde que pulsava nas páginas de *Seleções*. Talvez assim desvendaremos minha provocação.

A narrativa “O que você come de manhã?”<sup>312</sup> apresentou uma série de “inquéritos recentes efetuados pela *American Medical Association*, pelo *Departamento de Agricultura dos Estados Unidos*, pela *Fundação de Nutrição* e por outros organismos privados de pesquisa” os quais mostravam “sem qualquer margem de dúvidas” que o café da manhã era indispensável para saúde, especialmente dos trabalhadores. A recomendação de desjejum, legitimada por pesquisas e médicos, “para o trabalhador sedentário comum, devia constar de frutas ou sucos de frutas, um prato de cereais - quente ou frio, enriquecido de vitaminas, com açúcar e leite ou creme - pão integral ou branco vitaminado, com manteiga, e uma bebida, de preferência leite ou chocolate”. O texto acabava num parágrafo afirmativo, “não há razão e nem desculpa” para evitar o café da manhã. Então concluía: “Dispondo hoje de aparelhagem automática para cozinhar, de alimentos para desjejum empacotados e cientificamente enriquecidos, de frutas congeladas e de sucos vegetais, a dona de casa que consente que a

<sup>311</sup> PORTER, Roy. Op. Cit. pp. 192.

<sup>312</sup> SONDRN, Frederic Jr. O que você come de manhã?. Condensado *Christian Herald. Seleções*, Tomo XVIII, nº 147, jul. 1950, pp. 125 - 127.

família sofra de fome oculta, não está cumprindo seu alto dever. E êsse dever é de importância considerável para saúde e o bem-estar das nações”.

Confirmando algumas discussões do capítulo anterior, a narrativa trazia a perspectiva de que o futurismo da alimentação moderna, estava disponível “hoje”, ao afirmar que a dona-de-casa que “consente que a família sofra de fome oculta, não está cumprindo seu alto dever” já que teria à disposição as tecnologias rápidas e práticas da cultura alimentar moderna. No entanto, chama a atenção a correlação positiva dada aos alimentos “empacotados”, “cientificamente enriquecidos” e “congelados”, preparados através da “aparelhagem automática”, com a saúde não só das pessoas, mas das nações. Além de saúde, bem-estar. O tom do artigo, embasado em diversas pesquisas científicas, conduzia possivelmente as leitoras e leitores realizarem esta correlação com o aval de médicos e especialistas, associados ainda ao governo dos Estados Unidos.

Figura 19: Anúncio Refrigerante Coca-Cola e Leite Golden State



Fonte: ANÚNCIO Refrigerante, Cia Coca-Cola. *Seleções*, Tomo XXVI, nº 155, dez. 1954, páginas publicitárias. ANÚNCIO Leite em pó, Golden State. *Seleções*, Tomo XVII, nº 100, mai. 1950, páginas publicitárias.

Figura 20: Anúncios Achocolatado Toddy



Fonte: ANÚNCIO Achocolatado, Toddy. *Seleções*, Tomo XXVII, n.º 135, abr. 1955, páginas publicitárias. ANÚNCIO Achocolatado, Toddy. *Seleções*, Tomo XXVI, n.º 155, dez. 1954, páginas publicitárias.

Esta correlação era excessivamente cultivada nas propagandas. Para citar apenas alguns *slogans*: “Isto Faz um Bem...”<sup>313</sup> (Figura 19), “Os Bebês que tomam Leite *Golden State* transpiram saúde!”<sup>314</sup> (Figura 19), “*Toddy* é uma fonte de saúde”<sup>315</sup> (Figura 20), “*Nescau* quente ou frio, é gostoso e sadio”<sup>316</sup>, “Isto é que é saúde!”<sup>317</sup>, “As refeições *Armour* são

<sup>313</sup> ANÚNCIO Refrigerante, Cia Coca-Cola. *Seleções*, Tomo XXVI, n.º 155, dez. 1954, páginas publicitárias.

<sup>314</sup> ANÚNCIO Leite em pó, Golden State. *Seleções*, Tomo XIX, n.º 108, jan. 1951, páginas publicitárias.

<sup>315</sup> ANÚNCIO Achocolatado, Toddy. *Seleções*, Tomo XXVII, n.º 135, abr. 1955, páginas publicitárias.

<sup>316</sup> ANÚNCIO Achocolatado Nescau, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XIX, n.º 108, jan. 1951, páginas publicitárias.

<sup>317</sup> ANÚNCIO Bebida Milo, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXIX, n.º 175, ago. 1956, páginas publicitárias.

gostosas, rápidas, sadias e econômicas!”<sup>318</sup>, “Leite Puro e Rico dá Saúde e Aumento de peso”<sup>319</sup>, “(...) que assegura a pureza de *Coca-Cola*, tornando-a o refrigerante preferido em todo o país.... um refrigerante gostoso e saudável”<sup>320</sup>.

Percebemos estas ideias legitimadas a partir da citação de pesquisas científicas, como trouxe o artigo, ou através dos profissionais de saúde. Um médico anônimo era desenhado junto à mãe e o bebê pesado numa balança no anúncio do *Leite em Pó Golden State*: “O seu médico sabe... o Leite em pó Golden State oferece alimentação de que precisam todos os bebês, pois é puro leite de vaca, forte, gordo”<sup>321</sup>. As “salsichas Frankfurt” da Companhia Swift do Brasil eram assinadas pela nutricionista *chef* da empresa, Regina Moraes, que dizia: “A garotada adora - e são ótimas para êles!”<sup>322</sup>.

Ainda, no artigo, o desjejum completo, mesmo que “empacotado”, “congelado” ou “cientificamente enriquecido”, daria energia e vigor para os trabalhadores, enquanto o *Leite em Pó Golden State* fazia os bebês *transpirem* saúde. As narrativas cultivavam dentro dos alimentos industrializados um valor de poder, que seria dar saúde ao organismo de quem os comeria, ou melhor, “faziam um bem”. Nesse sentido, a marca *Toddy* recorria frequentemente: “Uma lata de *Toddy* em casa é uma fonte permanente de saúde e prazer”<sup>323</sup>, “as mães modernas fazem de *Toddy* o complemento da alimentação infantil”<sup>324</sup> (Figura 20), “tudo o que as crianças precisam para purificar o sangue, aumentar o pêso, fortalecer o cérebro, os nervos, os dentes e aumentar a resistência física contra as

---

<sup>318</sup> ANÚNCIO Feijoada Armour, Cia Armour do Brasil. *Seleções*, Tomo XX, nº 119, dez. 1951, páginas publicitárias.

<sup>319</sup> ANÚNCIO Leite em pó, Golden State. *Seleções*, Tomo XVII, nº 100, mai. 1950, páginas publicitárias.

<sup>320</sup> ANÚNCIO Refrigerante, Cia Coca-Cola. *Seleções*, Tomo XXIII, nº 134, mar. 1953, páginas publicitárias.

<sup>321</sup> ANÚNCIO Leite em pó, Golden State. *Seleções*, Tomo XVII, nº 100, mai. 1950, páginas publicitárias.

<sup>322</sup> ANÚNCIO Salsichas Frankfurt, Cia Swift do Brasil. *Seleções*, Tomo XXVII, nº 135, abr. 1955, páginas publicitárias.

<sup>323</sup> ANÚNCIO Achocolatado, *Toddy*. *Seleções*, Tomo XXVI, nº 151, ago. 1954, páginas publicitárias.

<sup>324</sup> ANÚNCIO Achocolatado, *Toddy*. *Seleções*, Tomo XXVI, nº 155, dez. 1954, páginas publicitárias.

doenças”<sup>325</sup>.

A narrativa da Figura 20, “Esta é minha filha”<sup>326</sup>, falava sobre o momento “emocionante” que a personagem, uma menina ilustrada com feições felizes, recebia seu “diploma”, devido ao “cuidado com a alimentação – diariamente complementada com Toddy”, o “fator decisivo que fez a “filha” manter “a boa disposição para os estudos”. No achocolatado encontramos a capacidade de transformar o corpo das crianças, “purificar o sangue, aumentar o pêso...”, e também a vida das mesmas. Sem *Toddy*, não havia “proteção”, “cuidado”, “disposição” e tampouco a habilidade para conquistar um diploma educacional. De forma semelhante, no artigo “O que você come no café da manhã?”, o desjejum completo proporcionava para os trabalhadores o desempenho de sua função social, o trabalho. Sem o desjejum não haveria vigor para executar as tarefas do dia.

Podemos pensar que estas narrativas possivelmente engordavam a linguagem da “consciência nutricional” dos leitores e leitoras ao divulgar conhecimentos em relação a alimentação. Mas assim como o achocolatado era especial para a alimentação infantil e o artigo recomendava desjejum “completo” para o trabalho, a linguagem nutricional narrada pela revista, além de afirmar o poder para saúde, ensinava que haviam determinadas situações que os alimentos industrializados deveriam ser consumidos. Poderia ser, por exemplo, no desjejum antes do trabalho ou no uso do achocolatado durante a vida educacional das crianças.

No limite, talvez a ideia de saúde nas entrelinhas da revista proporcionava uma abstração de *experiência saudável* que ia além do corpo, chegando em outras substâncias, como as emocionais e sociais. Assim diziam todos os anúncios da marca *Nestlé*: “Garantido por um experiência que nenhuma outra marca pode oferecer: a experiência *Nestlé*”<sup>327</sup>. Encontramos, através destas pistas, a proposta para alimentação em *Seleções* que pode ser expressa como *alimentos industrializados que fazem um bem*. Desdobraremos ainda mais estas reflexões.

---

<sup>325</sup> ANÚNCIO Achocolatado, Toddy. *Seleções*, Tomo XXXI, n° 180, fev. 1957, páginas publicitárias.

<sup>326</sup> ANÚNCIO Achocolatado, Toddy. *Seleções*, Tomo XXVII, n.º 135, abr. 1955, páginas publicitárias.

<sup>327</sup> ANÚNCIO Leite Condensado, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXIII, n° 172, mai. 1956, páginas publicitárias.

\*

É talvez estranho hoje pensarmos que um achocolatado, elaborado na época com cacau, açúcar, leite em pó, farinhas maltadas e/ou cereais e estabilizantes, pudesse ter a capacidade de “purificar” os corpos como diziam certos anúncios de *Toddy*. Mas outros anúncios recorriam à noção de pureza de seus produtos.

Figura 21: Anúncio Refrigerante Coca-Cola e Leite Ninho



Fonte: ANÚNCIO Refrigerante, Cia Coca-Cola. *Seleções*, Tomo XXX, nº 175, ago. 1956, páginas publicitárias. ANÚNCIO Leite em Pó Ninho, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXXV, n.º 207, abr. 1959, páginas publicitárias.

A marca *Coca-Cola* repetidamente imprimia: “*Coca-Cola* Pura e Saudável a Qualquer Hora”<sup>328</sup> (Figura 21), “*Coca-Cola* uma fonte cristalina de pureza”<sup>329</sup>, “Seu Esporte Favorito e a pureza de *Coca-Cola*”<sup>330</sup>, enquanto

<sup>328</sup> ANÚNCIO Refrigerante, Cia Coca-Cola. *Seleções*, Tomo XXX, nº 175, ago. 1956, páginas publicitárias.

<sup>329</sup> ANÚNCIO Refrigerante, Cia Coca-Cola. *Seleções*, Tomo XXIV, nº 138, jul. 1953, páginas publicitárias.



outras marcas diziam: “Nescau contém leite puríssimo, cacau refinado, açúcar e cereais maltados”<sup>331</sup>, “Ninho é leite puro e integral”<sup>332</sup> (Figura 21), “Margarina Saúde preparada com leite pasteurizado e matéria-prima vegetal puríssima (...)”<sup>333</sup>, “É com o puríssimo leite Moça que se faz o mais gostoso sorvete”<sup>334</sup>, “Nescafé é café 100% puro”<sup>335</sup>. Ou seja, diferentes gêneros de produtos alimentícios, refrigerante, margarina, café em pó, leite condensado, leite em pó, achocolatado, alegavam ser “puros”. Será que isto indica outra proposta?

Para desvendar, os médicos podem ajudar, especialmente o “Dr. Karl F. Meyer”. Paul de Kruif, no artigo “Campeão dos caçadores de Micróbios”<sup>336</sup>, narrou as pesquisas deste patologista nos anos 1930 na Fundação Hooper de São Francisco onde tinha uma tarefa “tão simples quanto tremenda: êle precisava submeter tôdas as centenas de milhões de latas de alimento industrializado na Califórnia a uma temperatura que matasse todo e qualquer assassino microscópico sem estragar o produto”. O grande vilão de suas pesquisas era o botulismo, por isso conseguiu que os enlatadores instalassem “em suas fábricas retortas modernas e instrumentos de registro à prova de qualquer fraude”. Segundo o “Doutor caçador de micróbios”, “não sou eu quem dá as ordens, é a ciência”, por isso buscou solucionar outros problemas, como a peste bubônica e doenças em cavalos. O artigo acabava com uma fala do médico: “contra pulgas: DDT; contra ratos e outros roedores, a nova substância química 1080; para a profilaxia humana, sulfadiazina, e a estreptomocina, para a cura. Assim é possível romper os elos da cadeia mortal. A peste perdeu definitivamente a guerra, foi obliterada de tôdas as zonas habitadas”.

---

<sup>330</sup> ANÚNCIO Refrigerante, Cia Coca-Cola. *Seleções*, Tomo XXX, nº 177, out. 1956, páginas publicitárias.

<sup>331</sup> ANÚNCIO Achocolatado Nescau, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XIX, nº 113, jun. 1951, páginas publicitárias.

<sup>332</sup> ANÚNCIO Leite em Pó Ninho, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXXV, n.º 207, abr. 1959, páginas publicitárias.

<sup>333</sup> ANÚNCIO Margarina Saúde, Cia Clayton Anderson. *Seleções*, Tomo XXVIII, nº 163, ago. 1955, páginas publicitárias.

<sup>334</sup> ANÚNCIO Leite Condensado Moça, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXIX, nº 172, mai. 1956, páginas publicitárias.

<sup>335</sup> ANÚNCIO Café em pó Nescafé, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXIX, nº 170, fev. 1956, páginas publicitárias.

<sup>336</sup> KRUIF, Paul. Campeão de Caçadores de Micróbios. *Seleções*, Tomo XVIII, nº 104, set. 1950, pp. 72 - 77.

O “Doutor Caçador de Micróbios” evidenciava a ideia de que micróbios eram vilões participantes de uma guerra a ser combatida, pela ciência e pelas indústrias. Afinal, as fábricas poderiam ser grandes proliferadores de doenças, como o botulismo. A “pureza” que os anúncios repetiam pode ser iluminada por este tipo de eficiência higiênica com raízes científicas. Alguns anúncios revelavam de forma mais nítida ainda, como “Amido Puro, isento do contato da mão humana, *MAIZENA* é realmente um alimento completo, de inigualável valor dietético e imediata assimilação”<sup>337</sup>, “O novo pacote é mais prático, higiênico e mais barato!”<sup>338</sup> ou “É justamente esse cuidado que se observa na seleção dos melhores ingredientes e na preparação rigorosamente higiênica - livre do contato de mãos - que assegura a inacreditável pureza de *Coca-Cola*, tornando-a o refrigerante preferido em todo o país.... um refrigerante gostoso e saudável”<sup>339</sup>.

Desde o século XIX os médicos e industriais se preocupavam com as técnicas de conservação dos alimentos produzidos pelas indústrias. No final deste século, o químico Louis Pasteur (1822-1895) entendeu que “determinados micróbios efetivamente causavam determinadas doenças - no gado, nos suínos, nas aves domésticas e, por fim, nos seres humanos”<sup>340</sup>. Ele inventou a técnica da pasteurização, que consistia em aquecer o leite a uma temperatura determinada para matar os micróbios, o que foi logo amplamente utilizado pela indústria. Em 1879, outro cientista, Robert Koch de Berlim, fez demonstrações que colaboraram para a teoria microbiana de Pasteur. Seus seguidores descobriram patógenos vivos de diferentes doenças, como “febre tifóide, difteria, pneumonia, gonorréia, brucelose, meningite, lepra, tétano, peste bubônica, sífilis e muitas outras infecções estafilocócicas e estreptocócicas”<sup>341</sup>.

Estas descobertas possibilitaram o reforço de uma das concepções sobre doença no contexto, a ideia de que microorganismos microscópicos vivos são invasores do corpo. O artigo “Dr. Caçador de Micróbios” ia

---

<sup>337</sup> ANÚNCIO Amido de Milho Maizena, Cia Maizena Duryea. *Seleções*. Tomo XXXI, nº 181, fev. 1957, páginas publicitárias.

<sup>338</sup> ANÚNCIO Amido de Milho Maizena, Cia Maizena Duryea. *Seleções*, Tomo XVII, nº 100, mai. 1950, páginas publicitárias.

<sup>339</sup> ANÚNCIO Refrigerante, Cia Coca-Cola. *Seleções*, Tomo XXIII, nº 134, mar. 1953, páginas publicitárias.

<sup>340</sup> PORTER, Roy. Op. Cit. pp. 130.

<sup>341</sup> PORTER, Roy. Op. Cit, pp, 108.

possivelmente ao encontro desta, já que considerava a doença composta por “elos da cadeia mortal” onde a “peste” podia perder ou ganhar uma “guerra”. Outros artigos traziam esse olhar, por exemplo, “Porque nossa corpo se mantém sadio”<sup>342</sup> afirmava “Não é a doença e sim a saúde que constitui o maior de todos os mistérios da Medicina”, observou certa vez um médico famoso, “Em décadas de estudo, os cientistas vêm chegando lentamente a conclusões. A saúde é conservada, informam êles, por uma engenhosa série de defesas dispostas em profundidade, com sucessivas linhas de um exército entrincheirado para repelir invasores”.

Enquanto os demais se intitulavam: “Guerra ao Cancer em todos os Consultórios”<sup>343</sup>, “A Difícil Luta contra o Alcoolismo”<sup>344</sup>, “É este o vilão nº1 das Doenças do Coração?”<sup>345</sup>, “Armas Eletrônicas da Medicina Moderna”<sup>346</sup>, “Ataque Geral à Malária”<sup>347</sup>, “Rauwolfia Contra a Pressão Arterial”<sup>348</sup>, “Domando os Hormônios Rebeldes”<sup>349</sup>, “Novas armas contra as doenças do coração”<sup>350</sup>, “Guerra Bacteriológica, à maneira ONU”<sup>351</sup>, “Progresso na Frente Médica”<sup>352</sup>. As evidentes expressões utilizadas para falar sobre saúde ou doença, como “vilão”, “guerra”, “contra”, “ataque

<sup>342</sup> BRECHER, Edward. Porque nosso corpo se mantém sadio. Condensado *Today's Health. Seleções*, Tomo XXXIII, nº 197, jun. 1958, pp. 108 - 108.

<sup>343</sup> HOWARD, Clive. Guerra ao câncer em todos os consultórios. Condensado *Woman's Home Companion. Seleções*, Tomo XIX, nº 115, abr. 1951, 106 - 112.

<sup>344</sup> REYNOLDS, Quentin. A difícil luta contra o Alcoolismo. *Seleções*, Tomo XXX, nº 176, set. 1956, pp. 202.

<sup>345</sup> CLARK, Blake. É este o vilão nº1 das Doenças do Coração? Condensado *Farm Journal. Seleções*, Tomo XXVIII, nº 168, jan. 1956, pp. 34 - 36.

<sup>346</sup> RATCLIFF, J.D. Armas Eletrônicas da Medicina Moderna. Condensado *Popular Mechanics. Seleções*, Tomo XXXV, nº 206, mar. 1959, pp. 110 - 112.

<sup>347</sup> ARMSTRONG, O.K. Ataque Geral à Malária. Condensado *Today's Health. Seleções*, Tomo XXXIV, nº 202, nov. 1958, pp. 126 - 132.

<sup>348</sup> KRUIFF, Paul. Rauwolfia Contra a Pressão Arterial. *Seleções*, Tomo XXVI, nº 153, out. 1954, pp. 41 - 46.

<sup>349</sup> KRUIFF, Paul. Domando Hormônios Rebeldes. *Seleções*, Tomo XXXIV, nº 203, dez. 1958, pp. 215 - 222.

<sup>350</sup> DRAKE, Francies. Novas armas contra as doenças do coração. *Seleções*, Tomo XXXII, nº 186, ago. 1957, pp. 38 - 42.

<sup>351</sup> SORNHEIMER, Morton. Guerra Bacteriológica à maneira ONU. Condensado *United Nations World. Seleções*, Tomo XVIII, nº 107, dez. 1950, pp. 69 - 72.

<sup>352</sup> KRUIFF, Paul. Progresso na Frente Médica. Condensado *Today's Health* editado pela *American Medical Association. Seleções*, Tomo XXII, nº 127, ago. 1952, pp. 32 - 34.

geral”, “frente”, “luta”, “armas”, indicavam, portanto, o pensamento científico que concebia um inimigo externo prestes a invadir as “trincheiras do corpo”.

A batalha contra os germes se tornou especial na virada do século XIX também pelas tecnologias que permitiram análises diagnósticas, exames rigorosos e a própria ideia de medicina científica laboratorial que refletimos no início deste capítulo. Interessa-nos ainda o fato que a “doutrina dos germes”, como chamou Roy Porter, realizou papel vital para a medicina tropical, colaborando com a expansão ocidental do homem branco sob os trópicos, estes que se mostraram territórios mortíferos com doenças como a febre amarela e a malária<sup>353</sup>. Sendo assim, a concepção de doença organizada pela microbiologia e adjacente à um dos conceitos de saúde, também revela a construção de uma ideia tropical de caos bacteriológico que precisava ser superado.

Se o pensamento médico e científico era conduzido por tais noções nas narrativas de *Seleções*, os alimentos industriais também. Afinal, a técnica inventada por Louis Pasteur no final do século XIX justamente foi especialmente adotada pela indústria, a fim de produzir litros de leite higienicamente controlados. Como já comentamos, a recorrente afirmação de que os alimentos processados eram “puros” poderia estar associada a eficiência higiênica da indústria, não necessariamente porque a indústria fosse, de algum modo “limpa”, mas por ela estar em movimento relacional com as concepções científicas do contexto.

Contudo, a indústria também purificava os alimentos por outra via científica. Em outubro de 1959, encontramos na publicação *Suplemento de Seleções do Reader's Digest*, “Conselhos de Puericultura”<sup>354</sup> (Figura 22), área de estudo no desenvolvimento das crianças. Nos conselhos três principais produtos eram recomendados para as “mamães”: *Maizena*, *Karo* e *Dextrosol*. Para explicar às leitoras e leitores o que eram eles, a narrativa dizia: “Maizena é amido puríssimo de milho selecionado, cuja elaboração se processa por métodos científicos capazes de torná-lo facilmente assimilável. Produto da natureza adaptado ao estômago humano, tem a particularidade de contribuir para que o suco gástrico transforme a caseína do leite de vaca, comunicando-lhe propriedades semelhantes às do leite materno. Maizena é um hidrato de carbono dotado de singular composição: contém a mínima

---

<sup>353</sup> Roy, Op. cit. pp. 113.

<sup>354</sup> SELEÇÕES. Conselhos de Puericultura. Tomo XXXII, nº 189, out. 1959, sem paginação.

porcentagem de matérias minerais e gordurosas e a ausência quase completa destas últimas impede que se acidifique e restringe-lhe a fermentação. (...) Por esse motivo é que a classe médica vem, há muito, aconselhando o seu emprego na alimentação de bebês, cujo débil sistema digerível não tolera alimentos pesados ou fermentescíveis (...)

Figura 22: *Conselhos de Puericultura*



Fonte: SELEÇÕES. *Conselhos de Puericultura*. Tomo XXXII, nº 189, out. 1959, sem paginação.

Já *Karo* era “Mistura equilibrada de dextrina, maltose e dextrose, *Karo* é um hidrocarbonado excelente como complemento da alimentação infantil. Para sua elaboração, trata-se o amido de milho por um processo de aquecimento chamado tecnicamente de hidrólise (...) o produto resultante é purificado até formar um líquido espesso com a adição de pequena quantidade de sacarose”. Por fim, “Dextrosol é substância branca e cristalina, derivada do milho. Monossacarídeo ou adoçante simples, sua aparência é semelhante à do açúcar de cana, de cujo poder edulcorante representa três quartas partes. (...) Dextrosol é constituído de dextrose pura na proporção 99,5%. E, como se sabe, a dextrose é a substância primacial do metabolismo hidrocarbonado, recebendo o nome de “açúcar do sangue,

dos músculos e do cérebro” (...) Habitualmente, os médicos prescrevem Dextrosol à todas as idades (...)”.

Nestas narrativas, o sentido da pureza dos alimentos emerge não só pela eficiência higiênica industrial, mas pela capacidade purificante dos métodos químicos. A *Maizena* era “puríssima” por ser uma “hidrato de carbono” que “se processa por métodos científicos capazes de torná-lo facilmente assimilável”, o *Karo* era um “hidrocarbonado” purificado por um “aquecimento chamado tecnicamente de hidrólise” e *Dextrosol* era “constituído de dextrose pura”. Ou seja, a pureza dos alimentos poderia ser também química<sup>355</sup>.

No entanto, a “pureza química” parecia buscar por uma “pureza biológica”, como a *Maizena*, “produto da natureza adaptado ao estômago humano”. De certa maneira, a “pureza” poderia estar relacionada também a uma espécie de estado natural, original e verdadeiro dos ingredientes que constituíam o alimento processado. Diziam alguns anúncios sobre a qualidade *in natura* de seus produtos, “Goiabada marca Peixe, o mesmo gostinho da goiabada madura!”<sup>356</sup> e “Ninho é leite sempre fresco” pois “é como se fôsse diretamente da ordenha para à sua casa<sup>357</sup> (Figura 22).

Talvez esses argumentos fossem necessários na estratégia publicitária elaborada para o contexto em que a maior parte da população brasileira era rural e possivelmente se alimentava do que colhia em suas terras ou preparava em suas cozinhas. Embora fique claro o paradoxo dos “alimentos puros” em *Seleções*: natural, porque era natural, não era quimicamente limpo, enquanto científico, porque era quimicamente limpo, não era natural.

A proposta para alimentação de *pureza alimentar*, com todos seus paradoxos, engrossa o caldo da nossa investigação. Estas definições conceitualmente distintas na ideia de pureza não eram exclusivas de

---

<sup>355</sup> A ideia de uma “substância branca e cristalina”, significando talvez pureza e saúde, foi escrita para descrever o *Dextrosol*. O pesquisador Claude Fischler argumenta que a obsessão pela higiene e pela pureza da alimentação moderna se traduziu especialmente nos signos “cor branca (pão branco açúcar branco, cozinhas-laboratório, blusas brancas), uso excessivo de celofane e embalagens de plástico” (pp. 371, contreras).

<sup>356</sup> ANÚNCIO Goiabada Peixe, Indústrias Carlos de Brito. *Seleções*, Tomo XXII, nº 131, dez. 1952, páginas publicitárias

<sup>357</sup> ANÚNCIO Leite em Pó Ninho, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXXV, n.º 207, abr. 1959, páginas publicitárias.

*Seleções*, podendo ser encontradas em outras épocas e narrativas, como mostrou Sidney Mintz. Para o autor, pureza é um enigma que corporifica uma não resolvida polaridade conceitual do pensamento humano. Veremos se uma outra proposta para alimentação consegue o desvendar.

\*

Novamente, os médicos irão nos orientar. Desta vez, através da linguagem científica. O artigo “O que você come no café da manhã?” explicou porque os alimentos recomendados para o desjejum “desempenham tarefa essencial e específica”. Assim, as “frutas e sucos contêm vitamina C, de tão capital importância que, entre outras coisas, dá a <partida> diária ao nosso metabolismo - ou seja todo o processo químico - e volta a trabalhar depois que a noite impõe um ritmo mais lento a nossa vida”. Já “os cereais contêm grande variedade de elementos indispensáveis. Um deles é o complexo de vitamina B - tiamina, riboflavina e niacina (...) Os cereais integrais são também ricos de proteínas, que acumulam energia; de fósforo e ferro, que constroem e reparam os tecidos humanos; e de vitamina A que ajuda a manter a epiderme saudável, flexível e atraente”.

Já o artigo que vimos no capítulo anterior “Vale quanto pesa - em vitaminas”<sup>358</sup>, dizia que as laranjas são “verdadeiras pepitas nutritivas” contendo “no mínimo, 23 elementos essenciais à alimentação. Mais conhecidas pelo seu alto conteúdo de vitamina C (ácido ascórbico), fornecem também açúcar natural, fósforo, ferro, B1, B2 e niacina”, por isso “os médicos acreditam que as laranjas devem ser usadas como complemento de dietas”.

O que estas duas narrativas revelam? Ambas enfatizam a presença de “nutrientes” dentro dos alimentos, o que poderia engordar novamente a consciência nutricional dos leitores e leitoras. Nas propagandas, era comum: “Ninho é mais indicado para toda a família porque contém todas as vitaminas, gorduras, cálcio e sais minerais (...)”<sup>359</sup>, “FACES rosadas, vivacidade, entusiasmo. São assim as crianças quando alimentadas com o gostoso e nutritivo MILO. MILO contém leite, açúcar, cereais maltados e é tão perfeita sua combinação nutritiva, que, apenas 3 colheres (de sopa) desse poderoso alimento cobrem totalmente as necessidades mínimas

---

<sup>358</sup> MURPHY, T.E. Vale o Quanto pesa - Em Vitaminas. Condensado Your Health. *Seleções*, Tomo XXXV, nº 144, jan. 1954, pp.72-74.

<sup>359</sup> ANÚNCIO Leite em Pó Ninho, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXXV, n.º 207, abr. 1959, páginas publicitárias.

diárias de vitaminas, ferro, cálcio e fósforo (...)”<sup>360</sup> (Figura 24), “Extrato de Tomate Marca Peixe fonte de vitaminas A, B, C e G (...) - Uma fonte de Vitaminas em cada lata”<sup>361</sup> (Figura 25), “Ovomaltine é tão saboroso quanto nutritivo!”<sup>362</sup>, “Preparado Instantâneo VitAvena, com as propriedades altamente nutritivas da aveia enriquecida com b-12, ferro, cálcio e fósforo...”<sup>363</sup> (Figura 24), “Gelatina Royal - a única que contém Vitamina C”<sup>364</sup>, “Toddy é fonte de saúde. Contém sais minerais, vitaminas, carboidratos, proteínas, ferro, cálcio e fósforo”<sup>365</sup>, “E não há nada melhor que as Salsichas Swift, pois são feitas de carnes selecionadas, com tôdas as proteínas, vitaminas e sais minerais que a petizada precisa!”<sup>366</sup>, “Margarina Saúde - Vitamina “A” para maior riqueza alimentícia”<sup>367</sup> (Figura 24).

A exaltação das “vitaminas”, “proteínas”, “minerais” e “gorduras” anunciava uma realidade oculta dos alimentos. *Toddy* era fonte de saúde porque “contém sais minerais, vitaminas, carboidratos, proteínas, ferro, cálcio e fósforo”, *Margarina Saúde* era um alimento rico por causa da “Vitamina A”, *Ninho* era indicado para toda a família porque “contém todas as vitaminas, gorduras, cálcio e sais minerais”. Assim, positivava-se os alimentos através de termos científicos.

Conceitos como “macronutrientes”, chamados também de “proteínas”, “gorduras” e “carboidratos”, foram criados no início do século XIX<sup>368</sup>. Já os “minerais”, “N”, “P”, “K”, foram elaborados pela bioquímica,

<sup>360</sup> ANÚNCIO Milo, Cia Nestlé. *Seleções*, Tomo XXXVII, n.º 175, ago. 1956, páginas publicitárias.

<sup>361</sup> ANÚNCIO Extrato de Tomate Peixe, Indústrias Carlos de Brito. *Seleções*, Tomo XXII, n.º 126, jul. 1952, páginas publicitárias.

<sup>362</sup> ANÚNCIO Ovomaltine, Laboratório Wonder do Brasil. *Seleções*, Tomo XXVIII, n.º 163, ago. 1955, páginas publicitárias.

<sup>363</sup> ANÚNCIO VitAvena, Quaker. *Seleções*, Tomo XXXV, n.º 206, mai. 1959, páginas publicitárias.

<sup>364</sup> ANÚNCIO Gelatina Royal, Standard Brands of Brazil. *Seleções*, Tomo XXXV, n.º 207, abr. 1959, páginas publicitárias.

<sup>365</sup> ANÚNCIO Achocolatado, Toddy. *Seleções*, Tomo XXVII, n.º 135, abr. 1955, páginas publicitárias.

<sup>366</sup> ANÚNCIO Carnes Enlatadas, Cia Swift do Brasil. *Seleções*, Tomo XXVII, n.º 135, abr. 1955, páginas publicitárias.

<sup>367</sup> ANÚNCIO Margarina Saúde, Cia Clayton Anderson. *Seleções*, Tomo XXVIII, n.º 163, ago. 1953, páginas publicitárias.

<sup>368</sup> POLLAN, Michael. *Em defesa da Comida*. Um manifesto. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008, pp. 26.



área fundada em meados do mesmo século, especialmente por Justus Von Liebig (1830-1873) e alunos, na Universidade de Giessen<sup>369</sup>. Os bioquímicos buscavam explicar os alimentos, a digestão e a nutrição em categorias fundamentadas cientificamente, impulsionando um espírito reducionista “que ridicularizava a filosofia especulativa idealista dos românticos, com suas aspirações místicas a desvendar o sentido da vida”<sup>370</sup>.

Figura 23: Anúncio VitAvena e Milo



Fonte: ANÚNCIO VitAvena, Quaker. *Sefesções*, Tomo XXXV, n.º 206, mai. 1959, páginas publicitárias. ANÚNCIO Milo, Cia Nestlé. *Sefesções*, Tomo XXXVII, n.º 175, ago. 1956, páginas publicitárias.

No início do século XX, investigando “fatores alimentares essenciais”, os cientistas se depararam com outro elemento, as *vitaminas*, o que foi revelador para lidar com doenças como a beribéri e o escorbuto<sup>371</sup>, por exemplo. Assim, a concepção que o corpo humano precisava de

<sup>369</sup> Idem.

<sup>370</sup> PORTER, Roy, Op. cit. pp, 103.

<sup>371</sup> Escorbuto é uma doença derivada da carência de Vitamina C, caracterizada por hemorragias, alteração nas gengivas, enquanto a beribéri é uma doença causada pela falta de vitamina b1 (tiamina), resultando em fraqueza muscular, problemas intestinais e dificuldades respiratórias. Eram doenças muito comuns especialmente entre as tripulações de navios.

elementos químicos específicos para se manter “bem” foi comprovada dentro da lógica científica ocidental.

A ênfase nos nutrientes como “fonte de saúde” nas narrativas que vimos indica que iam ao encontro desta concepção, considerando a dieta essencial para a experiência saudável. Embora não considerassem qualquer dieta, pois, como estamos percebendo, um novo olhar sobre a comida estava em emergência há décadas nas teorias da medicina científica. O alimento não era só o alimento, era um conjunto de pedaços (vitaminas, carboidratos, proteínas, minerais) desvelados por conceitos científicos.

Figura 24: Anúncio Extrato de Tomate Peixe e Margarina Saúde

**ALIMENTOS**  
mais saborosos!  
mais nutritivos!

**EXTRATO DE TOMATE MARCA PEIXE**  
- a fonte das vitaminas "A, B, C e G"

Todas as vitaminas do grupo das vitaminas essenciais ao homem, estão presentes neste extrato concentrado. É a única fonte de vitaminas A, B, C e G em um único produto. Concentrado para as preparações de pratos e também a beber. É o "segredo" que garante ao Extrato de Tomate Marca Peixe o seu valor nutritivo e o sabor de tomate natural. Disponível em embalagem com 100g e em lata de 250g e 500g. Distribuído exclusivamente por indicação do Brasil.

Palato  
Suco de Tomate  
Ervilha  
Bananado  
Pudim  
etc.

EXTRATO DE TOMATE MARCA **PEIXE** - uma fonte de vitaminas em cada lata

PRODUTO TRADICIONAL DAS  
**INDÚSTRIAS ALIMENTÍCIAS CARLOS DE BRITTO S.A. (FABRICA PEIXE)**

**LEITE PASTEURIZADO**  
- com a sua proteção

**GORDURAS VEGETAIS**  
- para a fazer mais nutritiva e facilitar a digestão

**VITAMINA "B"**  
- para manter a saúde alimentar

Agua em lata ou pastas

e... eis prontinha para servir a gostosa

**MARGARINA Saúde**  
no pão de todo dia

Incomparavelmente mais nutritiva, mais saborosa e agradável, a **MARGARINA SAÚDE** é indispensável para a sua saúde - porque seu preparo e seus ingredientes foram cuidados em uma SOBRECARGA SALES, em lata ou em pacotes!

**ANDERSON, CLAYTON & CIA. Limitada**

Fonte: ANÚNCIO Extrato de Tomate Peixe, Indústrias Carlos de Brito. Seleções, Tomo XXII, nº 126, jul. 1952, páginas publicitárias. ANÚNCIO Margarina Saúde, Cia Clayton Anderson. Seleções, Tomo XXVIII, nº 163, ago. 1953, páginas publicitárias.

Alguns autores denominaram este olhar de *nutricionismo*<sup>372</sup> e defendem que, em certo sentido, tornou-se a ideologia “oficial da dieta ocidental”. A premissa básica é que “os alimentos são, em essência, a soma de seus nutrientes. Michael Pollan no livro “Em Defesa da Comida” trouxe novamente este termo para debate, explicando “uma vez que os nutrientes, ao contrário dos alimentos, são invisíveis, e, portanto, ligeiramente misteriosos, cabe aos cientistas (e aos jornalistas, por intermédio de quem os cientistas atingem o público) nos explicar a realidade oculta dos alimentos”<sup>373</sup>.

Abrindo a explicação deste autor, o intermédio do conhecimento científico era justamente feito por *Seleções*, assim como outras revistas e meios de comunicação, especialmente a publicidade, que permeava vários deles. O tipo de alimentação costurado nas narrativas que estamos analisando contava aos leitores, portanto, que fazia um bem comer não apenas industrialmente, mas cientificamente. Aqui, discutimos uma proposta para alimentação que podemos chamar de *comida científica*, a qual era recomendada a partir do princípio que o mais importante não seria o alimento, mas os nutrientes contidos nos mesmos, enquanto estes em sua incompreensibilidade precisavam dos cientistas e da linguagem científica para serem apreendidos e dos meios de comunicação para operar a mediação de tal conhecimento.

Vale lembrarmos que esta linguagem científica está sendo rastreada pelos indícios que os médicos conduziam entre as narrativas. Se ampliarmos nosso olhar para a relação entre medicina e alimentação veremos que ela faz parte das culturas ancestrais da história da humanidade. Por exemplo, se irmos para as cozinhas renascentistas e medievais de matriz européia, o cozinheiro e o médico “eram figuras que utilizavam o mesmo referencial de visão de mundo, teoria hipocrática e galênica em correspondência com os

---

<sup>372</sup> O termo foi cunhado pelo sociólogo Gyorgy Scrins, debatido pelo historiador Harvey Levenstein e pela nutricionista Marion Nestle, todos citados e aprofundados pelo jornalista investigativo Michael Pollan no livro “Em Defesa da Comida”. Ver em: POLLAN, Michael. Op. cit.; LEVEINSTIEN, Harvey. *Paradox of Plenty. A Social History of Eating in Modern America*. NY: Oxford University Press, 1993. SCRINS, Gyorgy. *Nutritionism, the science and politics of dietary advice*. NY: Columbia University Press, 2013. NESTLE, Marion. *Food Politics*. LA: University of California Press, 2013.

<sup>373</sup> POLLAN, Michael. *Em Defesa da Comida: um manifesto*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008, pp. 35.

quatro elementos do universo e os quatro humores do corpo”<sup>374</sup>. Se irmos para as teorias hipocráticas do mundo grego, perceberemos que a dieta era uma das premissas de tratamento de saúde, assim como na medicina secular chinesa, na qual os sabores até hoje são premissa para a compreensão terapêutica e a medicina indiana ayurveda na qual a alimentação é considerada forma de tratamento<sup>375</sup>.

Ajuda-nos Henrique Carneiro “a história da Medicina é uma das fontes de informações para a história da alimentação, pois desde a Antiguidade a medicina vem buscando desvendar os mistérios da digestão e do metabolismo humano”<sup>376</sup>. É claro que estamos mergulhando no contexto dos anos de 1950 quando justamente, devido as especializações, a medicina ocidental, conduzida por alguns países, dividiu-se mais ainda em categorias de estudo e de mercado. Ainda, como vimos no começo deste capítulo, e exploramos ainda mais nas dobras do tempo ao longo do mesmo, o saber médico edificado no que chamamos de ocidente estava interligado com outras áreas da ciência, especialmente a química e a bioquímica, de onde emergiu a ciência da nutrição.

Assim, parece que a relação entre medicina e alimentação nos anos de 1950 não era tão integrada como era para os gregos ou para os renascentistas. Era separada e mediada por áreas emergentes como a nutrição e da bioquímica, desde meados do século XIX. No entanto, a linguagem científica que encontramos nas narrativas em *Seleções* e a própria legitimidade dos médicos sobre o que comer em muitas delas indica uma das permanências dessa relação, mesmo em processo de fragmentação.

Nos Estados Unidos dos anos 1950, a proposta de uma comida científica fervia há décadas, num caldeirão entre Estado, indústria e academia. O nutricionismo fez parte das políticas do governo estadunidense especialmente devido à pesquisas que, nos anos 1940, apontaram que a grande maioria população do país sobrevivia em um estado subclínico de má nutrição. A partir de então, a cada ano, o governo lançou diretrizes para educação nutricional baseadas no paradigma do nutricionismo. Harvey

---

<sup>374</sup> MONTANARI, Massimo. *Comida como Cultura*. 2ª ed. São Paulo: SENAC, 2008, pp. 12.

<sup>375</sup> SELL, Renata Palandri Sigolo (Org.) *Plantas medicinais e os cuidados com a saúde: contando várias histórias*. Florianópolis: Nuppe/Ufsc, 2015.

<sup>376</sup> CARNEIRO, Henrique. *Comida e Sociedade. Uma história da alimentação*. 7ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003, pp. 09.

Levenstein mostra em seu minucioso trabalho “Paradox of Plenty”<sup>377</sup>, como estas políticas eram alteradas por influência do *business* alimentício e como a cultura alimentar estadunidense incorporava desde o final do século XIX paradigmas dietéticos voltados para regimes alimentares.

No Brasil dos anos de 1950, a profissão de nutricionista ainda não era regulamentada. O que existiam eram cursos técnicos para formação de nutricionistas-dietistas, embasadas em poucos conhecimentos desenvolvidos pela medicina brasileira nas décadas anteriores<sup>378</sup>. Assim, muito do saber sobre alimentação possivelmente derivava de países cuja área já estava consolidada. Além disso, as incursões da AIA no interior do Brasil, apontadas por Antonio Pedro Tota, contavam com profissionais nutricionistas a fim de ensinar para as comunidades noções de higiene, melhor aproveitamento de alimentos e como usar os produtos industrializados<sup>379</sup>.

\*

O conhecimento médico em *Seleções* emergia também para explicar o funcionamento do corpo humano. No artigo “Digestão, a maravilha do corpo”<sup>380</sup>, J.D. Ratcliff explicou o aparelho digestivo, “inteiramente automático”, passo-a-passo, desde a “deglutição na boca” até os trabalhos do intestino, onde “todos os alimentos são decompostos nos elementos fundamentais da vida: glicose, aminoácidos ácidos gordurosos e glicerina”. No artigo “O Milagre do músculo”<sup>381</sup>, o músculo foi apresentado como “a mercadoria mais notável da loja de curiosidade da natureza” que passa por “uma complicada série de fenômenos químicos e elétricos que exigiria horas ou dias para ser reproduzida no laboratório” mas que “processa-se quase instantaneamente quando o músculo se contrai”. No

---

<sup>377</sup> LEVENSTEIN, Harvey. Paradox of Plenty. A Social History of Eating in Modern America. NY: Oxford Press, 1996.

<sup>378</sup> VASCONCELOS, Francisco de Assis Guedes de. O nutricionista no Brasil: uma análise histórica. *Revista de Nutrição*, 2002, pp. 127-138.

<sup>379</sup> TOTA, Antonio Pedro. Op. Cit. pp. 252.

<sup>380</sup> RATCLIFF, J.D. Digestão, a maravilha do corpo. Condensado *Family. Seleções*, Tomo XXV, nº 145, fev. 1954, pp. 69 - 72.

<sup>381</sup> RATCLIFF, J.D. O Milagre do Músculo. Condensado *Today's Health. Seleções*, Tomo XX, nº 114, jul. 1951, pp. 70 - 72.

artigo “A Função Vital do Fígado”<sup>382</sup>, Paul de Kruiff mostrou como “essa misteriosa glândula é o principal laboratório do organismo”.

Outros textos buscavam explicar cientificamente “Os ossos que nos sustentam”<sup>383</sup>, “Os segredos da célula humana”<sup>384</sup> ou “Nosso espantoso sistema circulatório”<sup>385</sup>, com a pretensão de realizar explicações simples sobre a complexidade do corpo humano para os leitores. A maioria deles era acompanhada por desenhos didáticos. No entanto, a “explicação simples” derivava da complexidade de termos científicos, da mesma forma que o alimento era descrito pelo paradigma do nutricionismo. Encontramos forma pensamento semelhante na relação com a natureza, como explicava o artigo “Faça como as árvores, aproveita a clorofila”<sup>386</sup> que o “mistério químico da clorofila” fora desvendado, “ela capta a energia do sol, transformando a água do sol e o anidrido carbônico do ar em substâncias orgânicas, que são então sintetizadas pelas plantas para formação de toda matéria orgânica”.

Este tipo de divulgação da linguagem científica talvez acontecia nos anos de 1950 através de permanências da filosofia mecanicista de muitos séculos atrás. Desde as ideias de Descartes, Hooke e Boyle, no XVII, a premissa que o corpo poderia ser explicado por leis físicas, como uma máquina, foi discutida e aprimorada em várias áreas da ciência. Descobriu-se os órgãos, a química, os fluídos, os tecidos, as células e por fim os átomos. No século XX, a pesquisa moderna provavelmente investigou nos micróbios, hormônios, minerais, células, enzimas, vitaminas e então os alimentos, uma interpretação da vida na terra com raízes no mecanicismo, mesmo que se posicionasse como dele superado.

Porque chamo atenção para esta filosofia? Porque esta opera, seja no corpo humano, no alimento ou no ambiente, uma linguagem que divide, classifica e reduz a natureza em partes e etapas. As experiências da saúde, da alimentação e da interação com o meio se tornam, nessa perspectiva,

---

<sup>382</sup> KRUIFF, Paul de. A função Vital do Fígado. *Seleções*, Tomo XXXIII, nº 197, jul. 1956, pp. 50 - 52.

<sup>383</sup> RATCLIFF, J.D. Os Ossos que nos Sustentam. Condensado *Today's Health*. *Seleções*, Tomo XXVIII, nº 171, abr. 1956 pp. 76 - 79.

<sup>384</sup> RATCLIFF, J.D. Os Segredos da Célula Humana. Condensado *Family Doctor*, "Órgão da Associação Médica Inglesa". *Seleções*, Tomo XXXIV, nº 201, out. 1958, pp. 27 - 31.

<sup>385</sup> RATCLIFF, J.D. Nosso espantoso sistema circulatório. Condensado *Today's Health*. *Seleções*, Tomo XXXI, nº 184, mai. 1957, pp. 85 - 89.

<sup>386</sup> RATCLIFF, J.D. Faça como as árvores, aproveite a clorofila. *Seleções*, Tomo XVIII, nº 106, nov. 1950, pp. 93 - 96.

uma experiência fragmentária e reducionista<sup>387</sup>. Cada peça no seu lugar, como uma máquina que dá a “partida”.

Todavia, os alimentos, o corpo e o ambiente poderiam ser explicados além da soma das suas partes, pois as partes talvez não fossem simplesmente adicionadas, estariam sobretudo relacionadas. Em 1958, o filósofo Allan Watts publicou “O Homem, a Mulher e a Natureza” com críticas profundas a sociedade “mecânica” que vivia. Escreveu que “(...) há uma profunda diferença de funcionamento entre organismo e mecanismo. Um organismo pode ser representado em termos de um modelo mecânico assim como coisas sem formas podem ser aproximadas através de modelos geométricos e o movimento das estrelas pode ser expresso em números em um almanaque. Entretanto, como os corpos celestes são diferentes e infinitamente mais que escalas e relações numéricas, os organismos e formas naturais jamais devem ser confundidos com suas representações mecânicas”<sup>388</sup>. Em *Seleções*, quando a orientação era que os leitores comessem mais que uma laranja, mas vitamina C, açúcar natural, fósforo, ferro, B1, B2 e niacina, entendemos o sentido que a linguagem reducionista atuava.

Encontramos, por fim, a matriz cultural da lógica industrial da alimentação que estávamos buscando ao longo deste capítulo. A interpretação mecânica da natureza cujas raízes se bifurcam séculos antes dos anos de 1950, indica um substrato mais profundo que dava sustentação para todas as propostas que descobrimos, assim como para a própria ação dos atores da civilização. Se a alimentação percorre um ciclo que começa pela vida na terra e termina na vida humana, a interpretação mecânica da natureza modifica a possível percepção relacional, cultivando a luta do homem contra aquela, como contavam os artigos sobre a batalha entre o corpo humano e os inimigos micróbios, câncer ou diabetes.

---

<sup>387</sup> Michael Pollan compreende o reducionismo científico da seguinte forma: “a ciência da nutrição subdivide os alimentos na categoria de nutrientes e não os vê como alimentos, fazendo testes que reduzem as escalas de interação biológica entre o ato de comer, de digerir e do próprio alimento (solo, condições climáticas, diversidade de calorías e compostos químicos)”. Assim, a nutrição até hoje “geralmente foca nos estudos do excesso de uma substância ruim e não na falta de uma boa para causar a doença”. Ver em: POLLAN, Michael. *Em Defesa da Comida: um manifesto*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008, pp. 76-91.

<sup>388</sup> Allan Watts foi filósofo, teólogo e estudioso de teorias orientais, dando nos anos de 1950 caldo para vários pensamentos da contracultura que emergia. WATTS, Allan. *O Homem a Mulher e a Natureza*. São Paulo: Record, pp.73.

Afirmava a contracapa da revista em outubro de 1953: “O *Reader’s Digest* dá, também, atenção constante ao progresso da Ciência em sua escolha de artigos. Êste critério está intimamente relacionado com o humanismo, pois a Ciência representa, em realidade, a luta do Homem contra a Natureza. Nesta luta, o *Digest* cumpre a alta missão de dar coragem ao povo”<sup>389</sup>. Ou seja, a ciência era, na perspectiva da revista, a “luta do homem contra a natureza” que desconsidera que o homem talvez não se situava fora da natureza, mas sempre fizera parte desta. Podemos localizar nesse sentido também a América Latina enquanto território *wilder*, que vimos anteriormente, a ser conquistada não só pela agricultura moderna, mas pela ciência que dava corpo a mesma. Ainda, o texto da contracapa reconhecia que a ciência estava “intimamente relacionado com o humanismo”, indo ao encontro da representação do médico enquanto serviço humanitário do bem.

No entanto, como o substrato do mecanicismo operava nas propostas que investigamos? “É só uma questão de gosto”<sup>390</sup> dizia o artigo de J.F. Ratcliff, que, logo nos primeiros parágrafos, apresentava: “A língua tem pequenas elevações, ou papilas, agrupadas principalmente na ponta, dos lados e atrás. Cada papila contém até 225 receptores, espécie de borbulhas gustativas - num total de cêrca de 9.000. Cada uma dessas borbulhas é a extremidade de um pequeno feixe de nervos que transmite sensações de gosto ao cérebro. Ninguém sabe precisamente como funcionam. Uma teoria muito generalizada sugere que ao ser mastigado e liquefeito o alimento, uma única molécula de um componente determinado do gôsto - digamos o sal - penetra numa dessas borbulhas como a chave na fechadura. Isso fecha um circuito elétrico e a mensagem corre ao cérebro (...)”. Após a explanação sobre a mecânica do paladar, o autor explicava que o Dr. Arthur Fox, “diretor recém-aposentado da *Colgate-Palmolive Co.*”, descobriu que certos gostos eram diferentes para certas pessoas.

O mesmo doutor aprofundou suas pesquisas trabalhando na empresa *DuPont*, onde descobriu técnicas importantes para a indústria farmacêutica e alimentícia: “Para tal, se um remédio é amargo, êles adicionam elementos doces, ácidos e salgados a fim de produzirem um gôsto “branco”. As donas de casa podem beneficiar-se da experiência farmacêutica. Muitos alimentos têm melhor gosto quando se lhes dá

<sup>389</sup> SELEÇÕES, contracapa. Tomo XXIV, n°141, out. 1953, sem paginação.

<sup>390</sup> RATCLIFF, J.D. É só uma questão de Gosto. Condensado *La Revue Moderne. Seleções*, Tomo XXXIII, n° 197, jun. 1958, pp. 76 - 79.



“amplitude”. Por exemplo, no espinafre predomina o amargo. Provas realizadas, demonstram que fica mais gostoso se for lhe adicionado um pouco de açúcar”. O artigo concluía que milhares de pessoas buscavam agradar “nosso paladar”, como o Dr. Dean Forster, da firma *U.S. Testing*, que pontuou: “O homem vem comendo há milhões de anos, mas é ainda pouco o que sabemos sôbre a razão por que acha certos alimentos apetitosos. Podemos medir com exatidão a visão e o som. Estamos procurando encontrar medidas mais precisas para o sabor... e converter o que era arte em ciência”.

Na primeira parte do artigo, as permanências do mecanicismo se evidenciam na explicação do funcionamento do paladar, mesmo que por uma “teoria generalizada”. Na segunda parte, J.D. Ratcliff argumentou como as empresas *DuPont*, que vimos no capítulo anterior, a *Colgate-Palmolive Co.* e a *U.S. Testing*, buscavam “medir com exatidão” o paladar, o que, segundo o Dr. Dean Forster, já fora feito com a visão e o som. A proposição que o paladar poderia ser quantificado e “medido”, além de retomar o pensamento reducionista, apontava este associado ao mundo dos negócios. Nessa perspectiva, “converter o que era arte em ciência” vinculava-se a possibilidade de industrializar os alimentos com “exatidão” a fim de “agradar nosso paladar” e até beneficiar as donas-de-casa com a “experiência farmacêutica”.

A ciência ocidental, no geral e na sua lógica, comprovava que, para os alimentos serem saudáveis, ou, no limite, apetitosos, como o espinafre com açúcar, poderiam ser industrializados. Afinal, comida era um negócio lucrativo demais, como pudemos compreender nas propostas do capítulo anterior. Um exemplo claro é o anúncio da *Margarina Saúde*, exposto na Figura 25, que narra o alimento como a soma dos ingredientes “leite pasteurizado – para sua proteção”, “gordura vegetal para tornar mais saudável e facilitar a sua digestão” e “vitamina A - para maior riqueza alimentícia”. Os recipientes que despejam o conteúdo da margarina “incomparavelmente mais nutritiva” se assemelham a frascos químicos, ilustrando os bastidores da engenharia industrial da comida científica.

Assim, as propostas para alimentação em *Seleções* se fundamentavam através do pensamento científico. Ou seja, o substrato do mecanicismo, de alguma forma, harmonizava os termos do mundo dos negócios - indústria, máquinas, modo produtivo, combustível fóssil, compostos químicos - aos imperativos da natureza biológica da vida na Terra. Nesse sentido o mecanicismo operava nas propostas encontradas no

capítulo anterior, como em produção em larga escala, homogeneização, produção de alimentos instantâneos, usos químicos industriais nas plantações, mecanização do campo, entre outras.

\*

Se admitimos, portanto, o mecanicismo como matriz das propostas para alimentação compreendemos também algo a mais sobre a geopolítica do conhecimento de seus conteúdos. Como já enfatizei, o desenvolvimento da medicina ocidental aconteceu em locais como a Alemanha, França, Suíça, Inglaterra e Estados Unidos, marcando os posicionamentos colonialistas de impérios por séculos. Os saberes que não faziam parte destes eixos de circulação do conhecimento possivelmente foram considerados inferiores pelas luzes da civilidade, apesar de em muitos momentos os conhecimentos botânicos de outras culturas serem integrados.

É o que “O Curandeiro do Amazonas”<sup>391</sup> evidenciou ao contar a história do casal Halliwells que navegava pelo rio Amazonas levando medicamentos modernos para as tribos indígenas: “só raramente Halliwell tem encontrado oposição da parte dos médicos e nunca de médicos brasileiros. Embora não tenha diploma de médico, frequentemente sociedades médicas pedem seu auxílio e conselhos”. No entanto, encontrou resistência de alguns índios, “Caetano, chefe dos Maués, cedeu de boa vontade terreno para uma escola que Halliwell iniciou com o auxílio dum professor brasileiro, mas desdenhou os remédios e a religião do gringo”, quando a tribo foi assolada por uma epidemia de varíola, “Caetano permitiu que Halliwell vacinasse todos os sobreviventes... exceto a si mesmo”. Halliwell voltou na tribo, Caetano estava morrendo de varíola e suplicou para que picasse seu braço, sobrevivendo. O artigo então pontuava que “no ano passado Caetano abraçou o cristianismo, tornando-se logo um grande auxiliar na sua difusão entre outras tribos. Hoje a escola e a igreja da aldeia dos Maués estão prosperando... da mesma forma que muitas outras fundadas pelos Halliwells na Amazônia”.

De forma semelhante que o artigo “O Limiar do Amanhã” que vimos no começo deste capítulo, o “curandeiro do Amazonas” se tratava de um homem “gringo”, “branco” e “ocidental” costurado numa narrativa que deslegitimava com medicamentos modernos os saberes dos curandeiros

---

<sup>391</sup> HELL, Clarence. O Curandeiro do Amazonas. *Seleções*, Tomo XXXI, nº 182, mar. 1957, pp. 109 - 118.

locais que habitavam os entornos do rio. Além de que indicava a igreja católica e a escola fundada na aldeia Maué, assim como em outras da Amazônia, como dispositivos de prosperidade. Ou seja, a geopolítica do conhecimento operava na narrativa positivando o que vinha do homem branco ocidental, exaltando o conhecimento médico deste.

Nesse sentido, a diversidade cultural de tribos como a “tribo Maué”, manifestada, no caso da narrativa do artigo, pelos seus saberes próprios em relação a medicina, enfrentava a legitimidade dos saberes oriundos da lógica mecanicista, manifestada pelos medicamentos modernos. Mas diversidade cultural da tribo poderia se manifestar de outras formas, como através da cultura alimentar, que inclusive possivelmente tinha uma estreita relação com as práticas da medicina da floresta, como vimos anteriormente na relação histórica entre médicos e cozinheiros.

Assim, ao falarmos de alimentação sob a perspectiva deste tipo de geopolítica do saber, temos que ter claro que as estruturas do gosto humano variam de acordo com os contextos e com os ambientes onde estão inseridos, como explica Massimo Montanari<sup>392</sup>. O gosto, complementa Sidney Mintz, está ligado a um conhecimento profundo sobre a fauna, a flora e as expressões naturais dos alimentos, ou seja, está conectado à diversidade cultural dos povos<sup>393</sup>. Portanto, a complexificação dos alimentos em uma linguagem científica, embasada na filosofia mecanicista, possivelmente enfrentava linguagens outras e consciências nutricionais outras, daqueles que orientavam sua alimentação pela cultura, pela história ou pelas manifestações do ambiente que viviam, como possivelmente fazia a tribo Maué.

À vista disso, a cultura alimentar industrial amparada pelo mecanicismo provavelmente hipertrofiou saberes e culturas locais e regionais. Isso não quer dizer que os avanços científicos dos últimos séculos estejam errados e que sejam descartáveis. Muito menos que não tenham incorporado vários conhecimentos de culturas outras, especialmente ervas medicinais que se tornaram matérias-primas para remédios modernos. Compreender o substrato do mecanicismo só colabora para que tenhamos uma visão mais ampla dos processos de transformação do nosso sistema alimentar e de suas relações com a diversidade cultural. Aliás, a principal

---

<sup>392</sup> MONTANARI, Massimo. *Comida como Cultura*. 2ª ed. São Paulo: SENAC, 2008.

<sup>393</sup> MINTZ, W. Sidney. *Tasting food, tasting freedom*. Excursions into eating, culture, and the past. Boston: Beacon Press, 1996

conclusão desta pesquisa é que a linguagem científica não operou solitária os dispositivos de geopolítica do conhecimento, pois foi ativada em escala mundial pelos negócios da lógica industrial.

O artigo “É só uma questão de gosto” mostrou justamente o reducionismo científico operando dentro da indústria, que buscava uma certa uniformização dos gostos justificada por “fazer um bem”, sem considerar o desaparecimento dos conhecimentos ligados à diversidade cultural dos povos. Propunha que o gosto se tornasse científico e controlado pelo método laboratorial, assim como a comida que produzia. Dessa forma, o gosto poderia estar livre das relações que estabeleceu durante milhares de anos na história da alimentação humana, as quais o conectavam com a fauna, a flora e as expressões naturais dos alimentos.

Nos trabalhos importantes para o campo dos estudos sobre alimentação, Lévi Strauss compartilhou que “cozinhar se encontra e se representa na articulação entre natureza e cultura”<sup>394</sup>, apontando para os paradoxos desta articulação. Afinal, uma vez cultura, o alimento deixa de ser natureza? Massimo Montanari complementou que “a contraposição entre cultura e natureza é, em grande parte fictícia”, pois “o homem civil se autorrepresenta fora da natureza, mas a própria natureza se torna, na experiência histórica, um modelo cultural consciente (...)”<sup>395</sup>. Na cultura alimentar estadunidense, especialmente a cultura West, que se tornou a referência culinária da nação com o mito da fronteira, o qual discutimos no capítulo anterior, “o modelo cultural consciente” da natureza partia do princípio de separação. Pudemos entender essa manifestação, por exemplo, nas propostas conduzidas pelos agricultores no capítulo anterior, através da lógica mecânica aplicada no campo. Ali, a integração com a natureza era negada, vista como manifestação desconfortável da nossa mais profunda animalidade.

No entanto, para muitos homens da terra e de culturas variadas, as funções do corpo, como a digestão acompanhada de barulhos e cheiros, e a morte dos animais, acompanhada por sacrifício, são consideradas, em sua maioria, como partes integrais da natureza. Não deveriam e não são ocultadas. Já as propostas encontradas neste capítulo, *alimentos que fazem um bem, pureza alimentar e comida científica* buscavam, de alguma forma, suprimir tal realidade “animal” do ato de comer, seja através da

---

<sup>394</sup> STRAUSS, Levi. *The Culinary Triangle*. In: COUNIHAN, Carole; ESTERIK, Penny van (Orgs.). *Food and Culture. A reader*. 2º edição. NY: Routledge, 2008.

<sup>395</sup> MONTANARI, Massimo. Op. Cit, pp. 31.

higienização das indústrias, dos conceitos de saúde adjacentes à guerra por micróbios, do isolamento de inúmeras variáveis dos alimentos para reduzir questões de saúde à nutrientes, da especialização da medicina em diversas áreas.

A separação do homem, da mulher e da natureza, sustentada pela interpretação mecanicista, seria a base da cultura alimentar gestada no *West*, território onde o *american way of life* emergiu. Debate Sidney Mintz, assim como os autores Harvey Levenstein e Laura Shapiro<sup>396</sup>, que a cozinha dos Estados Unidos é, no geral, conservadora também por negar os processos biológicos do corpo e da vida na terra. Talvez por isso que o reducionismo científico encontrou acolhimento no país, especialmente no período dos anos de 1950, com as especializações da área médica e as possibilidades tecnológicas que a Segunda Guerra Mundial proporcionou.

Vale ainda trazermos o paradoxo da ideia de pureza que encontramos neste capítulo, quando percebemos que os alimentos puros poderiam significar naturalmente químicos ou quimicamente naturais. A ambiguidade da articulação entre cultura e natureza através da alimentação humana vai ao encontro do paradoxo de pureza encontrado em *Seleções* dos anos de 1950. Afinal, *Maizena* poderia ser natural e quimicamente elaborada. Este paradoxo talvez significava a perspectiva mecanicista da relação com a natureza por trazer uma realidade científica (química) para dentro do alimento “cozinhado” industrialmente.

Por fim, podemos pensar que o “gosto uniforme” que os produtos industrializados buscavam alcançar através do pensamento científico ia ao encontro da expansão do capital global. Afinal, existia uma necessidade econômica que todas as pessoas do mundo comessem a mesma marca ou tipo de *ketchup*, de *chicletes* ou de leite em pó. Nesse sentido, o mecanicismo e o reducionismo científico parecem ter colaborado com a universalização da cultura alimentar industrial. A questão de gosto era, portanto, uma questão de negócios.

---

<sup>396</sup> LEVEINSTEIN, Harvey. Op. Cit. Shapiro, Laura. *Something From the Oven: Reinventing Dinner in 1950s America*, Viking Adult, 2004.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para as conclusões finais, retomarei o que investigamos em cada um dos capítulos brevemente e depois abrirei algumas discussões pontuais. No Capítulo 1, “A Digestão do Digest”, busquei explorar as matrizes históricas da revista *Seleções*, as quais revelaram vínculo com o *american way of life* e com determinados projetos políticos dos Estados Unidos para o mundo. Originalmente estadunidense, foi lançada em 1942 na América Latina como política da Segunda Guerra Mundial, sendo que durante a Guerra Fria alimentou narrativas em oposição ao estilo de vida comunista. No entanto, vimos que a revista se autorepresentava como neutra em relação aos assuntos políticos, carregando “as verdades universais” da história e da cultura do mundo.

Conectada a uma trama de publicações internacionais, também se afirmava com caráter global, porque, de fato, circulava em diversos países no curso dos anos de 1950. Apesar de seus conteúdos se reconhecerem globais, tratava-se de um global localizado, já que a revista selecionava e condensava artigos de mídias, em sua maioria, estadunidenses. No Brasil, *Seleções* circulava nos anos de 1950 por uma imprensa que se encontrava em crise, mesmo que também tivesse espaço para novas publicações *pop*. Nesse sentido, ela fez sucesso entre o público brasileiro, especialmente por difundir as novidades da modernidade através de dispositivos que dialogam esta, como tempo e tecnologias.

De acordo com outros estudos sobre a revista, considere-a num limite, como ela mesmo se caracterizava, estruturada numa narrativa polarizada entre bem e mal, sendo que o bem se manifestava pelo herói Estados Unidos. Como o herói não era um personagem, mas um governo, o bem que poderia permear a vida real seriam os atores da civilização homem de negócios, agricultor e médico. Orientei-me por eles a fim de encontrar indícios que conduzissem às propostas para alimentação, o objetivo desta investigação.

Seguindo as pistas dos homens de negócios nos deparamos com as mulheres do lar e ambos personagens ajudaram a compreender as propostas *produção em larga escala, homogeneização, american housewife, consumo em supermercados ou grandes empórios, produção de alimentos instantâneo, adição de valor aos alimentos processados e cozinha tecnológica*. Já, através dos indícios dos agricultores, entendemos as propostas *uso de químicos industriais nas plantações, mecanização do*

*campo, distribuição dos alimentos sob quatro rodas e produção agrícola para a fome mundial.*

Estas propostas, discutidas no capítulo 2, “O Gosto dos Negócios”, significavam a lógica industrial do contexto pós-guerra e estavam alinhadas com os propósitos políticos dos Estados Unidos em oposição ao estilo de vida comunista. Mais ainda, elas iam ao encontro dos projetos desenvolvimentistas das políticas brasileiras dos anos de 1950. A industrialização dos alimentos produzia uma rede de estruturas industriais para além do alimento propriamente dito. Envolveria, por exemplo, fabricação de veículos, produtos químicos, máquinas, no limite, muito petróleo, áreas que interessavam o projeto econômico de desenvolvimento nacional.

A modernização da estrutura agrícola do país através da introdução de novas tecnologias também era fundamental. As propostas sugeriam o modelo estadunidense de produção, significando a conquista dos territórios *wilder* do Brasil profundo pelas tecnologias conectadas em escala internacional. No final dos anos 1950, o governo de Juscelino Kubitschek atendeu algumas demandas agrícolas como crédito rural, mecanização do campo e pavimentação asfáltica, especialmente com a possibilidade de investimentos estrangeiros no país através da lei SUMOC, ativa desde 1955.

Já no Capítulo 3, “Entre os bastidores, o Médico”, provoquei que investigássemos uma possível matriz cultural para a lógica industrial das propostas levantadas até então. Assim, os médicos trouxeram pistas que conduziram para as propostas *alimentos que fazem um bem, pureza alimentar e comida científica*. Esta última pode abrir o *nutricionismo*, concepção que aborda o alimento como um conjunto de pedaços desvelados por conceitos científico, como vitaminas, proteínas, carboidratos, entre outros.

Entendemos que os médicos trazem indícios relevantes para entender os sentidos da alimentação humana, pois a relação entre práticas de cura e alimentação remonta às culturas humanas ancestrais. Ao desdobrar o *nutricionismo* historicamente, compreendemos que talvez tenha raízes no paradigma mecanicista, justamente por enfatizar o alimento como uma série de pedaços que constituem o todo e não um todo com partes interrelacionadas. A visão mecanicista, nesse sentido, legitimava a luta do homem contra a natureza, servindo como substrato para propostas encontradas no Capítulo 2, especialmente aqueles que contavam sobre a dominação dos territórios selvagens. Este substrato operava no sentido de harmonizar a lógica industrial com a lógica biológica, dando legitimidade

científica para a alimentação industrial, já que a mesma poderia ser justificada por seus efeitos positivos na saúde humana e na interação com o meio ambiente.

A matriz cultural mecanicismo ou reducionismo científico formavam um pensamento de separação, negando a perspectiva relacional dos processos entre homem, mulher, alimento e natureza. Pretendi que realizássemos justamente a análise histórica de uma perspectiva relacional, pois busquei ampliar a investigação para páginas da revista que num primeiro momento nada tinham a ver com alimentação, mas que estavam de alguma forma relacionadas. As propostas para alimentação encontradas nas pistas dos homens de negócios não seriam possíveis sem as conduzidas pelos agricultores, tampouco sem a matriz cultural investigada no terceiro capítulo ou sem as mediações realizadas pelos meios de comunicação discutidas no primeiro capítulo. Minha análise buscou percorrer, dentro dos limites teóricos e metodológicos estabelecidos, uma investigação relacional, assim como penso que a alimentação humana é.

À vista disso, existem pontos importantes à serem considerados e expandidos para conclusão. Primeiro, como aponte na introdução, o sentido da modernidade dos anos de 1950 se orientava pela aceleração do tempo e pela crença nas tecnologias, elementos que se expressaram na maioria das propostas. O tempo dos alimentos instantâneos, por exemplo, buscava velocidade, assim como da experiência de consumo em supermercados, da cozinha tecnológica ou da distribuição de alimentos sob quatro rodas.

No entanto, este tempo quase uniforme da modernidade alimentar encontrava provavelmente no Brasil outros tempos. Como vimos, a urbanização se intensificou nos anos de 1950, o que não quer dizer que o território brasileiro deixou de ser rural, que as comunidades indígenas migraram completamente para as cidades, que as periferias urbanas tinham acesso aos alimentos industriais ou que os grupos ribeirinhos desapareceram. Nesse sentido, outros tempos e até mesmo tecnologias coexistiam com a cultura alimentar divulgada por *Seleções* naquela década e ousou dizer que até hoje coexistem.

Assim como os demais países da América Latina, estes tempos outros apontam as mestiçagens que existem nos nossos territórios. Ainda, permitem que compreendemos o processo de difusão da cultura alimentar moderna a partir de hibridismos que provavelmente aconteceram entre a modernidade que vinha “de fora” e as descontinuidades culturais coexistentes “aquí dentro”.



As políticas nacionais dos anos 1950 revelaram justamente a busca por acessar uma modernidade em diálogo com a economia internacional. Esse acesso à modernidade se fez de modo dependente, ajustado aos dinamismos e exigências do mercado externo. A economia não estando a parte da cultura, trouxe o *american way of life* como referência. Sendo a alimentação estratégica para os negócios, a cultura alimentar industrial fazia sentido para o desenvolvimentismo do país.

Segundo, como consideramos que a matriz da lógica da cultura alimentar industrial tratava-se do mecanicismo ou reducionismo científico, as mudanças dos hábitos alimentares que as narrativas de *Seleções* orientavam iam além do ato de comer. O nutricionismo alargava a consciência nutricional das pessoas, cultivando uma linguagem científica para a alimentação como superior às linguagens dos tempos descontínuos da formação social brasileira.

Nesse sentido, a ciência aliada aos negócios contribuiu para padronizar as interações dos comedores com o seu meio ambiente. Os alimentos eram “científicos”, “puros” e “faziam um bem” para a saúde das pessoas, contaram-nos as narrativas. Assim, para serem de fato comidos, precisavam de um novo tipo de comedor, que alguns autores chamaram de comedor industrial. *Seleções*, por ser considerada uma “universidade impressa”, preenchia provavelmente uma lacuna didática que ensinava a superioridade dos alimentos industrializados.

A difusão que haviam saberes superiores e inferiores sobre a alimentação era parte dos dinamismos da geopolítica do conhecimento, como outros conteúdos localizados da revista. Nesse sentido, a possibilidade de um sentimento de “atraso” ser divulgado em função da “falta de modernidade” ou da “modernidade dependente” do país pode ter colaborado para que os saberes superiores fossem considerados superiores pela própria cultura daqui. Todavia, ao lermos sobre a história da alimentação de países europeus, por exemplo, o “atraso” em relação à referência alimentar *american way* também era existente lá, o que os insere na dinâmica de expansão dos Estados Unidos enquanto força hegemônica cultural.

Terceiro, talvez posso arriscar e afirmar que o *american way of life* dispersou no país sutilmente uma “missão civilizadora alimentar” através das propostas da cultura alimentar industrial que identificamos em *Seleções*. Digo sutilmente, porque o argumento das políticas estadunidenses do contexto dos anos de 1950 era baseado na abstração do livre mercado. Este

precisava da industrialização para criar estruturas de abundância, como o triunfo do capitalismo, os supermercados. Assim as pessoas poderiam escolher o que quisessem comer sem depender da tirania da natureza. No entanto, desconsiderava-se, e penso que até hoje muitas vezes se desconsidera, que as escolhas alimentares são feitas num ambiente de *marketing* e pesquisas científicas nutridos por bilhões de dólares, gastos para convencer qual orientação nutricional deveríamos ter.

Além disso, vale destacar que as pesquisas científicas dos anos de 1950 eram, como vimos, baseadas no reducionismo científico mecanicista. Embora muitos médicos, pesquisadores, biólogos e antropólogos, no início do século XX, alertaram para os caminhos que a industrialização dos alimentos estava conduzindo em relação a saúde e a natureza. Vimos na segunda parte do segundo capítulo que o Sir. Howard Albert em meados da década de 1920 apontava para o fato que a industrialização da agricultura sem considerar a ligação da cadeia alimentar entre solo, terra, água e ar, deixaria marcas na nossa saúde, mas também pesquisadores da mesma época como “Albert Schweitzer e Denis P. Burkitt na África, Robert McCarrison na Índia, Samuel Hutton entre os esquimós e o dentista Weston A. Price entre mais de dez diferente grupos no mundo inteiro, incluindo índios peruanos, aborígenes australianos e montanhese suíços” estudaram porque as dietas desses grupos eram mais saudáveis que aqueles que viviam nas cidades. Michael Pollan explicou o caso de Weston A. Price que, buscando entender porque aumentaram problemas dentários no seu consultório, “descobriu que as populações que ele visitou não comem a chamada “comida de armazém”, com produtos refinados, como farinha branca e açúcar branco, e enlatados, fáceis de transportar”<sup>397</sup>.

Mesmo com tais referências, igualmente científicas, parece que o positivismo da Segunda Guerra Mundial varreu todas estas discussões para debaixo do tapete. No caso da agricultura orgânica, por exemplo, não houve investimento algum por parte do governo dos Estados Unidos para avançar com possibilidades de execução da mesma, embora investisse muito dinheiro em pesquisas de fazendas radioativas ou em jardins cobertos por materiais plásticos. Foi preciso a década seguinte, com a explosão do movimento conhecido como Contracultura para estes serem retomados e vividos pelas experiências da contraculinária ativista, quando a militância

---

<sup>397</sup> POLLAN, Michael. *Em Defesa da Comida: um manifesto*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008, pp. 105-116.

orgânica ganhou musculatura e dietas que fugiam do nutricionismo científico fossem reclamadas como mais sustentáveis e saudáveis.

Quarto, percebemos que a cozinha conservadora que fundamentou o *american way*, gestada nos territórios *West* dos Estados Unidos, acolheu o pensamento científico mecanicista por historicamente buscar a dominação do que se encontrava em sua forma selvagem, como contava o mito da conquista da fronteira Oeste. A alimentação revela a realidade animal da existência humana, e precisava, portanto, ser controlada. Como a conquista do Oeste, acompanhada pela ocupação de territórios considerados vazios e aniquilação de comunidades indígenas, alicerçou-se na separação da natureza.

Por fim, repito que não posso afirmar que todas as propostas para a alimentação encontradas e problematizadas nesta investigação tenham se difundido integralmente no território brasileiro nos anos de 1950. Meu foco foi compreender as propostas em *Seleções* enquanto *outside meaning*, que em algum momento por processos históricos mais profundos e correlacionados com outros tempos, fizeram o *inside meaning* da nossa cultura. O processo de hegemonia, a meu ver, acontece de cima para dentro, internaliza-se. Até porque, como pontuei, as mestiçagens e hibridismos fazem parte do nosso dinamismo cultural e o modelo *american way* coexiste com as culturas da nossa diversidade até nos dias de hoje. Mas pude perceber que as políticas desenvolvimentistas daquela década criaram estruturas para execução das propostas com vistas à acessarmos a desejada modernidade.

Além disso, a matriz cultural mecanicista revelou que a alimentação industrial, edificada entre o século XIX e XX, possibilitou uma perspectiva reducionista em relação à saúde e ao meio ambiente. No mesmo sentido, buscou a padronização das culturas alimentares seculares através dos dispositivos mecanicistas a fim de criar estruturas econômicas que pudessem dialogar entre si. Assim o capital se expandiria globalmente, universalizado através dos dispositivos da geopolítica do conhecimento.

Hoje, ao analisarmos o relatório *World Report* (Anexo III), os impactos ambientais que este sistema muito certamente gerou, faz com que repensemos as propostas para alimentação investigadas aqui. O pensamento reducionista rompe a relação integral da natureza, abrindo um cálculo econômico cego, que não se importa com os desastres biológicos que podem acontecer, já que a sustentabilidade não está nos seus princípios.

Acredito que não estamos fora da natureza, mas fazemos parte desta, no limite, somos natureza.

Assim, é importante refletirmos que a diversidade biológica talvez esteja profundamente relacionada com a diversidade cultural dos povos, já que esta deriva de lógicas que não se encontram externas e sim internas. Por esse ângulo, lembremos que a alimentação, a cozinha e o ator de comer são conectores culturais primais entre nós e o meio ambiente. Portanto, olhar para os anos de 1950 e identificar as propostas para alimentação em *Seleções* pode nos fazer questionar que tipo de orientações queremos para nossos sistema alimentar hoje e que tipo de políticas podem buscar o desenvolvimento integral e relacional do nosso país, não apenas o desenvolvimento do gosto dos negócios.

## REFERÊNCIAS

40 ANOS de Supermercados no Brasil. ABRAS: São Paulo, 1993.

BERNHEIM, Ernst. “Metodologia da ciência histórica”. In MARTINS, Estevão R. *A história pensada: teoria e método na historiografia europeia do século XIX*. São Paulo: Contexto: 2010.

BODY-GENDROT, Sophie. Uma vida privada francesa segundo o modelo americano. in: ARIES, Philippe; DUBY, Georges. *História da vida privada*. V.5. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

BRANCO, Renato Castelo; MARTENSEN, Rodolfo Lima; REIS, Fernando. *História da Propaganda no Brasil*. São Paulo: T.A. Queiroz, 1990.

BRILLAT-SAVARIN, Jean Anthelme. *A fisiologia do gosto*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Imprensa e História do Brasil*. 2ª edição. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1994.

CAPUTO, Ana Cláudia and MELO, Hildete Pereira de. *A industrialização brasileira nos anos de 1950: uma análise da instrução 113 da SUMOC*. *Estud. Econ.*, v.39, nº 3, 2009.

CARNEIRO, Henrique. *Comida e Sociedade*. Uma história da alimentação. 7ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003..

CERTEAU, Michel. *A escrita da história*. Tradução Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

COCA-COLA. *Linha do tempo: conheça a história da Coca-cola Brasil*. Artigo online, 24 de maio 2016. Disponível em: <<http://www.cocacolabrazil.com.br/sobre-a-coca-cola-brasil/a-historia-d-a-coca-cola-brasil>>. Acesso em 17 mai 2017.

COELHO, Edeson Ernesto. Edeson Ernesto Coelho (depoimento, 2004). Rio de Janeiro: CPDOC, ABP (Associação Brasileira de Propaganda), Souza Cruz, 2005.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1993.

FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. *Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada*. Publicidade, Cultura de Consumo e Comportamento Político no Brasil (1954-1964). São Paulo: Hucitec, 1998.

FISCHLER, Claude. *Gastro-nomía y gastro-anomia*. Sabiduría del cuerpo y crisis biocultural de la alimentación contemporánea. In: CONTRERAS, Jesús. Alimentación y cultura: necesidades, gustos y costumbres. Espanha: Universitat de Barcelona, Facultade de Biología, 1995.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da alimentação*. 6. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

GLADWELL, Malcolm. *Outliers*. NY: Back Bay Books, 2008.

GLIK, Sol. *El hogar de la victoria: la promesa del american way of life para América Latina. Estados Unidos-Brasil-Argentina, 1940-1945*. Tese em História. Florianópolis: UFSC, 2015.

HERZLICH, Claudine. *Santé et Maladie*. Analyse d'une représentation sociale. 1ª ed. 1969. Paris: Éditions de l'EHESS, 2005.

HOBSBAWM, Eric J. *Guerra Fria*. In: Era dos extremos: O breve século XX – 1914 1991. 38ª ed. São Paulo: Cia das Letras, 2008, pp. 223-252.

HUXLEY, Aldous. *Brave New World*. 1º ed. 1936. New York: RosettaBooks, 2010.

HERDY, Benjamim; ROCHA, Angela; MELLO, Renato. *Brazil Fast Food Corporation: the Internationalization of the Bob's Chain*. *Periódico TAC*, v. 3, nº 1, jan-jun 2013.

JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao Sul do Rio Grande. Imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira (1942-1970)*. Bragança Paulista: EDUSF, 2000.

LEVENSTEIN, Harvey. *Paradox of Plenty. A Social History of Eating in Modern America*. NY: Oxford Press, 1996.

LUCA, Tania de. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

MIGNOLO, Walter. *Historias locales/diseños globales: colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo*. Tradução Juan María Madariaga y Cristina Vega Solís. Ediciones Akal, 2003.

MINTZ, W. Sidney. *Tasting food, tasting freedom. Excursions into eating, culture, and the past*. Boston: Beacon Press, 1996.

MONTANARI, Massimo. *Comida como Cultura*. 2ª ed. São Paulo: SENAC, 2008.

MOREIRA, Vania Maria Losada. *Os anos JK: industrialização e modelo oligárquico de desenvolvimento rural*. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucilia de Almeida N (orgs). *O Brasil Republicano: o tempo da experiência democrática 1945/1964*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003

MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX: espírito do tempo 1: neurose*. 10º ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

MOURA, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil. A penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

NESTLE, Marion. *Food Politics. How the Food Industry Influences Nutrition and Health*. Berkeley: University of California Press, 2002.

NIÑO, Antonio. *Uso y abuso de las relaciones culturales en la política internacional*. Ayer 75, Universidad Complutense de Madrid, 2009.

OLIVEIRA, Débora Santos de Souza. *A Transmissão do conhecimento Culinário no Brasil Urbano do século XX*. Dissertação em História Social. São Paulo: USP, 2010;

PEREIRA, Sílvio Luiz Gonçalves. *Seleções do Reader's Digest, 1954 - 1964*. Um mapa da intolerância política. Tese em História Social. São Paulo: USP, 2006.

POLLAN, Michael. *Em defesa da Comida*. Um manifesto. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008

POLLAN, Michael. *O Dilema do Onívoro*. Intrínseca: Rio de Janeiro, 2007.

PORTER, Roy. *Das Tripas coração*. Rio de Janeiro: Record, 2004.

RAAD, Lenita Jacira Farias. *Denunciando os males do comunismo: o anticomunismo na revista Seleções Reader's Digest (1950-1960)*. Dissertação em História Cultural. Florianópolis: UFSC, 2005.

SCHERER, Charles. *A Revista Selecciones del Reader's Digest e a constituição da imagem dos estereótipos do american way of life: 1940/1950*. Tese em História. Porto Alegre: PUC, 2009.

SILVA, Claiton Marcio da. *De agricultor a farmer: Nelson Rockefeller e a modernização da agricultura no Brasil*. Paraná: Editora UFPR, 2015.

SILVA, Giovani José da. *A Reserva Indígena Kadiwéu (1899-1984): memória, identidade e história*. MS: Ed. UFGD, 2014.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

THOMPSON, Edward. *A miséria da teoria ou um planetário de erros: uma crítica ao pensamento de Althusser*. (1978). Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.



THOMPSON, Edward. *A miséria da teoria ou um planetário de erros: uma crítica ao pensamento de Althusser*. (1978). Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

TOTA, Antonio Pedro. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil* - 1º ed. - São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

UNILEVER. *História completa de Maizena*. Centro de História Unilever. Disponível em: <<https://www.unilever.com.br/about/historia-das-marcas/maizena/>>. Acesso em 17 maio 2017.

VAROTTO, Luís Fernando. *História do Varejo. Ponto de Vista*, v. 5, nº 1, fev-abr. 2006.

WILLIAMS, Raymond. “Meios de comunicação como meios de produção”. In: *Cultura e Materialismo*. São Paulo: Editora UNESP, 2011.

WOOD, Ellen Meiksins. *Empire of Capital*. Paperback Edition. NY/London: Verso, 2005.

XIBERRAS, Martine. *Mídia e violência do imaginário*. *Revista FAMECOS*, nº 29, abr. 2006.

ANEXOS



Anexo II - Catálogo de Artigos Seleções do Reader's Digest (Janeiro de 1950 a Dezembro de 1959)

TÍTULO	AUTOR	DATA	EXO TEMÁTICO	DESCRIÇÃO BREVE	PAGINAS	CONDENSADO DE ?
1 <i>Quis são os chefes do café?</i>	Roger William Riis	out 1950	Médico	Propriedades tóxicas do café, indústria do café, efeitos do café.	35, 26, 37, 18	-
2 <i>Faça como os árabes: aproveite a cafeeira</i>	Paul de Kruif	nov 1950	Médico	A cafeeira apresenta "reagência química" contra o mau hálito. Cheiro do corpo impregnado através de uma pilula.	93, 94, 95, 96	-
3 <i>Comendo, Johnny Ficou Famoso</i>	Luis Mattox Miller	nov 1950	Médico	Alimentação infantil na forma de história, folheto de alimentação que o governo criou.	104, 105, 106	-
4 <i>Boa alimentação, porém mal nutrido</i>	Ruth Mattox Miller	maio 1950	Médico	Deficiências de aparentemente bens regimes alimentares.	99, 100, 101, 102 e 103	<i>Hygeia</i>
5 <i>O perigo da carne de porco</i>	Laird S. Goldborough	junho 1950	Médico, Homem de Negócios	Explicação sobre a tripanosoma e sobre a importância da existência de acroquias, mamborões etc. industrializados "industrializada a fim de salvaguardar nossa saúde". Combate a fome através da modernização dos lavouras (pulverização, mecanização) Estados Unidos como exemplo e outros países como Argentina, panamá agrícola de outras nações.	58, 59, 60	<i>Relatório Digest</i>
6 <i>Para que o Mundo não passe fome</i>	Edwin Muller	junho 1950	Agricultor	Relação entre o café e malnutrition e o rendimento dos trabalhadores.	85 e 90	<i>Minneapolis Tribune</i>
7 <i>O que você come de manhã?</i>	Frederic Soudin Jr.	jul 1950	Médico	História das descobertas do cientista Karl Meyers no combate doenças da indústria de alimentos.	125, 126, 127	<i>Christian Herald</i>
8 <i>Campeão dos Cascaões de Macróbios</i>	Paul de Kruif	set 1950	Médico	Argumento que não é favor do aleitamento materno e que falam das tendências das mulheres modernas em dar mamadeiras.	72, 77	-
9 <i>O melhor Leite é o materno</i>	Eleanor Kraf	set 1950	Médico	Misda Sanitária no Haiti, missão da ONU no Haiti, uso de penicilina ofídica e boaba.	69 e 72	<i>United Nations World</i>
10 <i>Guerra Bacteriológica, à manêra ONU</i>	Morton Sorshetter	dez 1950	Médico	Desenvolvimento da América Latina; autor vai citando país por país, querelas como medicina, higiene, manguização do campo, industrialização e urbanização.	93 e 109	<i>La Prensa NY</i>
11 <i>Dez anos de Progresso na América Latina</i>	Michael Scully	fev 1951	Homem de negócios	História dos Estados Unidos de 1890 até 1950; autor utiliza dados de história social e de como a industrialização e a produção em massa colocou o capitalismo a favor da democracia.	50 e 54	<i>Harper's Magazine</i> <i>If you were a worker in Soviet Russia, copyright 1950 e publicação The Research Institute of America, New York</i>
12 <i>A grande Transformação</i>	Frederic Lewis Allen	mar 1951	Homem de negócios	Entrevista feita com ex-trabalhadores russos sobre vida, cotidiano e trabalho.	83 e 89	<i>The Week Magazine</i>
13 <i>Se você trabalha na Rússia Soviética</i>	--	ago 1951	Homem de negócios	Artigo que elenca os pontos positivos do capitalismo em confronto ao comunismo.	92 e 94	<i>The Week Magazine</i>
14 <i>Praticas: um novo nome para capitalismo</i>	William L. Nichols	ago 1951	Homem de negócios	Sobre os inventos necessários para soldados em campo de batalha. Junta Nacional de Inventos que trabalha nisso, com cientistas e produtores industriais.	112 e 115	<i>The Week Magazine</i>
15 <i>Praticas-se de inventos de guerra</i>	A. E. Hooker	dez 1951	Homem de negócios	Regime comunista, possibilidade dos EUA vencerem e não início Terceira Guerra Mundial através de uma guerra psicológica.	123 e 103	<i>The Week Magazine</i>
16 <i>Podemos Vencer a Guerra Fria na Rússia</i>	Constance W. Boddy e J. O.K. Armstrong	jan 1951	Homem de negócios	Nicho de crescimento econômico dos EUA, cidade industrial, ciência e agricultura, relação economia de risco com política externa e Guerra na Coreia.	28 e 33	<i>Life e Fortune</i>
17 <i>Cinco Anos Encantados de Crescimento nos Estados Unidos</i>	--	jan 1951	Homem de negócios	História da URENS pela vida EUA.	160 e 170	--
18 <i>A Verdadeira História Soviética</i>	--	jun 1951	Homem de negócios	Análise das propostas de Henry Ford para o industrialismo, prosperidade dos EUA e dos trabalhadores em comparação ao comunismo.	63 e 68	--
19 <i>A segunda Revolução norte-americana</i>	Lewis Galantieri	jun 1951	Homem de negócios	O autor canadense fala sobre o estilo de vida norte americano em tom de crítica: sempre a infelicidade de suas vidas e sua infelicidade dos coreanos.	37 e 42	<i>The Saturday Evening Post</i>
20 <i>O que eu de errado com você sempre...</i>	Bruce Hutchison	mai 1951	Homem de negócios	Médico fala sobre o telefoné e ologos como problemas para a saúde na modernidade.	32 e 35	<i>The American Weekly</i>
21 <i>Agores da Vida Moderna</i>	Dr. Richard H. Hoffman	mai 1951	Médico	Sobre os automáticos, tipos de restaurante modernos, que produzem a comida em "linhas de montagem" e distribuem em restaurantes que se parecem máquinas.	111 e 113	<i>Paganst</i>
22 <i>O Extraordinário Automático</i>	ou Mahoney e Mort Weitzing	mai 1951	Homem de negócios	História sobre a marca Singer, sua distribuição ao redor do mundo.	85 e 89	<i>The Advertising Agency</i>
23 <i>Uma Máquina que Fexa o Mundo</i>	John Mahoney	mar 1951	Homem de negócios	Relação entre propaganda eletrônica e televisão.	86	<i>Herald Tribune</i>
24 <i>Nova arma Política: a televisão</i>	John Cowbo	mai 1951	Homem de negócios	Artigo sobre a cura do câncer e centro de tratamento no Condado Hilldale.	106 e 112	<i>Woman's Home Companion</i>
25 <i>Os Júpiteres anti-Atômicos</i>	Clive Howard	abril 1951	Médico	Relatório da Revista sobre publicação de 1949 sobre o uso de antiinsumos em gípes, enfocando os efeitos positivos do uso do medicamento.	80 e 84	<i>Relatório Reader's Digest</i>
26 <i>A Ciência Realista anti-Atômicos</i>	Paul de Kruif	abril 1951	Médico	Japão não sadia em 7 anos, retornando as principais doenças do país, exterminadas por um general de exército em guerra com a ciência norte americana.	75 e 77	<i>The New Leader</i>
27 <i>O Júpiter Descobre a Medicina Moderna</i>	Kate Holaday	jun 1951	Médico	Uso do ácido glutâmico em crianças com distúrbios nervais, contada a história dos amoníacos, pesquisas científicas e dois casos de crianças que melhoraram ingrendo glutamato.	64 e 70	--
28 <i>"Alimento do Cérebro" para crianças retardadas</i>	Louis Mattox Miller	fev 1951	Médico	Quê sobre o "progresso" no Oriente Médio a partir de um pesquisador que se torna pequeno empresário.	34 e 38	<i>The United Nations World PRICE, VIII, The Emerging Amazon, NY, 1952.</i>
29 <i>O Ovo e o Doutor Ramonoff</i>	Arthur Behrenck	maio 1951	Agricultor	Relato sobre vivência na Rússia Comunista e índice sobre políticas de isolamento que EUA deve assumir.	193 e 194	<i>Time</i>
30 <i>Os árabes descobrem o século XXI</i>	Edwin Muller	dez 1952	Homem de negócios	Comparando os notamentarismos em os europeus, o autor coloca que o individualismo do país coexistia a um espírito de comunidade.	97 e 100	--
31 <i>No Brasil, a esperança do mundo</i>	--	nov 1952	Homem de negócios	Relato de embaixador estrangeiros nas universidades dos EUA sobre vários aspectos, educação, alimentação, casa, família, atividades domésticas, feminismo.	130 e 142	<i>The United Nations World</i>
32 <i>Porque a Cortina de Ferro Ajuda o Ocidente</i>	John Lindsay Eric Smith	jun 1952	Homem de negócios	O autor lamenta a banalidade das tecnologias como o telefoné no dia-a-dia e discute sobre o progresso do homem e as tecnologias.	41 e 42	<i>As I Was Saying</i>
33 <i>A Existência do Espírito Norte-Americano</i>	Lewis Galantieri	jun 1952	Homem de negócios	Discussão sobre aumento de salários para os trabalhadores não precarizam muitos aos sindicatos e autonomia a produtividade da indústria.	147 e 152	--
34 <i>Os Estados Unidos ao Microscópio</i>	W. L. White	abril 1952	Homem de negócios	Sobre a humanização das relações sociais na indústria.	10	<i>Time</i>
35 <i>Onde está o progresso?</i>	J. K. Cherterton	ago 1952	Homem de negócios	Relação entre as variações de clima e o corpo humano.	116 e 118	<i>Wal Out for the Weather, 1951</i>
36 <i>A participação no Progresso pode significar a paz na Índia?</i> Wilson Prestes General	Jacqueline Berké e Vivian Wilson	dez 1952	Médico	Crítica que fala como os melhores armamentos mercadorias como comidas, remédios.	183 e 188	<i>The Saturday Evening Post</i>
37 <i>Humanização da Indústria, Uma nova revolução</i>	--	out 1952	Homem de negócios	O autor expõe sua situação em casa, como se o progresso tecnológico facilitou o trabalho feminino do lar, agora os homens tem que saber trabalhar as máquinas.	87 e 89	--
38 <i>O Tempo nos Governos</i>	Corry Ford	jun 1952	Homem de negócios	Avanços da medicina em relação à sífilis, meningite e osteoartrite.	33 e 34	<i>Today's Health editado pela American Medical Association</i>
39 <i>Assim são os Malvares</i>	J. P. McDevoy	mar 1952	Homem de negócios	Texto tipo tratado de apologia ao cristianismo, discordando sobre a vida moderna e a história da humanidade.	43 e 47	--
40 <i>Você tem em casa uma espinhosa habitada?</i>	Paul de Kruif	ago 1952	Médico	Processo de tratamento do alcoolismo.	85 e 89	--
41 <i>Progresso na Frente Médica</i>	J. P. McDevoy	ago 1952	Médico	Relação entre cínere e fumo e dados de morte de câncer de pulmão.	77, 78	<i>Christian Herald</i>
42 <i>O Fermento do Progresso Humano</i>	Harry Emerson Foudick	fev 1953	Homem de negócios	História dos produtos químicos, das empresas de ramo farmacêutico, e o que a maior empresa produz (antibióticos, sulfatos, hormônios e vitaminas).	56 e 59	<i>Time</i>
43 <i>Vale o Quatro Pesas - Em Vitamias</i>	Louis Mattox Miller	ago 1953	Médico	História de um indivíduo que coaduna projetos contra a fome no mundo.	81 e 83	<i>The Christian Canon</i>
44 <i>Câncer e Fumo</i>	Roy Narr	fev 1953	Médico	Ex-comunista norte americano responde: quem-tem em relação ao que é comunismo.	82 e 86	--
45 <i>Um remédio para cada doença</i>	Michael Costello	set 1953	Médico	História da revista, com uma página dedicada para estadistas contarem sobre ela.	90 e 96	--
46 <i>Crusada contra a fome</i>	Whitaker Chambers	fev 1954	Médico	Dieta para parar de fumar.	50 e 52	<i>Safe Smoking Family</i>
47 <i>O que é um comunista?</i>	Whitaker Chambers	jun 1954	Reader's Digest	Explicação sobre como funciona o processo digestivo.	60 e 72	--
48 <i>A primeira revista verdadeiramente internacional</i>	Clarence William Lieb	fev 1954	Médico	Alimento do futuro será artificialmente preparado para que dure: Artigo explora as invenções e órgão MIT em relação a conserva de alimentos por irradiação.	44 e 46	<i>Collier's</i>
49 <i>Como reduzir os milhões do cigarro</i>	J. T. Radcliff	fev 1954	Médico	Descoberta de Sauerly um alambique distillado, um dele pela indústria, apoio pelo governo e médicos, benefícios ao país.	119 e 122	--
50 <i>Digestão, Maravilha do Corpo</i>	I. T. Radcliff	fev 1954	Médico	História da Laranja e seus usos pela indústria.	72 e 74	<i>Your Health</i>
51 <i>Energia Atômica para conservar alimentos</i>	Bill Davidson	jun 1954	Homem de Negócios	História de Bill Tallent tenta descobrir de ida com a doença no dia a dia	153 e 159	<i>Life</i>
52 <i>O Novo Doce que não engorda</i>	Dean Jennings	fev 1954	Médico	Sobre experiências atômicas em Wall Street no Canadá.	49	--
53 <i>Vale o Quatro Pesas - Em Vitamias</i>	T. E. Murphy	jun 1954	Homem de Negócios	Político Guzman da Guatemala exilado por ter cometido o crime de se aliar aos comunistas. Artigo explora suas estratégias para conter o "mundo livre".	11	--
54 <i>O Homem que venceu a diabetes</i>	David Hubbard	maio 1954	Médico	Efeitos nocivos da energia atômica.	41	--
55 <i>Como se domou a ameaça de um grande desastre atômico</i>	David O. Woodbury	maio 1955	Homem de Negócios	Abetua de tráfego da indústria para compra em Wall Street popularizado.	123	<i>The Freeman</i>
56 <i>A História Secreta da Conspiração de Krevlin na Guatemala</i>	Michael Scully	abril 1955	Homem de Negócios	Mercado europeu ativo e comparado mais mercados.	115	<i>The US News and World Report</i>
57 <i>A verdade oculta sobre a poeira atômica</i>	Michael Scully	set 1955	Homem de Negócios	Eficiência da publicidade no mundo moderno, acelerando o processo de consumo para libertar as pessoas.	45 e 48	--
58 <i>A Discriminação do capitalismo popular</i>	Edward Maher	set 1955	Homem de Negócios			
59 <i>Modernização e o Condição Europeia</i>		ago 1955	Homem de Negócios			
60 <i>O anúncio e sua influência na vida moderna</i>	Bruce Barton	jun 1955	Reader's Digest			

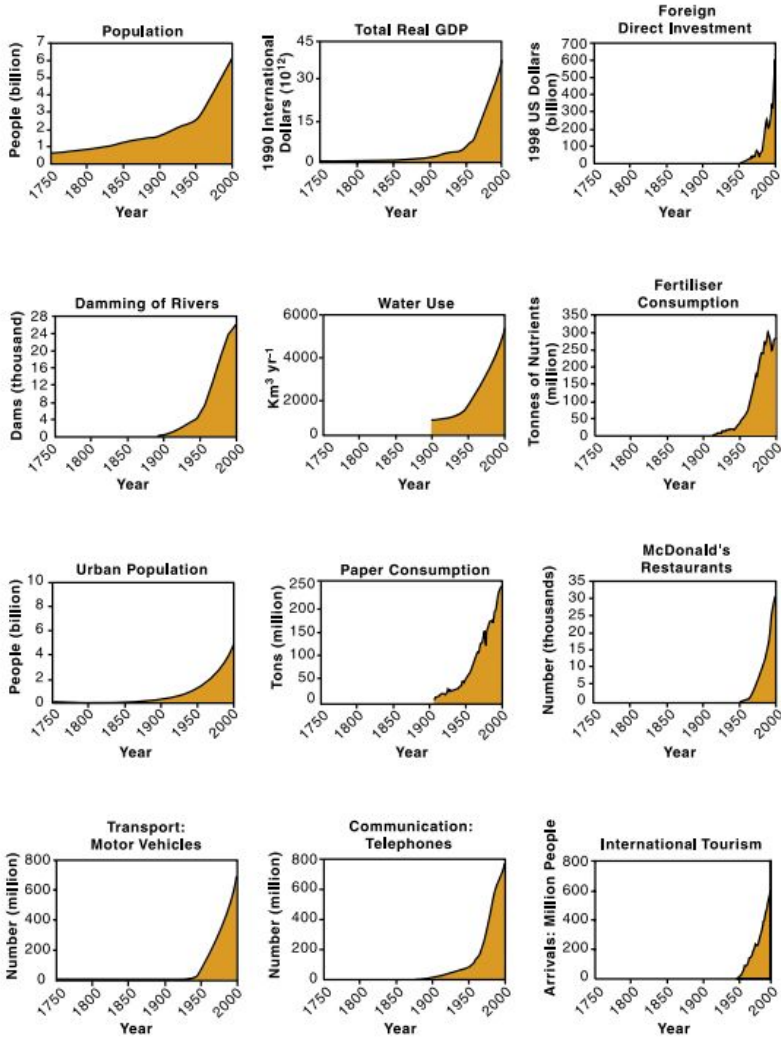
61	<i>História do Trigo</i>	Richard Match	maio 1955	Agricultor	História do trigo, panorama dos trigos híbridos plantados nos países do período de 1950 e com a mecanização do cultivo.	56 x 537	<i>Lifetime Living</i>
62	<i>Dieta de Inimidade: o mistério mais surpreendente da saúde</i>	Engene Payne	jun 1955	Médico	Alérgico do interior americano luta com relação com doenças.	25	<i>The Week</i>
63	<i>O Excesso de Povo Escurea a Vida</i>	Dr. Frederick J. Stare	jun 1955	Médico	Entrevista professor Nutrição de Harvard sobre gorduras corporais.	23	<i>The US News and World Report</i>
64	<i>Análise dos Antibióticos</i>	Paul de Kruif	ago 1955	Médico	Crítica à indústria farmacêutica, mas fala em saúde.	21	<i>Today's Health</i>
65	<i>A Fábrica do Futuro</i>	Don Wharton	abr 1956	Homem de Negócios	Fábrica da General Electric em Kentucky como exemplo de fábrica moderna.	105	<i>The Advertising Age Magazine</i>
66	<i>Porque Florescem os Supermercados</i>	Jan Linton Black	dez 1956	Homem de Negócios	Como os supermercados se espalharam no mundo.	111	<i>The American Business</i>
67	<i>Vitanda da Fábrica da Bomba de Hidrogênio</i>	Henry J. Taylor	fev 1956	Homem de Negócios	Descrição de uma fábrica de bombas H <sub>2</sub> em processo de elaboração.	25 227	--
68	<i>A Difícil Luta contra o Alcoolismo</i>	Quentin Reynolds	set 1956	Médico	Descrição de "luta" contra alcoolismo em Massachusetts, colocando a importância do governo para ajudar na causa, inclusive de outros países do mundo.	59	--
69	<i>E este é vilão nº 7 das Doenças da Coração?</i>	Blaise Clark	jun 1956	Médico	Consumo de gordura como causa das doenças do coração a partir de peixagens que envolvem grupos de estado universidade EUA há 5 anos, incluindo o doador do presidente Eisenhower.	34, 35, 7	<i>Farm Journal</i>
70	<i>Justa de Reclamações contra médicos</i>	E. Galtner Neal	jul 1956	Médico	Grupos de reclamações para facilitar o serviço e o preço dos médicos nos EUA.	143	<i>The McCall's</i>
71	<i>O que o Médico Vê dentro de Nós</i>	J. D. Ratcliff	mar 1956	Médico	Como nos hospitais modernos as máquinas de RAO X desempenham papel central.	123	<i>Today's Health</i>
72	<i>Um Hambrã Embate da Medicina</i>	J. D. Ratcliff	nov 1956	Médico	Sobre os efeitos das drogas placebo e psiquiatria.	32, 33, 7	--
73	<i>Os Hospitais interessam a todo mundo</i>	Elise McCormick	out 1956	Médico	Racionalização das estruturas dos hospitais.	58, 59, 7	<i>The American Mercury</i>
74	<i>O Novo Método para conservar alimentos</i>	Milton Silverman	ago 1956	Agricultor	Descoberta de antibióticos para uso em animais, em Cuba.	64, 65, 7	<i>The Saturday Evening Post</i>
75	<i>O Milagre do Alérgico</i>	J. D. Ratcliff	jul 1956	Médico	Psiquiatria sobre como funcionam os mistérios.	70, 71, 7	<i>Today's Health</i>
76	<i>Sua Filha Cresceirão fortes?</i>	John B. Kelly	out 1956	Médico	Artigo que faz o leitor refletir "obitos".	163	<i>The American Magazine</i>
77	<i>O que a Marxismo Promete, o Moderno Capitalismo dá</i>	Fred Clark e Richard Stanton Rimanowicz	maio 1957	Homem de Negócios	Artigo que faz o leitor refletir sobre a sociedade para uma sociedade justa, envolvendo consumo doméstico e popularização das tecnologias e ferramentas de trabalho.	56, 57	<i>The Economy Facts of Life</i>
78	<i>Linhas Reativas - Novos desastres da Indústria</i>	Harland Manchester	maio 1957	Homem de Negócios	Utilização de energia atômica por companhias como Ford e petrolíferas.	36, 39	<i>"Post" de Denver</i>
79	<i>TEAR-ALL!</i>	Frederick Ficker	maio 1957	Homem de Negócios	O trabalho como "terapia" para a fadiga, artigo tipo anúncio.	17	<i>The American Magazine</i>
80	<i>Porque Falham os regimes da moda</i>	Elizabeth Pope	maio 1957	Médico	Os regimes da moda como problema para o emagrecimento.	7	<i>The McCall's</i>
81	<i>Conceito a era dos deuses transportadores</i>	Alfred Lansing	maio 1957	Homem de Negócios	Dados que fazem o transporte de mercadorias barateando seu custo.	81	<i>Collier's</i>
82	<i>Nova Fórmula Farmácia para Dieta</i>	Instiano Rockefeller de pesquisa médica	março 1957	Médico	Pesquisa com pessoas obesos que substituíam sua dieta por suplemento.	7	--
83	<i>O que sabe a ciência sobre a prescrição atômica</i>	David Woodbury	nov 1958	Homem de Negócios	Resultados sobre testes com energia atômica no sentido que não causam mal a saúde não seguem.	161	--
84	<i>Porque nosso corpo se mantém saudável</i>	Ratch e Edward Brecher	fev 1958	Médico	Como o corpo humano se mantém saudável mesmo com "ataques" diários de agentes como germes e micróbios. O artigo vai descrevendo os ataques e as defesas no corpo.	106, 107, 7	<i>Today's Health</i>
85	<i>A função vital do fígado</i>	Paul de Kruif	mar 1958	Médico	Explicação sobre o funcionamento do fígado e a importância da nutrição para manter a saúde.	88, 81, 7	--
86	<i>E só uma questão de gosto</i>	J. D. Ratcliff	jun 1958	Médico	Artigo sobre o paladar humano para entender como tomar alimentos mais seguros para vender.	76, 77, 7	<i>La Revue Moderne</i>
87	<i>Brasil: uma capital negro no sereno</i>	John dos Passos	abr 1959	Homem de Negócios	Artigo sobre a construção de Brasília como uma cidade do futuro.	31, 67	--
88	<i>Ativo a Washington: a América Latina é vital para a Hemis</i>	Herbert L. Matthews	out 1959	Homem de Negócios	Relação dos EUA com as LAL no pós Segunda GM em 2º plano, auto pontua a importância do país para atenção aos latinos na política externa.	47	<i>Times de NY</i>
89	<i>"Hospitalidade" a mestrea soviética</i>	Francis Vivian Drake	dez 1959	Homem de Negócios	História do autor vivendo na Sibéria e sendo "atacado" pelos soviéticos, colocando o êxito bilionário dos comunistas em êxito "no resto do mundo".	105	--
90	<i>A União Soviética precisa VER para CRR!</i>	Bush (senador federal USA e Armador de Sonolá)	out 1959	Homem de Negócios	Sobre o poderio militar dos EUA superior ao russo, e convida os russos a visitarem as instalações militares para entenderem com "quem estão se metendo".	60, 61, 7	--
91	<i>Exploração de Hidrogênio já pode ser usada Pacíficamente</i>	Dr. Edward Teller e Allen Brown	jun 1959	Homem de Negócios	Estados indicam que a energia atômica pode ser usada para fins pacíficos, e a partir de argumentos de um professor universitário, como isso pode acontecer.	38, 39, 7	<i>The Week Magazine</i>
92	<i>Relatório Atômico revela os segredos do passado</i>	Kenneth F. Wiener e Lyman J. Briggs	maio 1959	Homem de Negócios	Relatório eletrônico que mede a idade de pedras antigas de construções históricas.	79 x 81, 7	<i>The National Geographic Magazine</i>
93	<i>Grande Desafio da Nossa História à Civilização</i>	Edith Hamilton	maio 1959	Homem de Negócios	Exemplo da civilização grega para a cultura, ciência e democracia.	52, 53, 7	<i>The Saturday Evening Post</i>
94	<i>Armas Eletrônicas da Medicina Moderna</i>	J. D. Ratcliff	maio 1959	Médico	Melhora para uso médico e relação com a indústria, com criação da RCA.	116, 111, 7	<i>Popular Mechanics</i>
95	<i>O que podemos fazer por nós os mais novos plásticos</i>	Harland Manchester	abr 1959	Agricultor	Interessa quem está pensando em comprar produtos manufaturados.	60, 61, 7	<i>Popular Science Monthly</i>
96	<i>Três estudos com respeito</i>	Richard Carter	abr 1959	Médico	Relação das emoções com problemas gástricos e como funciona a digestão.	43, 47, 7	<i>Time</i>
97	<i>Fazer Dieta não é mais-se de fome</i>	Patricia e Ron Deutsch	fev 1959	Médico	Artigo sobre dieta.	123	<i>Better Homes and Gardens</i>
98	<i>Em Busca de Miliões de Diabéticos Desconhecidos</i>	Paul de Kruif	jun 1959	Médico	Artigo sobre a diabetes, suas causas misteriosas, efeitos e trabalhos da medicina moderna para controlá-la.	42, 43, 7	<i>Today's Health e publicada pela Associação Americana de Medicina</i>
99	<i>Conselhos da Parturienta</i>	--	out 1959	Médico	Várias receitas e dicas para crianças e bebes se alimentarem.	98, 99, 6	<i>Mãe e Bebê</i>
100	<i>Não basta: revolução na cistite!</i>	J. P. McEvoy	nov 1952	Agricultor	Coincidência que anelcio a cistite a bever comida em subarinos, e produção de um suplemento a partir do fígado de porco e cristais com peru.	157, 162	--
101	<i>A Química Transforma a Agricultura</i>	Eric Hodgins	abr 1954	Médico	Compostos químicos para a agricultura, artigo sobre sua qualidade para a produção de alimentos e para a economia, indústria, colocando como uma revolução.	57, 60	<i>Farmure</i>
102	<i>Revolução Espetral na Grécia</i>	Charles Lains	abr 1955	Agricultor	Como um técnico militar do Plano Marshall foi a Grécia e ajudou o país a reestruturar seu sistema agrícola.	119	<i>The Christian Science Monitor</i>
103	<i>Os Espalhos Compostos da Rússia</i>	Elsworth Raymond	set 1955	Agricultor	Como o sistema coletivo agrícola russo é insuficiente e porquê.	99	<i>The Saturday Evening Post</i>
104	<i>CAPTAN, O novo e Fabuloso Fungicida</i>	Marcia Lee	mar 1955	Agricultor	Descoberta química de fungicida para uso em plantações, e casos de agricultores que utilizaram e aprovaram.	78, 79	--
105	<i>Invenções que aumentam a vida do laridador</i>	Bird (redator The Better Farm)	ago 1955	Agricultor	Mecanização do campo produzindo mudanças na vida dos agricultores e como isso está acontecendo.	141	--
106	<i>O Condutor Getzer e a Agricultura</i>	Harland Manchester	jul 1956	Agricultor	Importância da sua máquina para a agricultura, contatou getzer de radiação ionizante auxilia na cultura de fertilizantes no solo.	108	<i>Post de Denver</i>
107	<i>Controle Biológico, a maior experiência contra pragas e inset</i>	Peter Fahb	ago 1957	Agricultor	Artigo crítico parcialmente em insecticidas e coloca a possibilidade de controle biológico com projetos muito modificados geneticamente.	46, 49	<i>The Botanist</i>
108	<i>Máscara Plástica na Face e no Jardim</i>	Harland Manchester	set 1957	Agricultor	Sobre a cobertura de plásticos que está sendo utilizada para cobrir plantações.	119	<i>Farm and Ranch</i>
109	<i>A Nova Era da Agricultura Atômica</i>	fev 1959	Agricultor	Uma planta de colapso radioativo como teste.	49, 50, 51, 7	<i>Popular Mechanics</i>	
110	<i>En Ação a Agricultura Automática</i>	--	ago 1959	Agricultor	Fazenda toda controlada por máquinas para facilitar o trabalho do produtor.	123 x 125, 7	<i>Time</i>
111	<i>História Serve a Domestico, em todo o mundo!</i>	George Kent	fev 1959	Homem de Negócios	Chefe de cozinha que produz comidas congeladas transportada pela Pan Airlines.	138, 139	<i>The Today's Living</i>
112	<i>Cronograma da Amazônia</i>	Clauser Hall	mar 1957	Saúde	Bacia que leva milhões aos habitantes do interior da Amazônia.	109, 110	--
113	<i>Para onde vamos?</i>	Cory Ford	mar 1957	tecnologia, Saúde, Biologi	Evolução humana de acordo com a ciência.	151, 152	--
114	<i>Exame que Revela O Ritmo da Vida</i>	J.D. Ratcliff	abr 1956	Saúde, Medicina	Exame do organismo metabólico. Responde para doenças crônicas.	27, 30	<i>Today's Health</i>
115	<i>Os Ovos que nos sustentam</i>	J.D. Ratcliff	abr 1956	Saúde, Medicina; Corpo	Explicação sobre os ossos e o esqueleto humano.	76 x 79	<i>Today's Health</i>
116	<i>A Força Quântica da Vida</i>	J.D. Ratcliff	nov 1958	Saúde, Medicina; Corpo	Necesso de quantização como misterioso, o autor busca explicações em termos científicos.	199, 200	<i>Family Doctor</i>
117	<i>Ataque Gerat à Medicina</i>	O.K. Armstrong	nov 1958	Saúde, Medicina Tropical	Saúde pública responsável a "bomba" a doença mais generalizada do mundo.	129 x 132	<i>Today's Health</i>
118	<i>Os Segredos da Célula Humana</i>	J.D. Ratcliff	out 1958	Saúde, Medicina; Corpo	A chave do metabolismo na célula, explicação detalhada.	27, 31	<i>Doctor, Órgão da Associação Médica</i>
119	<i>Glucoma: o Halo Siniestro</i>	James Robbins Miller	ago 1958	Saúde, Medicina; Corpo	Sobre a doença Glucoma.	26 x 30	<i>Harper's Magazine</i>
120	<i>Voluntários do Câncer</i>	Ruth e Edward Brecher	ago 1958	Saúde, Medicina	Pressos que se voluntariam a cumprir ciência para "compreender terrível assassino".	71 x 76	--
121	<i>Ruínas da Contra a Pressão Arterial</i>	Paul de Kruif	out 1954	Saúde, Medicina	"Nova arma química para ajudar a combater a mortífero pressão arterial".	41, 46	--
122	<i>A Mãe faz das Drogas</i>	Harry Henderson	mai 1954	Saúde, Medicina	Sobre a química e o uso de drogas.	116, 117	<i>Collier's</i>
123	<i>O Homem que Enceca a Diabete</i>	David Halburd	mai 1954	Saúde, Medicina	Dieta de um diabético que o ajudou a conviver com a doença.	113, 119	<i>Life</i>
124	<i>Domando os Hormônios Rebeldes</i>	Paul de Kruif	dez 1958	Saúde, Medicina; Corpo	Hormônios sintéticos criados pela indústria farmacêutica, perseguindo o "luto metabólico".	214, 222	--
125	<i>Solventes para o corpo humano</i>	J.D. Ratcliff	dez 1953	Saúde, Medicina; Corpo	Sobre os tóxicos humanos, técnicas de transplante e antibióticos.	39 x 41	<i>Today's Health</i>
126	<i>RAYFIN: Ação para que os totem de açúcar</i>	Harland Manchester	jun 1954	Saúde, Medicina; Corpo	Drogas para tratamento de diabetes.	34 x 37	<i>Today's Health</i>
127	<i>Dieta Sem Amido</i>	Don Romero	jun 1951	Saúde, Médico	Sobre a vida do médico John Wheeler, o mais famoso oporador de olhos dos EUA.	76, 78	<i>Goodpast</i>
128	<i>A Sinais Hoje em Dia</i>	Paul de Kruif	mai 1952	Saúde, Medicina; Corpo	Relação dos micróbios com o simite.	37, 40	<i>Today's Health</i>
129	<i>Nova Era para Diabéticos</i>	Paul de Kruif	jun 1958	Saúde, Medicina; Corpo	Drogas sendo descobertas pela indústria farmacêutica.	137 x 142	--
130	<i>Como tudo no seu médico</i>	Dr. I Phillips Frohman segundo narração feita a Scott Seegers	jul 1959	Saúde, Médico	O médico faz de tudo para descobrir e atacar a doença.	52, 58	<i>The Saturday Evening Post</i>
131	<i>Nosso Espantoso Sistema Circulatório</i>	J.D. Ratcliff	mai 1957	Saúde, Medicina; Corpo	Sobre o sistema de circulação e seu funcionamento.	82 x 89	<i>Today's Health</i>

132	<i>Novas armas contra as doenças do coração</i>	Francis e Katharine Darke	jul 1957	Saúde; Medicina; Corpo	Métodos de diagnóstico, dieta, tratamento que reduzem ataques coronários.	38 x 42	
133	<i>Os médicos devem dizer as verdadeiras aos doentes</i>	Dr. I. Phillips Frohmann segundo narrativa feita a Sidney Shallett	jan 1957	Saúde; Médico	Necessidade de cartões gerais de saúde, respostas médicas incompreensíveis.	19 x 22	<i>The Saturday Evening Post</i>

ANEXO III

Global Change and the Earth System elaborado em 2014 pelo International Geosphere-Biosphere Programme (IGBP)

Figura 8



Legenda Figura 8

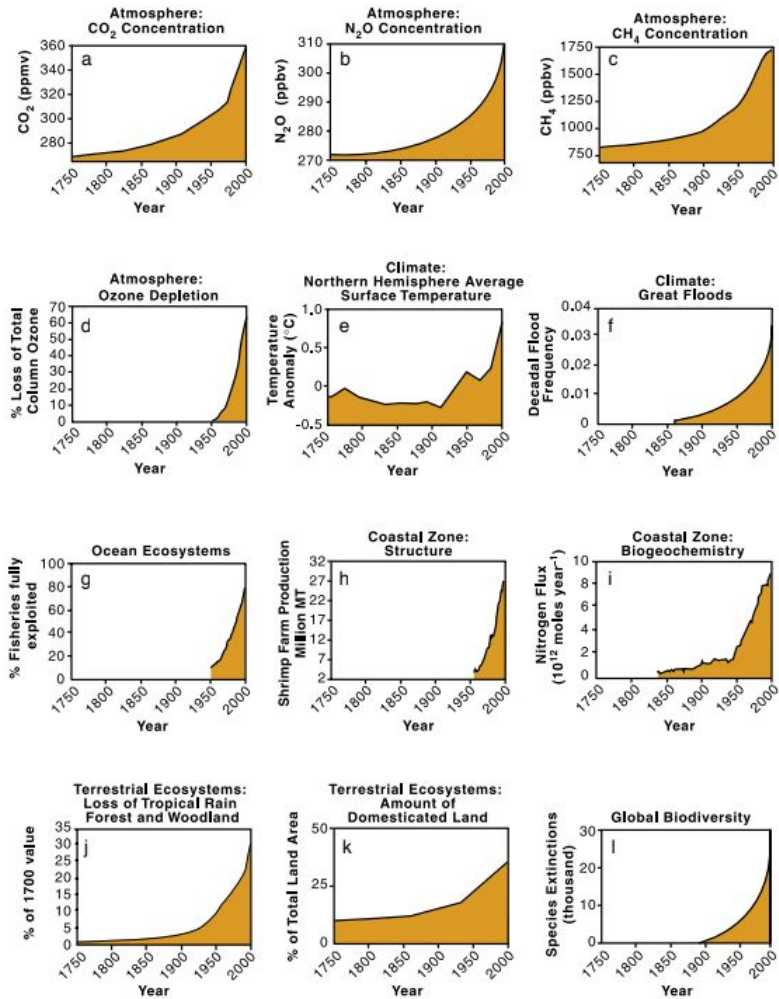
“The increasing rates of change in human activity since the beginning of the Industrial Revolution. Significant increases in rates of change occur around the 1950s in each case and illustrate how the past 50 years have been a period of dramatic and unprecedented change in

human history” (“O aumento dos índices de transformação nas atividades humanas desde o começo da Revolução Industrial. Os aumentos significativos nos índices de transformação acontecem por volta dos anos de 1950 em cada caso e ilustram como os últimos 50 anos tem sido um período de mudanças dramáticas e sem precedentes na história humana”).

Sources (Fontes): *US Bureau of the Census (2000) International database; Nordhaus (1997) In: The economics of new goods. University of Chicago Press; World Bank (2002) Data and statistics; World Commission on Dams (2000) The report of the World Commission on Dams; Shiklomanov (1990) Global water resources; International Fertilizer Industry Association (2002) Fertilizer indicators; UN Centre for Human Settlements (2001); The state of the world's cities, (2001); Pulp and Paper International (1993) PPI's international fact and price book; MacDonalds (2002) <http://www.mcdonalds.com>; UNEP (2000) Global environmental outlook 2000; Canning (2001) A database of world infrastructure stocks, 1950–95 World Bank; World Tourism Organization (2001) Tourism industry trends.*



Figura 9



Legenda Figura 9

“Global-scale changes in the Earth System as a result of the dramatic increase in human activity: (a) atmospheric CO<sub>2</sub> concentration” (“Mudanças em escala global no sistema planetário como resultado do dramático aumento da atividade humana: (a) concentração de CO<sub>2</sub> na atmosfera”).

Sources (Fontes): Etheridge et al. (1996) *J. Geophys. Res.* 101:4115-4128; (b) atmospheric N<sub>2</sub>O concentration. Source: Machida et al. (1995) *Geophys. Res. Lett.* 22:2921-2924; (c) atmospheric CH<sub>4</sub> concentration. *Blunier et al. (1993) J. Geophys. Res.* 20:2219- 2222; (d) *percentage total column ozone loss over Antarctica, using the average annual total column ozone, 330, as a base. Image: J.D. Shanklin, British Antarctic Survey;* (e) *northern hemisphere average surface temperature anomalies. Source: Mann et al. (1999) Geophys. Res. Lett.* 26(6):759-762; (f) *decadal frequency of great floods (one-in-100-year events) after 1860 for basins larger than 200 000 km<sup>2</sup> with observations that span at least 30 years. Milly et al. (2002) Nature* 415:514-517; (g) *percentage of global fisheries either fully exploited, overfished or collapsed. Source: FAOSTAT (2002) Statistical databases;* (h) *annual shrimp production as a proxy for coastal zone alteration. WRI (2003) A guide to world resources, 2002-2004; FAOSTAT (2002) Statistical databases;* (i) *model-calculated partitioning of the human-induced nitrogen perturbation fluxes in the global coastal margin for the period since 1850. Macken-zie et al. (2002) Chem. Geology* 190:13-32; (j) *loss of tropical rainforest and woodland, as estimated for tropical Africa, Latin America and South and Southeast Asia. Richards (1990) In: The Earth as transformed by human action, Cambridge University Press; WRI (1990) Forest and rangelands;* (k) *amount of land converted to pasture and cropland. Klein Goldewijk and Battjes (1997) National Institute for Public Health and the Environment (RIVM). Bilthoven, Netherlands;* and (l) *mathematically calculated rate of extinction. Wilson (1992) The diversity of life, the Penguin Press.*