

Revista *América: a voz dos americanos* (1947-1950)?

Magazine *América: a voz dos americanos* (1947-1950)?

Marcus Vinícius Costa Lage

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte / Brasil
Doutorando em História, UFMG
mvclage@gmail.com

RESUMO: O presente artigo se propõe a analisar as representações do futebol profissional e, mais precisamente, do América Futebol Clube de Belo Horizonte veiculadas pela revista *América: a voz dos americanos* editada na capital mineira entre novembro de 1947 e janeiro de 1950. Por meio da investigação da coletividade que viabilizou a publicação, a revista *América* se apresentou como um produto de jornalistas esportivos profissionais da cidade e de grupos políticos do clube. Essa dupla vinculação impactou o discurso da revista que, assim, enquadrou os assuntos políticos do clube, em um momento ou outro, na cobertura popular do futebol, contemplando tanto a perspectiva do lucro e do mercado editorial, como a preocupação dos dirigentes esportivos com a legitimação de suas ações.

PALAVRAS-CHAVE: Imprensa; Futebol; Identidade; Cultura popular; Representação.

ABSTRACT: The current article analyses the representation of the professional football and, more precisely, of the América Futebol Clube from Belo Horizonte published by the magazine *América: a voz dos americanos* edited in the capital of Minas Gerais between November 1947 and January 1950. Through collective research which made viable the publication, the magazine *América* presented itself as a product of the city's professional sports journalists and political groups of the club. This double link impacted the discourse of the magazine which, in this way, framed the clubs political issues, from time to time, in coverage of popular football, contemplating both the editorial market and profit perspective, and the sports directors' worries regarding the legitimation of their action.

KEYWORDS: Press; Football; Identity; Popular culture; Representation.

Nos anos de 1940, o futebol belo-horizontino se constituía em um espaço consolidado de produção e circulação de emoções catalisadas pelo “pertencimento clubístico”, identidade cultural relacionada aos clubes da cidade, o que permitia sua formatação em um espetáculo esportivo de massas. A rivalidade entre Atlético e Cruzeiro aparece, a partir de então, como um importante ingrediente da paixão do belo-horizontino pelo futebol e, mais ainda, para a própria existência do espetáculo futebolístico na cidade. Enquanto no campo de jogo os dois clubes disputavam a hegemonia do futebol local, no plano simbólico, tais agremiações se representavam a partir de memórias, símbolos e valores que dialogavam, de forma distinta, com o atributo “popular”,¹ congregando comunidades afetivas de massa.

Nesse processo de depuração do imaginário futebolístico belo-horizontino, o América, ao contrário do Atlético, seu primeiro e principal rival, foi, paulatinamente, reforçando representações relacionadas à sua origem elitista e de participação social restrita, como atestam, ainda hoje, várias peças publicitárias do clube. Não é uma coincidência o fato de que sua maior referência memorialística seja o festejado deca-campeonato de futebol da cidade entre 1916 e 1925, quando a prática esportiva ainda era oficialmente amadora e considerada um traço de distinção social. Após o indiscutível feito americano dos anos de 1910 e 1920, o clube amargou um jejum de 23 anos, só voltando a vencer um campeonato de futebol em 1948, sua primeira conquista após a regulamentação do profissionalismo em 1933.

Ainda nos anos de 1940, mais precisamente entre 1946 e 1950, Belo Horizonte viu circular, ao menos, cinco periódicos de existências invariavelmente efêmeras e instáveis, cujos títulos e/ou subtítulos faziam menção explícita ao “pertencimento clubístico” relacionado a esses três clubes de futebol, quais sejam: *A Raposa: a palavra da torcida cruzeirense* (1946) e *Olímpica: o Cruzeiro em foco* (1946-1949), sobre o Cruzeiro; *Vida Esportiva: sob os auspícios do Clube Atlético Mineiro* (1946-1950) e *O Campeão: o Atlético em Revista* (1949), sobre o Atlético; e *América: a voz dos americanos* (1947-1950), sobre o clube homônimo. A revista *América* foi a publicação do gênero com maior produtividade, editando 12

¹ Conf. SILVA. *Quem desloca tem preferência*, p. 121.

números entre novembro de 1947 e janeiro de 1950. Apesar de ser anunciada como mensal, seu período de maior regularidade temporal ocorreu entre julho de 1948 e março de 1949, quando publicou oito números em nove meses, coincidindo, justamente, com a campanha do título mineiro de 1948 do América.

A seguir, procurei compreender a revista *América* a partir de duas categorias principais que se ocupam, respectivamente: a) das suas condições de produção humana,² identificando a coletividade que a viabilizou; e b) dos procedimentos retóricos e discursivos que revelam as representações construídas ou reverberadas por essa publicação, relacionadas ao futebol da cidade e, mais precisamente, ao América Futebol Clube. Antes, contudo, situei a revista *América* no desenvolvimento da imprensa belo-horizontina dos anos de 1940 e, em especial, do noticiário esportivo, compreendendo as características e o papel desse jornalismo no processo de popularização do futebol e, sobretudo, de representação dos clubes da cidade.

A IMPRENSA ESPORTIVA EM BELO HORIZONTE NOS ANOS DE 1940

Em linhas gerais, a história da imprensa belo-horizontina durante a primeira metade do século XX pode ser dividida em duas fases.³ A primeira delas, iniciada em 1895, antes mesmo da fundação da nova capital mineira, estendendo até meados dos anos de 1920, compreenderia um conjunto de periódicos invariavelmente efêmeros, não sobrevivendo, em sua maioria, ao terceiro número, cuja função teria sido de “mensageiros de relações” e produtor de identidades culturais. A segunda fase, que mais me interessa para o presente trabalho, teria início com a fundação de um conjunto de periódicos, como o *Correio Mineiro* (1926-1936), *O Diário da Manhã* (1927), *O Estado de Minas* (1928-), posteriormente renomeado sem o artigo “O”, e o *Diário da Tarde* (1931-2006), que teriam introduzido a prática jornalística conhecida como “grande imprensa” na capital mineira, expressão que, apesar de ser

² LIE. *Casa em cifras*, p. 25.

³ CASTRO. *Efêmeros e permanentes: os ardis da memória da imprensa de Belo Horizonte*, p. 13-41.

vaga e imprecisa, [com] sentidos e significados peculiares em função do momento histórico em que é empregada [serve para designar] o conjunto de títulos que, num dado contexto, compõe a porção mais significativa dos periódicos em termos de circulação, perenidade, aparelhamento técnico, organizacional e financeiro.⁴

Também chamados de periódicos diários profissionalizados, esses jornais se orientavam pela busca da produtividade e do lucro, com estrutura e distribuição interna que privilegiavam matérias “noticiosas sobre o cotidiano da cidade”,⁵ além de diversificarem os assuntos abordados com seções especializadas, dedicadas aos esportes, à vida social e cultural, à crítica literária, com “linguagem, rubricas técnicas e projeto gráfico” mais acessíveis, como forma de ampliar seu público consumidor.

O advento dessa “grande imprensa” tornou-se possível em virtude do processo de modernização latino-americano, caracterizado, dentre outros aspectos, pela intensificação do desenvolvimento urbano-industrial, incluindo o do mercado cultural, e pela ampliação do sistema de ensino, o que impactou a estrutura desses dois universos sociais.⁶ Especificamente para o caso do futebol, esse processo de modernização possibilitou o desenvolvimento dos clubes de fábrica e/ou suburbanos, bem como as práticas comunitária e improvisada dessa modalidade esportiva (conhecidas, respectivamente, como “várzea” e “pelada”), permitindo a formação de futebolistas entre diversos setores da sociedade, incluindo os pobres e demais segmentos sociais alijados dos espaços restritivos de prática esportiva. Ao mesmo tempo, verificou-se a expansão social do clubismo para além dos segmentos mais abastados da sociedade, conformando o “pertencimento clubístico” que, como vimos, é essencial para a formatação de um espetáculo esportivo de massas.⁷

Frente a esse cenário, a “grande imprensa” introduziu novos elementos discursivos que decodificaram e ordenaram as novas formas de jogar e fruir o

⁴ LUCA. A grande imprensa no Brasil da primeira metade do século XX, p. 1.

⁵ CASTRO. Efêmeros e permanentes: os ardis da memória da imprensa de Belo Horizonte, p. 37.

⁶ Para comentários sobre a ampliação e diversificação das funções e das profissões consideradas como intelectuais a partir do processo de modernização latino-americana, ver, dentre outros autores, Carlos Altamirano que, em linhas gerais, acredita que esse cenário de modernização abriu campo para a discussão da cultura popular e de massas, inclusive por pensadores de “[...] origem mais plebeia [representando] o abandono d[o] critério da superioridade social fundada na disparidade cultural”. Cf. ALTAMIRANO. Introducción general, p. 19 – tradução de minha autoria.

⁷ DAMO. A diversidade futebolística e a dinâmica das emoções na versão espetacularizada, p. 33-67.

futebol para uma narrativa midiática voltada para o grande público, evidenciando, como visto anteriormente, o interesse das empresas jornalísticas pela ampliação do público leitor e do lucro. A ponto do colecionador de periódicos belo-horizontinos, Joaquim Nabuco Linhares, dizer, ao descrever um periódico esportivo dos anos de 1940, que: “[...] na época que atravessamos, o futebol a quase todos empolgou e tudo avassalou. E aí do jornal que não consagrar a este gênero de esporte desenvolvida seção. Se isso não fizer, verá irremediavelmente suas edições encaçadas nas agências e bancas”.⁸

Em artigo intitulado “Entre o jornalismo e as artes”, Marcelino da Silva⁹ demonstra que é justamente nos anos de 1940 que o jornalismo esportivo da capital mineira vivenciou as transformações mais interessantes, com destaque para as seguintes inovações: o uso da linguagem informal ou “popular”, do humor e da leitura parcial no relato dos jogos, origem da crônica esportiva contemporânea; a fragmentação da página por meio do uso de manchetes; a publicação recorrente de entrevistas pluralizando as vozes; e o uso frequente do fotojornalismo, das charges e de montagens fotográficas. Tudo isso pautado nas representações de jogadores, torcidas e clubes que favoreciam a construção de identidades coletivas de massa entorno dessa modalidade esportiva e que estavam afinadas aos “projetos políticos e culturais de modernização e construção da nacionalidade”¹⁰ preocupados com a “incorporação das classes populares à vida econômica, institucional e cultural da nação”,¹¹ como o caso do movimento modernista brasileiro.¹² Exemplo de trânsito entre esse noticiário esportivo popular e artistas vanguardistas seria as charges esportivas, iconografias humorísticas lançadas pelo *Jornal dos Sports* no Rio de Janeiro, que representavam a modernização da

⁸ LINHARES. Catálogo de periódicos (1895-1954), p. 415.

⁹ SILVA. Entre o jornalismo e as artes, p. 140.

¹⁰ SILVA. *Quem desloca tem preferência*, p. 20-21.

¹¹ SILVA. *Quem desloca tem preferência*, p. 22.

¹² Assim como os demais movimentos vanguardistas latino-americanos, a produção cultural modernista brasileira dos anos de 1920 e 1930 conjugou, nem sempre sem tensões, as inovações artísticas de seu tempo, sobretudo do continente europeu, como o futurismo e o surrealismo, com a busca pelas tradições culturais populares nacionais, dividindo-se, segundo Jorge Schwartz, em três vertentes ideológicas, quais sejam: aquela que enfatizava a inovação estética, presente nos trabalhos de Mário de Andrade, como a *Revista Klaxon*; a nacionalista fascista, do “verde-amarelista” Plínio Salgado; e a nacionalista e socialista, do antropófago Oswald de Andrade. Cf. SCHWARTZ. De lo estético a lo ideológico.

sociedade e do jornalismo brasileiros, dialogando com as tradições e imagens futebolísticas consagradas no imaginário coletivo.

Inspirados no referido periódico carioca dirigido por Mário Filho, o veículo da “grande imprensa” belo-horizontino *Folha de Minas* (1934-1964) encomendou, em 1945, suas charges esportivas do escritor e artista plástico Fernando Pieruccetti, de pseudônimo Mangabeira.¹³ Em linhas gerais, as mascotes desenhadas por Mangabeira registraram e, ao mesmo tempo, reforçaram elementos, significados e tendências responsáveis por caracterizar e hierarquizar as comunidades afetivas existentes entorno dos clubes de futebol profissional de Minas Gerais, principalmente de Atlético e Cruzeiro, cujas charges do Galo e da Raposa que, respectivamente, os simbolizavam, reuniam dois conjuntos de representações que, como já destacado, dialogavam com o atributo “popular”: o primeiro, simbolicamente associado ao populismo, pautado na mitologia da raça e da paixão, personificando a pretensa heterogeneidade de seus adeptos; enquanto o segundo seria calcado na perspectiva capitalista do trabalho, da perseverança, astúcia e sucesso.¹⁴

AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO E OS PROCEDIMENTOS RETÓRICOS E DISCURSIVO DE *AMÉRICA: A VOZ DOS AMERICANOS*

Cerca de um ano após o lançamento das mascotes de Mangabeira nas páginas esportivas de *Folha de Minas*, o colecionador Joaquim Nabuco Linhares (1995)¹⁵ catalogou os cinco periódicos que explicitavam a noção de “pertencimento clubístico” na capital mineira. Como produtos desse contexto, tais periódicos eram viabilizados por jornalistas da “grande imprensa” belo-horizontina, em especial, de suas seções esportivas, e também por dirigentes esportivos ligados aos três principais clubes de futebol da cidade. Seus esforços, noticiados por essa imprensa

¹³ Mangabeira atuou como “ilustrador do suplemento literário e da página infantil” (SILVA. *Quem desloca tem preferência*, p. 41) da *Folha de Minas* em 1945, no *Diário da Tarde* em 1946 e, pouco depois, no *Estado de Minas*, publicando suas charges esportivas nesses periódicos até o início dos anos de 1970.

¹⁴ SILVA. *Quem desloca tem preferência*, p. 159-165.

¹⁵ A Coleção Linhares constitui-se em um dos principais acervos relacionado à imprensa belo-horizontina entre os anos de 1895 a 1954 e que encontra-se sob guarda da Biblioteca Central da Universidade Federal de Minas Gerais.

clubista, são um registro dos diversos interesses e representações que permeavam o espetáculo do futebol na cidade naquele contexto.

Especificamente para o caso da revista *América*, o discurso de seus sete primeiros números, publicados entre novembro de 1947 e janeiro de 1949, tinha o claro propósito de prestigiar alguns atores políticos vinculados ao América, em especial aqueles articulados entorno do empresário, engenheiro e, na ocasião, presidente do clube, Alair Couto, atribuindo-lhes a responsabilidade pelas transformações administrativas que, pretensamente, levaram o time de futebol a um satisfatório desempenho no ano de 1948. Após ter sua foto estampada na capa inaugural da revista, número este dedicado, em grande medida, às obras de reforma do Estádio Otacílio Negrão de Lima, de propriedade do clube, Alair Couto foi representado como “[o] herói do América”¹⁶, “um presidente empreendedor e dinâmico”.¹⁷ Sua gestão e a de seus correligionários foi considerada por Cipião Martins Pereira,¹⁸ como símbolo da “[...] nova mentalidade [dos] “dirigentes americanos”, que “perderam o medo de abrir a bolsa”, “[e]ntr[ando] de cheio no grande mercado carioca” para formar “grandes quadros” compostos por “grandes jogadores”, “certos que estão de que nesse entra-e-sai dá ‘gaita’ é que se ganha título, é que se consegue campeonato.” Para Pereira,¹⁹ a “[e]xperiência revolucionária” inaugurada por Couto no América se opunha à prática dos antigos gestores, que teriam provocado um “colapso temporário” no clube por não se adaptarem ao “profissionalismo”, levando os *americanos* a serem considerados pelo público esportivo da cidade como “uma torcida de pijamas”, “que preferem os comentários, nem sempre justos e nem sempre verdadeiros, do microfone”.

Elogios que se justificavam após a revista identificar, a partir de seu décimo número, seu fundador como sendo o “dr. Alair Gonçalves Couto”. Além disso, a maior parte dos colaboradores da revista, que oscilou de 15 a 18 membros, era de dirigentes esportivos, jogadores e técnicos ligados à gestão de Couto, como o caso do próprio Cipião Martins Pereira que, além de colunista do jornal *Estado de Minas*

¹⁶ PEREIRA. O herói do América, p. 6.

¹⁷ SANTOS. 48, o ano do América, p. 19.

¹⁸ PEREIRA. Experiência revolucionária, p. 4-5.

¹⁹ PEREIRA. Experiência revolucionária, p. 4-5.

e de periódicos cariocas, como o *Jornal do Brasil*, *Manchete* e *O Cruzeiro*, era também conselheiro do América.

Paralelamente, a revista *América* apresentou Otacílio Negrão de Lima como outra referência política importante que deveria inspirar seus dirigentes.²⁰ Assim como Alair Couto, Negrão de Lima chegou a ser representado na capa do segundo número de *América* por meio de uma ilustração que sobrepunha seu rosto ao novo estádio americano que, oficialmente, recebia seu nome. Na legenda, a publicação identificou-o como “[...] figura dinâmica [...], patrono do América e figura ímpar dos desportos mineiros, dos quais é o maior benemérito”.²¹ Em outros momentos, Negrão de Lima foi ainda representado como “[...] o maior de todos os prefeitos de Belo Horizonte”,²² político que cumpria as “[...] promessas feitas por ocasião da campanha eleitoral [...]”,²³ “[m]ecenas das artes, da cultura e dos esportes”,²⁴ repercutindo suas iniciativas a favor dos esportes na cidade.

Esses discursos sobre a gestão do clube e a política de esportes em Belo Horizonte eram emoldurados em *América* pelos procedimentos retóricos praticados pela imprensa esportiva belo-horizontina dos anos de 1940, especialmente a partir do lançamento de seu segundo número em julho de 1948, quando, em nota, apresentou seu “reaparecimento” após sete meses de interrupção da publicação como “início de uma nova e promissora fase”.²⁵ Um dos principais aspectos que justificam essa transformação discursiva de *América* parece ter sido sua integração em uma espécie de rede de jornalistas esportivos vinculados à “grande imprensa” da capital mineira representada, principalmente, por Januário Carneiro que, inicialmente, foi apresentado como “Secretário” e, do terceiro ao décimo segundo e último número, como “Diretor” da revista.

²⁰ Otacílio Negrão de Lima (1867-1960) foi um futebolista e dirigente amador nas décadas de 1910 a 1930 pelo América. Cf. PAIVA. 1ª parte – história, p. 35-76. Entre 1935 e 1938, já engenheiro, foi escolhido interventor municipal de Belo Horizonte. No ano de 1946, foi nomeado ministro do Trabalho, Indústria e Comércio (1946), cargo que abdicou quando tornou-se o primeiro prefeito eleito da capital mineira para o quinquênio de 1947 e 1951. Cf. CPDOC; FGV. Lima, Otacílio Negrão de [Verbetes].

²¹ NOSSA capa, p. 3.

²² O PREFEITO Otacílio Negrão de Lima auxiliará o Turfe na Capital, p. 6.

²³ TAMBÉM o sete terá seu estádio, graças ao auxílio do Prefeito Negrão de Lima, p. 15.

²⁴ MECENAS das artes, da cultura e dos esportes, p. 7.

²⁵ SEGUNDO número, p. 3.

Como demonstrei em outra ocasião,²⁶ a atuação de Carneiro é mais reconhecida a partir de 1952 quando então adquiriu e dirigiu a Rádio Itatiaia,²⁷ mas sua presença no noticiário esportivo da cidade parece ter sido marcante entre 1946 e 1950. Ainda em relação à mídia radiofônica, Carneiro dirigiu alguns programas de rádio, como o Boletim Mineiro, da carioca Emissora Continental.²⁸ Na imprensa escrita, foi também diretor das revistas *Olímpica* e *O Campeão*, além de *Minas Clube* (1950), “[r]evista social esportiva”²⁹ e das sucursais do *Jornal dos Sports* e *O Globo Sportivo*,³⁰ ambos dirigidos por Mário Filho a partir do Rio de Janeiro, jornalista pioneiro da abordagem popular do noticiário esportivo brasileiro.³¹

O vínculo de Carneiro especificamente com a “grande imprensa” belo-horizontina se iniciou com sua direção das páginas esportivas do jornal *O Diário*, periódico que, inclusive, foi identificado como gráfica de impressão dos números dois ao seis da revista *América*, e cuja propaganda aparece em todas as suas edições a partir do terceiro número. A relevância de *O Diário* em relação ao noticiário esportivo da capital mineira nos anos de 1940 se evidencia, por exemplo, quando observamos a sua iniciativa com o semanário especializado em esportes intitulado *O Diário Esportivo* que, apesar de ter circulado por pouco mais de 16 meses, entre 1945 e 1946, foi o periódico do gênero de maior produtividade na cidade até 1954, com 68 números publicados.³² Os procedimentos retóricos de *O Diário Esportivo* muito se aproximavam do jornalismo esportivo popular, como atesta, por exemplo, o lançamento, em suas páginas, das mascotes dos clubes que disputavam o campeonato mineiro de futebol profissional de 1945 desenhadas por Aroeira,³³ no mesmo ano que Mangabeira lançava suas mascotes na *Folha de Minas*.

A partir da vinculação da revista *América* com Januário Carneiro e *O Diário*, as partidas de futebol em que o time do América se envolveu, independente do resultado, passaram a ser descritas passionadamente: os jogos de reinauguração do estádio americano, nomeados como Torneio Quadrangular, por exemplo, foram

²⁶ LAGE. As condições de produção dos periódicos dos clubes de futebol de Belo Horizonte.

²⁷ PRATA. A história do rádio em Minas Gerais.

²⁸ EMISSORA Continental [publicidade], p. 8.

²⁹ LINHARES. Catálogo de periódicos (1895-1954), p. 437-498.

³⁰ SERVIÇO especial do *Jornal dos Sports* e do *O Globo Esportivo* [publicidade], p. 7.

³¹ SILVA. *Quem desloca tem preferência*, p. 191-203.

³² LINHARES. Catálogo de periódicos (1895-1954), p. 414.

³³ A PARADA de 1945. *O Diário Esportivo*, p. 12.

representados como “[d]uas vitórias inesquecíveis”³⁴ enquanto, em outra ocasião, o revés contra o Santos foi apresentado como “[u]ma derrota injusta”.³⁵ Além disso, a publicação passou a dar maior visibilidade aos jogadores, seja estampando-os nas capas a partir do quarto número, ou repercutindo suas opiniões, com a seção “Escreve o craque”. Biografias de atletas com trajetória de vida marcada pela ascensão social por meio do futebol, com uso recorrente de entrevistas, também passaram a ser publicadas, como nos casos de: Petrônio, retratado como “menino pobre”, “craque modesto” que “começou o futebol no saudoso tempo das calças curtas, em ‘rachas’ de arrancar unhas e tócos com bolas de meia furtadas das manas e das mães”;³⁶ e de Negrinhão, que se dizia fã de Leônidas da Silva, o “Diamante Negro”, e de seu gol de bicicleta na Copa do Mundo de 1938.³⁷ O humor também esteve presente em suas páginas, como, por exemplo, nos textos que explicavam o apelido de jogadores como “Didi, o caminhão”³⁸ e “Helio Biriba”;³⁹ ou ao relatar anedotas do futebol, como, por exemplo, na crônica sem autoria intitulada “Macumba no futebol”.⁴⁰

Se a estabilidade da revista *América* entre julho de 1948 e janeiro de 1949 se beneficiou da *performance* da equipe de futebol em 1948, o declínio da revista teve início com o seu décimo número, de março/abril/maio/junho de 1949, justamente acompanhando a instabilidade política do clube e a queda de rendimento de seu time de futebol. Três conturbadas trocas de presidência, duas delas em princípios de 1949, e a outra em janeiro de 1950, registradas, respectivamente, nos números, sete, dez, onze e doze, refletiram na própria redação de *América*, que, aparentemente, se viu dividida entre as correntes que disputavam a gestão do clube.⁴¹

Indícios desse impacto político do clube na publicação da revista são encontrados, por exemplo, em sua controversa opinião sobre a eleição de Osvaldo

³⁴ DUAS vitórias inesquecíveis, p. 13.

³⁵ O DECA mostrou em Santos sua classe, p. 6.

³⁶ PETRONIO espera viver no América os seus maiores dias, p. 14-15.

³⁷ SANTOS. Conversando com Negrinhão, p. 4.

³⁸ UM APELIDO: Didi, o caminhão, p. 25.

³⁹ APELIDO do craque – Helio Biriba, p. 15.

⁴⁰ MACUMBA no futebol, p. 23.

⁴¹ A ausência dos número 8 e 9 de *América* na Coleção Linhares prejudicam a reconstituição e análise desse processo.

Nobre, colaborador da revista e seu diretor no segundo número, que substituiu Ruy Gervásio Avelar, presidente do clube por apenas quarenta e cinco dias em princípios de 1949. Em sua posse, Nobre foi elogiado pela revista como “um presidente dinâmico”⁴² para, no número seguinte, ser acusado de ter “toma[do a presidência] á força” por “ vaidade”, levando a “falhas, erros e defeitos d[e] administração” e à “queda inexplicável de produção” do time de futebol.⁴³

A crítica formulada ao presidente Nobre foi publicada pela revista *América* em seu editorial de número 11, na página três e concluída na página dezesseis. Curiosamente, abaixo do texto na página 16 havia uma publicidade com os seguintes dizeres: “Materiais para Industrias, Ferrovias e leétricos (?) [sic] em geral. Ruy Gervásio Avelar. Importador ”.⁴⁴ É certo que, ainda na décima edição de *América* essa mesma propaganda já tinha sido publicada. Mas, também não seria um exagero supor que a avaliação que a revista fazia da conjuntura política do clube estivesse contaminada pelo olhar de seus colaboradores mais incisivos, incluindo os seus próprios anunciantes.

Do ponto de vista material, os últimos três números de *América* registraram textos e montagens fotográficas repetidos, demonstrando as dificuldades de suas condições de produção. Algumas tentativas de salvar a revista ainda foram ensaiadas, principalmente por meio da intensificação dos procedimentos retóricos populares do noticiário esportivo belo-horizontino dos anos de 1940. A décima primeira e penúltima capa de *América*, por exemplo, trazia charges de jogadores de autoria do desenhista Moura e três manchetes relacionadas à biografias de atletas do clube.

Fora do princípio básico de vinculação clubista da revista, os dois últimos números chegaram a ensaiar uma ampliação da sua zona de difusão, publicando matérias extensas sobre clubes de futebol do interior do estado de Minas Gerais patrocinadas por estabelecimentos comerciais dessas cidades, como o caso do Metalusina, de Barão de Cocais⁴⁵ e o Meridional, de Conselheiro Lafaiete.⁴⁶ Tais iniciativas, contudo, não surgiram o resultado esperado, principalmente em função

⁴² OSVALDO Nobre, um presidente dinâmico, p. 10-11.

⁴³ VIVENDO de ilusões, p. 3.

⁴⁴ RUY Gervásio Avelar Importador [publicidade], p. 16.

⁴⁵ PAIVA. Metalusina, expressão gloriosa do esporte em Minas Gerais, p. 10-12.

⁴⁶ SOLON. Meridional, campeão invicto de Lafaiete, p. 14-15.

da desarmonia administrativa do clube, de onde saíam seus principais colaboradores. Assim, em janeiro de 1950, a *América* publicava seu último número, não sem antes chamar a atenção, em seu editorial, para a situação política do clube ao qual se vinculava, marcada “por acontecimentos absolutamente estranhos e desagradáveis.”⁴⁷

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As interpretações que aqui procurei fazer me permitem dizer que a “voz” que *América* ecoou representou vários interesses, nem sempre convergentes, relacionados ao espetáculo futebolístico belo-horizontino e, sobretudo, ao América Futebol Clube entre os anos de 1947 e 1950. Durante a maior parte de sua existência, *América* promoveu as imagens de Alair Couto, Otacílio Negrão de Lima e seus correligionários, vinculando-as ao poder político e econômico capaz de promover o espetáculo esportivo de massas, representado pelas novas instalações esportivas do clube e pela *performance* do seu time de futebol profissional. Imprensa por um veículo da “grande imprensa” (*O Diário*) e dirigida por um jornalista “providencial”⁴⁸ (Januário Carneiro) *América* também se configurou em mais um meio de comunicação para jornalistas profissionais exercitarem o modelo de noticiário esportivo que vinha sendo desenvolvido na cidade, ao menos desde meados de 1940, preocupado com a perspectiva do lucro e do mercado editorial.

A vitoriosa campanha do time de futebol do América no Torneio Quadrangular e, principalmente, no campeonato de futebol de 1948, encerrando um jejum de 23 anos sem conquistas futebolísticas, contribuiu para que essas duas “vozes” fossem vinculadas na revista. Assim, os assuntos políticos do clube foram emoldurados pela cobertura popular do futebol. Não é coincidência, portanto, que os números 2 a 7 da revista, que cobriram a competição estadual de futebol, constituíram no período de maior estabilidade temporal da publicação.

Embora os procedimentos retóricos e discursivos da revista *América* tenham se mantido próximos àqueles praticados pelo noticiário esportivo belo-

⁴⁷ PRIMEIRA página. Henrique Diniz, p. 3.

⁴⁸ ROCCA. Por qué, para qué una revista, p. 14.

horizontino dos anos de 1940, as disputas internas do clube cindiram a “voz” política que a publicação vinha reverberando. Seria esse o motivo para o ocaso de *América*, ou sua existência apenas acompanhou a efemeridade e instabilidade das demais publicações esportivas da cidade na primeira metade do século XX? Seria esse também o motivo para a queda de rendimento da equipe de futebol americana que, novamente, amargaria mais nove anos de insucessos?

* * *

A primeira versão deste artigo foi apresentada como trabalho final do curso “Revistas e intelectuais na América Latina: problemáticas teóricas, metodológicas e estudos de caso”, ministrado pela Prof.^a Dr.^a Adriane Aparecida Vidal Costa, a quem agradeço pela leitura, comentários e sugestões.

REFERÊNCIAS

- ALTAMIRANO, Carlos. Introducción general. In: ALTAMIRANO, Carlos (org.). **Historia de los intelectuales en América Latina: la ciudad letrada, de la conquista al modernismo**. Buenos Aires: Katz Editores, 2008, p. 9-27.
- A PARADA de 1945. **O Diário Esportivo**, Belo Horizonte, v. 1, n. 6, 30 ago. 1945, p. 12.
- APELIDO do craque – Helio Biriba. **América: a voz dos americanos**, Belo Horizonte, ano 2, n. 5, nov. 1948, p. 15.
- CASTRO, Maria Céres Pimenta S.. Efêmeros e permanentes: os ardis da memória da imprensa de Belo Horizonte. In: LINHARES, Joaquim Nabuco. **Itinerários da imprensa de Belo Horizonte: 1895-1954**. Belo Horizonte, MG: Fundação João Pinheiro, Centro de Estudos Históricos e Culturais, 1995, p. 13-41. (Coleção Centenário).
- CPDOC; FGV. Lima, Otacílio Negrão de [Verbete]. In: **Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2009. Disponível em goo.gl/V1VCBf. Acesso 30 jun. 2016.
- DAMO, Arlei Sander. A diversidade futebolística e a dinâmica das emoções na versão espetacularizada. In: _____. **Do dom à profissão: formação de futebolistas no Brasil e na França**. SP: Aderaldo & Rothschild Ed., Anpocs, 2007, p. 33-67.
- DUAS vitórias inesquecíveis. **América: a voz dos americanos**, Belo Horizonte, ano 2, n. 2, jun. 1948, p. 13.

EMISSORA Continental [publicidade]. **América**: a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 11, jul.-ago.-set. 1949, p. 8.

LAGE, Marcus Vinícius Costa. As condições de produção dos periódicos dos clubes de futebol de Belo Horizonte (1946-1950). In: **Anais do V Encontro de Pesquisa em História** (EPHIS V), Belo Horizonte, 2016 (no prelo).

LIE, Nadia. *Casa en cifras*. In: **Transición y transacción**. La revista cubana *Casa de las Américas* (1960-1976). Bélgica: Ediciones Hispamérica. Leuven University Press, 1996, p. 25.

LINHARES, Joaquim Nabuco. Catálogo de periódicos (1895-1954). In: **Itinerários da imprensa de Belo Horizonte: 1895-1954**. Belo Horizonte, MG: Fundação João Pinheiro, Centro de Estudos Históricos e Culturais, 1995, p. 42-612. (Coleção Centenário).

LUCA, Tânia Regina de. A grande imprensa no Brasil da primeira metade do século XX. In: **Anais da 9ª Conferência Internacional da Brazilian Studies Association** (Brasa), Tulane University, 2008.

MACUMBA no futebol. **América**: a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 3, jul.-ago. 1948, p. 23.

MECENAS das artes, da cultura e dos esportes. **América**: a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 3, jul.-ago. 1948, p. 7.

NOSSA capa. **América**: a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 2, jun. 1948, p. 3.

O DECA mostrou em Santos sua classe. **América**: a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 5, nov. 1948, p. 6.

O PREFEITO Otacílio Negrão de Lima auxiliará o Turfe na Capital. **América**: a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 5, nov. 1948, p. 6.

OSVALDO Nobre, um presidente dinâmico. **América**: a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 10, mar.-abr.-maio-jun. 1949, p. 10-11.

PAIVA, Carlos. 1ª parte – história. In: **Enciclopédia do América**: Bahia com Timbiras, onde nasceu uma paixão; a história do América Futebol Clube de Belo Horizonte 1912-2012. Belo Horizonte: Editora Alicerce, 2012, p. 33-190.

PAIVA, João Cirino. Metalusina, expressão gloriosa do esporte em Minas Gerais. **América**: a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 11, jul.-ago.-set. 1949, p. 10-12.

PEREIRA, Cipião Martins. Experiência revolucionária. **América**: a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 1, n. 1, nov. 1947, p. 4-5.

PEREIRA, Socrates Alves. O herói do América. **América**: a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 2, jun. 1948, p. 6.

PETRONIO espera viver no America os seus maiores dias. **América**: a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 3, jul.-ago. 1948, p. 14-15.

PRATA, Nair. A história do rádio em Minas Gerais. In: **Anais do XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação**, 2003, Belo Horizonte. Belo

Horizonte: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2003, 19 f. Captado em goo.gl/oPKCp7. Acesso 27 jun. 2016.

PRIMEIRA pagina. Henrique Diniz. **América:** a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 12, jan. 1950, p. 3.

ROCCA, Pablo. Por qué, para qué una revista (sobre su naturaleza y su función en el campo cultural latinoamericano). **Hispanamerica**, año XXXIII, n. 99, dic. 2004, p. 3-20.

RUY Gervásio Avelar Importador [publicidade]. **América:** a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 11, jul.-ago.-set. 1949, p. 16.

SANTOS, Roberto P. dos. 48, o ano do América. **América:** a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 2, jun. 1948, p. 19.

SANTOS, Roberto P. dos. Conversando com Negrinhão. **América:** a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 6, dez. 1948, p. 4.

SCHWARTZ, Jorge. De lo estético a lo ideológico: *Klaxon e Revista de Antropofagia*. In: SOSNOWSKI, SAÚL (Org.). **La cultura de un siglo**. América Latina en sus revistas. Buenos Aires: Alianza Editorial, 1999, p. 51-64.

SEGUNDO número. **América:** a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 2, jun. 1948, p. 3.

SERVIÇO especial do *Jornal dos Sports* e do *O Globo Esportivo* [publicidade]. **América:** a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 12, jan. 1950, p. 7.

SILVA, Marcelino Rodrigues da. Entre o jornalismo e as artes. Paralelamente à popularização do futebol, a crônica esportiva surgiu e se consolidou como gênero jornalístico. **Revista do Arquivo Público Mineiro**, História e arquivística, Belo Horizonte, ano L, n. 1, jan.-jul. 2014a, p. 132-147.

SILVA, Marcelino Rodrigues da. **Quem desloca tem preferência:** ensaios sobre futebol, jornalismo e literatura. Belo Horizonte: Relicário, 2014b.

SILVA, Marcelino Rodrigues da. **Mil e uma noites de futebol.** O Brasil moderno de Mário Filho. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

SOLON, Lucio. Meridional, campeão invicto de Lafaiete. **América:** a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 12, jan. 1950, p. 14-15.

TAMBÉM o sete terá seu estádio, graças ao auxílio do Prefeito Negrão de Lima. **América:** a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 4, set.-out. 1948, p. 15.

UM APELIDO: Didi, o caminhão. **América:** a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 3, jul.-ago. 1948, p. 25.

VIVENDO de ilusões. **América:** a voz dos americanos, Belo Horizonte, ano 2, n. 11, jul.-ago.-set. 1949, p. 3 e 16.

* * *

Recebido para publicação em 20 out. 2016
Aprovado em 20 nov. 2016