



UNIVERSIDADE  
ESTADUAL DE LONDRINA

---

ANA FLÁVIA DIAS ZAMMATARO

**O IMAGINÁRIO EM TRAÇOS:**  
PROGRESSO, MODERNIZAÇÃO E CULTURA DE CONSUMO  
NO CARTUM *AMIGO DA ONÇA* (1956 à 1961)

---

Londrina  
2010

ANA FLÁVIA DIAS ZAMMATARO

**O IMAGINÁRIO EM TRAÇOS:**  
PROGRESSO, MODERNIZAÇÃO E CULTURA DE CONSUMO  
NO CARTUM *AMIGO DA ONÇA* (1956 à 1961)

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade Estadual de Londrina – UEL, em cumprimento às exigências para obtenção do título de Mestre em História, área de concentração: Culturas, Representações e Religiosidades.

Orientador: Prof. Dr. Alberto Gawryszeski

Londrina  
2010

ANA FLÁVIA DIAS ZAMMATARO

**O IMAGINÁRIO EM TRAÇOS:**  
PROGRESSO, MODERNIZAÇÃO E CULTURA DE CONSUMO NO  
CARTUM *AMIGO DA ONÇA* (1956 à 1961)

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade Estadual de Londrina – UEL, em cumprimento às exigências para obtenção do título de Mestre em História, área de concentração: Culturas, Representações e Religiosidades.

Orientador: Prof. Dr. Alberto Gawryszeski

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Alberto Gawryszeski  
UEL – Londrina – PR

---

Prof. Dr. Rozinaldo Antônio Mianni  
UEL – Londrina – PR

---

Prof. Dr. Carlos Alberto Sampaio Barbosa  
UNESP – Assis – SP

Londrina, 22 de junho de 2010

À Flávio Zammataro, (*in memoriam*), com a  
certeza do orgulho pelo conhecimento.

## AGRADECIMENTOS

Os meus sinceros agradecimentos às pessoas que de alguma forma, contribuíram para o desenvolvimento e a conclusão deste trabalho.

Agradeço primeiramente a Deus, pela saúde e pela fé, que me amparou em alguns pequenos e efêmeros – mas existentes – momentos de desânimo.

À minha família, caminhando comigo e disposta a me apoiar em minhas decisões. Um agradecimento especial à minha mãe, Ana Maria Dias, sempre ao meu lado, em cada acerto e em cada erro; à minha irmã Bruna Dias, pela paciência e carinho dispensados; à minha tia e madrinha Fátima Dias pelo entusiasmo por minhas conquistas e por sempre acreditar em mim.

Aos amigos Natália Germano Gejão pelo companheirismo, amizade e cuidado, indispensáveis no desenvolvimento deste; à Giselle Rossini e Júlio César Carneiro pela preocupação demonstrada, e pelo acolhimento; à Samuel Segatelli pela disposição em contribuir com seus conhecimentos na língua estrangeira; à Maridalva Alberton, pela atenção dispensada na correção ortográfica deste trabalho, contribuindo com seus conhecimentos e ensinando que “o conhecimento não se cobra”.

Agradeço ao professor Dr. Jorge Luiz Romanello, o qual me abriu horizontes de possibilidades na análise das imagens. À professora Dra. Angelita Marques Visalli e ao professor Dr. Rozinaldo Mianni, pelas válidas contribuições e sugestões no exame de qualificação. À Ana Heloísa Molina por acreditar no tema.

Agradeço ao meu orientador, professor Dr. Alberto Gawryszewski, pela transmissão do conhecimento, às oportunidades que me trouxeram reconhecimento, à liberdade de trabalho com a fonte e, sobretudo, por acreditar nos caminhos desta dissertação.

Agradeço também o apoio financeiro da Fundação Araucária que me permitiu um maior tempo e dedicação ao trabalho.

Por fim, um especial agradecimento às instituições – e os seus funcionários - que portavam as revistas *O Cruzeiro* e que permitiu-nos pesquisar e fotografar as imagens do *Amigo da Onça*: Centro de Documentação e Pesquisa Histórica – CDPH – da UEL, Biblioteca Pública Municipal de Londrina “Professor Pedro Viriato Parigot de Souza” e Arquivo do Estado de São Paulo.

ZAMMATARO, Ana Flávia Dias. **O imaginário em traços**: progresso, modernização e cultura de consumo no cartum *amigo da onça* (1956-1961). 2010. 159 f. Dissertação (Mestrado em História Social) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2010.

## RESUMO

Em um processo de reformulação editorial, o *Amigo da Onça* integra-se a um conjunto de narrativas visuais que deu à revista *O Cruzeiro* a sua particularidade enquanto fonte de informação. As etapas que envolveram esse processo se basearam no uso cada vez maior e imprescindível das imagens no interior do semanário, como forma de atrair a atenção dos leitores e inovar o conteúdo de suas reportagens. O *Amigo da Onça* é parte deste processo no qual as imagens se vinculavam ao cotidiano das pessoas. A partir da exposição de uma metodologia, analisamos cerca de 50 imagens, dentro do recorte temporal (1956-1961), que são sintomáticas do imaginário do período, sobretudo o de modernização, cultura de consumo e o progresso, estes, muito difundidos e almejados no governo de Juscelino Kubitschek. Nota-se a inserção do cartum *Amigo da Onça* de Péricles Maranhão em seu tempo e espaço, sendo, portanto, o simbólico do imaginário do período.

Palavras-chave: Amigo da onça. Cartum. Imaginário.

ZAMMATARO, Ana Flávia Dias. **O imaginário em traços**: progresso, modernização e cultura de consumo no cartum *amigo da onça* (1956-1961). 2010. 159 f. Dissertation (Master's in Social History) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2010.

### **ABSTRACT**

In an editorial reformulation process, the Amigo da Onça is part of a set of visual storytelling that gave the magazine O Cruzeiro its distinctiveness as a source of information. The steps involved in this process is based on increasing use of images and indispensable within the weekly, in order to attract the attention of readers and innovate content of their reporting. Friend of Oz is part of this process in which images are tied to people's daily lives. Through the exposure of a methodology, we analyzed about 50 images, within a time window (1956-1961), which are symptomatic of the imaginary period, and particularly the modernization, consumer culture and progress, these, widespread and targeted at Juscelino Kubitschek. Note the insertion of the Friend of Oz cartoon Pericles Maranhao in time and space, therefore, the symbolic imagery of the period.

Keywords: Amigo da onça. Cartoon. Imaginary.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Uma das <i>Garotas do Alceu</i> .....	62
<b>Figura 2</b> – Um dos números da revista <i>Pif-Paf</i> que, entre outras legendas, dizia: “Agora diretamente do produtor ao consumidor” .....	63
<b>Figura 3</b> – O Cruzeiro, 20 de janeiro de 1962.....	70
<b>Figura 4</b> – O Cruzeiro, 20 de janeiro de 1962.....	70
<b>Figura 5</b> – O Cruzeiro, 20 de janeiro de 1962.....	71
<b>Figura 6</b> – O Cruzeiro, 27 de agosto de 1955.....	74
<b>Figura 7</b> – O Cruzeiro, 17 de dezembro de 1960 .....	77
<b>Figura 8</b> – O Cruzeiro, 25 de março de 1961 .....	80
<b>Figura 9</b> – O Cruzeiro, 12 de outubro de 1957 .....	81
<b>Figura 10</b> – O Cruzeiro, 23 de outubro de 1966 .....	84
<b>Figura 11</b> – O Cruzeiro, 07 de outubro de 1969 .....	86
<b>Figura 12</b> – O Cruzeiro, 07 de março de 1959 .....	90
<b>Figura 13</b> – O Cruzeiro, 12 de junho de 1954.....	92
<b>Figura 14</b> – O Cruzeiro, 26 de novembro de 1955 .....	93
<b>Figura 15</b> – O Cruzeiro, 23 de dezembro de 1961 .....	96
<b>Figuras 16</b> – O Cruzeiro, 1956 .....	97
<b>Figura 17</b> – O Cruzeiro, 17 de dezembro de 1960 .....	100
<b>Figura 18</b> – O Cruzeiro, 18 de fevereiro de 1956 .....	102
<b>Figura 19</b> – O Cruzeiro, 31 de maio de 1958.....	103
<b>Figura 20</b> – O Cruzeiro, 09 de setembro de 1961 .....	106
<b>Figura 21</b> – O Cruzeiro, 1957 .....	107
<b>Figura 22</b> – O Cruzeiro, 12 de julho de 1958.....	109
<b>Figura 23</b> – O Cruzeiro, 14 de janeiro de 1956.....	110
<b>Figura 24</b> – O Cruzeiro, 14 de janeiro de 1956.....	110
<b>Figura 25</b> – O Cruzeiro, 14 de janeiro de 1956.....	111
<b>Figura 26</b> – O Cruzeiro, 14 de janeiro de 1956.....	111
<b>Figura 27</b> – O Cruzeiro, 14 de janeiro de 1956.....	112
<b>Figura 28</b> – O Cruzeiro, 14 de janeiro de 1956.....	112
<b>Figura 29</b> – O Cruzeiro, 05 de dezembro de 1959 .....	114
<b>Figura 30</b> – O Cruzeiro, 07 de outubro de 1961 .....	115
<b>Figura 31</b> – O Cruzeiro, 24 de dezembro de 1960 .....	117

<b>Figura 32</b> – O Cruzeiro, 12 de maio de 1956.....	118
<b>Figura 33</b> – O Cruzeiro, 23 de fevereiro de 1957 .....	120
<b>Figura 34</b> – O Cruzeiro. Reportagem J.K. em busca de riqueza para o Brasil. 11 de fevereiro de 1956.....	122
<b>Figura 35</b> – O Cruzeiro. Reportagem J.K. em busca de riqueza para o Brasil. 11 de fevereiro de 1956.....	122
<b>Figura 36</b> – O Cruzeiro, 02 de setembro de 1950 .....	123
<b>Figura 37</b> – O Cruzeiro, 31 de março de 1951 .....	124
<b>Figura 38</b> – O Cruzeiro, 27 de outubro de 1956 .....	126
<b>Figura 39</b> – O Cruzeiro, 05 de abril de 1958.....	127
<b>Figura 40</b> – O Cruzeiro, 14 de fevereiro de 1959 .....	129
<b>Figura 41</b> – O Cruzeiro, 08 de agosto de 1959.....	130
<b>Figura 42</b> – O Cruzeiro, 07 de maio de 1960.....	131
<b>Figura 43</b> – O Cruzeiro, 10 de julho de 1961.....	133
<b>Figura 44</b> – O Cruzeiro, 21 de abril de 1956.....	136
<b>Figura 45</b> – O Cruzeiro, 02 de dezembro de 1961 .....	138
<b>Figura 46</b> – O Cruzeiro, 13 de fevereiro de 1960 .....	139
<b>Figura 47</b> – O Cruzeiro, 23 de março de 1960 .....	140
<b>Figura 48</b> – O Cruzeiro, 02 de julho de 1957.....	143
<b>Figura 49</b> – O Cruzeiro, 13 de junho de 1959.....	144

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2 CAPÍTULO I – IMAGENS E A CONSTRUÇÃO DE SEU DISCURSO</b> .....	18
2.1 AMIGO DA ONÇA: O SIMBÓLICO DO IMAGINÁRIO .....	18
2.2 O RISO: EXTRATO DO HUMOR GRÁFICO.....	22
2.2.1 O Humor Gráfico no Brasil .....	28
2.3 HISTÓRIA E IMAGEM: ALGUMAS CONCEITUAÇÕES TEÓRICAS.....	31
2.3.1 Charges, Caricaturas e Cartuns: Debatendo os Conceitos.....	36
2.3.2 Texto e Imagem: suas Relações .....	42
2.3.3 Metodologia de Análise do Discurso Imagético: Charges Caricaturas e Cartuns.....	44
<b>3 CAPÍTULO II – CONTEXTUALIZANDO O CARTUM: REVISTA O CRUZEIRO</b> .....	48
3.1 A FORÇA DA VISUALIDADE .....	52
3.2.1 Um Governo em Foco: a Construção da Imagem de Juscelino Kubitschek.....	55
3.2.2 O Humor em Traços: a Arte dos Desenhistas .....	62
3.3 O <i>AMIGO DA ONÇA</i> PELAS MÃOS DE SEU CRIADOR: PÉRICLES MARANHÃO .....	65
3.3.1 O <i>Amigo da Onça</i> : uma Criação Imortal.....	71
3.3.1.1 Da pobreza ao requinte: abordagens do cartum e suas estereotípias .....	78
3.3.2 O <i>Amigo da Onça</i> pelas Mãos de Carlos Estevão .....	81
<b>4 CAPÍTULO III – O COTIDIANO E O IMAGINÁRIO DO BRASIL NO AMIGO DA ONÇA</b> .....	88
4.1 COTIDIANO E IMAGINÁRIO: VALORES VIGENTES .....	88
4.2 O <i>AMIGO DA ONÇA</i> E A MODERNIZAÇÃO NA ERA JUSCELINO KUBISTCHEK: DESENVOLVIMENTISMO.....	94
4.2.1 O <i>Amigo da Onça</i> Imaginário da Modernização: Privacidade e Consumo .....	106
4.2.2 O <i>Amigo da Onça</i> e o Imaginário da Modernização: Cultura em Efervescência.....	134

<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	146
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	150
<b>FONTES PESQUISADAS</b> .....	157
<b>ANEXOS</b> .....	158

## 1 INTRODUÇÃO

Na análise de contextos históricos, as imagens podem nos dizer muito em suas 'ausências', nos elementos utilizados pelo artista para sua constituição, o suporte gráfico a ela ligado, a sua data de publicação. Soma-se às imagens de humor, a sua intertextualidade e seu sintoma de crítica, muito peculiares quando são charges, caricaturas ou cartuns.

O *Amigo da Onça* é parte de um processo de renovação da revista *O Cruzeiro*, que aliava modernização e progresso ao seu próprio conteúdo inovador. Desde o primeiro número, a revista difundiu a sua imagem como uma revista moderna, anunciando prosperidade e, incorporando-a à publicidade de suas páginas, com subtítulo que divulgava exclusividade: "*Primeira revista semanal ilustrada do Brasil*".

Sob a orientação do prof. Dr. Alberto Gawryszewski, pude me familiarizar com fontes imagéticas, desenvolvendo projetos de pesquisa. Entre eles, durante a graduação em História pela Universidade Estadual de Londrina, projetos de Iniciação Científica com charges comunistas em 2005 e 2006, e em um segundo momento, pesquisamos charges anarquistas, essas em meados de 2006 e 2007. Com as charges anarquistas, concluí o curso no final desse mesmo ano, com trabalho em formato de artigo. As imagens trabalhadas eram de cunho político e visavam, em sua maioria, uma educação dos leitores via crítica das charges. Caricaturavam personalidades políticas, desnudando-as em suas mazelas, ou criticavam o sistema capitalista – como no caso do anarquismo – como sistema corrompido e anti-igualitário.

Em meio a esses trabalhos com charges e caricaturas políticas, iniciamos a pesquisa de um novo tema para projeto de mestrado. Intencionamos, em primeira mão, continuar o trabalho com fontes imagéticas, sobretudo, imagens de humor que pudessem dar conta de um contexto histórico. Desse modo, pensamos no imprescindível requisito de ter as fontes em mãos ou na possibilidade e facilidade em pesquisá-la, caso essa se encontrasse em outro local. Fui então apresentada ao *Amigo da Onça* - pelo mesmo orientador, Alberto Gawryszewski - e, por extensão, à revista *O Cruzeiro*, com alguns exemplares encontrados no Centro de Documentação e Pesquisa Histórica, o CDPH, da Universidade Estadual de Londrina. Obtivemos a informação de que havia também muitos números da revista

na Biblioteca Pública Municipal de Londrina “Professor Pedro Viriato Parigot de Souza”, o que nos permitiria um contato mais aprofundado com a fonte.

A atração que o personagem me causou, em um primeiro momento, se deu na mesma intensidade que a dúvida: os temas eram temas corriqueiros, vistos ainda em nosso dia a dia, engraçados, irreverentes, porém, transgressores, críticos e, por vezes, preconceituosos. A infinidade de abordagens que possibilitaria inúmeros recortes também causou um princípio de dúvida. A princípio, o recorte temporal tomou toda a abrangência da publicação do *Amigo* na *O Cruzeiro*, de 1943 à 1974. No entanto, nos deparamos com um trabalho amplo, longo e com pouco tempo para pesquisa. Após leituras e mais leituras<sup>1</sup>, pesquisas e mais pesquisas, um encontro diário com a imagem, com as “travessuras” do personagem, um entendimento de seu contexto e de seus temas, notamos que, para além da amplitude de suas abordagens, o *Amigo da Onça* expressava o imaginário de seu tempo, aquilo que existia de mais latente na sociedade do período, acordado com uma mentalidade crescente em torno de premissas que se difundiam entre a população do Brasil no contexto de sua publicação.

À compreensão da imagem, tomamos a escolha de temas como uma extensão do imaginário do artista que, muito mais que inserido nas diretrizes do suporte gráfico, era parte da sociedade de seu tempo, desenhando para um público que acompanhou assiduamente a publicação da imagem na *O Cruzeiro*. Como parte daquele imaginário, as imagens expressavam valores do artista, seu posicionamento crítico diante de um fato ou jogando com os vícios do cotidiano das pessoas comuns. Cada momento social e político do país, poderia ser vivido, também, através do cartum.

A leitura do livro “*Liberdade é uma calça azul, velha e desbotada*” – *Publicidade, Cultura de Consumo e Comportamento Político no Brasil (1954-1964)*, de Ana Cristina Camargo Moraes Figueiredo, publicado pela Hucitec, em 1998, abriu-nos algumas hipóteses de análise da imagem. A autora alia os discursos produzidos, também pelas reportagens de revistas como *O Cruzeiro* e *Manchete*, com a publicidade que vinculava cada vez mais o bem estar ao consumo e ao lazer.

---

<sup>1</sup> A obra de Marcos A. da Silva “*Prazer e Poder do Amigo da Onça*”, publicada pela Paz e Terra em 1989, foi imprescindível no entendimento do caráter (ou da falta dele) do personagem, sua falta de ética aliado à temas corriqueiros que revelavam costumes do período, os recursos artísticos de Péricles Maranhão, o criador da imagem, gerando, enfim, núcleos de recortes com os temas para trabalhar no desenvolver da dissertação.

As chamadas dos anúncios publicados nessas revistas corroboravam um imaginário que tinha na cultura de consumo as vias do prazer e inserção naquela sociedade que se voltava à individualidade e subjetividade dos indivíduos. Também como uma extensão das diretrizes da revista *O Cruzeiro* – não desconsiderando aqui, o gosto pessoal do artista – passamos a analisar o *Amigo da Onça* levando em conta esse imaginário que se difundia. Seguimos o recorte temporal da autora, e dentro deste, atentamo-nos especificamente ao governo de Juscelino Kubitschek, devido às premissas difundidas e consolidadas neste, em torno do desenvolvimento do país, aliado à modernidade e progresso.

Conforme o discurso juscelinista de modernização da nação pelas vias do desenvolvimento econômico e sócio-cultural do país, tomamos a imagem do *Amigo da Onça* como portadora desse imaginário: o desenvolvimentismo, que vinculava crescimento econômico, modernização, progresso, cultura de consumo e individualidade estavam, também, presentes na construção da narrativa do cartum por Péricles. Definiu-se, pois, o recorte: de 1956 à 1961. Entretanto, com vistas a notar as transformações ocorridas por meio da imagem, no que tange ao aumento de uma mentalidade voltada à subjetividade dos indivíduos, um consumo desenfreado que se difundia, consideramos também os *Amigos da Onça* do início da década de 50 para atestar essas transformações.

Com reportagens que tratavam da vida pessoal e pública de Juscelino Kubitschek, a *O Cruzeiro* aproximava a sua imagem de homem comum, que teve infância pobre e difícil, amparada pela mãe; órfão de pai, mas que sempre batalhou para chegar aonde almejava, à cotidianidade do público leitor – e eleitor. A revista tomava a sua vida privada como uma extensão de sua vida pública. Toda a sua batalha para chegar à carreira de médico e, após isso, aos cargos públicos, é aproximada com seus objetivos enquanto Presidente do Brasil: mesmo com todas as dificuldades enfrentadas, não desistia. Brasília é uma das materializações de suas metas, a sua meta-síntese, o que, para a revista, exprimia a sua trajetória profissional e pessoal, em meio às suas premissas de um país desenvolvido.

A revista *O Cruzeiro* publicou reportagens do Presidente colaborando para reafirmar as suas metas para o Brasil, difundindo os seus paradigmas de progresso e modernidade, aliados que estavam ao seu próprio conteúdo. Essa, sempre atribuindo a si um caráter “inovador”, haja vista a reformulação editorial por qual passa, em 1943 – com a consolidação das

fotorreportagens e a valorização da caricatura – encontrou naquele imaginário a sua própria salvaguarda, conectando também o moderno, às suas páginas. Péricles Maranhão se viu também inserido nesse espaço, um homem de seu tempo que expressava esse imaginário na produção de seus cartuns. O *Amigo da Onça*, desse modo, também simbolizou o *progresso*, a *modernização*<sup>2</sup>, debochou da pobreza e da miséria, lugares onde o desenvolvimento ainda não havia chegado.

Objetivamos fazer uma análise do cartum partindo dessa mentalidade juscelinista que se difundia e encontrando neste, um imaginário em efervescência que almejava um Brasil moderno aos moldes das nações desenvolvidas. Considera-se seu próprio suporte gráfico como portador desse imaginário, visto as suas reportagens inovadoras, de espírito aventureiro, que integrava o país ao desenvolvimento. Péricles Maranhão insere-se nesse meio e, como um agente histórico de seu período, manifestava a imaginação social deste por meio do cartum *Amigo da Onça*. Considerava, sobremaneira, para suas criações, o gosto do público, com certa autonomia na criação dos temas. Somado a isso, os recursos estilísticos utilizados por ele na produção da imagem ligam-se muito menos às diretrizes da revista do que o próprio gosto do artista no fazer de seus cartuns.

Definimos núcleos de análise da imagem, sempre associando ao imaginário do período. Inicia-se a análise, retomando fatos que colaboraram por formar a mentalidade então existente. Cartuns referentes ao período anterior ao governo Juscelino Kubitschek são também considerados, pois atestam as transformações ocorridas. Parte-se daí para uma divisão de 4 núcleos que envolvem: a) a construção do imaginário da modernização e do desenvolvimento – charge que envolve o tema da construção de Brasília, cartuns que ironizam e debocham da pobreza, essa considerada como um empecilho para o desenvolvimento e conseqüentemente para a manutenção da ordem; b) o imaginário da privacidade e do consumo – com cartuns que aliavam a aquisição de bens com a manutenção do status, acompanhando, pois, a publicidade e as reportagens da *O Cruzeiro*, que em suas chamadas e conteúdos denotavam uma especial atenção ao prestígio que certos bens de consumo poderiam trazer, (automóveis associados a elegância e moças bonitas, TVs como objeto de consumo); c) o individualismo como

---

<sup>2</sup> Os termos em itálico (*progresso* e *modernização*), serão desenvolvidos ao longo do texto, sobretudo quando aplicados na análise das imagens em seus respectivos contextos históricos.

uma extensão da cultura de consumo que se dirigia cada vez mais à subjetividade dos indivíduos com cartuns na esfera privada dos personagens, abordando crises conjugais, temas familiares e intimistas também aliados à construção da imagem de JK em sua vida particular. Para corroborar o crescimento do imaginário sobre a individualidade, que se fez presente também nas abordagens do *Amigo da Onça*, consideramos cartuns do início da década que ocorriam, sobretudo, em locais públicos. Houve, pois, com o passar dos anos, um aumento considerável das anedotas que se dirigiam à âmbitos privados.

O último núcleo de análise - “cultura em efervescência” – dirige-se às transformações culturais oriundas desse tempo e desse imaginário, com a expansão da cultura dita popular notada pelas chanchadas, música de protesto, que se opunha à cultura da elite, dita erudita. Amplia-se o circuito consumidor da arte, havendo uma degradação da mesma. Nessa medida, o *Amigo da Onça* abordou essa questão dirigindo as vias de seu humor ao deboche dos costumes da elite, ou uma crítica à “degradante” cultura do povo. Dada a imagem do “outro” – o índio, o negro – construída pela *O Cruzeiro*, inserimos nesse núcleo de análise também os cartuns que colaboram para a construção dessa imagem do outro pelas mesmas vias de seu suporte gráfico: opondo-o à civilização dos brancos ocidentais, considerando-os como bárbaros e atrasados, ou aproximando-os de nossa cultura, negando-lhes porém, a própria identidade.

Para estabelecer o discurso sobre as abordagens do cartum e o imaginário a ele vinculado, trabalhamos com alguns conceitos utilizados, também, na metodologia de análise da imagem. Atestando a centralidade do imaginário, fazemos uma discussão do conceito no primeiro capítulo, com Bronislaw Baczko (1985). Parte-se de seu discurso sobre o conceito para tomar o *Amigo da Onça* como simbólico do imaginário de seu tempo, no que diz respeito às perspectivas do governo de Juscelino Kubitschek. Como imagem de humor, leituras que versam sobre o desenvolvimento do humor gráfico no Brasil e sobre as teorias do riso na história auxiliaram na compreensão dos conteúdos do cartum, bem como, as tipologias do riso a ele vinculadas: riso do grotesco, da sátira, da ironia, da paródia.

A aplicação desses tipos de riso na análise da imagem pressupôs, também, uma metodologia peculiar para a mesma, enquanto objeto de estudo histórico. Foram definidos os conceitos de charges, caricatura, cartum e HQs, fazendo as devidas aproximações com o *Amigo da Onça*: por abordar temas, em

sua maioria, universais e cotidianos, consideramo-lo como cartum. Poderia, por hora, ser charge, dada a intertextualidade com a revista ou a sua ligação a fatos do momento. Assim definida, ficaram propostos os métodos para analisar uma imagem de humor: partimos das etapas de análise sugeridas por Erwin Panofsky na obra *O Significado nas Artes Visuais* (1976) o que possibilita compreender a imagem em sua contextualização.

No segundo capítulo, definem-se as diretrizes da revista *O Cruzeiro*, bem como a história de sua criação, seu desenvolvimento, a reformulação por qual passou, dando grande abertura a fotografias e imagens de humor; os seus editores, a audácia de seu criador, o jornalista e político Assis Chateaubriand, que fez da revista um dos maiores veículos de comunicação do país. Às suas mudanças editoriais, associa-se o constante uso da fotografia que ajudava a construir a imagem de uma revista moderna e inovadora. Juscelino Kubitschek foi parte dessas mudanças, com o uso das fotorreportagens na construção de sua imagem e de seu governo.

Como parte do discurso da *O Cruzeiro*, discorreremos sobre as imagens de humor e seus artistas, que revelavam o cotidiano do meio através de seus temas. Millôr Fernandes, Antônio Gabriel Nássara, Alceu Penna, Péricles Maranhão, Carlos Estevão e Ziraldo são alguns exemplos de artistas de humor que fizeram sucesso no semanário. À Péricles Maranhão e Carlos Estevão foram dados tópicos particulares: o primeiro, como criador do *Amigo da Onça*, conta-se a sua trajetória pessoal e profissional, dentro da revista *O Cruzeiro*, e seus direcionamentos quando da criação dos temas do cartum; Carlos Estevão, como artista que deu continuidade à imagem após a morte de Péricles, em fins de 1961, continuando com o mesmo sucesso que tinha até então com as tiras de humor publicadas na revista, também com o *Amigo da Onça*, até 1972, ano de sua morte.

O *Amigo da Onça* foi personagem de grande sucesso na revista *O Cruzeiro*: se não a causa deste, foi um dos motivos de grande tiragem da revista. Dedicamos um tópico somente à construção do personagem, às raízes de seu nome, as temáticas, e os estereótipos que reafirmava por meio das abordagens. O depoimento de leitores, contemporâneos do *Amigo da Onça* e da *O Cruzeiro*, foi imprescindível na compreensão do múltiplo alcance do cartum, a sua popularidade, ajudando a construir a sua imagem neste trabalho por meio também da memória desses leitores. Quando das análises da imagem, no terceiro e último capítulo,

remetemo-nos ao personagem *Amigo da Onça* como uma abreviação de seu nome – *A.O.* – ou como *Amigo* mesmo.

Que esse trabalho possa contribuir para o conhecimento de seus leitores, quanto ao uso de desenhos de humor para analisar contextos históricos; que desperte a curiosidade sobre os múltiplos trâmites vividos pelo *Amigo* e possa, finalmente, sugerir novos estudos, novas análises, tendo em vista as inevitáveis negligências que possa vir a ter.

## 2 CAPÍTULO I

### IMAGENS E A CONSTRUÇÃO DE SEU DISCURSO

#### 2.1 AMIGO DA ONÇA: O SIMBÓLICO DO IMAGINÁRIO

O *Amigo da Onça* compõe o imaginário no Brasil, desde 1943 – ano em que começa a sua publicação na *O Cruzeiro* - até 1972, ano que finda as imagens na revista. Delimitamo-nos, no entanto, ao governo de Juscelino Kubistchek, de 1956 à 1961, bem como às fases de transição que o antecedem (início da década de 50). Os discursos em torno de um Brasil desenvolvido já vinham sendo difundidos, sobretudo a partir dessa década, o que justifica que retomemos os anos anteriores ao governo Kubitschek na análise das imagens, compreendendo a consolidação desses discursos nesse governo.

Segundo Miriam Limoeiro Cardoso, “o discurso juscelinista traz para a cena a imagem de riqueza, de progresso e de grandeza [...] Constrói uma verdadeira ânsia por crescimento econômico que aos poucos vai se tornando difícil de ser contida [...]” (CARDOSO, 1978, p.40). As premissas juscelinistas fazem parte da transformação do imaginário na década de 50, na qual almejava-se a modernidade associada à idéia de progresso e positividade. A revista *O Cruzeiro* acompanhou essa perspectiva com reportagens e fotoreportagens que opunham o moderno ao ultrapassado, considerando-o como empecilho para o desenvolvimento da nação, inaugurando um novo tempo.

Desta forma, não seria diferente com o *Amigo da Onça*, personagem que desde a sua primeira publicação obteve sucesso entre os leitores da revista. Entendendo com Bronislaw Baczco (1985) que “O imaginário torna-se comunicável através dos discursos nos quais se efetua a reunião das representações coletivas numa linguagem [...]” (BACZCO, p.311) toma-se o cartum como a manifestação do imaginário de seu período pela especificidade de seu discurso imagético. O *Amigo da Onça*, tomado como uma produção do imaginário, poderia levar ao riso abordando questões da sociedade nos aspectos culturais, políticos, econômicos como uma resposta às suas carências e mazelas, uma vez que: “No domínio social, as produções imaginárias [...] constituem outras tantas respostas dadas pelas sociedades aos seus desequilíbrios, as tensões no interior das estruturas sociais e

as eventuais ameaças de violência.” (BACZCO, p. 308). À questões referentes ao preconceito, carestia de vida, más condições de habitação e fatos que dizem respeito à hipocrisia social, Péricles Maranhão, como partícipe desse meio, deu espaço à determinados fatos nos temas de seu personagem.

Entendemos com Edward Palmer Thompson que os costumes são manifestos por conta das necessidades de seu meio, tornado arraigados pela sua própria força, e tão válidos quanto o poder instituído. É por meio da memória que os costumes ganham força de lei. De acordo com o autor: “É na atmosfera lentamente diversificada dos costumes que as práticas e normas se reproduzem.” (THOMPSON, 2002, p.18). E continua dizendo que se deve considerar o costume no singular, tanto quanto no plural: “Considerando-se *costumes* no *plural* como discretas sobrevivências, perde-se o sentido intenso do costume no *singular*, aquele costume como algo *sui generis*: ambiência, *mentalité*, um vocabulário completo de discurso, de legitimação e de expectativa.” (THOMPSON, 2002, p.14) (grifos do autor).

Os costumes no plural, bem como os no singular, serão levados em conta entendendo-os como dependentes da imaginação social de seu tempo que revela indícios da linguagem, (pré) conceitos, discursos de dominação, preservando “[...] a necessidade da ação coletiva de interesses, da expressão coletiva de sentimentos e emoções dentro do terreno e do domínio dos que dele co-participam [...]”. (SIDER *apud* THOMPSON, 2002, p.22)

Baczco (1985) acrescenta que dando ao conceito de imaginário o adjetivo “social” ele terá um duplo significado: é representação da ordem social, dos seus agentes e relações que esses mantêm, bem como de instituições sociais, como as que dizem respeito ao poder; significa também a imaginação individual partícipe dum fenômeno coletivo. Assim, versa o autor:

O adjectivo “social” poucas precisões acrescenta. Com efeito, designa um duplo fenómeno. Por um lado, trata-se da orientação da actividade imaginativa em direcção ao social, isto é, a produção de representações da “ordem social”, dos actores sociais e das suas relações recíprocas (hierarquia, dominação, obediência, conflito, etc), bem como das instituições sociais, em particular as que dizem respeito ao exercício do poder, as imagens do “chefe”, etc. Por outro lado, o mesmo adjectivo designa a participação da actividade imaginativa individual num fenómeno colectivo. Com efeito, todas as épocas tem as suas modalidades específicas de imaginar, reproduzir e renovar o imaginário, assim como possuem modalidades específicas de acreditar, sentir e pensar. (BACZCO, 1985, p. 309)

Com a utilização do termo ‘imaginário social’, compreendemos a particularidade de imaginários específicos – de cada indivíduo -, dentre eles, do próprio artista Péricles. Esse, atuando como agente social, possui a sua particular maneira de pensar e versar sobre temas em seu cartum. No entanto, é parte de seu meio uma vez que atua com o *Amigo da Onça* trazendo à tona problemas vividos naquele momento que englobam o único e o todo, arraigados e presentes no imaginário do indivíduo e no imaginário social, ou seja, em fenômenos coletivos.

O governo JK foi marcado pela mobilização em torno da busca do desenvolvimentismo, ligado ao progresso e à modernização do país. Seu *Plano de Metas* – “crescer 50 anos em 5” -, aliado à construção de Brasília, foram o “suprasumo” de sua política desenvolvimentista: a nova capital seria uma cidade totalmente planejada em sua política e sua arquitetura e visava a ocupação do centro do Brasil, até então, ainda vazio, atuando como “capacidade realizadora da nação que desperta” (FNM – Fábrica Nacional de Motores, *O Cruzeiro*, 29/10/1960:139)

Como governo que prega o progresso do Brasil, o “ser moderno” é parte da construção do ideal nacional, já que “durante os anos 50, o discurso oficial sustentou que todos os males dos quais padecia a nação brasileira seriam postergados com a superação de nosso atraso”. (FIGUEIREDO, 1998, p.62) Esse discurso permeava o imaginário. Deste modo,

[...] os mitos políticos propriamente ditos, as ideologias e as utopias formam lugares privilegiados em que se constituem os discursos que veiculam os imaginários sociais. Por fim, não esqueçamos que estes imaginários empregam facilmente as linguagens mais diversas: religiosa e filosófica, política, etc. [...] (BACZCO, 1985, p.17)

Muitos são os “amigos da onça” que tematizam a modernização, o desenvolvimentismo, enfim, as perspectivas de progresso reconstruindo e transformando o real por meio do traço do cartum ou da charge. É, pois, um sistema simbólico que pelas mãos do artista, exprime o seu próprio imaginário e o dos agentes sociais do meio, partindo não somente de suas experiências e das de outrem, mas também, de aspirações e desejos. Compreendemos, conforme Michel Vovelle (1997) que, “a imagem ou mais genericamente o suporte gráfico registra os derivados da longa duração do imaginário coletivo, [...] mas é também sensível às

mudanças que se introduzem no tempo curto.” (VOVELLE, 1997, p. 30). Inferimos, deste modo, que a imagem é passível de ser modificada por novas experiências.

O universo privado dos indivíduos, em seu trabalho e em sua família, passa a ser abordado pela imprensa e seu conteúdo: suas fotografias, suas charges e cartuns. Na transição ao governo de Juscelino Kubistchek, essa perspectiva é muito latente, uma vez que os ideais de consumo são também explorados nos indivíduos e em seus lares, com televisão, últimos lançamentos de eletrodomésticos, que prometiam facilitar a vida das donas-de-casa, dando-lhes o status almejado através da aquisição desses. De 1956 em diante, notamos que esse universo privado ganha abordagem mais freqüente que nos anos anteriores nas anedotas do *Amigo da Onça*, criticando conflitos familiares.

Uma vez construídas no universo mental, essas imagens vão tomando formas diferenciadas, transformando-se conforme o seu meio, superpondo-se, alterando-se. Assim, o *Amigo da Onça*, é o símbolo de expressão do imaginário de seu tempo, criando novas relações com o real. Expressando-o, a imagem estimula a imaginação social e os imaginários estimulam a imagem em um conjunto de trocas.

Visto que se assentam nos símbolos, os ideais de modernização se fazem presentes também no *Amigo da Onça*. Neste âmbito, o sentido do imaginário se delinea conforme a diversidade de culturas, levando-nos a conhecer a maneira como o mesmo se apropriará dos símbolos que o circundam, dando suas condições de existência sem imposição de sentidos. Ele pode nos informar a respeito da realidade ao mesmo tempo dita comportamentos. Valorizando e interpretando, ocasiona a aderência de determinados valores e sua interiorização pelos indivíduos.

O imaginário social traduz as inquietações da sociedade como um todo, por meio das imagens estudadas. Essas representam ideais políticos manifestos culturalmente, exprimindo a coletividade, distribuindo papéis e funções sociais. É, pois, para a política, um importante lugar estratégico já que busca impregná-lo com seus valores fortalecendo o poder, dando-lhe legitimidade.

Imagens de humor, como o *Amigo da Onça*, expressavam os valores, a imaginação social dos leitores, haja vista Péricles Maranhão, ter como base para construção de seus cartuns, o gosto do público. O aumento da tiragem da *O Cruzeiro* e o sucesso do cartum confirmam a aceitação da abordagem de suas anedotas; eram lidas e aceitas justamente porque o seu imaginário estava ali

manifesto. Partia, também, das diretrizes da revista, com reportagens que vinculavam a imagem do Brasil a uma caminhada “rumo ao progresso”, com aberturas de estradas, opondo a barbárie dos povos “atrasados” ao urbanismo dos “civilizados”.

Eram as inquietações dos indivíduos, suas dúvidas e críticas expressas por meio do riso. Esse imaginário vai designar a identidade dessa nação na distribuição de seus papéis sociais e na imposição de suas crenças comuns. Um vez que, conforme Baczcó (1985), o imaginário é pensando partindo de experiências sociais mas também partindo de desejos, aspiração e motivações particulares, tomamo-o como algo que se pensa individualmente, mas se manifesta coletivamente.

## 2.2 O RISO: EXTRATO DO HUMOR GRÁFICO

O riso exprime os valores da sociedade no qual está inserido. O modo de se rir, aquilo de que se ri é então uma expressividade cultural que revela costumes e o cotidiano. A cada anedota o mote de seu humor pode sofrer alguma transformação, acontecendo o mesmo com o riso manifesto por aquele que ri. Num dado contexto histórico, se percebem as contradições arraigadas expressas por meio do riso, afirmando ou negando determinados valores.

O riso, ao longo da História, teve suas manifestações peculiares. Quando discorremos sobre a essência do riso, não nos remetemos à psicologia do risível e sua manifestação no homem. Apesar de, primeiramente, ser um fenômeno fisiológico em que há a contração dos músculos faciais, entendemos o riso como um “ato social” (MACEDO, 2000, p. 22), dependente que é da coletividade que o circunda, encontrando a sua “essência” na sociedade e não na natureza humana.

As palavras “cômico” e “humor” começaram a ser empregadas com a acepção atual somente depois do século XIV, no entanto, o humor já estivera presente na Antiguidade e também no Medievo. De acordo com Rivair Macedo (2000), o riso, na tradição greco-romana, era integrante de rituais religiosos principalmente ligados à fertilidade e abundância. Era nesse momento que os gregos relaxavam os padrões habituais de comportamento entregando-se ao riso. As ocasiões de riso e zombaria, nessas civilizações, se davam no convívio social e nas festividades.

Na Idade Média, por sua vez, o riso passa a ser elemento que nos distingue tanto dos animais quanto de Deus. Era, dessa forma, condenado, pois na Bíblia não havia nenhum indício de que Jesus teria rido e sua condenação se ligava a sua relação com o corpo, segundo Le Goff. Assim, conforme o autor, “Em um sentido amplo, o riso, assim como o ócio é o segundo grande inimigo do monge [...] sendo o riso o jeito mais horrível e mais obsceno de quebrar o silêncio” (LE GOFF, 2002, p. 72).

No entanto, apesar da dessacralização do riso pelo clero, retirando-lhe o caráter sagrado, o riso não é negado, mas sim, utilizado pela via da assimilação:

A manutenção de rituais similares no âmbito da cultura popular sugere [...] um processo complexo de assimilação e/ou dessacralização do riso, capaz de explicar, segundo pensamos, as oscilações e as ambigüidades na posição dos representantes do cristianismo. (MACEDO, 2000, p. 28).

O pensamento ocidental acerca do riso se origina de textos da Idade Clássica, sobretudo de Aristóteles e dos textos teológicos: “O riso torna-se a prova, por excelência, da ambigüidade própria à condição humana: a superioridade em relação ao mundo físico e aos seres irracionais, e a inferioridade em relação ao transcendental e ao eterno.” (ALBERTI, 2002, p. 69)

Após a Idade Média, houve a difusão do hábito de contar piadas como modo de interação social entre os cavaleiros. Nesse momento, vai predominar o valor do riso como arma de combate, gerando sentimentos de liberação e sendo tática de resistência. Pela via da desmistificação, esse riso passa aproximar tudo o que é sereno, sublime àquilo que é humano e universal, tendo um profundo valor de concepção do mundo, obtendo, segundo Bakhtin, “[...] a transferência do plano material e corporal [...] de tudo que é elevado, espiritual, ideal e abstrato.” (BAKHTIN, 1996, p. 17).

Nesse sentido, Bakhtin versou sobre o recurso à ironia, a qual dá um significado contrário ao esperado, considerando algo como bom quando, na verdade, pretende expressar o oposto. A ironia vem a ser um recurso argumentativo que pode dar ao expectador uma margem maior de argumentação e interpretação, uma vez que vai decidir se se dirige pelas vias do sentido oposto ou não.

O riso, na Renascença, era considerado importante tanto quanto a seriedade e poderia manifestar a verdade sobre o homem, sobre a história e sobre o mundo. Prevalece o seu sentido de regenerar já que possibilita a leitura de um mundo totalmente diferente, de um “mundo às avessas”.

Como a capacidade de rir distingue o homem dos outros seres, o riso está associado à cognição. Vinculamos essa sua capacidade às correlações que há entre o riso expresso pelo homem e seu meio. Nesse sentido, cada grupo, cada sociedade terá a sua manifestação específica do risível. Ora, o que é risível para uns, pode não ter o mesmo tom jocoso para outros. Dessa forma, considerando que o riso pode transcender os limites do real, desmistificando ideologias, entendemo-lo também como parte essencial de rituais de certas sociedades.

É assim que, segundo Pierre Clastres, os índios Chulupi, do Chaco paraguaio

[...] ridicularizavam no nível dos mitos, o que é proibido ridicularizar no nível do real [...] concluindo que, para os índios, trata-se de pôr em xeque, de desmistificar aos seus próprios olhos, o medo e o respeito que figuras reais como o jaguar e o xamã os inspiram (CLASTERS *apud* ALBERTI, 2002, p. 31).

O ridículo vem a ser tudo aquilo que contrasta com um padrão estabelecido, modo, idéia de ordem ou de decência, “um sinônimo de vício ou desvio” (MONTESQUIEU *apud* ALBERTI, 2002, p. 122), segundo Montesquieu; “uma particularidade ou estranheza que distingue uma pessoa do meio que a circunda” (PROPP, 1992, p. 59), segundo Propp. O ridículo, nesse caso, torna-se o risível, aquilo que leva ao riso. Várias são as imagens do *Amigo da Onça* que contrastam com os padrões e a ordem, tanto em seus personagens como em suas abordagens. Personagens que, em sua constituição física, fogem dos padrões ditados, considerados, pois, ridículos; personagens cujas atitudes fogem da norma, corruptos, loucos, bêbados, e por isso, ridículos. O próprio *Amigo da Onça* representa o ridículo, sendo sinônimo de desvio, levando, portanto, ao riso.

Verena Alberti (2002) distingue “riso” de “risível” considerando risível aquilo de que se ri, o objeto do riso, ou seja, uma piada, uma brincadeira, o jogo, a sátira. Risível, nesse caso, recebe o nome também de cômico, e o emprego de sua palavra tem uma função instrumental. Charles Baudelaire, por sua vez, considerando também o riso dependente do meio, afirma que “o cômico está

naquele que ri e não no objeto do riso” (BAUDELAIRE, 1976, p. 532). Assim, o cômico não reside necessariamente na piada que se conta, nas definições exageradas da caricatura de alguém, mas sim, naquele que a observa e a denota como cômica ou não, mudando a ordem da concepção que se tem das coisas. Partilhando dessa mesma idéia, Henri Bergson versa sobre o cômico dizendo que esse não se restringe ao objeto do riso, mas ao seu observador, o sujeito. (BERGSON, 2001)

Não desconsideraremos, no entanto, as acepções de Verena Alberti na função do risível como valor instrumental, tomando-o assim para conceituação pura em nosso trabalho. Considera-se risível, o próprio *Amigo da Onça* e suas temáticas. Porém, as assertivas de Bergson e de Baudelaire não são, de modo algum, descartadas, já que o objeto do riso é sim, o “risível” ou o “cômico”. Mas somente será risível ou cômico segundo o olhar daquele que ri.

Compreendemos que “A comicidade pode ter como causas, diferenças não apenas sociais, mas de costumes, por exemplo entre dois povos diferentes numa mesma época. Tudo o que foge à norma de um povo será cômico.” (PROPP, 1992, p. 60). Como um ato social que é, as variações do risível são inúmeras, levando ao humor apenas aquele indivíduo que compreende e aceita a anedota que esse riso traz em si. Ele advém do inesperado, da revelação do que se pretende ocultar, ou oculta o que não se quer revelar, por isso faz parte de uma cadeia de relacionamentos nos quais os atores sociais de um determinado período possam se reconhecer nesse riso, fazendo parte direta ou indiretamente dele, construindo formas identitárias.

Elias Thomé Saliba entende também a “essência” do risível, tal qual versa Henri Bergson, como uma função social, e segundo ele, o riso estabelece os elementos de uma sociedade. Nesse sentido, nos diz que: “Para entender o riso, impõe-se colocá-lo no seu ambiente natural que é a sociedade, impõe-se, sobretudo, determinar-lhe a função útil que é uma função social [...] o riso deve ter um significado social” (BERGSON *apud* SALIBA, 2002, p. 22). Desse modo, o riso não tem “essência” e sim, uma história, sendo na sociedade onde encontramos essa essência e não na natureza humana.

O riso é um fenômeno cultural, sendo mutável de acordo com a sociedade e a época. Conforme Jacques Le Goff, é também um fenômeno social já que para acontecer exige que se tenha pelo menos duas ou três pessoas

envolvidas, reais ou imaginárias: “uma que provoca o riso, uma que ri e outra de quem se ri. É uma prática social com seus próprios códigos, rituais, atores, palcos.” (LE GOFF, 2002, p. 65).

Embora sua afirmação se aproxime das idéias de Henri Bergson, Le Goff faz uma crítica às suas teorias sobre o riso pois deixa de considerar os fenômenos do corpo: a voz, a expressão facial, os gestos, os quais possuem sua própria história. Segundo ele, “se quisermos dar conta do cômico e do riso, é preciso ir além do instrumento da linguagem, das palavras [...]” (LE GOFF, 2002, p. 75) e não considerar somente, tal qual versa Bergson, o riso a partir da idéia de percepção de uma ação mecânica aplicada sobre o vivo, na qual devia ter havido algo espontâneo.

A idéia do mecânico aplicado sobre o vivo se dá quando algum princípio se anula no homem, quando as necessidades de adaptação faltam ao corpo – surgindo as doenças; faltam ao espírito – seguindo-se a pobreza psicológica e a loucura; faltam ao caráter – resultando na inadaptação à vida social. (ALBERTI, 2002) O riso, nesse caso, vem para corrigir essas faltas, ganhando uma função social, daí então, a definição do cômico como “mecânico aplicado sobre o vivo” ganha sentido.

Assim sendo, de acordo com Bergson, a rigidez seria inimiga da sociedade. É justamente nessa rigidez que residirá o cômico, e o riso será, portanto, o seu castigo. O riso, segundo ele, é algo que corrige, “[...] Feito para humilhar, deve dar à pessoa que dele é objeto uma impressão penosa. Através dele, a sociedade se vingará das liberdades que foram tomadas com ela. Ele não atingiria seu objetivo se portasse a marca da simpatia e da bondade.” (BERGSON, 2001, p. 480) De acordo com essa assertiva de Bergson, aplicamo-la à análise do riso do *Amigo da Onça*, sendo, antes de mais nada, um riso “nada engraçado”, um riso que corrige, que humilha o outro em seus deslizes e quando as necessidades de adaptação lhe faltam.

Nesse ponto de vista, Henri Bergson anula toda e qualquer teoria que dá ao riso uma significação biológica: suas causas não residem em processos cognitivos, nem afetivos, nem físicos. O gesto não significa nada além de sua função social, o que para Bergson, já é tudo. (ALBERTI, 2002). Disso decorre que sua teoria se torna um tanto ambígua e ultrapassada se pensarmos que hoje o “não-sério” é considerado tanto quanto o “sério”, dando um valor mais fundamental à

significação do riso. “Dir-se-ia, assim, que uma teoria do riso que não incorpore essa mudança não é mais possível, sendo provavelmente por isso que Bergson não consegue ‘significar’ o riso”. (2001, p. 197)

As imagens do *Amigo da Onça* possuem sua peculiar maneira de representar pelo riso, retratando pela comicidade a sua sociedade. Apontamos a sua propriedade passível, porém não imanente, de levar ao riso. Depende da bagagem cultural de seu leitor, do meio e do período em que este se encontra inserido. É desse modo que os cartuns captam os costumes, os hábitos cotidianos particulares e individuais em seus mínimos detalhes.

Social e culturalmente manifesto, o riso está de acordo com as práticas demandadas pelo objeto do riso e, por extensão, de acordo com o espectador. Seus sentidos nunca serão os mesmos, na medida em que incorporam transgressões, as quais são próprias à sua prática e existência. Constroem marcos de comicidade, valores incorporados que levam à uma tipologia do riso, ou seja, um riso provocado pela sátira, pelo grotesco, pela paródia.

Quando rompe com o esperado, revelando o oculto, o riso se aproxima daquilo que Freud entende como “[...] resultado geral de uma ruptura de determinismo” (FREUD *apud* SALIBA, 2002, p. 23). Nesse caso, a sua compreensão passa pelo entendimento dessa ruptura e de seu sentido. As rupturas de determinismo podem ser dadas por recursos utilizados na anedota como os trocadilhos e, sobretudo, seu caráter ambíguo. Ainda, “Para que os risíveis sejam engraçados, é necessário que sejam adequados em tempo e lugar, que sejam inesperados.” (ALBERTI, 2002, p. 90). Do fator surpresa, cabem as idéias de Joubert que diz em todo risível,

é preciso haver algo de imprevisto e novo, além daquilo que esperamos atentos, porque o espírito suspenso e em dúvida pensa cuidadosamente no que admirará, e nas coisas engraçadas comumente o fim é inteiramente outro do que imaginávamos, sendo disso que rimos. (Joubert *apud* ALBERTI, 2002, p. 91).

Da mesma maneira, Vladimir Propp entende que o riso advém, também, do inesperado, “pela repentina descoberta de um defeito oculto” das coisas ou das pessoas a nossa volta. Esse riso é muito típico no nosso objeto de estudo já que o *Amigo da Onça* transita pelas vias do impensado, transgredindo normas e consolidando valores que, mesmo presente no imaginário, podiam ser

negligenciados pelas pessoas. Consoante, compreendemos que as possibilidades de humor em uma de suas práticas é a transgressão que leva ao riso: transgride as normas e por isso se faz inesperado.

Trocadilho e anedotas implicam em um riso satírico e até mesmo grotesco; nesse prevalece a abundância e o excesso, expressos em imagens reveladoras do *baixo corporal*; traz o sublime para a vida, para o universal, contrapondo o sagrado e o profano, o alto e o baixo, colaborando para uma perspectiva diferente do que se quer impôr em determinada sociedade, ou seja, “amortalhando o mito” (BAKHTIN, 1996). Péricles Maranhão utiliza do exagero cômico que é o grotesco penetrando no domínio do fantástico. Os personagens ridicularizados e/ou pormenorizados pelo *Amigo da Onça* ganham aspectos animalescos – com exceção das mulheres bonitas, ridicularizadas pelo menosprezo de sua ação frente à ação masculina - transformando-os em monstruosos, extrapolando os limites da realidade. Assim, “O grotesco é cômico, como tudo que é cômico, encobre o princípio espiritual e revela os defeitos, se tornando terrível quando o princípio espiritual se anula no homem.” (PROPP, 1992, p. 94)

Já o riso provocado pela sátira, Vladimir Propp o define como algo que combate, que mobiliza, que revela os vícios humanos que se pretende ocultar. Aquele riso que, pela sátira, demonstra algo como inaceitável:

Ela (a sátira) levanta e mobiliza a vontade de lutar, cria ou reforça a reação de condenação [...] de não compactuação com os fenômenos representados e, por isso mesmo, contribui para intensificar a luta para removê-los e erradicá-los. (Idem. p. 211)

A sátira pode também estar contida na paródia, quando uma pessoa ou aquilo que é criado por ela, é parodiado, desnudando o oculto e o inaceitável. O sentido de seu humor reside na revelação das fragilidades do parodiado. A fim de satirizar o cotidiano, as fissuras institucionais e suas fragilidades, o *Amigo da Onça* entrega o passado corrupto do político, a traição conjugal, revelando preconceitos arraigados e por isso, dando sentido ao seu humor.

### 2.2.1 Humor Gráfico no Brasil

O aumento da produção humorística no Brasil esteve diretamente ligado ao incremento da produção gráfica. Com a transição da Monarquia para a República, coloca-se no imaginário coletivo a busca por uma identidade nacional, questão essa, propulsora da constituição do humor gráfico.

Notemos assim que essa produção não nasce com a República, mas já está renitente no século XIX onde, aos poucos, viu aumentar a sua tiragem e o conseqüente aumento do público leitor, aliado ao crescimento urbano do país. Essa produção humorística, no entanto, segundo Saliba, “[...] aparecia sempre nas margens: primeiro, no rodapé dos jornais ou em pequenos e efêmeros pasquins semanais, depois, nas margens das obras e por fim, nas margens da produção escrita” (SALIBA, 2002, p. 38)

Nelson Werneck Sodré associa ao advento da gravura e conseqüentemente da caricatura, a ampliação de sua influência e o advento de novas perspectivas de informação e crítica, colocando a nu as mazelas da classe dominante de seu tempo, ligadas então, à realidade nacional. “Nesse sentido, o humorismo foi precursor da caricatura, que apareceu quando as técnicas de gravação permitiram conjugá-lo à atração visual do desenho e da imagem.” (SODRÉ, 1999, p. 233)

As imagens de humor foram ganhando espaço nos periódicos, jornais e demais meios de comunicação, na medida em que pululavam as discussões em torno da proclamação da República. Principalmente no Rio de Janeiro, então capital da república e maior centro urbano do país, foi marcante o crescimento dos semanários ilustrados, ocupando o humor visual um significativo espaço. Entende-se que a comicidade, ou melhor, a sua representação é avessa a qualquer estabilidade, tomando formas conforme as circunstâncias de seu momento, partindo de diferentes fluxos. Assim, “a expansão da caricatura e das páginas de humor esteve na razão direta de mudanças editoriais e iniciativas gráficas pioneiras.” (SALIBA, 2002, p. 43)

A força crítica do humor visual associado à difusão de novos hábitos de lazer juntamente com o crescimento urbano do Rio de Janeiro deram uma expressão maior e um maior espaço aos desenhos de humor<sup>3</sup> nas páginas dos

---

<sup>3</sup> Como desenhos de humor entendemos as charges, as caricaturas e as caricaturas de costumes, os cartuns. Essas imagens apareciam freqüentemente na *O Cruzeiro*, geralmente dedicando uma seqüência da revista para a publicação das mesmas. Quando no início da revista, publicava na

periódicos na mesma medida que a expressão verbal. Ora, o Rio passava por um acelerado crescimento urbano e populacional insurgindo as questões em torno da contenção de epidemias levando ao saneamento da cidade. As opiniões não eram, assim, somente manifestas pelos eruditos da literatura, mas também, pela transgressão do traço do humor em charges, caricaturas e cartuns. Definiam assim, segundo Silva (1990) “[...] vínculos entre uma produção imediatamente ligada ao mercado e outra que se desenvolve a partir de mecanismos de consagração erudita.” (SILVA, 1990, p. 12) Dessa forma, revela ideologias dominantes na sociedade brasileira do período, “[...] acompanhando dimensões críticas reivindicadas pela produção artística e cultural e assim submetida ao mercado.” (SILVA, 1990, p. 12)

Há que se notar que o aumento da reprodução cômica não está somente ligado ao aumento na produção gráfica, mas também, significam relações mais estreitas entre o cômico e o público leitor<sup>4</sup>, com a percepção das mudanças que os primeiros tinham do último, e por conseguinte, a percepção que tinha da sociedade. O humorista é assim, “[...] uma figura múltipla, com alta capacidade de trânsito entre diferentes práticas culturais.” (SALIBA, 2002, p. 77).

Consoante afirmação, o *Amigo da Onça* feito por Péricles, delineia os trâmites vividos pela sociedade naquele momento, denotando suas tensões e instabilidade. Péricles vivia o seu espaço, abordando temáticas que fazia dele mesmo, parte essencial desse tempo com as imagens do *Amigo da Onça* sendo integrantes na construção da narrativa histórica do país, toda essa difundida no imaginário coletivo. Assim,

---

seção “*Caricatura no estrangeiro*”, caricaturas vinculadas nos principais jornais europeus. Aumentava, desse modo, o seu prestígio entre os leitores e educava, já de antemão, o olhar desses para o seu conteúdo rico em reportagens ilustradas e corroborava o seu subtítulo: “*A primeira revista semanal ilustrada do Brasil*”. Para um maior aprofundamento do tema, ler: LIMA, Herman. **História da caricatura no Brasil**, Rio de Janeiro: José Olímpio, 1963. 4 Volumes; NERY, João Elias. **Charge e Caricatura na construção de imagens públicas**. São Paulo: PUC/SP. Tese de doutoramento em Comunicação e Semiótica. 1998; NETO, Accioly. **O Império de Papel – os bastidores de O Cruzeiro**, Porto Alegre: Sulina, 1998

<sup>4</sup> O sentimento de “desilusão republicana” foi a mola propulsora da produção humorística da última década do século XIX. Os cômicos, atuavam em sentido de dar evasão às suas desilusões e às da sociedade como um todo. Nesse meio cultural, o Rio de Janeiro, então capital federal, “[...] temos um círculo de humoristas que se confundem com a boemia intelectual. Esse movimento começa, na verdade, com a fermentação satírica provocada pelo início da República, formando-se um grupo de intelectuais que se caracteriza pela irreverência e por uma produção jornalística fortemente inspirada no humorismo. [...] Este grupo cultiva o humorismo da ‘desilusão republicana’ até o momento em que o regime se torna mais estável, coincidindo com a emblemática reforma urbana do Rio.” (SALIBA, Op. Cit. p.70)

A ocupação do espaço do humor visual [...] estabelece uma permanente comparação entre mundo imaginário e mundo vivido, apresentando o primeiro como instrumento privilegiado para a indagação sobre o outro, e sugerindo sua recíproca pertinência. (SILVA, 1990, p. 58).

A relevância histórica dos cartuns está em representar o real por meio do imaginário revelando práticas, perspectivas político-culturais do momento e dando ao humor um papel definido na imprensa brasileira.

### 2.3 HISTÓRIA E IMAGEM: ALGUMAS CONCEITUAÇÕES TEÓRICAS

As imagens como fontes documentais na História já se assentaram e ganharam credibilidade no meio acadêmico. É objeto que expõe comportamentos, o cotidiano, a política e a cultura, enfim, a sociedade. No entanto, é documento que necessita de metodologias próprias e análises que lhe são peculiares, historicizando-a conforme a abordagem dada pelo pesquisador. Segundo Ulpiano Toledo Bezerra de Menezes, a História da Arte só começou a encaminhar-se assentando a primazia das fontes iconográficas no século XIX e começos do XX e, sobretudo, mais tarde nos domínios da História Cultural. (MENEZES, 2003)

Em sua infinidade de conceituações, há que se definir o tipo de imagem trabalhada, pois esse levantamento pode sugerir caminhos da análise imagética. Como elemento de ordem cultural, a imagem é objeto significativo para a compreensão do que viria a ser um dado histórico analisado segundo não somente os seus aspectos políticos, mas também, os culturais, como partes de um mesmo processo de construção de uma civilização identificando suas formas de socialização para a posteridade. Podemos conciliar com a história cultural das imagens, novos domínios, identificando assim, de acordo com Roger Chartier (1990), como uma realidade social é construída e pensada em diferentes lugares e momentos. As formas de manifestações dos grupos dentro de uma mesma sociedade correspondem às suas perspectivas culturais seja enquanto política ou não. Há, portanto, os rituais que compreendem seus aspectos políticos, e por serem rituais se tornam manifestações do imaginário de seu meio, expressos pela cultura.

As imagens dão significado à representações estruturando as percepções de seu meio. É desse modo que esse objeto é fonte de estudo para o historiador, revelando valores, em seus ritos, símbolos que particularizam a

sociedade em questão e a identificam nos mais diversos âmbitos. Entendemos com Martine Joly que o domínio do simbólico dá à imagem uma significação que parte dela, mas sem ser-lhe intrínseca. “Trata-se, então, de uma interpretação que excede a imagem, desencadeia palavras, um pensamento, um discurso interior, partindo da imagem que é seu suporte, mas que simultaneamente dela se desprende.” (JOLY, 2007, p. 120). Tendo em vista a articulação dos setores que a compõem, compreendemos as relações sociais a partir de sua imbricada rede, analisando-a em suas perspectivas políticas, culturais, sociais.

Às imagens é dada uma função simbólica mediando as diferentes modalidades de apreensão do real e construindo o mundo como representação. Nessa perspectiva compreende-se a sociedade em suas configurações e em suas interdependências particulares em detrimento do sujeito universal, dos grandes acontecimentos. Seriam essas “estruturas do mundo social” (CHARTIER, 1990), historicamente produzidas por práticas políticas, sociais, discursivas, que, de acordo com Chartier, constituem o objeto de uma história cultural.

Os processos não são de modo algum contínuos, e a análise das imagens não é algo imutável e universal. Cabe à interpretação determinar os diferentes sujeitos históricos participantes, as práticas políticas, culturais, sociais e os discursos envolvidos em torno da mesma, haja vista, todo texto ser (incluindo aí o visual) a construção daquele que lê, conforme as diferentes utensilagens mentais<sup>5</sup>, atentando-se sempre, para não cair nos riscos do anacronismo.

As imagens nos propõe interpretações infinitas representando o mundo conforme os valores de seu artista, do seu contemporâneo que a lê e do pesquisador que a analisa. Faz-se necessário que o historiador seja sensível não somente aos seus elementos icônicos, mas também, que seja sensível às ausências da imagem que podem, por sua vez, revelar símbolos de seu tempo. Isso implica em trabalhar com o seu contexto social, tanto quanto a reconhecer os seus signos como código a ser decifrado, entendendo-as, assim “[...] como coisas – grifo do autor - que participam das relações sociais e, mais que isso, das práticas materiais.” (MENEZES, 2003, p. 14)

---

<sup>5</sup> Como utensilagens mentais, Roger Chartier definiu o termo como “utensílios e linguagem científica disponíveis, sistema de percepções.” Para um maior aprofundamento, indica-se: CHARTIER, Roger. **História Cultural: entre práticas e representações**, Lisboa: Difel, 1990.

Partilhamos do ponto de vista de Peter Burke, que diz que “as imagens não são nem um reflexo da vida social nem um sistema de signos sem relação com a realidade social, mas ocupam uma variedade de posições entre estes extremos.” (BURKE, 2004, p. 232), dando ao historiador a oportunidade de pesquisar aspectos do passado que outros tipos de fonte não dão.

As imagens podem fazer parte do processo de reconstrução da cultura material, a estrutura de seus artefatos e também a sua organização, revelar costumes, o cotidiano das pessoas comuns em um âmbito público ou privado. É capaz de transcender as barreiras dos discursos dominantes estando em seus “silêncios” as suas mensagens. Torna-se, para a história, objeto rico em perspectivas de interpretação, captando aspectos de seu tempo que os textos escritos talvez não pudessem captar. Além disso, “[...] comunicam rápida e claramente os detalhes de um processo complexo, como o da impressão, por exemplo, o que um texto leva muito mais tempo para descrever de forma mais vaga.” (BURKE, 2004, p. 101)

Toma-se o *Amigo da Onça*, partindo dessas premissas, pois como símbolo do imaginário, discorre sobre temas delicados como a corrupção política, o preconceito, e a hipocrisia social. Uma vez que poderia não somente registrar acontecimentos por meio do humor, mas também, influenciar os leitores é um agente histórico.

Nesse sentido, recolocando a imagem em seu contexto histórico original, por conseguinte, há que se estudar seus personagens ou pessoas representadas, evitando-se a criação de estereótipos por parte do pesquisador, “exagerando alguns traços e omitindo outros” (BURKE, 2004, p. 155). É assim que a imagem toma forma de narrativa, informando a respeito de fatos os mais diversos, evidenciando sobre:

a organização e o cenário de acontecimentos grandes e pequenos: batalhas; cercos; rendições; tratados de paz; greves; revoluções; concílios da igreja; assassinatos; coroações; as entradas de governantes ou embaixadores em cidades; execuções e outras punições públicas. (Idem. p. 175)

Como fontes históricas de abrangência multidisciplinar que são, os fragmentos da imagem devem ser contextualizados em seus desdobramentos sociais, políticos, econômicos, religiosos, artísticos, culturais levando-se em conta,

em sua análise, o processo de construção da representação no qual se originou. (KOSSOY, 2000).

A partir disso, entendemos que o repertório cultural de cada um é que o guiará na interpretação das imagens, ou seja, meu objeto pode dizer aquilo que quero. É nessa perspectiva que, segundo Kossoy, faz-se de bom grado que se reconstitua o processo do qual se originou a imagem, a sua “arqueologia”, aproximando-nos, assim, com os elementos oferecidos por essa, de um problema histórico. A reconstituição da imagem não é somente visualidade, mas também, a reconstituição da linguagem que participa da construção da mensagem visual a qual faz utilidade da ambigüidade provocando inúmeras tentativas de apreensão do real.

Na reconstituição da imagem, falamos aqui primeiro, em seu sentido *denotado*, que seria a imagem por si própria e, em um segundo momento, um sentido *conotado*, que corresponde à interpretação feita sobre essa imagem. Ao sentido conotado, corresponde, de acordo com Roland Barthes (1990), a uma “mensagem suplementar”, ou seja, um segundo sentido dado à imagem pelo leitor quando da sua interpretação. Nesse sentido, afirma Barthes:

[...] na verdade cada uma dessas mensagens – desenho, pintura, cinema, teatro- desenvolve, de maneira imediata e evidente, além do próprio conteúdo analógico (cena, objeto, paisagem), uma mensagem suplementar, que é o que comumente se chama o *estilo* da reprodução; trata-se de um sentido segundo, cujo signficante é um certo ‘tratamento’ da imagem sob a ação de seu criador e cujo significado – estético ou ideológico – remete a uma certa ‘cultura’ da sociedade que recebe a imagem. Em suma, todas essas ‘artes’ imitativas comportam duas mensagens: uma mensagem *denotada*, que é o próprio analogon e uma mensagem *conotada* que é a maneira pela qual a sociedade oferece à leitura, dentro de uma certa medida, o que ele pensa.” (BARTHES, 1990, p. 13)

A captação do repertório cultural da imagem – além dos processos envolvidos em sua construção, também a leitura que se faz dela - dará a credibilidade de sua análise. Desse modo, faz-se necessário que se evitem os perigos do apelo à intuição na captação dos princípios subjacentes das imagens. Erwin Panofsky propõe, nessa medida, que ao historiador, seja dada a tarefa de averiguar as condições em que seu objeto – a imagem – fora construído, chegando à conclusões precisas, ou seja, que dizem respeito à situações de um meio e tempo determinados. É nesse sentido que afirma que o historiador deve,

[...] ajustar-se, instruindo-se o máximo possível sobre as circunstâncias em que os objetos de seus estudos foram criados. Não apenas coligirá e verificará toda informação fatural existente quanto a meio, condição, idade, autoria, destino etc... mas comparará também a obra com outras de mesma classe, e examinará escritos que reflitam os padrões estéticos de seu país e época, a fim de conseguir uma apreciação mais 'objetiva' de sua qualidade." (PANOFSKY, 1976, p. 36)

Imagens analisadas a partir da retomada dos objetos e condições de sua produção, o ambiente em que se inseriu seu artista, evitam o apelo à intuição, grave erro apontado por Panofsky quando do estudo de imagens na História. Nessas análises, o historiador imbuí-se das subjetividades próprias ao artista no fazer de suas obras, e por isso, deve evitar inscrever as suas impressões pessoais a respeito das mesmas, deixando a ação apenas para prestar testemunho das 'intenções artísticas' (PANOKSKY, 1976).

Quando da leitura da imagem, mobilizamos nossas lembranças e experiências do mundo visível aplicando nosso repertório cultural em sua análise. A isso, soma-se a sua contextualização, aliada às exigências em torno dela e de suas abordagens – quando trata-se de imagens de humor – o que explica as suas mudanças de perspectiva em uma civilização. Dessa forma investiga-se por meio delas as transformações da sociedade em suas articulações e distribuições dos papéis sociais.

Nesse sentido, imagens seriam um meio para o estudo da civilização. Apesar de ser fonte histórica, o objeto, nesse caso, vem a ser a sociedade, vistas em seus costumes por meio da expressão visual das fotografias, caricaturas, cartuns etc. Compartilhando das idéias de Ulpiano Bezerra, as imagens não teriam um sentido imanente. Ela, somente, não pode significar nada além de teorizações abstratas, já que não passam de artefatos.

É a interação social que produz sentidos, mobilizando diferencialmente (no tempo, no espaço, nos lugares e circunstâncias sociais, nos agentes que intervém), determinados atributos para dar existência social [...]. É necessário tomar a imagem como um enunciado que só se apreende na fala, em situação. (MENEZES, op. cit., p.28)

Inserimos as articulações das abordagens do *Amigo da Onça* em seu meio. Estudando o período do governo de Juscelino Kubistchek e suas premissas de modernidade, encontramos na imagem as manifestações dessas, com temas dirigidos a universos cotidianos, públicos e privados. Ela é, assim, a manifestação cultural, política, social de seu período, ela é signo ou um conjunto de signos onde se pode ler toda uma situação social.

Para uma maior compreensão do universo imagético, bem como a compreensão dos conteúdos do *Amigo da Onça*, é imprescindível que se defina com que tipo de imagens estamos trabalhando, diferenciando-as em suas nomeações, conceitos e abordagens

### 2.3.1 Charge, Caricatura e Cartum: Debatendo os Conceitos

O último refúgio do oprimido é a ironia, e nenhum tirano, por mais violento que seja, escapa a ela. O tirano pode evitar uma fotografia, não pode impedir uma caricatura. A mordacidade aumenta a mordacidade. (Millôr Fernandes)

Com humor ácido e crítico, o *Amigo da Onça* abordava os acontecimentos de seu meio. No índice da revista *O Cruzeiro*, encontramos a referência à página do *Amigo da Onça* no tópico “*Humorismo*”. Junto de outras publicações de humor sejam elas, caricaturas, quadrinhos, charges, o *Amigo da Onça* se inseria nesse universo das páginas do riso. Sua conceituação como charge, caricatura ou cartum dá à mesma imagem noções diferentes de representação, daí a necessidade de definir cada um dos termos.

Devido à abrangência de significações talvez seja um tanto difícil definir, pois

[...] Charge e caricatura são a mesma palavra: carga; mas quando numa redação brasileira se diz **charge**, em geral se está pensando na sátira gráfica a uma situação política, cultural, etc, **estritamente atual**, **caricatura** é geralmente sinônimo de **portrait-charge**; e **cartum** vale para o comentário satírico duma situação **independente da atualidade** (grifos meus). (LOREDANO *apud* LAGO, 2001, p. 10)

Por uma poder estar contida na outra a associação é imediata. Porém, conforme afirmação de Loredano, percebem-se as diferenças entre elas. As

definições para os traços de humor são, portanto, inúmeras, cabendo a nós identificar o *Amigo da Onça* nessas definições.

Etimologicamente, o termo “caricatura” aparece na segunda metade do século XVI, na Itália, originando-se do verbo *caricare* que significa carregar, sublinhar. No entanto, seu estilo de representação gráfica existe desde a antiguidade, tanto na oriental (egípcia) como na ocidental com Panson (século V a.C.) considerado o primeiro caricaturista de que se tenha notícia. (ROMUALDO: 2000)

A caricatura utiliza recursos lingüísticos que lhe são peculiares e definem a especificidade de seu traço. A hipérbole faz parte de sua condição deformadora, desproporcionando no plano fictício aquilo que é dado no plano real. Utilizando da figura hiperbólica, ela exagera partes da fisionomia da personalidade retratada, aquelas que lhe são mais evidentes.

O olhar do caricaturista é um olhar perspicaz no sentido de captar, por meio do traço caricato, elementos da personalidade através da desproporção que faz. Exagera em seu barrigão, seu orelhão, sua boca muito grande, deixando-os ainda maiores. Rabaça e Barbosa conceituam a caricatura “[...] como representação da fisionomia humana com características humorísticas, cômicas ou grotescas.” (RABAÇA, BARBOSA *apud* ROMUALDO, op. cit. p.20)

De acordo com Luiz Guilherme Sodré Teixeira, é um “Traço eventualmente de reflexão, que não visa à crítica, mas ao humor. Seu objetivo final é produzir o duplo sujeito [...] revelando aparências.” (TEIXEIRA, 2005, p. 92). Por “duplo sujeito” entendemos com Teixeira o sujeito dado no plano real, mas que agora se reconhece com seus exageros propositais, no plano fictício, “na exterioridade de sua identidade corporal” (TEIXEIRA, 2005, p. 99)

Edson Carlos Romualdo percorre um outro caminho no que tange às premissas da caricatura. Para ele, é imagem que, quando associada a elementos de uma *charge*, faz-se um julgamento de valor do caricaturado, revelando os defeitos ocultos e portanto não visando somente ao humor, mas também, à crítica.

Desta forma, a caricatura é exagero proposital revelando elementos, por hora, ocultos. É independente da temporalidade, pois não se liga a fatos ou acontecimentos específicos de um momento, caricaturando alguém em sua mais pura essência. Isso implica em dizer que com o passar do anos, ainda se pode reconhecer a personalidade caricaturada pelo artista, não perdendo, portanto, sua

eficácia simbólica. Todavia, uma caricatura associada a elementos como balões, legendas, quadrinhos, toma uma outra forma, tornando-se temporal e crítica, conforme Romualdo.

Com exageros propositais de traços da fisionomia de alguém e não se remetendo a temas em voga que circundam aquele momento, o caricaturista pode lançar mão de recursos que aproximam o caricaturado do reino fantasioso associando a sua imagem a de monstros, animais, frutas, enfim, seres inanimados, revelando, com isso, aspectos de sua personalidade que aos olhos do senso comum passariam despercebidos.

No entanto, quando parte constituinte da charge caricaturiza presidentes, ministros, cantores, atrizes, jogadores de futebol e demais personalidades que, por algum motivo, tiveram o seu nome ligado a algum acontecimento que mereceu destaque no humor gráfico. Essas caricaturas associadas a charge tomam uma outra forma, versando sobre um fato e opinando sobre ele.

Charges retratam a realidade em que estão inseridas, abrangendo fatos culturais, sociais, políticos. Retratando o momento, ela é capaz de sintetizar toda uma perspectiva defendida denunciando as barbáries de sua época, quando da denúncia política. Se ligam geralmente a notícias de maior destaque nas páginas de jornais, revistas, internet e demais veículos de comunicação. Sua abordagem depende de seu artista e de seu posicionamento diante do fato.

Daí decorre a sua natureza dissertativa e, como nos propõe Edson Carlos Romualdo, a sua intertextualidade. O texto chágico tem seu sentido assentado em outras produções textuais, “[...] sejam elas verbais, visuais, ou simultaneamente verbais e visuais [...]” (ROMUALDO, 2000, p. 2). A charge é também um meio de informação sobre tal ou qual fato, dissertando por meio de traços, caricaturas, onomatopéias, cores, formas e sombras sobre temas contemporâneos a ela.

O chargista tem nas mãos a maleabilidade de tratar dos acontecimentos em voga - um político corrupto, uma ação beneficente de um artista, um desvio de conduta de uma personalidade famosa – ressaltando ainda mais os aspectos negativos do fato ou favorecendo a personalidade participante da charge. Para compor seu discurso, lança mão de experiências culturais, incorporando fatos novos que são vividos em seu meio.

Pode ser pura em sua essência, tratando apenas de acontecimentos, não trazendo em seu traço uma personalidade específica, ou por meio da caricatura se liga a fatos dirigidos a alguém. Desse modo, ela não é apenas simples espelho do momento, mas posiciona-se, incorporando-o ironicamente. Descontextualizando-a, perderá sua capacidade de ação e de informação. Daí vem a sua transitoriedade, temporalidade, dependente que é dos acontecimentos, perdendo sua eficácia conforme o tempo.

Assim, “A charge é um instrumento de crítica e sátira política limitado pelas especificidades de cada país.” (TEIXEIRA, 2005, p. 74). Por isso, para ser decifrada, é necessário que mantenha proximidade com o universo cultural do leitor já que em sua abordagem parcial traz o posicionamento de seu artista criador e também do meio que a vincula, podendo segui-lo ou tomar um sentido contrário à representação deste, daí a sua intertextualidade.

O discurso metafórico, contido na charge, associa a sua abordagem a fatos reais vividos cotidianamente. Por meio dessa figura de linguagem, se remete a tais fatos com articulações sutis que beiram à ficção, estabelecendo uma relação de proximidade com a realidade e opinando sobre ela, por isso, não é mera ilustração do texto verbal. A charge é poderoso instrumento de crítica que com seus elementos como a “polifonia, ambivalência e o humor [...] fazem com que ela afirme e negue, eleve e rebaixe ao mesmo tempo, obrigando o leitor a refletir sobre fatos e personagens do mundo político – e *social*, e *cultural* (grifo meu) - uma vez que põe a nu aquilo que está por trás deles.” (ROMUALDO, 2000, p. 197)

A caricatura na charge – ou a charge na caricatura – possuem, assim, maneiras próprias de ser interpretada, sendo traços carregados de discursos, levando ao humor pelo humor ou tecendo uma crítica. Sua riqueza está, pois,

[...] em que elas podem ter vidas próprias, não precisam ser subsidiárias ou dependentes de qualquer texto. Ao receptor caberia estabelecer os pontos de ligação. A imagem dentro daquele quadrado ou retângulo seria interpretada, às vezes de forma diversa ao proposto no texto contíguo ou mesmo do seu criador. (GAWRYSZEWSKI, 2004, p. 12)

Caracteres gráficos presentes nas charges como balões, onomatopéias e quadrinhos aproximam-na das definições de mais um tipo de humor gráfico: o cartum. Seus elementos podem estar presentes na abordagem de uma

caricatura, no entanto, possui suas especificidades principalmente no que tange à abrangência de sua abordagem e sua temporalidade.

A tendência do cartum é de abordar assuntos de conhecimento universal, por isso, seus personagens representam indivíduos particulares em suas problemáticas coletivas. Pode fazer uma crítica à sociedade como um todo, ironizar crises existenciais de sujeitos individuais e coletivos de um modo satírico e mordaz e, nessa medida, a-históricos. Suas temáticas transcendem a temporalidade podendo ser compreendidas e estudadas como objeto histórico atual na medida em que trazem assuntos que até hoje pairam no imaginário coletivo.

Quando faz uma crítica política, o faz não se dirigindo a uma personalidade específica – mas engloba todo e qualquer prefeito corrupto – e isso o diferencia da charge. Dirigindo sua crítica ao comportamento humano, em geral, foca sua abordagem no infinito, satirizando costumes, valores e o cotidiano. Desse modo é:

Traço de reflexão e humor que problematiza sujeitos e situações reais através de personagens e temas fictícios. O delírio é próprio de seu universo de significações. Propõe uma síntese funcional da política, da realidade e a cultura sob ponto de vista exclusivo da reflexão e do humor. (TEIXEIRA, 2005, p. 107)

O cartum não tem a necessidade de trazer personalidades conhecidas em sua abordagem. É o traço que mais aproxima o leitor da sua narrativa, já que esse se reconhece na abrangência da imagem fazendo uma reflexão de si e de seu meio, projetando os dilemas vividos cotidianamente em suas temáticas. Tendo como objeto o comportamento social, seus temas podem, por vezes, ser reconhecidos universalmente, não havendo a necessidade de estarem ligados diretamente a notícias em destaque naquele momento.

Os cartuns se aproximam muito das chamadas HQs – História em Quadrinhos – também conhecidas como “arte seqüencial” – tanto em sua forma (personagens fictícios, uso de balões, onomatopéias ) – quanto em seu conteúdo (traz temas abrangentes e universais). As HQs, no entanto, têm roteiro próprio e seguem uma ordem cronológica dividida pelo autor através dos quadrinhos. Cada quadrinho representa uma parte do desenvolver da história que levará ao quadrinho final, o fim de sua trama.

Na acepção geral de Camilo Riani as quatro formas de humor gráfico são assim definidas:

Caricatura – desenho humorístico que prioriza a distorção anatômica, geralmente com ênfase no rosto e/ou em partes marcantes/diferenciadas do corpo do retratado, revelando também, implícita ou explicitamente, traços de sua personalidade;

Charge – desenho humorístico sobre fato real ocorrido recentemente na política, economia, sociedade, esportes etc. Caracteriza-se pelo aspecto temporal (atual) e crítico;

Cartum – desenho humorístico sem relação necessária com qualquer fato real ocorrido ou personalidade pública específica. Privilegia, geralmente, a crítica de costumes, satirizando comportamentos e o cotidiano;

História em quadrinhos: (HQ): história desenhada/desenvolvida em distintas etapas/quadros seqüenciais, com roteiro e trama. (RIANI, 2002, p. 25/26)

Dentre essas conceituações de humor gráfico, qual delas melhor define o *Amigo da Onça*? Tendo em vista a infinidade de suas abordagens, o *Amigo da Onça* poderia estar vinculado a alguma reportagem da revista, algum acontecimento em voga no período ou tratar de assuntos que não estavam ocupando as manchetes da *O Cruzeiro*, mas eram vividos cotidianamente pelos seus leitores. Nesse sentido, não se delimita a um só tipo de humor gráfico. Poderia ser charge, poderia ser cartum. Na conceituação geral da imagem, tratamo-la como “cartum” visto que seus temas eram dirigidos a seres individuais em sua coletividade, fazendo uma crítica de costumes.

Devido principalmente a nossa delimitação temporal – 1956 à 1961 – suas temáticas faziam parte do cotidiano das pessoas, retratando-os, fazendo críticas a costumes, levando ao riso. Temas tratados na intimidade dos lares, seus ambientes privados e as fissuras nos relacionamentos entre si, desnudando a hipocrisia social existente, davam à imagem um âmbito universal e sendo, portanto, cartum.

O *Amigo da Onça* simbolizava as perspectivas de modernidade e desenvolvimentismo do governo Juscelino Kubistchek e com elas o alargamento de ideais de consumo: veículos como símbolo de status, donas de casa com seus mais novos eletrodomésticos, televisores fazendo parte do cotidiano dos indivíduos. Nesse sentido, o universo privado em detrimento dos públicos passaram a ser

retratados pelo traço do cartum. As temáticas são universais – relacionamento sogra-genro, a conquista de mulheres pelo personagem – podendo ser compreendidas independentemente do meio e da temporalidade, mas revelam o imaginário daquela civilização na qual borbulhavam as premissas de modernização e que tinham nos bens materiais, os símbolos para manutenção do status.

Os temas podiam, por sua vez, estar ligados a fatos específicos do momento, ou ter uma relação de intertextualidade com as reportagens da revista, dando à imagem conotação de charge. Assim, da disputa de eleições presidenciais, Péricles Maranhão utilizou o *Amigo da Onça* para abordá-la, satirizando o fato; da corrida espacial oriunda da Guerra Fria, lá estava o personagem fazendo uma sátira, levando ao riso. É, então, traço chargístico desvelando, por meio do humor, o lado obscuro dos fatos do momento. Dessa forma, seu “[...] processo discursivo, de fato, não tem um início, visto que o discurso se apóia sempre em um discurso prévio que lhe serve de matéria-prima.” (ROMUALDO, 2000, p. 57)

### 2.3.2 Texto e Imagem: suas Relações

A relação texto/imagem é de suma importância para a compreensão do valor das imagens de humor como objeto de autonomia própria. Pensemos então no sentido que tem as imagens em geral quando associadas a um determinado texto. A questão a ser discutida é: até que ponto se entende essa relação e qual a importância de um elemento para o outro. Sabemos que charges, caricaturas, cartuns não são objetos que se inserem num texto apenas para exemplificá-lo, daí a sua autonomia, porém, não nos esquecendo da sua condição de intertextualidade.

Peter Burke nos diz sobre a importância da imagem perante o texto escrito, já que pode passar a mensagem mais rapidamente que este (BURKE, 2004). Seu valor enquanto documento está na capacidade de transmitir a mensagem de maneira autônoma e por vezes muito mais crítica que o discurso escrito, uma vez que leva o leitor a fazer uma reflexão de sua sociedade, retomando seus valores próprios e os valores do contexto histórico da imagem para sua leitura. No entanto, não pretendemos aqui desmerecer a validade dos documentos escritos. Trata-se sim

[...] de um esforço para ampliar o universo de documentação e análise do Historiador, jamais incentivando novos preconceitos ou negligências, preservando a preocupação com a identidade histórica da pesquisa nesse universo documental. Isso significa que o visual é aqui considerado como dimensão de historicidade, sem se reduzir às perspectivas analíticas de outros campos de saber que com ela trabalham. (SILVA, 1991-92, p. 118)

Imagens sem legendas podem ser trabalhadas em seus aspectos pictóricos, o tipo de traço do artista, o foco dado à fotografia, os elementos presentes, etc. Falas, balões, onomatopéias, dão sentido à trama da imagem – especialmente as de humor gráfico – e as legendas podem localizá-las em seu contexto cultural, político, social. A representação desses balões e letras como suporte gráfico da imagem, a forma como aparecem dispostos auxiliam na sua interpretação, tanto na fala, quanto na imagem como um todo.

Desse modo, os exageros propositais da caricatura, a sátira da charge são compreensíveis por si, mas os textos que trazem corroboram as premissas do artista que a criou. Como traço parcial que é, as legendas e/ou textos presentes levam o leitor a tomar o seu posicionamento diante da confirmação do caminho seguido pelo autor da imagem por meio da legenda. Esses componentes auxiliam o receptor da imagem a entendê-la de forma clara, aliando o humor gráfico ao texto verbal em suas múltiplas combinações. Assim: “A legenda pode reforçar e/ou complementar a imagem, dando-lhe sentido, atingindo mais diretamente o caricaturado ou uma situação cotidiana da população” (GAWRYSZEWSKI, 2004, p. 11)

Ao caricaturar uma pessoa, usando de recursos que são capazes de desfigurá-la, comprometê-la perante a sociedade, trazendo os defeitos físicos e psicológicos para a exterioridade, o que o artista faz quando usa textos ou frases é reafirmar aquilo que o mesmo pretendeu dizer somente através do desenho. A eficácia de charges, caricaturas e cartuns reside, então, no fato de que podem ter vida própria. Por meio deles, é possível que se identifiquem elementos que formavam personagens e seu contexto histórico particular. As frases ou textos aparecerão, portanto, em conformidade com a imagem, e essa sintetiza a mensagem do texto.

### 2.3.3 Metodologia de Análise do Discurso Imagético: Charges, Caricaturas e Cartuns

O discurso imagético, em suas particularidades, pede uma análise específica enquanto fonte de estudo para o historiador. Com os instrumentos oferecidos por ele, pretendemos nos aproximar dos problemas históricos. Assim, analisamos as imagens do *Amigo da Onça* partindo das premissas de Erwin Panofsky (1976) e seu “paradigma indiciário”, justificando teoricamente as pesquisas iconográficas. Seguindo a própria terminologia – *paradigma indiciário* – “[...] necessitamos de uma faculdade mental comparável a de um clínico em seus diagnósticos – faculdade essa que só me é dado descrever pelo termo bastante desacreditado de ‘intuição sintética’ [...]” (PANOFSKY, 1976, p. 92). Como esse apelo ao estudo dos indícios do documento requer algumas preocupações particulares, os historiadores devem se ocupar mais com aspirações coletivas, com culturas e sociedades que com as individualidades. Isso também é válido ao intuito de se definir as ‘intenções’ dos artistas. Em primeiro lugar, essas ‘intenções’ não podem ser definidas cientificamente uma vez que estão acordadas com padrões ditados na época daqueles que produzem, ao meio em que vivem. Isso ocorrerá também com o pesquisador que analisa a imagem, na medida em que sua análise estará imbuída da bagagem cultural que possui, daí a necessidade de se focar mais diretamente na coletividade que na particularidade.

Peter Burke alerta para alguns cuidados na interpretação das imagens, mais especificamente no que diz respeito às suas ausências, atentando-se para essas. Desse modo, precisamos “[...] avançar em direção à consideração dos signos como maneiras de pensar, como idiomas a ser interpretados, ir além da consideração dos signos como meio de comunicação.”(BURKE, 2004, p. 120). As imagens nos revelam, nesse sentido, muito mais que sua iconicidade, nos revelam, nas suas “ausências”, a existência de particularidades de uma sociedade. Assim, continua Burke,

[...] os significados das imagens dependem de seu contexto social [...] expressão num sentido amplo incluindo o contexto geral, cultural e político, bem como as circunstâncias exatas nas quais a imagem foi encomendada e também seu contexto material, em outras palavras, o lugar físico onde se pretendia originalmente exibi-la. (Idem. p. 225)

De acordo com essas premissas, seguimos as etapas analíticas propostas por Erwin Panofsky (1976). Apropria-se de seu 'Quadro Sinóptico', aplicando-o ao *Amigo da Onça*:

OBJETO DA INTERPRETAÇÃO	ATO DA INTERPRETAÇÃO
I – <i>Tema primário</i> ou <i>natural</i> (A) fatural; (B) expressional – constituindo o mundo dos motivos artísticos.	<i>Descrição pré-iconográfica</i> (e análise pseudoformal)
II – <i>Tema secundário</i> ou <i>convencional</i> , constituindo o mundo das imagens, histórias e alegorias	<i>Análise Iconográfica</i>
III – Significado intrínseco ou conteúdo, constituindo o mundo dos valores “simbólicos”	<i>Interpretação iconológica.</i>

Fonte: PANOFSKY, Erwin. **Significado nas artes visuais**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

No qual, a 'descrição pré-iconográfica', seria a identificação das formas, identificação dos objetos presentes na imagem, ou conforme Panofsky, “o mundo das formas puras, portadoras de significados primários ou naturais.” (PANOFSKY, 1976, p. 50); da 'análise iconográfica', temos a identificação nas imagens de certas atitudes, características que ligam o conteúdo da obra a algum significado a que o observador faz uma ligação direta. Nessa etapa há também há a descrição e identificação da imagem – Fotografia? Charge? Cartum? Caricatura? – e seus personagens, seu significado convencional; ainda, a 'interpretação iconológica', que se liga ao conteúdo trabalhado na imagem que, segundo Panofsky,

[...] é apreendido pela determinação daqueles princípios subjacentes que revelam a atitude básica de uma nação, de uma classe, um período, crença religiosa ou filosófica – qualificados por uma personalidade e condensados numa obra. Não é preciso dizer que estes princípios se manifestam, e portanto esclarecem, quer através dos 'métodos de composição', quer da 'significação iconográfica'.” (PANOFSKY, 1976. p. 52)

Infere-se, conforme Panofsky, que uma interpretação iconológica eficaz advém de uma análise correta das imagens, das histórias e alegorias. Nessa, o historiador deve aferir de métodos em que haja comparação de documentos, para recuperar elementos peculiares do momento histórico do objeto, sempre tendo como

base documentos que estejam imbuídos de um certo significado intrínseco que, para o historiador, será testemunho de tendências políticas, religiosas, filosóficas, particulares de uma nação ou período.

Recuperando-se particularidades do momento histórico da imagem, retomamos também as suas relações intrínsecas com a linguagem, uma vez que “[...] a linguagem não apenas participa da construção da mensagem visual, como a substitui e até a completa em uma circularidade ao mesmo tempo reflexiva e criadora.” (JOLY, 1996, p. 11). A linguagem faz parte da construção do imaginário que está intrínseco na imagem, faz parte do jogo de costumes de seu período. Pode revelar dados de uma civilização, suas premissas, suas ideologias.

A “imagem” é, em si, a própria metáfora: o dicionário dá à palavra “metáfora” como sinônimo de imagem. Fala-se por imagens, como um signo exprimindo idéia de alguma coisa. Esse signo, por sua vez, reveste-se de ambigüidades, “[...] instiga e provoca inúmeros modos de tentativa de apreensão do real.” (CHALHUB, 2002, p. 9). Desse modo, para decifração da imagem, deve-se considerá-la de acordo com o canal onde foi organizada – canal do *Amigo da Onça*: a revista *O Cruzeiro* – bem como conhecer o contexto histórico desse canal. Concluimos assim com Samira Chalhub, que “O signo tem resíduos culturais. A seleção dos signos é do emissor. A palavra, evidentemente, não existe isolada, existe numa sintaxe de significações articuladas.” (CHALHUB, 2002, p. 74) Da mesma maneira, Umberto Eco, propõe que

[...] decodifiquemos a mensagem segundo tudo quanto ela possa comunicar, não nos esquecendo de focar a estrutura própria da mensagem, examinando-lhe, por fim, os signos e as relações entre signos em referência a um dado código a que o autor se atém, presumindo-o do conhecimento de seus leitores. (ECO, 197, p. 131)

As relações entre os signos, os seus ícones – a sua *camada iconográfica*, segundo Panofsky, na qual a descrição pressupõe a interpretação – teremos as imagens, objetos em sua acepção pura e que serão estudados iconologicamente. No caso do *Amigo da Onça*, esse assume termos de linguagem que só tem significados válidos no âmbito das charges e cartuns. O balão, por exemplo, de acordo com Eco seria

[...] mais que um elemento convencional, pertencente a um repertório de signos, seria um elemento de *metalinguagem* (grifo do autor), melhor ainda, uma espécie de sinal preliminar, que impõe para a decisão dos signos contidos no seu interior, a referência a um determinado código. (Idem. p. 145)

Assim, o próprio fato de haver balões e demais elementos típicos das imagens de humor gráfico denotam uma perspectiva de decodificação dos signos presentes diferentes de outras imagens. Nesse sentido, com as etapas metodológicas que em muito se aproximam, seguem-se nesse capítulo as propostas para a análise do *Amigo da Onça*: o paradigma indiciário, as realidades da imagem, sua intrínseca relação com a linguagem e com isso a consideração de elementos que lhe são peculiares.

A partir disso – reconhecidos os elementos iconográficos e feitas as interpretações iconológicas – reconhece-se a imagem do *Amigo da Onça* como imagem de humor gráfico com suas especificidades. Desse modo, analisam-se os seus elementos tal qual algumas das etapas propostas por Romualdo (ROMUALDO, 2000.) para a análise das charges enquanto imagem de humor: adereços e roupas dos personagens, lugar em que se encontram; fisionomia; dote físico; data.

Partindo dessas premissas, conclui-se a análise da imagem como parte de seu contexto, como manifestação das querelas de seu tempo, de seu imaginário, revelando o cotidiano e os costumes. Ao *Amigo da Onça* é dado um significativo espaço de análise para estudo de seu tempo, fonte histórica para a posteridade, sendo sintomático das perspectivas de um governo que teve como consequência de seus ideais, o consumo desenfreado e a individualidade cada vez mais acentuada entre os indivíduos.

O personagem seria, então, algo *típico*, reconhecendo, *no típico* as assertivas de Eco:

[...] o personagem adquire uma fisionomia completa, não apenas exterior, mas intelectual e moral. [...] a personagem artística é significativa e típica quando o autor consegue relevar os múltiplos nexos que coligam os traços individuais dos seus heróis aos problemas gerais da época. (ECO, 1976, p. 219-220)

Retomar-se-á todos os elementos propostos na metodologia de análise quando da exposição dos cartuns e charges do *Amigo da Onça* nos próximos capítulos.

### 3 CAPÍTULO II

#### CONTEXTUALIZANDO O CARTUM: REVISTA O CRUZEIRO

O grande sucesso do cartum *Amigo da Onça* está na mesma proporção de seu suporte gráfico que, desde o primeiro número, já vinculava a sua imagem à modernidade. De subtítulo “*Revista Semanal Ilustrada*”, a *O Cruzeiro* inovou quanto às próprias condições de produção – a primeira revista em rotogravura, o que lhe permitia uma maior variação no tamanho e disposição das fotografias.

Criada pelo jornalista português Carlos Malheiro Dias, a *Empresa Gráfica Cruzeiro S.A.* não vingou por falta de recursos. Logo, vende-a para o visionário da comunicação, o jornalista Assis Chateaubriand dono dos Diários Associados<sup>6</sup>. O primeiro número do *Cruzeiro*<sup>7</sup> foi lançado em 10 de novembro de 1928 com tiragem de 50 mil exemplares.

Tal fato foi precedido de anúncios em torno do conteúdo, da inovação e da qualidade da “*Primeira revista semanal ilustrada do Brasil*”, a mais moderna das revistas. Quatro milhões de prospectos espalhados por aeroplano anunciaram, em 5 de novembro desse ano, a revista que seria lançada no dia 10. Seus textos anunciavam a prosperidade do periódico, aliando-a à publicidade:

‘A Revista CRUZEIRO será a maior força publicitária do Brasil. 1º número brevemente.’

‘CRUZEIRO. A Revista contemporânea dos arranha-céus. 1º Número brevemente.’

‘Todo o Brasil terá seus anuncios se forem confiados à publicidade de CRUZEIRO.’

‘A publicidade da Revista CRUZEIRO guia a clientela como o pharol guia os navios.’

‘CRUZEIRO. A Revista contemporânea dos arranha céus tudo sabe tudo vê. 1º número brevemente. (URSINI, 2000, p. 51)

<sup>6</sup> “Diários Associados” era uma rede de comunicações nascida no ano de 1924 e que, em 1959, chegou a congregar “dezenas de jornais, as principais estações de televisão, 28 estações de rádio, as duas mais importantes revistas para adultos do país, doze revistas infantis, agências de propaganda [...]” (MORAIS, 1994, p.32)

<sup>7</sup> Primeiramente, a revista era assim chamada, *Cruzeiro*. O “O” só viria a ser acrescentado no ano seguinte, em 1929.

As propagandas tomavam grande parte do conteúdo da revista, freqüentemente ocupando muitas páginas, antes e depois de longas reportagens.

Os primeiros números da revista foram impressos na Argentina, onde havia melhores recursos técnicos para acompanhar a sua proposta de modernidade. A permanência da publicação era mantida, nos primeiros anos, principalmente por anunciantes, mas contava também com assinaturas anuais e mensais. Seu espaço de vivência era o urbano, sobretudo o Rio de Janeiro, apresentando-o como cartão postal do Brasil em seus modos, costumes e, principalmente, como indício do desenvolvimento e da industrialização, que modelava-se consoante com a inovação técnica de produção da revista. Essas técnicas renovam o estilo de vida. Segundo Ursini, a urbanização ajuda a decolar a moderna imprensa brasileira. São índices do moderno estilo de vida: “[...] o telefone, a casa com garagem que indica o automóvel, mesmo que não o possua ainda, o fogão a gás, os aparelhos movidos a energia elétrica, entre os quais estava o aspirador de pó, chamado na virada da década de 30 de *machina electrica*.” (URSINI, 2000, p. 20).

Esse espaço possibilitava o entrelaçamento das diretrizes modernizantes da revista com um Brasil que tinha como modelo a França e, logo depois, os Estados Unidos. Questões sobre saneamento das cidades, industrialização, urbanização já eram discutidas desde o início do século aliando um novo aporte urbano ao comportamento dos indivíduos. Essas questões eram também ditadas pelas páginas do periódico.

*Cruzeiro* era uma revista dita de “variedades” trazendo temas como cinema, culinária, conselhos de beleza, conselhos para administração do lar pelas donas de casa, palavras – cruzadas; também, assuntos políticos, contos e crônicas com a presença de nomes como os de Raquel de Queiroz e também David Nasser. Tinha correspondentes internacionais em cidades como Paris e Nova Iorque, o que atraía ainda mais a atenção dos leitores.

O êxito inicial da revista foi devido a seu formato original – a primeira revista “impresa em papel couchê de primeira classe” (NETTO, 1998, p. 37) – com um conteúdo rico em reportagens ilustradas. Passa a ser referência naquele momento como também a primeira revista semanal do Brasil e a primeira com circulação nacional.

Essa nova narrativa da revista ilustrada com propagandas, pequenos textos e aumento considerável das fotografias implicava em um novo tipo de olhar pelo leitor. A instância do urbano implica em leituras mais rápidas trazidas pelo aumento do número de imagens utilizadas pelas revistas e a proximidade dessas imagens com seu conteúdo. É assim que as revistas ilustradas, “[...] também difundiram uma nova cultura urbana, com novos parâmetros de sociabilidade, civilidade e consumo, que deveriam ser almejados e buscados pelos leitores desses periódicos que quisessem ser modernos. [...]” (MONTEIRO, 2007, p. 164) No caso da *O Cruzeiro*, apesar da presença de algumas reportagens de caráter denunciatório, ditava comportamentos que se somavam como maioria em seu conteúdo, produto do interesse de seus próprios repórteres. Assim diz José Medeiros:

A revista tinha um monopólio total. Ditava moda, temas de conversa, tudo. As pessoas ficavam esperando *O Cruzeiro* sair. Ela influía muito na sociedade, o que não quer dizer que mudasse alguma coisa. Era acima de tudo uma revista de direita, feita para a classe média consumir. Muitas vezes havia reportagens sobre a fome, a repressão, resultado de interesse particular de alguns de nós. Eram publicadas porque, em realidade, aquilo era uma bagunça incrível, não tinha um controle organizado. (MEDEIROS *apud* CARVALHO, 2001, p. 167)

*O Cruzeiro* trazia em suas páginas fotografias conseguidas junto à *Empresa Gráfica Cruzeiro*, contando também com as enviadas pelos seus leitores por meio dos concursos de fotografia que promovia. Os participantes eram fotógrafos amadores e profissionais, brasileiros ou estrangeiros com domicílio estabelecido no Brasil, abrindo “[...] suas páginas a todas as contribuições photographicas que concorram para ilustrar a vida nacional nos seus acontecimentos e costumes, nas suas manifestações de cultura e de progresso [...]” (*O Cruzeiro*, 12/01/1929)

O apoio de Assis Chateaubriand a Getúlio Vargas na Revolução de 30 viabiliza política e financeiramente a publicação da *O Cruzeiro*. No entanto, ao romper com o mesmo em 1932, ficando ao lado dos constitucionalistas, quase finda a circulação do periódico. Segundo Carvalho (2001), Chateaubriand “[...] foi preso e quase deportado do país. Vargas interveio com violência em seus veículos: tomou-lhe *O Jornal*, censurou os *Diários* e proibiu a circulação de *O Cruzeiro* por alguns

meses.” O jornalista cessa sua oposição em 1934, apoiando a ditadura do Estado Novo, por oito anos, retomando o controle e a regularidade da publicação. A partir de então, continua Carvalho, “[...] serviu-se do poder, e a ele serviu, na medida exata dos seus interesses, incluindo os de natureza pessoal.” (CARVALHO, 2001, p. 61)

Apesar do sucesso inicial, a revista passa por momentos de crise durante quase, 15 anos. É na década de 40 que deslança principalmente devido à reformulação editorial pela qual passa. Nesse tempo, Frederico Chateaubriand, sobrinho de Assis, passa a dirigir a revista inovando no teor das reportagens e das fotografias. De acordo com Carvalho (2001) *O Cruzeiro* imprimia 45 mil exemplares em um ano, dando um grande salto – 58 mil – dois anos mais tarde. A reformulação inclui a entrada do fotógrafo francês Jean Manzon e do repórter David Nasser que inauguram uma renovação estética nas fotorreportagens mudando o caráter comunicativo do periódico. Contratam-se também Nelson Rodrigues, Joel Fernandes, Joel Silveira.

A revista consagrou-se assim como uma das maiores referências culturais do país, exercendo o papel de emissora de conceitos, modos de vida, moda e comportamentos em geral. A esses papéis associa-se outro, o de ferramenta de registro da história nacional. (ROMANELLO, 2006, p. 19)

Conforme Helouise Costa, essa é a terceira fase da revista onde, há uma mudança em relação ao o uso da imagem fotográfica “[...] com uma proposta mais ampla de reformulação dos padrões visuais que inclui também a valorização da caricatura” (COSTA, 1992, p.13). Na edição de 23 de outubro de 1943, o *Amigo da Onça* dá o ar de sua graça nas páginas da revista em meio às inovações de cunho visual. Nas palavras de Luiz Maklouf Carvalho, “Péricles Maranhão seria mais um reforço considerável à seção de humor, onde Millor já começa a aparecer – até com estranhos contos como “A Casa” – e Nássara continua a brilhar [...]” (CARVALHO, 2001, p. 88)

Em meados de 50, sobretudo na década de 60, *O Cruzeiro* vai perdendo força enquanto veículo de comunicação. Atribui-se à sua queda definitiva, em 1975, a fatores que foram se somando ao longo desses anos. Dentre eles, está o surgimento de dois grupos fortes de imprensa, a Abril e a Bloch. Dessa segunda, fazia parte a revista *Manchete* que delegou um grande apoio à candidatura de

Juscelino Kubitschek à presidência e, sobretudo, à construção de Brasília. Os vínculos estabelecidos com seu dono – Adolph Bloch – enalteceraam a imagem do presidente e de seu governo deixando, por um momento, a *O Cruzeiro* na desvantagem pois o apoio de Chateaubriand a JK teria sido sob a condição de um favor político: o presidente deveria tramar a sua vitória nas eleições para senador da Paraíba e ungi-lo embaixador do Brasil na Inglaterra.

Além disso, a informação impressa não dominava mais o mercado da mídia. A televisão ganha grande espaço com a informação rápida e precisa. Especificamente no caso da *O Cruzeiro*, sua queda está também associada à decadência dos Diários Associados, após a doença que acomete seu diretor, Assis Chateaubriand. A doença trouxe-lhe sérias complicações tanto quanto para sua empresa e apesar de seu conservadorismo, colocou-se contra a ditadura militar e perde o financiamento da publicidade oficial em suas páginas:

Velho e paralítico, vê ruir com seu império, todo o seu projeto para a nação, que não é derrubado pelas forças que sempre vira se digladiando pelo poder e que ele mesmo freqüentava de acordo com seus interesses, mas por outras que cresceram no escuro dos quartéis e foram apoiadas pelos interesses capital norte – americano que ele tanto admirava. (SILVA, 2004, p. 157)

Aumentam-se as reportagens ditas de “amenidades” ou futilidades, sob disfarce de um jornalismo sério, perdendo a credibilidade entre os leitores. Soma-se a isto as dívidas acumuladas, caos administrativo-financeiro e, nesse âmbito, a falta de recursos para a compra do papel da próxima edição, que aumentara vertiginosamente de preço.

### 3.1 A FORÇA DA VISUALIDADE

*O Cruzeiro* inaugura no Brasil a consolidação da reportagem aliada à visualidade. O crescente número de matérias que direcionavam o olhar do leitor está de acordo com a notoriedade dada à valorização das fotografias, das caricaturas, dos cartuns contidos nas suas páginas.

Promovendo, desde o início, concursos de fotografia, colaborou para a solidificação da importância da visualidade. Sua imagem esteve sempre ligada à inovação e modernidade e isso se estendia às técnicas de impressão que

conjugavam texto escrito e fotografias. Sobretudo na década de 40, as fotorreportagens tomam conta do periódico, dando às imagens um valor supremo que aproximava o seu conteúdo “moderno” com o olhar cada vez mais atento e perspicaz de seu leitor. As fotos geralmente vazavam-lhe as páginas e eram mais valorizados os conjuntos de fotos que formavam uma única reportagem e com menos ênfase, as fotos individuais. Nessas fotorreportagens, trazendo no canto inferior, traziam uma síntese da reportagem e em seguida o seu conteúdo completo, sem abandonar, no entanto, as imagens.

Em sua síntese imagética que abrangia temas e valorizava a imagem, alcançou todo o país e uma variedade de tipos de leitores. Raras eram as reportagens que apareciam apenas com texto escrito, de lado a lado. A publicação de fotografias, muito mais do que a reportagem, conduzia comportamentos, costumes, valores e com isto povoou de imagens o cotidiano do país. A sua força visual atribui-se à importância do leitor enquanto consumidor da revista que acompanhava e contemplava as mudanças em seu conteúdo.

Nota-se pelas palavras da própria revista o enaltecimento da visualidade enquanto conteúdo, aproximando leitor e reportagem ou melhor dizendo, leitor e fotorreportagem:

[...] Uma revista é um instrumento de educação e de cultura: onde se mostrar a virtude, animá-la; onde se ostentar a beleza, admirá-la; onde se revelar o talento, aplaudi-lo; onde se empenhar o progresso, secundá-lo. O jornal dá-nos da vida a sua versão realista, no bem e no mal. A revista redu-la a sua expressão educativa e esthetica. O concurso da imagem é nella um elemento preponderante. A cooperação da gravura e do texto concede á revista o privilegio de poder tornar-se obra de arte. A política partidária seria tão incongruente numa revista do modelo de Cruzeiro como num tratado de geometria. Uma revista deve ser como um espelho leal onde se reflecte a vida nos seus aspectos edificantes, attraentes e instructivos. Uma revista deverá ser, antes de tudo, uma escola de bom gosto. (Disponível em: <http://www.memoriaviva.com.br/ocruzeiro/>. Acesso em 10/01/2010)

Pelo discurso, percebemos a posição dada à imagem desde o princípio da revista. Enaltece-se o que se “admira” o que se “observa”, ações ligadas ao olhar do espectador. A imagem é analisada em seu valor estético formando com o conjunto do periódico uma obra de arte e também como formadora de opinião pública a respeito dos fatos, daí o seu caráter educativo, “uma escola de bom gosto”.

Os temas vinculados nas fotorreportagens, que ganham grande destaque na revista a partir da década de 40 com a entrada da dupla Jean Manzon e David Nasser, que duraria 9 anos, inauguram o tempo do jornalismo informativo. Tratam de assuntos que buscavam interessar um grande número de leitores de distintas classe sociais, idade e sexo. São temas corriqueiros como culinária, moda, cinema, Jóquei Clube e Cassino da Urca e também exóticos e aventureiros aguçando a curiosidade dos leitores.

Para isso, tanto vale abordar o cotidiano das pessoas comuns, que assim se sentem retratadas pela revista, como trazer para seus lares realidades inteiramente estranhas ao seu mundo, seja pelo exótico ou pela sofisticação, que igualmente as atrai. Na forma, a reportagem fotográfica procura situar o leitor no espaço e no tempo. (SILVA, 2004, p. 36)

Com isso, em meio ao processo de urbanização e o conseqüente êxodo rural desenvolve-se um novo processo na imprensa: o contato com um novo modelo social que engloba a família, a casa, o trabalho e com eles a crescente mentalidade do consumo com novos produtos que tomam conta das páginas de publicidade do periódico, ditando padrões de comportamento entre seus leitores.

Para além dos temas cotidianos, as fotorreportagens tratavam também de temas políticos que tomam conta do imaginário dos leitores ao penetrar na vida não somente pública, mas também, privada dos candidatos ou detentores de cargos públicos. Juscelino Kubitschek é um exemplo significativo desse novo cenário que se inaugura na imprensa. A vida privada como uma extensão da vida pública associando a imagem do presidente e sua família à sua boa conduta na administração do país. Concordando com as fases da *O Cruzeiro* pela autora Helouise Costa (1992)<sup>8</sup>, este período corresponde à quarta, em que a democracia do

---

<sup>8</sup> Consoante Helouise Costa, a revista *O Cruzeiro* se caracteriza por quatro principais fases as quais envolve, também, sua expansão enquanto veículo de comunicação. Seriam elas: "A primeira fase corresponde ao curto período de 1928 `1932 e caracteriza-se, sobretudo pela permanência de padrões visuais do século XIX. A revista já apresentava um grande numero de fotografias, provenientes de fontes variadas: enviadas pelos leitores, produzidas pelos fotógrafos pictorialistas, fotos de colaboradores diversos, como retratistas, excursionistas e caçadores, fotos de agencias estrangeiras, além de uma incipiente produção própria. O seu formato grande, desde o lançamento, justificava-se pela proposta de valorizaçãi das imagens. É um período de gde experimentação no que diz respeito aos recursos visuais. [...] A partir de 1933 *O Cruzeiro* entrou numa segunda etapa. A queda da bolsa de Nova Iorque, a Revolução de 30 e a Revolução Constitucionalista de 1932 foram episodios sucessivos que abalaram consideravelmente a situação política e econômica do país. A instabilidade daí decorrente afetou duramente os *Diários Associados* [...]Ocorreu então uma mudança radical. *O Cruzeiro* perdeu autonomia e passou a utilizar material grafico, fotografias e

país está consoante com a grande expressão da fotorreportagem formando uma cultura de massa no processo de urbanização acelerada.

É então, pela valorização da imagem e pela multiplicidade dos temas que Assis Chateaubriand engloba um universo múltiplo de leitores e consegue aquilo que pretendia desde o começo: alcançar todo o Brasil. *O Cruzeiro* se torna padrão e estabelece padrões dentre as pessoas. Ao enaltecimento constante e cada vez maior da imagem soma-se a sua eficiente distribuição pelo país que atingiu públicos variados e leitores assíduos da revista e seguidores de suas diretrizes.

### 3.2.1 Um Governo em Foco: a Construção da Imagem de Juscelino Kubitschek

As fotografias, que passaram a ser utilizadas cada vez mais com maior frequência pelas revistas ilustradas, ganham um sobressalto perante os volumosos textos escritos que ainda eram vinculados nos jornais. É na década de 40 que as fotorreportagens ganham força entre os leitores. As fotos trazidas nas reportagens possibilitava ao leitor uma síntese da matéria toda e também se propunham a um caráter verídico por estarem ali para comprovar o que estava escrito nas reportagens.

É justamente o prevalecimento das fotorreportagens que faz enaltecer a *O Cruzeiro* como periódico líder por quase 30 anos. Suas imagens e reportagens ajudaram a construir a cultura nacional da época, tanto como meio de representação da elite brasileira, tanto como criação do próprio fotógrafo em sua técnica fotográfica ou na seleção prévia que fazia de suas imagens. As fotorreportagens davam conta de assuntos os mais diversos, de uma matéria sobre o cotidiano de Copacabana até a cobertura da visita de um presidente a Paris.

---

colaboradores de *O Jornal*, outra publicação de Chateaubriand. Além disso, começou a contar com um grande número de matérias compradas do exterior e fotos de agências estrangeiras, especialmente dos Estados Unidos. A indústria cinematográfica americana estava sempre presente nas páginas da revista, através de matérias diversas sobre os filmes e a vida de suas estrelas. Também ganhavam grande espaço nas colunas de assuntos especificamente femininos, como moda, culinária, ginástica e conselhos sentimentais. Na cobertura de aspectos locais aparecem inúmeras matérias sobre amenidades, apresentando senhoras da sociedade, filhos de políticos, artistas, misses e militares. [...] (1943-1954) [...] Em relação ao período anterior de *O Cruzeiro* podemos assinalar algumas permanências. A presença da indústria cinematográfica americana continua bastante forte, bem como são ainda numerosas as colunas dedicadas ao público feminino. A vertente literária inaugurada em sua fase inicial, mantém-se através da publicação de contos e romances. A partir de 1943 ocorre uma grande reformulação editorial na revista *O Cruzeiro*, que se traduz principalmente pela instauração da fotorreportagem. [...] Consideramos o ano de 1954 como o final de uma segunda etapa de *O Cruzeiro* [...]” (COSTA, 1992, p. 9-14)

Nesse sentido, conteúdos sensacionalistas que tratavam o outro como exótico e diferente também fizeram parte da construção da mídia impressa, sobretudo da *O Cruzeiro*. Apesar da grande frequência das imagens em detrimento do texto, este não deixava de aparecer, mas poderia, por vezes, contradizer o conteúdo fotográfico. Assim segundo Silvana Louzada da Silva:

O fotojornalismo é, portanto, a relação da imagem fotográfica com o texto escrito, sendo que nas revistas ilustradas a fotografia ocupa mais espaço e tem mais importância que o texto, cuja função básica é complementá-la. Entretanto, o texto e especialmente a legenda também podem conduzir a uma leitura específica da imagem, assim como acrescentar dados que não estão na fotografia e até mesmo, o que não é raro na imprensa naquele momento, tratar de assuntos diferentes do que a imagem mostra ou mesmo contradizê-la. (SILVA, 2004, p. 27)

Nesse contexto David Nasser e Jean Manzon atuaram com reportagens de teor aventureiro que chamavam a atenção dos leitores, pois traziam o desconhecido, o diferente, até mesmo o bizarro. Em algumas matérias, os perigos a que a dupla se arriscava eram iminentes, segundo, claro, os próprios profissionais, numa mistura de realidade e ficção, como na matéria forjada sobre a Amazônia, uma série de reportagens publicada a partir de janeiro de 1944. A sua veracidade é contestada por Accioly Netto:

Ao que consta a série “amazônia” foi feita no Rio mesmo, com jacarés do Jardim Zoológico, na Quinta da Boa Vista, e ‘garimpeiros’ de um acampamento da construção civil, na Barra da Tijuca, tudo bem planejado e produzido pro Jean Manzon, que era um esteta e, como tal, achava que a realidade devia ser transformada em obra de arte, para agradar o público. (NETTO, 1998, p. 108)

Com esse caráter sensacionalista das reportagens, a dupla Jean Manzon e David Nasser ajudava a vender revistas tornando-se, naquele momento, estrelas da imprensa. Muitas de suas reportagens vinham com a foto da dupla anexada à matéria e algumas delas eram anunciadas antecipadamente, aumentando o suspense e a curiosidade dos leitores sobre o seu conteúdo. No entanto, inserem-se na nova proposta de jornalismo, no qual destaca-se a objetividade e a imparcialidade dos repórteres e fotógrafos. Muito mais influenciados por essa proposta, trabalham em *O Cruzeiro* José Medeiros, Luciano Carneiro,

Eugênio Silva, Luis Carlos Barreto, Henri Ballot e Flávio Dam propondo levar ao leitor, por meio das lentes de suas câmeras, a realidade sem retoques, tal qual como era no momento do ato fotográfico. (SILVA, 2004). No entanto, ao fazerem a sua seleção, direcionavam o olhar para aquilo que consideravam pertinente.

As fotorreportagens de cunho político tomaram conta das páginas da revista tratando da campanha de alguns candidatos, sua trajetória política e, até mesmo com maior frequência, abordando a sua vida privada como extensão da vida política. É nesse sentido, que se tornavam testemunhos, dando conta de sua trajetória profissional e funcionando como veículo de propaganda de um governo. Como a modernidade gera um aumento da sociedade de massas e faz com que ampliem-se os mercados dos meios de comunicação, o conteúdo da *O Cruzeiro* acompanhava o desenvolvimento do Brasil que se renovava. Desse modo há uma busca constante de um estilo ágil e arrojado destacando as grandes reportagens, de muita popularidade, que abordavam assuntos que mexiam com a opinião dos leitores.

É no governo de Juscelino Kubitschek que ganha grande relevância essa nova relação entre imprensa e político. Retratava-se, em suas matérias, o presidente como cidadão comum e também suas qualidades como governante. Estabelecia-se uma relação de troca para a própria sobrevivência de *O Cruzeiro* que necessitava do apoio do governo oficial para financiar o seu desenvolvimento publicando matérias que enalteciam o governo e seus grandes feitos.

A particularidade do governo Juscelino Kubitschek para com a revista *O Cruzeiro* está que, além de delegar favores econômicos ao grupo dos Diários Associados, entregou a Assis Chateaubriand o cargo de embaixador do Brasil na Inglaterra, em troca de favores políticos, ou seja, vinculação de uma imagem positiva de seu governo pelo periódico. Assim, o próprio Chatô relata sobre o ocorrido:

Desejo que os brasileiros saibam que não foi o governo quem me convidou para a missão que vou ter em Londres, na cabeça do Império. Fui eu quem, desde 1953, admitindo a hipótese de o governador Kubitschek vir a ser o presidente da República, lhe pedi que me reservasse a embaixada de Londres, caso pudesse merecer a confiança para exercê-la. Ele disse que sim, e que tão logo o embaixador Souza Leão se aposentasse, faria o expediente necessário junto ao Foreign Office para saber se eu era ali persona

grata, a fim de poder ser nomeado pelo governo federal. (CHATEAUBRIAND *apud* MORAIS, 1994, p. 600)

Além dos preceitos da política desenvolvimentista de Juscelino Kubitschek e sobre os feitos de seu governo, as reportagens divulgam a vida particular do menino humilde do interior de Minas Gerais que batalhou para ser médico e almejou altos cargos públicos, enfim, toda sua trajetória profissional e pessoal. Para temas como esse, *O Cruzeiro* contava com uma seção particular, denominada “Seção Política” que trazia assuntos dessa esfera que eram considerados relevantes. Nessa seção, Juscelino Kubitschek e seu governo foram muitas vezes o conteúdo principal, apontando, dentre outros aspectos, para a proposta de novas oportunidades de emprego provenientes de seu discurso nacional desenvolvimentista, na preocupação de aumentar o nível de vida da população e conseqüentemente combater a miséria.

A delimitação de fronteiras entre o público e o privado, segundo Antonie Proust (2009) , é um fenômeno histórico construído a partir de determinadas sociedades e de diversas maneiras. E nem a descrição de uma como delimitação da outra não é datada desde a origem dos tempos. No entanto, confirma-se a relação de dependência de ambas já que a esfera pública só ganha sentido porque há a delimitação com a esfera privada.

Consideradas as diferenças relativas aos meios sociais e às tradições culturais, compreendem-se as concepções de vida particular e pública no decorrer da história. Desse modo, de acordo com esse mesmo autor,

Para a burguesia da Belle Époque, não há nenhuma dúvida: o “muro da vida privada” separa claramente dois domínios. Por trás desse muro protetor, a vida privada e a família coincidem com bastante exatidão. Esse domínio abrange as fortunas, a saúde, os costumes, a religião [...] (PROUST, 2009, p. 14)

A fronteira entre público e privado é mantida, e muito mais que isso, é uma ordem natural da sociedade aristocrata do início do século XX, na Belle Epóque, manter, sob os domínios reservados, assuntos da vida particular da família. Os espaços são delimitados: ergue-se o muro que distancia a transparência do público dos domínios secretos do privado. Era a burguesia tentando se preservar dos camponeses ou dos operários das classes mais baixas das cidades que, por

seu turno, não faziam separação entre vida pública e privada pelas suas condições que não lhes permitiram ficarem isentos dos olhares dos “de fora” à sua vida particular. Nesse sentido, a vida pública passa a ser sinônimo de clareza, acentuando a distinção entre o público e o privado e, com o tempo, aproximando-os,

A vida pública postula a transparência; ela pretende transformar os ânimos e os costumes, criar um homem novo em sua aparência, linguagem e sentimentos, dentro de um tempo e de um espaço remodelados, através de uma pedagogia do signo e do gesto que procede do exterior para o interior. (HALL; HUNT; PERROT, 2009, p. 14)

As insígnias do público passam a adentrar nos âmbitos privados. Na política, elas ditam a conduta de comportamentos, modos de se vestir, regras na linguagem, ultrapassando as barreiras daquilo que antes era exclusiva dos ambientes particulares fazendo com que ambos os domínios se encontrem, um como extensão do outro. Segundo Hall, Hunt e Perrot, (2009) há a “politização da vida privada”: ditam-se regras para vestimenta e para a presença de determinados objetos dentro das casas, uma invasão de símbolos públicos na privacidade dos lares. O sentido da vida privada se estende ao sentido de “vida cotidiana” “[...] na medida em que o último se remete também, à intimidade, aos modos de vida, ao dia-a-dia da existência privada, familiar, pública, às formas de transmissão dos costumes e dos comportamentos.” (ALENCASTRO, 2008, p. 8). É nessa aproximação entre esfera pública e privada que os ambientes passam a ser um como extensão do outro. A vida pessoal se estenderia a uma boa conduta pública. Isso tornou-se mais evidente com relação à trajetória pública/pessoal dos governantes: as ações cometidas em seu universo privado teriam conseqüências sobre a sua vida pública, e vice-versa. A imagem do governo de Juscelino Kubitschek foi constantemente associada à sua trajetória pessoal e profissional.

Alguns dias após Juscelino Kubitschek tomar posse, *O Cruzeiro* publica uma matéria de 10 páginas contando sobre a sua trajetória política como extensão de sua vida pessoal. Destaca a infância pobre do menino de Diamantina que, desde os 4 anos de idade, sonhou ser médico e 20 anos depois, realizou este sonho com determinação. A reportagem é de 04 de fevereiro de 1956, com fotos de Eugenio Silva e texto de Olavo Drummond, então deputado da Assembléia

Legislativa de Minas Gerais. Com o título “*Juscelino – Nonô da mestra – o menino pobre de Diamantina é o Presidente do Brasil.*”, a reportagem relata todas as dificuldades enfrentadas pelo Presidente, tanto em sua vida pública quanto pessoal, o seu emprego como telegrafista na capital de Minas Gérias, seu diploma como médico, a sua carreira política, atuando como governador de sua estado natal, trilhando a sua própria estrada rumo à presidência da República.

As dificuldades se estendem também à falta de recursos financeiros que o Nonô – apelido de infância de Juscelino Kubitschek – filho da “mestra” – a sua mãe e professora Dona Júlia – encontrou desde a infância. Órfão de pai, Dona Júlia criou sozinha Nonô e a irmã. A reportagem destaca a persistência do Presidente que, mesmo perante todas as dificuldades, nunca desistiu. A sua persistência é associada à carreira política, sobretudo à sua Meta – Síntese, materializada pelo projeto da construção de uma nova capital para o Brasil: mesmo com todas as dificuldades enfrentadas e com a oposição política, Juscelino não deixaria jamais o seu plano de lado, assim como todos os outros que faziam parte do Plano de Metas.

A matéria tem como subtítulo “*História do menino pobre que se tornou presidente da República*”. Traz fotos do presidente em sua velha casa em Diamantina, no quarto onde passou grande parte de sua infância, na jabuticabeira do quintal, com o povo, atestando a sua popularidade com as massas. Conjugava, substancialmente, os seus hábitos simples e cotidianos com a sua determinação, persistência e capacidade de administrar o país. Conjugava-se, enfim, a sua vida privada à sua vida pública.

Com suas reportagens, *O Cruzeiro* ajuda a construir a imagem do Presidente do Brasil dentro de suas propostas de desenvolvimento da nação. Ele mesmo era a personificação de que, com muito trabalho e determinação, era possível chegar onde se pretendia, portanto, suas metas desenvolvimentistas eram palpáveis e possíveis de serem realizadas. Difundia-se a idéia de que o desenvolvimento da nação propiciaria um considerável aumento da oferta de empregos, diminuindo a miséria e conseqüentemente preservando a ordem. A maleabilidade de Juscelino Kubitschek lhe permitiu, também, que dialogasse com diferentes diretrizes políticas, dentre elas, o Partido Comunista Brasileiro, confirmada na sua relação com o arquiteto Oscar Niemeyer, membro do Partido, na construção de Brasília.

A inauguração da nova capital federal não passou despercebida pelas lentes de *O Cruzeiro*. Em 07 de maio de 1960, publica uma edição especial, de título: “*O futuro já tem capital: Brasília*” e lá estava a revista fazendo o registro fotográfico daquele acontecimento histórico. A reportagem porém, dedica-se muito mais na imagem de Juscelino do que na própria capital. Para a revista, o personagem principal é o presidente. Assim, a cidade como foco das lentes dos fotógrafos era para enaltecer a sua figura, que conseguira atingir a sua Meta Síntese ao construir uma nova capital no centro Brasil, dentro de sua proposta desenvolvimentista e modernizante, uma capital de arquitetura moderna e arrojada.

Estavam presentes na revista, também, o imaginário que de seu governo provinha e com ele se desenvolvia, com a presença constante de reportagens que aliavam o crescimento do Brasil ao progresso econômico, social e cultural da nação.

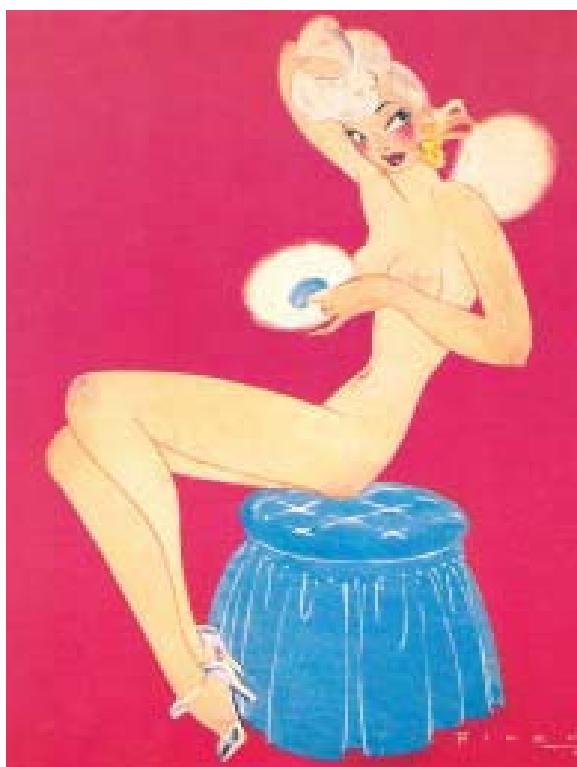
A busca pelo progresso se estendia à disseminação de uma cultura de consumo, estimulada que foi pela publicidade na *O Cruzeiro* e demais periódicos impressos. Nesse momento aumentam o número de indústrias no país: de alimentos, de móveis, a indústria têxtil; investem-se nas indústrias de base e no setor de transportes que gera a construção de rodovias pelo Brasil. A cultura midiática sente essas transformações buscando atingir uma sociedade de massa crescente que se desenvolvia conforme o desenvolvimento do país. Os leitores inseriam-se nesse imaginário do consumo em que se difundia a manutenção do status social por meio da aquisição de alguns produtos, cada vez mais vinculados ao conteúdo da revista. A publicidade difundia que sua aquisição prometia uma melhora na qualidade de vida – o *american way of life* – apoiada pelo crescimento da população urbana e da renda urbana.

Aumenta a cultura de consumo que coloca como palavra de ordem a individualidade das pessoas, a sua vida privada, chamando a atenção para seu bem estar por meio da aquisição de bens materiais. A vida profissional, a carreira, a vida social, seriam uma extensão da vida privada: o que se fazia para esta seria refletido naquela. As reportagens em torno da trajetória política e pessoal de Juscelino Kubitschek ajudam a corroborar essa mentalidade que vai se estender também às abordagens das imagens de humor de cunho cotidiano, dentre elas, as do *Amigo da Onça*, que agradou o público por tratar de temas que tanto identificavam imagem e leitor.

### 3.2.2 O Humor em Traços: a Arte dos Desenhistas

Juntamente com a valorização da fotografia, o humor ganhava espaço mais significativo. Faziam parte dele nomes como o de Millôr Fernandes, Augusto Rodrigues, Alceu Penna, Antonio Gabriel Nássara, Ziraldo, Péricles Maranhão, Carlos Estevão que participaram da reformulação da revista. Desde os primeiros números de sua publicação, havia uma seção dedicada somente às caricaturas, “*A caricatura no estrangeiro*”, reproduzindo desenhos de humor publicados em jornais internacionais da Espanha, da Hungria, de Londres. Essas imagens deram à revista ainda mais prestígio e familiarizaram os brasileiros com os desenhos de humor. Contou também, com o talento de Belmonte, na seção “*Hontem e Hoje*”, que por meio dos seus personagens fazia uma comparação das mudanças ocorridas nos costumes e cotidiano das pessoas na virada do século XIX para o XX.

**Figura 1** – Uma das *Garotas do Alceu*



**Fonte:** Disponível em: <http://issuu.com/uca/docs/jornaldaabi322a>

A proposta de uma nova ótica para o semanário, na década de 40, dava maior prestígio aos artistas das caricaturas, charges e cartuns. De grande

notabilidade, as “Garotas do Alceu” ganhava espaço nas paredes de oficinas mecânicas, barbearias e demais estabelecimentos que apreciavam as “menininhas” muito bem desenhadas em sua silhueta, por Alceu Pena, que iniciou o desenho em 1938 e perdurando quase três décadas na revista. (Disponível em: <http://issuu.com/uca/docs/jornaldaabi322a>. Acesso em 11/02/2009)

Órfão de pai e de mãe, Milton Fernandes, o Millôr, começa a trabalhar na redação da revista aos 14 anos. Lá, fez de tudo o que se possa imaginar em uma redação. Com sua genialidade autodidata chega a pedir um aumento de salário, como ele próprio conta:

Não tinha pai, não tinha mãe, não tinha nada, não tinha dinheiro, ganhava cem qualquer coisa – cem réis ou cem mil réis, alguma coisa assim. Mesmo sem nenhum lugar para onde ir no mundo depois de trabalhar quatro, cinco meses, eu cheguei lá na agência de O Cruzeiro e disse: “Eu não fico mais aqui porque quero ganhar 300! 300 numa época de moeda fixa, é uma proporção inimaginável, sobretudo para um garoto de 14 anos pedir um negócio desses. ‘Estás maluco?’. E eles me deram. (Disponível em: <http://issuu.com/uca/docs/jornaldaabi322a>. Acesso em 11/02/2009)

**Figura 2** – Um dos números da revista *Pif-Paf* que, entre outras legendas, dizia: “Agora diretamente do produtor ao consumidor”.



Millôr atuou na coluna “Pif-Paf”, com sacadas geniais, textos e desenhos infalíveis. Adotou o codinome Vão Gôgo, parodiando o nome do pintor Van Gogh. Com a entrada de Péricles Maranhão na redação, conta com a sua participação nos desenhos da tira, sem personagens fixos, indicando nessa etapa de trabalho, “[...] uma produção verbal intimamente ligada a um rico processo de reflexão sobre a visualidade moderna e a relação entre periódico e público.” (SILVA, 1989. p.139).

Millôr Fernandes produzia duas páginas por semana, assinando sempre com seu pseudônimo – Vão Gôgo – sob a epígrafe “*Cada número é exemplar, cada exemplar é um número*”. Sua seção se dividia em texto e imagens criando neologismos – “*Novocabulário* – fazendo paródias – quando cria uma série de textos com o título “*Meu destino é pescar*”, com referência à “*Meu destino é pecar*”, de Néelson Rodrigues. Contava também com o constante uso do trocadilho, anunciava brindes ao leitor com desenhos de óculos, relógios, como se as imagens pudessem substituir os próprios objetos. Podia colocar a página de sua seção de ponta-cabeça, propositalmente, alegando que todo o restante da revista é que estava invertido. O artista conta com os desenhos de Péricles até 1958, quando passa a produzir sozinho.

No início da década de 60, Millôr é demitido da revista ao publicar uma tira que desagradara a igreja – vítima da preponderância e falsidade patronal – *A Verdadeira história do paraíso*, com sátiras à igreja e à beatice proveniente dela, encerrando a seção com versos que indagava ao Criador do universo: “Essa pressa, leviana, demonstra o incompetente. Por que fazer o mundo em sete dias, se tinha a eternidade pela frente?”. Em 21 de maio 1964, publica seu próprio número do *Pif-Paf*, que durou apenas 4 meses, impedido de circular pela ditadura militar. ((Disponível em: <http://issuu.com/ucha/docs/jornaldaabi322a>. Acesso em 11/02/2009)

Ganha notabilidade também o genial Nássara, que entra para a revista na década de 40 com a impagável série “*E se Hitler caísse em suas mãos?*”, uma enquete que detonava a imagem do ditador. Depois disso, mantém uma carreira regular nos jornais *Última hora* e *Flan* até 1950. Em 1974, é convidado por Jaguar para ser colaborador efetivo de *O Pasquim*.

As caricaturas políticas da *O Cruzeiro* eram, em sua grande maioria, obra de Anilde Pedrosa, o Appe, que entra em 1953. Em 1970, cria a seção Blow-

Appe, mantendo-a praticamente até o fechamento da revista em 1975. Fizeram parte desse time de talentosos artistas do humor, Borjalo, Hilde Weber Abramo, Ziraldo Alvez Pinto, o Ziraldo. Este entra em 1955, no *O Cruzeiro* onde desenhou, diagramou, escreveu e editou, começando como assistente de arte e logo se tornando editor de arte. Foi criador de personagens populares como *Jeremias*, o *bom* e em 1961, o *Saci Pererê*, de grande sucesso. Sua popularidade foi tamanha, que logo o artista cria “amiguinhos” para seu personagem. Em 1964, ganha revista própria, *A turma do Pererê*.

### 3.3 O AMIGO DA ONÇA PELAS MÃOS DE SEU CRIADOR: PÉRICLES MARANHÃO

Não há como dissociar a imagem do personagem *Amigo da Onça* da imagem de Péricles Maranhão. A aproximação entre ambos permeia as teorias sobre a personalidade do artista e sobre as abordagens do cartum semanal da revista *O Cruzeiro*. Desse modo, entender a sua vida particular significa compreender também as suas diretrizes enquanto artista.

Como personagem que ganha certa autonomia dentro do periódico, no que diz respeito ao seu reconhecimento pelo expectadores, fora dos demais conteúdos da *O Cruzeiro* - já que naquela época virou tudo quanto é tipo de souvenir<sup>9</sup> - acompanhamos o pensamento de Pierre Bourdieu (2002) a respeito do interesse pela personalidade do artista na medida em que se eleva o status de sua obra e seu campo intelectual ganha autonomia. Desse modo, a vida do artista passa a ser ela mesma, obra de arte. Evita-se, porém, cair no equívoco de considerar a criação como expressão de sua personalidade. Todavia, consideramos a sua formação e também as suas origens sociais como uma predisposição às suas concepções artísticas, ao foco das abordagens dos personagens criados por ele ao longo de sua carreira.

O *Amigo da Onça* é um bem simbólico produzido por Péricles, que elevou seu status enquanto artista, aumentando o interesse dos espectadores pela sua pessoa. A sua vida torna-se assim uma obra de arte enquanto tal porque, entre

---

<sup>9</sup> O cartunista Millôr Fernandes, que trabalhou durante alguns anos na *O Cruzeiro* com Péricles, chama a atenção para o sucesso do personagem na época: “A figura do homenzinho macunaímico que satirizava costumes e acontecimentos virou modismo e expressão popular, e foi usada em todo o Brasil em paracheques de caminhões, chaveiros, bibelôs, anúncios de *Fiado Só Amanhã*, brinquedos, camisetas, logotipos, etc. [...]” (GUIMARÃES, 1988, p. 2)

outros motivos, os artistas “[...] hacen de su vida una obra de arte y un objeto de obra de arte invitando a concebir la relación entre obra y público como una comunión personal entre la "persona" del "creador" y la "persona" del lector.” As biografias são, nesse sentido, como uma extensão de suas criações, tal qual o livro organizado por Angélica Braga Guimarães, *O Amigo da Onça: A obra imortal de Péricles*, pela editora Busca Vida em 1988, fazendo com o mesmo, conforme a assertiva de Pierre Bourdieu, “[...] un culto romántico de la biografía (que) es parte integrante de un sistema ideológico al que pertenecen también el concepto de "creación" [...] (BOURDIEU, 2002, p. 90)

Péricles de Andrade Maranhão nasceu no dia 14 de agosto de 1924, em Recife, Pernambuco, passando sua vida no bairro do Espinheiro. Fica órfão de pai aos 8 anos e até seus 17, estudou no colégio Marista da capital. É lá, numa revista do colégio, que ele publica seus primeiros desenhos, revelando o seu talento para a arte e sendo vice – campeão em um concurso de desenho da 1ª Semana de Trânsito do Recife. Entre 17 e 18 anos de idade, Péricles vai para o Rio de Janeiro com uma carta de Aníbal Fernandes, muito conhecido no meio jornalístico pernambucano – era diretor do *Diário de Pernambuco*. Aníbal reconhecia o talento nato de Péricles, tanto que, em 5 de novembro de 1940, conta Jota (1988), ele escreve sobre “um garoto que entrou pela redação com um rolo de desenhos”, afirmando ainda: “Guardem bem esse nome. Péricles Maranhão. Quem viver verá se ali não está um artista, sobretudo se tiver ambiente pra estudar e produzir”. (FERNANDES, *apud* JOTA, In: GUIMARÃES: 1988, p. 3) Em seu jornal, não havia espaço para ele, no entanto, não o descarta. Por meio de sua carta, recomenda Péricles a Leão Gondim de Oliveira, diretor de *O Cruzeiro* na época.

Péricles Maranhão era então o caçula dos integrantes do semanário. Cria nos Diários Associados, em 6 de junho de 1942, publicando na revista *O Guri* e no *Diário da Noite*, o seu primeiro personagem cômico, *Oliveira, O Trapalhão*, ambientado no cotidiano da capital federal, o Rio de Janeiro. Também atuou com seus desenhos em *Cenas Cariocas* e *Miriato*, *O Gostosão* e colaborou durante 10 anos ilustrando a tira cômica de Millôr Fernandes, *O Pif-Paf*. Na sua chegada, aluga um quarto independente no mesmo edifício em que Millôr morava. Foram por um tempo, colegas e companheiros de noitadas cariocas. Segundo o próprio Millôr, iam aos bares da Cinelândia, à praia do Flamengo, aos botequins do Livramento, disputavam partidas de sinuca. (GUIMARÃES, 1988).

As andanças de Péricles pelos bares do Rio de Janeiro, fê-lo ser taxado como boêmio, com noites regradas a muita bebida alcoólica. Era nas mesas desses bares que batucava numa caixinha de fósforos, acompanhando uma de suas letras. Péricles, além de desenhista, era também compositor. Uma de suas músicas – *Gabriela* – foi gravada por *Alvarenga e Ranchinho*. Em 1943, é convidado a desenhar o personagem que fez tanto sucesso, por mais de 30 anos, o *Amigo da Onça*. Inicia o cartum em 23 de outubro desse ano, tornando artista e personagem tão famosos quanto confundidos.

Péricles Maranhão atuou com o *Amigo da Onça* nos mais diversos ambientes, fazendo críticas ao cotidiano e aos costumes das pessoas comuns e da elite carioca. Durante 18 anos, o artista se esforçava para dar conta da publicação semanal do cartum. Costumava levar trabalho para casa, às vezes, adiantando três ou quatro piadas e ficando um bom tempo sem aparecer na redação da revista. Suas anedotas, algumas vezes, tinham um tom, além de jocoso, também preconceituoso, fazendo de Péricles não um homem de preconceitos mas sim, uma personalidade de seu tempo e integrante daquele imaginário latente. O artista e sua obra inserem-se naquele campo específico onde os agentes, os próprios editores da revista e o artista atuam, revelando aspectos de seu tempo e constituindo o que Pierre Bourdieu denomina de “linhas de força”:

[...] el campo intelectual, [...] constituye un sistema de líneas de fuerza: esto es, los agentes o sistemas de agentes que forman parte de él pueden describirse como fuerzas que, al surgir, se oponen y se agregan, confiriéndole su estructura específica en un momento dado del tiempo. (BOURDIEU, 2002, p. 10)

Em 1949, casa-se com Angélica Braga Guimarães com quem teve seu único filho, Péricles, em julho de 1950. Apesar do casamento, Péricles continua na boemia. Seis anos depois, sua esposa pede o divórcio. O lado irreverente do artista é lembrado no livro organizado por sua ex-esposa (GUIMARÃES, 1988): costumava fazer piadas com a elite dos editores da revista que no refeitório, se separavam dos demais funcionários, divididos apenas por vasos de plantas. De tipo humilde e sem grandes inquietações artísticas, transitava por todos os meios, almoçando com quem quer que fosse ou tirando fotos com seus fãs, admiradores de seus cartuns. Era “uma flor de pessoa, educado à exaustão” (ZIRALDO, *apud*

CARVALHO, 2001, p. 390), segundo Ziraldo, também seu colega de trabalho. Certa vez sugeriu à Péricles que desse uma reformulada no *Amigo da Onça*:

Eu falava para o Péricles: vamos mudar um pouco o desenho. Está muito quadrado. E dava para ele a *Playboy*, a *Look*, a *Paris-Match*, revistas que traziam os cartunistas avançados da época. Ele levava em casa para estudar. Depois jogava as revistas em cima da minha mesa dizendo: O povão não quer isso! (ZIRALDO *apud* JOTA, In: GUIMARÃES, 1988, p. 4)

O sucesso do cartum foi tamanho que, Péricles Maranhão, muito intimista e voltado para o lado simples da vida ficava incomodado.<sup>10</sup> Não pela fama atribuída ao homenzinho de piada pronta, mas à constante aproximação e confusão que se fazia entre criador e criatura. Apesar de Angélica Braga Guimarães admitir que Péricles não tolerava a constante confusão que se fazia entre ele e seu personagem, não atribui isso como a causa do suicídio do artista em 30 de dezembro de 1961. Assim, transcreve Luiz Maklouf Carvalho, o seu depoimento:

[...] o problema foi agravado pelo complexo de culpa em relação à morte de um irmão, Joel, em 1947, antes mesmo que se casassem. Em Recife, onde morava, Joel tinha freqüentes dores de cabeça. Precisava ir ao Rio para fazer exames e pediu a ajuda financeira de Péricles. Demorou um pouco para que fosse – e quando o fez o tumor já estava avançado. Morreu durante a cirurgia e Péricles passou a se sentir culpado. (CARVALHO, 2001, p. 391)

As atribuições do motivo que o levaram a fazer o que fez na noite do último dia do ano de 1961 são inúmeras. Mas as opiniões se assemelham no que diz respeito à verve um tanto irreverente por meio de um bilhete no qual se despediu. Foi assim que vestiu-se com a melhor roupa e os sapatos, vedou com fita todas as fendas do apartamento, estendeu um lençol no chão da cozinha com um travesseiro e, antes de se deitar, abriu o gás do forno e inalou-o até a morte, deixando um bilhete com o aviso: “Cuidado, não risquem fósforos. É gás.” E um outro bilhete no qual se despedia da família, dos amigos, do filho e lamentava a sua solidão.

<sup>10</sup> A aproximação que sofreu criador e criatura, leva-nos às assertivas de Pierre Bourdieu. Para esse autor, cada sociedade faz uma representação do valor e da verdade da obra de um escritor ou de um artista, dando aos mesmos, uma representação social. Em decorrência disso, ao artista caberia enfrentar a definição social de sua obra, “[...] los éxitos o fracasos que ésta tiene, las interpretaciones que de ella se dan, la representación social, a menudo estereotipada y reductora, que de ella se hace el público de los aficionados.” (BOURDIEU, 2002, p. 18)

A sua morte ganhou matéria de João Martins nas páginas da *O Cruzeiro*, em 20 de janeiro de 1962, com uma foto em close do artista em uma página e do personagem *Amigo da Onça* ao lado, com uma lágrima. Com o título: “PÉRICLES disse adeus ao ‘Amigo da Onça’”, a reportagem apresenta Péricles Maranhão como “artista de talento, boêmio e angustiado à velha moda, desorganizado e insatisfeito.” Também com fotografias em seu ambiente de trabalho, fazendo alguns de seus inúmeros cartuns do *Amigo da Onça* e com sua família. Abaixo do título da reportagem, um subtítulo: “O criador do tipo humorístico mais famoso do Brasil não sabia rir da própria vida”

A foto em close aproxima a semelhança física do criador com sua criatura: o rosto fino e anguloso, os cabelos penteados para trás, o bigode e o olhar baixo são características de ambos. O olhar triste do *Amigo*, direcionado a Péricles, com as pálpebras semi-cerradas, as sobrancelhas caídas e a lágrima, denotam a dimensão da identificação dos dois, a tristeza do personagem – esse, portador de uma identidade que aproxima o real do fictício – com a morte de seu criador. Com um significativo número de fotografias, a reportagem conta sobre a vida pessoal e profissional de Péricles. A foto da *Figura 4* traz o artista observando a sua obra, um desenho do *Amigo* em close, preparando o leitor para a próxima página com as piadas do *Amigo da Onça* já prontas estampando a revista. No ato do trabalho, a segunda página da *Figura 5*, vem com Péricles Maranhão rodeado pelas tintas e papel nos quais confeccionava seus cartuns. Em sua particularidade, o lado boêmio, o lado amigo, o lado músico, o lado família do artista também foram relatados pelas fotografias da reportagem.

Figura 3 – O Cruzeiro, 20 de janeiro de 1962



Figura 4 – O Cruzeiro, 20 de janeiro de 1962



Figura 5 – O Cruzeiro, 20 de janeiro de 1962



### 3.3.1 O Amigo da Onça: uma Criação Imortal

O *Amigo da Onça*, personagem de personalidade tipicamente brasileira, sobretudo carioca – assim o definiu Leão Gondim de Oliveira – postula o cotidiano vivido no Rio de Janeiro daquela época, fazendo críticas a valores arraigados na sociedade. O homenzinho de estatura baixa, porém de porte atlético e sempre bem vestido – a não ser quando a composição temática do cartum exige outro tipo de vestimenta- deveria representar o carioca típico em seu rótulo de “malandragem”. Faz-se, desse modo, uma adaptação brasileira da tira “*The enemies of man*” da revista americana *Esquire* e também do “*El enemigo Del hombre*” da revista argentina *Patoruzú*. Leão Gondim esperava um personagem que fosse facilmente identificável com o cotidiano dos leitores da revista, ligeiro, perspicaz e de piada pronta, mesmo que fugisse de todas as concepções de ética. As raízes do nome do personagem, criado excepcionalmente para a *O Cruzeiro*, estão em uma piada que, naquela época, era muito conhecida sobre os dois caçadores<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> A expressão “amigo da onça” nasce da seguinte anedota: Dois caçadores conversam em seu acampamento: — O que você faria se estivesse agora na selva e uma onça aparecesse na sua frente? — Ora, dava um tiro nela. — Mas se você não tivesse nenhuma arma de fogo? — Bom, então eu a matava com meu facão. — E se você estivesse sem o facão? — Apanhava um pedaço

Leão Gondim de Oliveira delega à Péricles Maranhão tal tarefa. Antes disso, o personagem passa pelas mãos de Augusto Rodrigues, também desenhista da revista na época. Millôr Fernandes conta que Augusto Rodrigues foi quem fez os primeiros esboços do *Amigo da Onça*, porém, “seu desenho era demasiado solto, apesar da reconhecida qualidade, não servia ao objetivo.” (MILLÔR. In: GUIMARÃES, 1988, p. 2). Péricles, por sua vez, desenha o personagem já com suas características definitivas sendo aceito imediatamente tanto pelo diretor da revista quanto pelo público que acompanhou assiduamente toda a trajetória do *Amigo da Onça*. O personagem é diretamente afetado pelas relações sociais que se estabeleceram em torno de sua criação e mais do que isso, pela posição ocupada por Péricles ao aceitar a tarefa de um personagem “pronto”. (GUIMARÃES, 1988)

Em virtude de seu poder de influência, tanto político quanto econômico a *O Cruzeiro* tinha as condições necessárias para impor suas normas culturais via publicidade, reportagens e imagens de humor. Entendendo o sentido das rotulações que deveria ter o *Amigo*, Péricles parte daí para seu mundo próprio, com temas os mais diversos e contemporâneos a ele, inserindo na sua criação, características artísticas particulares e com as abordagens que bem quisesse, afinal, como já discorreu Marcos Silva em *Prazer e Poder do Amigo da Onça*, “[...] traços, luzes e cores são muito mais que aspectos complementares de uma criação anterior ... Falo em produção do personagem pensando nessa sua materialidade, antes de mais nada plástica, que existiu a partir do trabalho de Péricles.” (SILVA, 1989, p. 21). Prova disso, é o fato de o artista levar trabalho para casa, como relata Angélica Braga Guimarães, e labutar na criação dos temas que caracterizassem o caráter – ou a falta dele – do *Amigo* incorrigível. Conforme relato da mesma, transcrito por Luiz Maklouf Carvalho em *Cobras Criadas*:

Era comum que desenhasse o personagem em casa à noite, a mulher ajudando com os lápis, o nanquim e o guache. [...] Às vezes mostrava a caricatura a Maria (Maria Angélica), escondendo a legenda, e perguntava a ela o que o desenho queria dizer. Quando ela não acertava, Péricles se divertia. (CARVALHO, 2001, p. 390)

---

de pau. — E se não tivesse nenhum pedaço de pau? — Subiria na árvore mais próxima! — E se não tivesse nenhuma árvore? — Sairia correndo. — E se você estivesse paralisado pelo medo? Então, o outro, já irritado, retruca: — Mas, afinal, você é meu amigo ou amigo da onça?

Embora tivesse autonomia na criação dos temas, não poderia deixar de levar em conta a “verdade social de sua obra”, conforme Pierre Bourdieu (2002), a verdade de um personagem em constante andança por ambientes sociais múltiplos, inserido no imaginário de seu tempo e que não deixava de legar ao outro as piores condições de existência. Ora, estamos nos remetendo ao imaginário latente de uma cultura de consumo cada vez maior e materializado pelas perspectivas de modernização e progresso do país que são, de algum modo, expressos na obra de Péricles.

Orientado pela cultura de seu tempo, Péricles Maranhão fez do *Amigo da Onça* médico e engraxate, velho e criança, animal, náufrago, ladrão e policial, “Tudo para contentar os milhares de leitores que corriam ávidos para sua página quando O Cruzeiro lhes chegava às mãos. Depois de rir da piada, ainda colocavam o desenho de Péricles na parede para todo mundo ver.” (JOTA. In: GUIMARÃES, 1988, p. 5) Supomos conforme as assertivas expostas, que Péricles era orientado muito menos pelas demandas da *O Cruzeiro* e mais pelo gosto do público, de acordo com sua resposta dada à Ziraldo, ele desenhava para “o povão” e acreditava, pois, na possibilidade de apreensão das abordagens por parte de seu público. Assim:

Quando el mensaje excede las posibilidades de aprehensión o, más exactamente, cuando el código de la obra supera en fineza y en complejidad el código del espectador, este se desinteresa de lo que se le aparece como mezcolanza sin rima ni sentido, como juego de sonidos o de colores desprovisto de toda necesidad. Dicho de otro modo: colocado ante un mensaje demasiado rico para él, o, como dice la teoría de la información "abrumador" (*aoerwhelming*), se siente "aplastado". (BOURDIEU, 2002., p. 75)

Todas as semanas lá estava o *Amigo da Onça* fazendo deboches, ironizando com temáticas diferenciadas em cada vez. Péricles Maranhão teve que dispor de muita perspicácia para captar os costumes, o cotidiano ao seu redor em seus mínimos detalhes, fazendo os leitores rirem por 18 anos de existência do *Amigo da Onça* em suas mãos. Não hesitava em ser criativo, ou quando, supostamente, lhe faltava criatividade, participava ele mesmo da piada. Como no cartum seguinte (*Figura 6*), em que temos um *Amigo da Onça* que sai da sua condição de ser inanimado para estabelecer uma conversa direta com o leitor: seu corpo é posicionado para frente e seu olhar, que transmite indignação e surpresa ao

mesmo tempo, é lançado ao infinito, como se justificando com todos os leitores da revista e com aquele que o lê no momento, em particular, gesticulando com as mãos e dizendo: “A página hoje saiu em preto e branco, porque este “cara” fez uma piada tão ruim que não mereceu nem colorir.”

A abordagem da à imagem um caráter intimista, ao invadir o que seria o cenário de trabalho de Péricles – banquetta, pincel na mão, nanquim sobre a mesa, papéis ao chão - revelando um *Amigo* e um artista travando uma batalha em torno do controle de sua própria mente: nem mesmo Péricles estava isento das “armações” de sua criação. Nela, o artista se coloca participante por meio de uma fotografia colada. A entrada do *Amigo* o surpreende tanto quanto a sua fala, fazendo-o inclinar-se em sua banquetta com as mãos e pés suspensos, lançando um olhar de reprovação ao personagem. O branco e preto que acompanham a temática são ainda mais explorados por Péricles no quadriculado do chão e pelo fundo branco, que destaca a “desmerecida” falta de cor declarado pelo *Amigo da Onça*, ele próprio, “autor” da imagem, já que vem assinada como “O Onça” e não por “Péricles Maranhão”.

**Figura 6** – O Cruzeiro, 27 de agosto de 1955



O sucesso obtido pelo personagem foi tanto que ex-leitores da *O Cruzeiro*, contemporâneos do *Amigo da Onça*, dizem ter adquirido os números do periódico influenciados pela curiosidade de ver mais uma anedota do personagem<sup>12</sup> e, portanto, enquadrando-o no processo de constituição da memória. Prova disso, é que os primeiros cartuns eram publicados na última página da revista trazendo prejuízo para os donos das bancas: os leitores abriam direto na página onde estava o *Amigo da Onça*, liam a sua piada e deixavam a revista, sem comprá-la<sup>13</sup>. A partir de então, sua publicação viria no meio da revista.

Caminhando juntos, sucesso da *O Cruzeiro* e sucesso do personagem, o *Amigo da Onça* estava, dessa forma, investido do perfil ideológico da revista, “[...] constituindo-se numa espécie de referencial que sua produção, sem assumir explicitamente, incorporou, na medida em que ele era um importante elemento definidor do perfil do próprio semanário.” (SILVA, 1989, p. 43). A sua retomada na memória dos leitores é imediata quando se fala da *O Cruzeiro*, mas também, retoma-se as aventuras jornalísticas de Nasser e Manzon, as fotografias exóticas que publicavam.

Sem sombra de dúvida, delega-se ao personagem características específicas que o fez tão buscado pelos leitores do semanário e como parte essencial da tiragem cada vez maior da revista. Sua verve crítica e preconceituosa, como posta no plano fictício permitia ao leitor fugir do conceito de ética, rindo de sua ironia e de sua sátira. Houve, já anteriormente esclarecido, a identificação imediata entre o personagem e seu criador, alguns até mesmo dizendo que o *Amigo da Onça* era o alter ego de Péricles, fazendo com que a figura do personagem triunfasse ainda mais sobre a de seu criador. Péricles Maranhão teve que “carregar” as marcas

---

<sup>12</sup> A exposição *Amigo da Onça: uma expressão da alma brasileira*, promovido pela Universidade Estadual de Londrina e pelo LEDI (Laboratório de Estudos dos Domínios da Imagem na História) ocorrida em 2009, na cidade de Londrina, nessa mesma Universidade, no SESC – Londrina, na Biblioteca Pública Municipal de Londrina “Prof. Pedro Viriato Parigot de Souza” e na Associação Cultural Berimbau da Cidadania, proporcionou-nos fazer algumas entrevistas com ex-leitores da revista entendendo em que medida se deu o reconhecimento e o sucesso do cartum para seus contemporâneos. (*Amigo da Onça: uma expressão da alma brasileira*. Composição e criação: Alberto Gawryszewski, Ana Flávia Dias Zammataro, Jorge Luiz Romanello)

<sup>13</sup> Atesta a simbologia do personagem e seu sucesso na época de publicação, as páginas arrancadas com as quais me deparei no decorrer da pesquisa. Na intenção de fotografarmos as imagens do *Amigo da Onça* no Centro de Documentação e Pesquisa Histórica – CDPH - da UEL, da Biblioteca Pública Municipal de Londrina “Prof. Pedro Viriato Parigot de Souza” e do Arquivo do Estado, em São Paulo, o que ocorreu foi que nos deparamos com inúmeras edições da revista nas quais justamente a página em que se localizava o *Amigo da Onça* estava arrancada, utilizada pelos leitores como um artefato de coleção.

da sua criatura, fato que o irritava de acordo com declaração de Maria Angélica. Tal sucesso e aproximação submetia-o ainda mais ao gosto do público que imperava sobre as escolhas de seus temas. Desse modo,

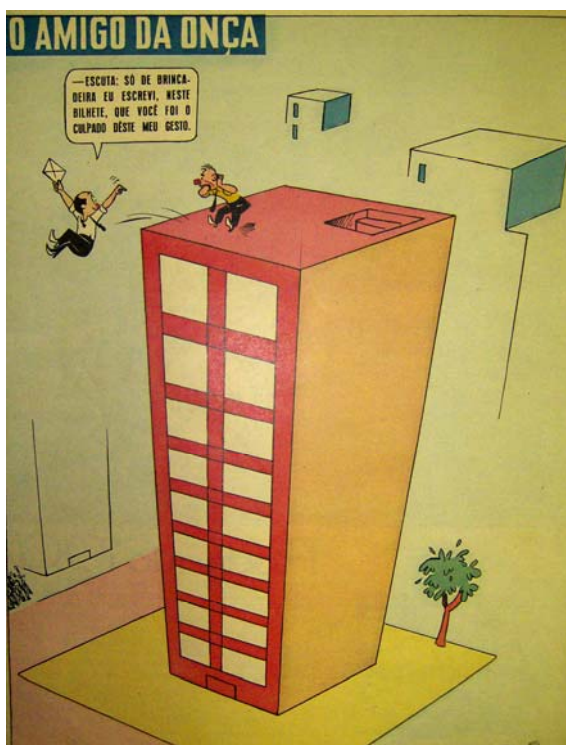
[...] cabe la posibilidad de que los creadores sean más vulnerables al éxito que al fracaso y ocurre, en efecto, que al no saber cómo triunfar sobre su triunfo, se subordinan a las restricciones que les impone la definición social de una obra consagrada por el éxito. (BOURDIEU, 2002, p. 20)

Quando do seu suicídio, as hipóteses levantadas sobre as causas foram muitas. Nesse sentido, a retomada de cartuns que tratam de suicidas pululam o imaginário em torno da morte do artista. Os suicidas em potencial, nos cartuns, geralmente eram pessoas em desvantagem física ou psicológica, vítimas dos fracassos da vida e eram incentivados pela figura do *Amigo*, a continuar com o plano de dar cabo à própria existência.

Marcos Silva trabalhou dentre outros temas do *Amigo da Onça*, com personagens no “limiar do nada”, os pobres e suicidas, revelando o “[...] *trabalho com limiares* uma faceta destacada do *Amigo da Onça*.” (SILVA, 1989, p.57), onde as possibilidades de vitória por meio de seu “prazer e poder” seriam infinitamente maiores. Isto parece evidente no único momento em que o próprio personagem aparece na imagem como suicida porém sem perder o caráter que lhe garante a própria vitória em detrimento do outro.

O cartum é de 17 de dezembro de 1960 (*Figura 7*), pouco mais de um ano antes do suicídio do artista. Se realmente o *Amigo da Onça* fosse o alter ego de Péricles, poderíamos interpretar a imagem como uma exposição daquilo que o artista planejaria para si um ano depois. No entanto, as assertivas em torno disso seriam, no mínimo, especulativas. Desse modo, tomamos a análise da imagem como mais uma faceta do *Amigo da Onça*. Sua ação, se atirando do alto do prédio, é uma dentre tantas outras atitudes transgressoras que ao espanto que pode causar no leitor em um primeiro momento, se dissolve em mais uma anedota de humor.

Figura 7 – O Cruzeiro, 17 de dezembro de 1960



O prédio se destaca por ocupar a posição central da imagem e possuir cores fortes, direcionando o olhar do leitor em um primeiro momento. Urbanamente ambientado, o plano de fundo é todo tomado por sombras de prédios, porém, com destaque irrelevante comparado ao do primeiro plano. O prédio é elemento central no entendimento da mensagem do cartum, que tem na figura do próprio *Amigo da Onça*, o autor da ação que poderia lhe delegar desvantagem. No entanto, no ato de sua queda pré-intencionada, o artista ainda lhe dá a possibilidade de virar o seu corpo e dirigir a sua fala – “ – *Escuta: só de brincadeira, eu escrevi, neste bilhete, que você foi o culpado deste meu gesto.*” - ao homem que se encontra em cima do prédio, curvando-se para frente, abrindo a boca e levando as mãos à cabeça em uma atitude de desespero e surpresa, pois vê que o suposto suicídio do *Amigo* terá culpado – ele – que passará a ser considerado homicida.

O *Amigo da Onça* porém, isenta-se da culpa de um gesto tão transgressor, dizendo que escreveu o bilhete apenas por “brincadeira”. Retomar a imagem, significa percorrer pelos diversos temas de Péricles Maranhão com a sua criatura, dentre eles, abordagens que são objeto de análise e que revelam mais uma faceta do *Amigo*: ele como suicida.

### 3.3.1.1 Da pobreza ao requinte: abordagens do cartum e suas estereotipias

A pluralidade de temas do *Amigo da Onça* colaborou na construção de alguns “tipos” e reforçou estereótipos. Com base no cotidiano ao seu redor, Péricles era influenciado pelos seus (pré) conceitos sobre determinado assunto, coisa ou pessoa, estereotipando-os conforme a sua familiaridade e a de seus leitores a respeito deles, pois somente levaria a rir, aquele que compartilhasse do significado da abordagem da imagem.

Assim, compreende-se que o conceito de estereótipo se cristaliza a partir de uma idéia já pré - estabelecida sobre algo ou alguém, colaborando para reforçar preconceitos e discriminação. A estereotipia tem no humor as suas vias de manifestação, e por meio dele pode ter o seu caráter preconceituoso abrandado por causa do riso, presumindo-lhe um suposto tom de inocência para atingir os seus objetivos. Torna-se algo coletivamente compartilhado devido a algum atributo físico ou psicológico “desviante” reforçando ainda mais o “desvio”. O próprio personagem *Amigo da Onça*, nesse sentido, colaborou para reforçar o estereótipo construído em torno da “malandragem do brasileiro carioca”, personificando essa estereotipia e corroborando as já existentes na sociedade, retirando-lhe, por ora, a capacidade crítica com seu algo “pronto”.

Traçavam-se perfis físicos e mentais que eram motivo de deboche. O *Amigo da Onça* viria apenas para reafirmar o já existente, impondo aos leitores um sentido de organização do seu próprio meio: pessoas gordas e velhas estavam fora dos padrões de beleza; a estupidez era característica inerente ao marido traído; a condição de pobreza tomava um lugar de deboche e exclusão, estendendo-se à etnia, o negro era relegado com trabalhos de pouco reconhecimento social ou a cor da sua pele dava à imagem o sentido de seu tom jocoso. Do mesmo modo, reforçava-se a primitividade dos indígenas, considerando-os como o “outro”, o “não-civilizado”; a sogra era sempre inconveniente e ajudava também a reforçar o estereótipo da beleza – ou da falta dela; isentava as mulheres bonitas algum sintoma de opinião, colaborando para estereotipar a imagem do homem machista e movido aos prazeres do corpo.

Desse modo, os estereótipos são socialmente aceitos, uma vez que implicam em impedir qualquer flexibilidade de pensamento ou atuação a respeito de uma determinada realidade. A criatividade ou o pensamento crítico não imperam

onde há o predomínio do conceito, dificultando outras formas de pensar e observar a realidade e promovendo uma identificação da mensagem como algo dado sem o reforço da reflexão. De acordo com Rolando Barthes (1984): “Os estereótipos são constituídos por uma necrose da linguagem, disfarçados de naturais e, pela freqüência com que aparecem nos discursos assemelham-se a uma idéia próxima da verdade [...]”. (BARTHES *apud* CORDEIRO; FRIDERICHES; ORMEZZANO; POTRICH, 2007, p. 9 )

Em “*Prazer e Poder do Amigo da Onça*”, Marcos Silva, ao fazer um estudo do imaginário social por meio do humor visual, perpassa as diversas abordagens do *Amigo da Onça* – os “pobres e suicidas”, os “náufragos e desgarrados”, o “ser homem”, o “ser mulher”, a “nudez e a moralidade” – discorrendo sobre a sua constante vitória sobre os deslizes do outro para estabelecer a sua própria condição e assim confirmando o imaginário em torno dos estereótipos já existentes e arraigados naquele momento. O historiador realiza

[...] um levantamento de temas e procedimentos plásticos usados na elaboração do *Amigo da Onça*, procurando contribuir para a sua localização na produção humorística brasileira e esboçar aquelas articulações a partir de uma problematização histórica de sentimentos e vontades trabalhados na produção do personagem. (SILVA, 1989, p. 16)

A ironia e/ ou a sátira da fala do *Amigo da Onça*, no próximo cartum (*Figura 8*), confirma o estereótipo em torno da imagem da mulher gorda, fora dos padrões de beleza e, portanto, alvo de piadas pela sua condição física. Em meio a tantos personagens, sua figura se destaca pela própria anatomia de seu corpo, tornando-se uma extensão da fala do *Amigo*: “*Han, han?? Esqueceu o seu regimezinho pra emagrecer?*”, reprovando a sua atitude de comer algo que a todos os outros, porém, é dada a liberdade para tanto.

Os “outros” encontram-se no mesmo nível de igualdade em relação às normas físicas ditadas, colaborando para excluir a diferença. O tom inocente estabelecido pela sua fala, como se estivesse aconselhando a mulher, é o lugar de ironia de seu sentido, já que torna excêntrico quem é diferente, debochando do mesmo, - o “ser gordo” – perante todos os outros “iguais” – os magros.

Figura 8 – O Cruzeiro, 25 de março de 1961



De modo contrário, a beleza da mulher de corpo curvilíneo direciona o sentido do cartum de Péricles (*Figura 9*). Mas também, estereotipiza a sua imagem: como objeto de admiração e disputa entre os homens, projeta todo o seu poder de sedução sobre sua figura negando a elas qualquer tipo de ação. A sua beleza é exposta de um modo que a vulgariza e a relega a um segundo plano, se comparado com a ação do *Amigo da Onça* em torno da posse de sua pessoa. Na imagem, a mulher encostada no coqueiro com os olhos cerrados está alheia a tudo ao seu redor. O *Amigo da Onça*, por sua vez, estabelece uma barreira entre a ilha e os personagens náufragos que ousam se aproximar do local. O poder da sua ação é compreendido pela linha de personagens que surgem do plano de fundo da imagem – onde está o navio – até a passagem pela ilha onde se localiza o *Amigo da Onça* e a mulher, e também, pela ameaça representada com um revólver em uma das mãos, apontados para os homens que por ali passam.

Reforça, desse modo, os estereótipos em torno da imagem do padrão de beleza feminino aceitos e também vinculados nas reportagens de seu suporte gráfico, a *O Cruzeiro*.

**Figura 9** – O Cruzeiro, 12 de outubro de 1957



É em meio a todos esses estereótipos vinculados à imagem e confirmados pelo preconceito das abordagens do *Amigo da Onça* onde encontramos a manifestação do imaginário daquele período, sobretudo ao tratar de questões como o desenvolvimento, progresso e modernidade do Brasil que, entre outras coisas, enaltecem uma cultura de consumo e de individualidade latente. O humor visual, como parte da conjuntura histórica do país, carregava-se desse imaginário revelando o quão o *Amigo da Onça* e Péricles Maranhão, por extensão, estavam inseridos em seu meio. Manifestantes, portanto, dos costumes, do cotidiano, enfim, da imaginação social da época.

### 3.3.2 O *Amigo da Onça* pelas Mãos de Carlos Estevão

A trajetória do *Amigo da Onça* na revista *O Cruzeiro* é parte de seu sucesso e também pelo talento de seus artistas. Quando da morte de Péricles Maranhão, até o início de 1962 *O Cruzeiro* publicou alguns de seus originais. A partir daí, a equipe da revista se dividiu na tarefa de desenhar o personagem, ficando o “cargo” sob responsabilidade de Carlos Estevão que deu continuidade às andanças do *Amigo* com a mesma maestria do seu criador. Carlos Estevão, como já

trabalhava na *O Cruzeiro*, estava familiarizado com as suas anedotas, e com sua verve humorística transgressora e preconceituosa.

Retomando Pierre Bourdieu para quem a obra de um artista é também definida pela sua trajetória pessoal, podemos extrair dos desenhos de Carlos Estevão alguma aproximação com sua vida particular. Carlos Estevão foi autodidata, nunca teve aulas de desenho ou pintura. Assim como o criador do *Amigo da Onça*, era pernambucano de Recife, estudante do Ginásio Pernambucano e do Colégio Salesiano. Seus primeiros trabalhos como desenhista foram para área de arquitetura, quando trabalhou na Secretaria da Agricultura, Indústria e Comércio da sua cidade. Em 1946, já casado com Neusa, sua primeira esposa e com um filho, vai para o Rio de Janeiro.

Seus primeiros trabalhos foram publicados em *O Jornal* e no *Diário da Noite*, pertencentes ao grupo dos Diários Associados, de Assis Chateaubriand. No *Diário da Noite* estréia, em 1948, com a tira cômica *Ignorabus, o contador de histórias*, com texto de Vão Gôgo, o então codinome de Millôr Fernandes. Sátiras a situações cotidianas e aos vícios que faziam parte dos costumes de sua época, marcaram a sua obra. Seu humor era mais voltado para personagens e situações simples. “Estevão é o que hoje se chamaria de ‘politicamente incorreto’, se comprazendo em reproduzir todas aquelas situações clássicas do anedotário machista brasileiro.” (LUSTOSA, 2007. p. 17. Disponível em: <http://issuu.com/uca/docs/jornaldaabi322a>. Acesso em 05/02/2010) O espaço de vivência de sua obra era também o Rio de Janeiro, denunciando tipos arraigados naquele meio, os vícios humanos, situações vividas na vida conjugal, mulheres e donas de casa, a beleza da mulher, a feiúra da mulher, as vantagens contadas pelo desvelado. Por aproximar-se tanto da cotidianidade das pessoas comuns, seus desenhos caíram no gosto popular nos vários personagens que criou.

Na revista, além dos personagens que marcaram a sua carreira e o semanário, manteve uma seção cômica assinada com seu nome. Deleitou-se, poucas vezes, na crítica política, com sua verve mais ligada nos prazeres e desprazeres do homem em sua vida pública e privada, no cotidiano carioca, no brasileiro e às vezes no estrangeiro. Os quadros *Palavras que consolam* e *Perguntas Inocentes* tinham o seu humor nos fracassos da vida cotidiana, sobretudo por meio das palavras, dividindo os quadros entre desenhos e textos que davam sentido ao seu anedotário. No primeiro, dava evasão às desgraças dos personagens

em situações de vida deplorável, com pobreza latente e status social desfavorecido, feiúra próxima do grotesco em contraste com a beleza almejada, falta de inteligência. Os personagens do quadro se consolavam com a própria condição, enaltecendo algum lado positivo que na verdade não existia. Em *Perguntas Inocentes*, a situação de desalento era por vezes revelada por outrem, um personagem fazia uma pergunta para a qual a resposta seria óbvia pelas condições demonstradas pela figura.

Herman Lima, discorrendo sobre Carlos Estevão, destaca a sua obra como detentora dos degradados no seu cotidiano, em seus maiores deslizes e fissuras pessoais. Em seu livro, *História da Caricatura no Brasil*, no 4º volume, dedica sete páginas a Estevão, onde explana que, entre outras coisas,

seu humorismo [...] é sarcástico, visa principalmente o lado mais doloroso das fraquezas humanas, que o artista procura pôr a nu, em seu jogo habitual de antíteses cruéis. Suas criaturas são profundamente desventuradas, ocultando, sob a máscara de uma filosofia otimista, a dura soma de fracassos e de frustrações de toda uma existência cinzenta e sem horizontes. O expoente dessa filosofia de falidos na vida é o conhecido personagem de suas melhores histórias, o Dr. Macarra, sempre a explicar suas misérias pretéritas sob a química de uma superlativa e mirabolante vantagem [...]. (LIMA, 1963, p. 1643)

Com *Dr. Macarra*, antes “Dr. Macarrão”, Carlos Estevão teve reconhecido destaque no humor brasileiro. O personagem ganha revista própria em 1962, pela editora de *O Cruzeiro*. Teve porém, vida curta: circulou com apenas nove números. *Dr. Macarra* era personagem que estava sempre a contar vantagens sobre a própria vida, negligenciando seus fracassos e incapacidades.

Estevão era muito conhecido na redação da *O Cruzeiro*, uma figura agradável e que se dava bem com todos. Assim como Péricles Maranhão, era sujeito simples, com seu foco ligado na carreira artística. Foi até mesmo, algumas vezes, companheiro de Péricles nas tardes e noites de boemia. Accioly Neto, chefe da redação da *O Cruzeiro*, lembra da convivência do artista com seus colegas de trabalho: “Carlos Estevão, rapaz desinibido e alegre, era famoso por suas gargalhadas estrondosas. [...] fez muitos amigos porque, além de inteligente e dono de uma imaginação inesgotável, era fundamentalmente honesto”. (NETO, 1998. p. 123)

Com a morte de Péricles, em fins de 1961, o *Amigo da Onça* fica órfão de pai, sendo ainda publicados alguns originais do cartum. Começa a procura de alguém que desse conta da perspicácia do personagem e de suas andanças tão bem quanto o seu criador. O respaldo é dado a Carlos Estevão que retoma as abordagens do cartum em 1965. Jota conta que sua reação foi de espanto: “Eu substituir Péricles? Vocês estão ficando loucos?”. Porém, Carlos Estevão acabou aceitando o “convite – imposição” fazendo-o muito bem já que, como seus desenhos, o “seu” *Amigo da Onça* também caiu no gosto do público. Assim acrescenta Marcos Silva:

Importa realçar esse forte contato de Carlos Estevão com um cotidiano de tensão, diversidade e poderes, trabalhando visualmente num nível particular de grafismos. Nesse sentido, apesar de modificações plásticas [...] ele foi o desenhista de humor no Cr. mais próximo de temas e situações trabalhados por Péricles com o *Amigo da Onça*, sem que isso diminua a originalidade de sua produção, inclusive ao assumir a manutenção desse personagem depois da morte de seu criador. (SILVA, 1989, p. 147)

**Figura 10** – O Cruzeiro, 23 de outubro de 1966



O traço grosso e forte, que chamava a atenção para as expressões faciais de seus personagens, continuou como característica de seus desenhos como também do *Amigo da Onça*, porém, agora, colorido. O seu universo de abordagem foi tão múltiplo quanto o de Péricles, passando rapidamente pela crítica política, mas sobretudo, deleitando-se nos costumes.

O cotidiano comum, voltados às relações familiares e seus conflitos, marcaram também o *Amigo da Onça* de Estevão. A temática da convivência com a sogra foi abordada por ele satirizando sua presença (*Figura 10*). Explorou com cuidado os detalhes deste cartum, desde a roupa da personagem representada pela sogra, até a placa de identificação da “*Pastelaria A.O. Aceitam-se encomendas.*” Os seus cartuns ganham uma particularidade em relação aos de Péricles: a imagem não é separada da página da revista por meio de bordas, mas delimita-se pelas próprias cores utilizadas como se página e abordagem se fundissem em um só tempo. A relação conflituosa estabelecida entre genro e sogra se confirma pela expressão facial do primeiro, ao fixar seu olhar nos bonequinhos em cima do bolo, demonstrando surpresa, susto. Carlos Estevão colaborou ao forjar uma certa inocência do *Amigo* confeitiro por meio de sua fisionomia despreocupada, reforçada ainda mais com a sua atitude de assoviar, concentrado apenas em sua atividade naquele momento. É ele quem insere a imagem da sogra em cima do bolo e escreve a legenda: “*Até que a morte nos separe*” estabelecendo a perenidade da presença dela na vida do casal. A atitude da personagem noiva se contrapõe, no entanto, a do genro: para ela, a presença da mãe é algo comum e até satisfatório, mesmo depois de instituído os laços conjugais. O balcão que separa clientes do confeitiro ajuda também a traçar uma linha de forças na qual o *Amigo da Onça*, dono da confeitaria, possui todo o controle da situação. A presença da sogra denota um segundo momento da imagem: aquele em que ela entra como participante constante na vida do casal, confirmada pela sua feição de satisfação ao ver os adornos do bolo. Ao mesmo tempo, vem atrás desses, como uma fiel guardiã da filha, uma “sombra” do genro, que sempre estará presente. A agudez, perspicácia e ao mesmo tempo a boçalidade de sua personalidade, foram ainda mais enfatizados por Estevão por meio de sua constituição física: sua adiposidade exaltada pelas roupas marcantes e seus adornos.

Mesmo nos cartuns de cunho político, as críticas eram lançadas também num universo amplo que envolveria todos ou apenas um político, a

cotidianidade dessa esfera social, impregna o imaginário da época a respeito da conduta desses personagens. O próprio desenho de Carlos Estevão estabelece uma divisão com a página da revista colaborando para uma leitura infinita de abordagem do cartum (*Figura 11*). O tom da sátira que leva ao riso é confirmada pela fala do *Amigo da Onça* que tem, como extensão, o primeiro plano da imagem com os personagens trabalhadores. No plano de fundo, atrás das cortinas, o momento é solene, demonstrado pelo luxuoso lustre e pela vestimenta dos personagens participantes, inclusive a do prefeito e de sua esposa/primeira-dama, repleta de adornos e com uma expressão de esnobismo, ao elevar a cabeça e cerrar os olhos. A vestimenta do *Amigo da Onça* acompanha a do personagem-prefeito para mantê-lo no mesmo nível de poder deste, estabelecendo uma espécie de hierarquia. O gesto de “jóia” feito pelo prefeito denota a sua concordância com a fala do *Amigo*: “Para a inauguração do seu retrato, Sr. Prefeito, conforme me recomendou, eu arranjei uma foto do senhor bem mais jovem, ta?”

**Figura 11** – O Cruzeiro, 07 de outubro de 1969



A hierarquia da imagem se corrobora ainda com a presença dos personagens no primeiro plano, que aparecem como “coadjuvantes”, fazendo um trabalho braçal de retirar o tecido que encobria a fotografia, suas roupas acompanham esse parâmetro, estão com uniformes de trabalho, são mais simples.

A foto utilizada do prefeito é uma foto antiga onde aparece mais jovem. Por questões políticas, a fotografia jovem é para mostrar a trajetória de sua experiência na construção de uma carreira até o destaque profissional em que se encontra. Essa fotografia, por sua vez, desvela um passado que o prefeito jamais gostaria que colocassem a nu. Sua roupa no quadro, se associa a de um prisioneiro, revelando assim que o mesmo já fora condenado, que transgredira as leis. A legenda revela o “*Dr. Zilá Camboim – 1968*”, com fotografia datada de 2-4-35, de uma autoridade pública que, mesmo com um passado corrupto, ainda continua no poder.

Com maestria e originalidade, Carlos Estevão continuou com o *Amigo da Onça* por quase 10 anos. Ao longo de sua trajetória em *O Cruzeiro*, e também em outros veículos de comunicação desenhou mais de 450 piadas por ano. A carreira somente é interrompida pela sua inesperada morte, em 14 de julho de 1972, em Belo Horizonte, onde morava. Com sua morte, morre também o *Amigo da Onça* que tentou, porém sem sucesso, ser revivido por outros artistas até a queda total da revista em 1975. Há quem atribua à fase de Estevão, o grande auge do personagem, outros atribuem-no à perspicácia e talento de seu criador, Péricles Maranhão. Não nos cabe aqui, porém, julgar qual dos artistas melhor representou o *Amigo da Onça* no próprio sentido do termo. Fato é que ambos são também parte do imaginário de seu tempo, expresso por meio dos cartuns. Tanto Carlos Estevão quanto Péricles Maranhão nos dá um “parecer” sobre a imaginação social latente, aquilo que estava em perspectiva e que por se fazer presente na vida dos leitores, proporcionava uma aproximação maior destes com os temas dos cartuns. Remetemo-nos, assim, às imagens de Péricles num período específico, tomando-as como também manifestantes do progresso, da cultura de consumo, do desenvolvimento do país.

## 4 CAPÍTULO III

### O COTIDIANO E O IMAGINÁRIO DO BRASIL NO AMIGO DA ONÇA

#### 4.1 COTIDIANO E IMAGINÁRIO: VALORES VIGENTES

Conforme Baczcó (1985), o imaginário social se define como um conjunto de representações construídas socialmente sobre acontecimentos, eventos, situações, etc. Parte-se de seu conceito para identificar o *Amigo da Onça* como meio pelo qual se manifesta esse imaginário e dessa forma, o cotidiano no qual se inseria. Remetendo-se nosso recorte temporal ao governo Juscelino Kubistchek, analisamos o cartum partindo das premissas que envolviam a construção da mentalidade em torno da difusão dos ideais juscelinistas de progresso, modernidade - que, embora não tenham sido com o Presidente nascidos, é em seu governo que se consolidam - bem como em torno de acontecimentos desse período que foram abordados por Péricles Maranhão. Suas imagens foram, desde o primeiro ano de sua publicação, em 1943, consideradas para o desenvolvimento da pesquisa. Porém, é com a solidificação dos ideais de Juscelino que se reconhecem transformações mais acentuadas e onde, portanto, recai a análise imagética. Inserimos Péricles Maranhão nesse contexto, tanto pelo seu suporte gráfico, como pela relação de dependência que mantinha com os leitores do cartum, haja vista os temas serem, por hora, uma extensão dos temas da revista, sem desconsiderar, no entanto, o gosto do público.

Os ideais juscelinistas faziam parte da produção da indústria cultural, atingindo setores da imprensa e, nessa medida, as abordagens do humor gráfico. Atentamo-nos, como o fez Marcos Silva (1989) para a pluralidade dos discursos sociais presentes na imagem. Pretende-se dar ênfase para detalhes que podem revelar o cotidiano daquele tempo. Como parte do imaginário, esses ideais já vinham sendo difundidos em períodos anteriores, embora tenha se efetivado nos 5 anos a que se referem o estudo. Na medida em que são construídas representações dos acontecimentos desse tempo, abre-se o leque de análise para o cotidiano do meio. Ações comuns manifestas pelo humor do *Amigo da Onça* são consideradas já que expressam as atitudes, os valores de uma sociedade em constante transformação.

A década de 50 é marcada pela busca de modernização do país, desvinculando-se das premissas das oligarquias que procuravam, ainda, se manter no poder e manter a antiga ordem vigente. A classe média, como classe emergente, tinha na modernização a consolidação de seus gostos que com o crescimento do mercado consumidor “[...] fez com que produtos antes remetidos à esfera da criação artística se transformassem em mercadorias.” (GAVA, 2006, p.19)

Segundo Nestor Garcia Canclini, a modernização deve ser entendida como “um processo sócio econômico que vai construindo a modernidade” (CANCLINI *apud* POLETTTO, 2004, p. 5) – esta entendida como etapa histórica. Observa assim, que algumas mudanças nas décadas de 50 - 70 redimensionaram as relações entre modernismo cultural e modernização cultural, sobretudo, aquelas ligadas ao desenvolvimento econômico com base industrial, à expansão urbana, à ampliação dos mercados pela urbanização crescente e pela maior escolaridade – que levam às difundidas perspectivas de consumo no país, como modo de inclusão nessa sociedade que cada vez mais se moderniza. E introdução de novas tecnologias comunicacionais – que apóia a venda de novos e modernos produtos agora fabricados no Brasil. (POLETTTO, 2004, p. 39-40)

Esses “novos” valores seriam marcados pela industrialização dando à sociedade um sentimento de crença e otimismo nas possibilidades do Brasil, deixando de lado o passado oligárquico, agrário em prol de um sentimento de gosto pelo novo e pelo moderno. Lado a lado a essa transformação interna, o mundo dividia-se nos blocos capitalista e socialista oriundos da Guerra Fria que geravam uma disputa pela hegemonia mundial. Essa disputa também calcou o imaginário do país, virando temática do humor gráfico.

A corrida espacial permeou o imaginário dos indivíduos que vivenciaram a disputa entre EUA e URSS e os seus aliados com reportagens, fotografias, charges, cartuns. “1959 é uma época de grave tensão internacional, com o agravamento da guerra fria [...]” (CARDOSO, 1978, p. 108). O cartum de 07 de março de 1959 (*Figura 12*) toma esse fato como abordagem.

O tema central é o espaço ou indica-se esse como um outro planeta, na abordagem do artista Péricles. Somado à difusão da corrida armamentista, O *Cruzeiro* publicava matérias sobre ETs, discos-voadores, tornando possível a materialização dessas idéias sobretudo entre os artistas ligados ao . Atentando-nos, primeiramente ao “*tema primário ou natural*”, consoante Erwin Panofsky (1976),

identificaríamos, primeiramente, os objetos da imagem para, logo em seguida, captar o seu conteúdo a partir de sua contextualização histórica. Percebe-se assim a imagem dos personagens da imagem que, fundamentados num estereótipo, os Ets são todos verdinhos, possuem apenas três dedos nos pés, têm pintas vermelhas espalhadas pelo corpo, pêlos, rabo e anteninhas. Era um modelo padrão que se tinha sobre a figura desses personagens. A caracterização da fisionomia dos ETs nos permite concluir que os seres humanos presentes na imagem são tidos como os “diferentes” porque estão em

**Figura 12** – O Cruzeiro, 07 de março de 1959



território que pertence àqueles. Nesse território, há buracos de onde saem fumaça, não há a presença de água, porém se aproxima da imagem do planeta Terra, dada sua iconicidade para Péricles Maranhão.

O plano de fundo é tomado por um horizonte onde há objetos que se aproximam da imagem de discos voadores e um meteoro em movimento para compor a temática. Também é ocupado pelo que seria o foguete dos astronautas e a sua volta há sombras de algo circulando – que não se pode definir exatamente como seres humanos ou não. O detalhe interessante é o nome dado ao foguete:

“*Marte – Nick*” – uma alusão ao primeiro satélite artificial mandado ao espaço pela URSS, em 4 de outubro de 1957, o *Sputnik 1*. Pode-se, ainda, associar “*Marte*” à cor verde do corpo dos ETs, idéia que se tinha sobre os “moradores” daquele planeta.

O humor da imagem está em que um desses ETs é o próprio *Amigo da Onça* que, aliás, fala a mesma língua dos terráqueos mas, ao mesmo tempo, parece “desconhecer” as ferramentas usadas pelos astronautas. Ao dizer: “...*E quebra!*”, dirigindo-se ao personagem ET ao seu lado, retira do rosto de um dos astronautas a sua única fonte de oxigênio, ausente no planeta. A sensação de “falta de ar” é denotada pelo personagem ao levar as mãos até o pescoço e tecer uma fisionomia de desespero, assim como o outro personagem astronauta que se vira repentinamente, levando uma das mãos à “cabeça”, num sentido de surpresa à atitude do ET *Amigo da Onça*. Péricles não lhe tirou, nessa abordagem, uma de suas características físicas marcantes que é o “cabelo” vermelho e para acompanhar sua caracterização, repartido ao meio e penteado para trás. Os outros ETs observam os terráqueos com curiosidade e desconfiança. Um deles, no primeiro plano da imagem, que surge com uma espécie de desentupidor de pia, intriga a interpretação do cartum. Pode ser no sentido da própria temática intencionando, com o objeto, sufocar definitivamente o terráqueo; ou pode ter um sentido externo à abordagem, dado particularmente por Péricles e fugindo, portanto, dos limites de nossa interpretação. Curioso é, no entanto, a presença desse objeto em outro planeta.

As mudanças, que ocorriam, atingiam todos os setores da sociedade e eram manifestadas pela imprensa que almejava um Brasil moderno aos moldes das nações desenvolvidas. Apesar de na década de 50, a lógica de mercado ter dado ao conteúdo dessa imprensa uma outra dinâmica, na qual se primava pela imparcialidade dos jornais e jornalistas em detrimento de uma imprensa tendenciosa, “[...] a narrativa subjetiva de alguns cronistas e desenhistas de humor mantiveram uma referência oposta a essa transformação da mídia impressa.” (QUEIROZ, 2007, p. 3). Nesse contexto é que o *Amigo da Onça* de Péricles calcou suas abordagens e pôde manter a sua subjetividade, pelas vias do humor, transgredindo normas e valores vigentes.

Algumas imagens do início da década que emanam um sentido de modernização – política, econômica, sócio-cultural - foram selecionadas, pois fazem parte do processo de transformação pelo qual passava o Brasil em busca do

“moderno” até se consolidar definitivamente em Juscelino Kubistchek. A idéia de consumo, como status social, já vinha sendo difundida. Seria, assim, por meio do valor de objetos que se denotava o pertencimento do indivíduo à sociedade e que o imaginário do consumo, como um aliado do processo de modernização do país, se manifestaria.

A fala transgressora do *Amigo da Onça* nesse cartum, de 12 de junho de 1954 (*Figura 13*), coloca o personagem do plano de fundo em situação de desvantagem. O carro, como símbolo de status, era para dar-lhe garantias de prestígio perante as moças do cartum. Em uma cultura de consumo, o objeto se torna também um meio de conquista. A ambientação da imagem urbana - sombras de prédios no plano de fundo, placa de parada de ônibus, pedestres no primeiro plano da imagem para dar sensação de movimento – compõe a sua abordagem que tem no elemento carro o seu sentido.

**Figura 13** – O Cruzeiro, 12 de junho de 1954



O humor satírico do *Amigo da Onça* revela aquilo que o personagem do plano de fundo, a princípio, queria esconder: “*Não adianta, velhinho. – Elas já viram que o carro foi... ROUBADO!*”. Os traços e as estrelinhas em volta de sua

cabeça – recurso das HQs - acentuam a sua indignação com o que diz o *Amigo*; a cor vermelha das estrelas enfatizam a ira do personagem. Péricles, coloca em letra maiúscula, a última palavra para destacar o sentido de sua ação. No entanto, a fala é transgressora por causar um princípio de dúvida nos leitores. Aquilo que o *Amigo* diz, pode somente ter a intenção de ridicularizar o homem na frente das moças, perdendo, assim, o seu “poder de conquista” sobre elas.

Nesse próximo cartum – 26/11/1955 (*Figura 14*) – apesar da transgressão feita pelo *Amigo da Onça*, a abordagem de Péricles revela o cotidiano de seu meio: utilizou o *Amigo* para tecer uma crítica sobre as precárias condições de transporte dos trabalhadores. Sendo assim ou não, o fato é que Péricles Maranhão aproveita-se da falta de ética do personagem para tratar de um tema tão comum ao seu universo. O meio de transporte utilizado pelo *Amigo da Onça* sofre um ‘deturpamento’ pelas mãos do artista, sobretudo quando utilizado para transporte de seres humanos. Nessa época, esse meio de transporte ficou conhecido como “amigo da onça”, baseado, ao que tudo indica, no próprio personagem: traiçoeiro, inseguro.

**Figura 14** – O Cruzeiro, 26 de novembro de 1955



Segundo Alberto Gawryszewski, as precárias condições dos transportes coletivos no Rio de Janeiro, somado ao aumento do preço das passagens, fazem surgir os “amigos da onça” como resposta a esse caos ou como consequência desse. Associava-se o aumento de seu uso também pela sua agilidade e rapidez no transporte: “A razão de se usar esse tipo de transporte seria a rapidez (na espera) em relação aos ônibus e bondes, que passavam já repletos pelos pontos.” (GAWRYSZEWSKI, 1996, p. 15). Tal fato, corrobora o crescimento significativo da rede urbana com meios de transporte que cada vez mais tomavam conta das ruas.

O veículo da imagem está em movimento, assim como os demais que estão presentes no primeiro plano, fazendo parte da busca pelo ideal de progresso e modernização do país. Interpretamos desse modo, as sombras de prédios e de elementos urbanos como o semáforo. O termo “arrancada”, utilizado por Péricles, estabelece um elo com a mentalidade modernizante que tomava a palavra em seu discurso: “arrancada para o progresso”; “arrancada para o desenvolvimento”; “arrancada para o futuro”.

Esses caminhões transportavam, sobretudo, trabalhadores pouco qualificados. Os personagens, na carroceria, são todos negros, com vestimenta simples, descalços, e nessa época, representavam mão – de – obra barata, oriundos de um Brasil escravocrata. O motorista do caminhão é o próprio *Amigo da Onça* – “*Viu que arrancada?*” - numa analogia com o transporte que, sendo muito perigoso, fazia movimentos bruscos, lançando os passageiros para fora do veículo, como fica evidente na imagem. É, pois, o “amigo da onça” dirigido pelo *Amigo da Onça* que dá também o motivo do riso na imagem de Péricles, um riso transgressor e revelador de preconceitos arraigados naquele imaginário.

#### 4.2 O AMIGO DA ONÇA E A MODERNIZAÇÃO NA ERA JUSCELINO KUBISTCHEK: DESENVOLVIMENTISMO

“Essa era a grande meta: cunhar uma nova identidade brasileira, mais agressiva e arrojada e lançar o país na modernidade.” (COHEIN, 2005, p. 35)

Televisores, máquinas de lavar, aspiradores de pó, enfim, produtos que emanavam modernidade e inovação nos lares dos brasileiros, estavam na

primeira ordem do difundido imaginário de consumo. Objetos que já se faziam presentes no cotidiano das pessoas, entraram também como abordagem dos cartuns de Péricles Maranhão. Mesmo que não se refira diretamente a este processo de modernização, por meio da aquisição de bens de consumo, entendemos esses elementos como partícipes de um processo que ocorria no imaginário das pessoas, fazendo das ausências da imagem, algo presente. O aspirador de pó é objeto do riso no próximo cartum de 23 de dezembro de 1961 (*Figura 15*). Utilizado, de forma não muito comum, ele se torna a via da transgressão da atitude do *Amigo*. O aspirador de pó, nas suas mãos, ridiculariza o personagem que tem sua peruca bruscamente arrancada, contrastando com sua vestimenta elegante. A imagem possui “dois tempos”: o primeiro que, apesar de ausente, representa o momento em que o personagem ainda se encontrava com a peruca; o segundo, o que está exposto na imagem, quando o *Amigo da Onça* arranca-lhe a peruca, fazendo com que o personagem “ganhe” de Péricles uma fisionomia de susto – os traços em volta de sua cabeça – e incompreensão – o ponto de interrogação.

As cores trabalhadas definem bem os espaços do cartum com a separação do ambiente público com o do privado. A caracterização dos personagens, que se contrastam em suas vestimentas, passa uma noção de hierarquia: o que sofre a ridicularização do *Amigo* tem vestimenta elegante; os outros, que riem do fato, têm vestimentas mais simples. O riso de ambos faz com que soltem bruscamente seus cigarros da boca, revelando o quão arraigado era esse costume. O tipo desses cigarros acompanha o tipo das vestimentas: o de roupa azul, mais nova e engomada, fuma um charuto, enquanto o outro, além das roupas mais simples e remendada, tem um só dente e fuma um cigarro inferior<sup>14</sup>. Percebe-se a posição social ocupada por meio da caracterização física dada por Péricles aos personagens.

---

<sup>14</sup> Prima-se por identificar elementos e objetos presentes na imagem (metodologia que se segue no presente capítulo) - por indicarem uma correta interpretação iconológica, segundo a ótica de Erwin Panofsky em sua teoria de análise das imagens, já citada neste trabalho.

Figura 15 – O Cruzeiro, 23 de dezembro de 1961



Porém, o riso causado pela ação do *Amigo da Onça* iguala todos os personagens, minando as diferenças sociais estabelecidas num primeiro momento pelas suas roupas. As intenções do *Amigo da Onça* dirigiam-se principalmente a ridicularizar o careca na frente da moça que se surpreende com a revelação, arqueando as sobrancelhas. O aspirador de pó, objeto símbolo do consumo, foi utilizado por Péricles nesse cartum, em contrapartida, para tecer uma sátira ao personagem ao revelar o que se pretendia, na verdade, esconder.

O *Amigo da Onça* fez parte da reformulação editorial pela qual passou a revista em 1943. Ano de sua estréia na *O Cruzeiro*, somou, junto com as fotorreportagens, um novo modo de fazer jornalismo com ênfase, cada vez maior, na imagem e naquilo que dela emana. Nesse paradigma de modernização e progresso, a revista baseou-se no modelo europeu, e sobretudo, norte – americano de fazer jornalismo, aumentando os seus anúncios. Na época, o imaginário difundia o processo de urbanização e o constante crescimento de uma cultura de massa que valorizava o lazer. “Essa valorização da imagem fotográfica insere-se dentro de uma proposta mais ampla de reformulação dos padrões visuais, que inclui também a valorização da caricatura.” (COSTA, 1992, p. 13). Nas páginas do semanário, o

personagem acompanhou as transformações ocorridas, possibilitando um paralelo com as diretrizes da revista e suas abordagens.

**Figuras 16** – O Cruzeiro, 1956



Esse cartum de 1956 (*Figura 16*) comprova isso, ano correspondente à terceira fase da revista, segundo Helouise Costa (1992), quando acontece uma reformulação editorial principalmente no que tange às fotorreportagens. É o modelo norte – americano que predomina com reportagens que inauguram, no Brasil, a impessoalidade e objetividade do jornalismo. Péricles Maranhão tematiza o fato através do humor ácido do *Amigo da Onça*.

O feixe de luz decorrente da entrada do *Amigo da Onça* no *Quarto Escuro*, com sua vestimenta próxima de um jaleco típico de laboratório, danifica o procedimento de revelação das fotos. O personagem com o rolo de filme nas mãos desespera-se com o fato. Péricles Maranhão trabalhou com as cores, num jogo de sombras, que demarcavam o lugar e a ação dos personagens no cartum: a sombra do corpo do *Amigo*, algo que invade e assusta pela sua proporção, se torna uma extensão da sua entrada inesperada, negando ao outro personagem qualquer ação.

Quando o Amigo diz: “ – *Já revelou??*” parece não saber das conseqüências ao abrir a porta. Porém, é nisso que reside o humor da imagem, porque é intencional e planejado por ele. A exposição do negativo à luz poderia velar as fotos, ou seja, danificá-las. O risível está presente também no trocadilho utilizado por Péricles em sua fala. O artista separa a primeira sílaba da palavra “revelar” (re-velou), deixando o “velou” na segunda linha, que corresponde também ao segundo tempo da imagem, quando as fotos “velam” por não terem passado ainda pelo “*fixador*”. É uma fala ambígua e irônica, correspondendo à sua atitude transgressora de danificar o filme fotográfico, isto é, velá-lo.

A consolidação das premissas de modernidade, progresso do país, desenvolvimentismo, com Juscelino Kubitschek, deu espaço a novos valores fazendo com que a sociedade entendesse a industrialização como meio e necessária para atingi-las. Com essas premissas superaríamos nosso atraso, dando à população perspectivas de crescimento econômico que abarcava o desenvolvimento social e cultural. A atitude decidida de JK frente à industrialização do país aliada à confiança nas potencialidades do Brasil e de seu povo – isso inclui a equipe técnica da Fundação Getúlio Vargas, da SUMOC, do Banco do Brasil, do Ministério da Fazenda e a influência do pensamento econômico da CEPAL - marca o ano de 61 “[...] não só como data do desenvolvimento industrial brasileiro, mas também o término da Revolução Industrial, da decolagem da economia brasileira.” (PEREIRA, 1976, p. 54)

No setor econômico, esse desenvolvimento teve como características, segundo Pereira (op. cit.), a industrialização, a substituição de importações, o surgimento de uma classe de empresários industriais, estatização, inflação, distribuição desequilibrada da renda e aumento de salários. No plano social, houve o crescimento da classe média, resultando no êxodo rural e o conseqüente processo de urbanização e aumento da mão-de-obra barata – que facilitaria o processo de industrialização. No setor político, primava-se pela intervenção do Estado na economia,

[...] como condição para um desenvolvimento econômico rápido, (*pois*) sem essa intervenção, deixando-se a economia ao sabor das leis de mercado, como quer o liberalismo, ou a economia permaneceria estagnada ou se desenvolveria a uma taxa muito pequena. (Idem, p. 102)

O desenvolvimento é a finalidade do governo JK - que tem a construção de Brasília como signo da audácia rumo ao novo. A sua construção significou a projeção dos imaginários sociais do seu tempo naquele espaço.

Os simbólicos '50 anos em 5' tiveram uma cidade como materialização histórica: Brasília, a capital inaugurada em 21/04/1960. Simboliza essa cidade o tom que o Presidente da República imprimiria ao país-dinamismo, coragem, tenacidade, pioneirismo desbravador e audácia, fruto da vontade política associada ao espírito de aventura. As imagens da época são fontes privilegiadas de alimento a este conjunto de valores. JK se misturava aos candangos, empoeirava-se, inspirava letras de música, estimulava socialmente o sonho que se tornara seu, da ousadia do desenho arquitetônico moderno. (BOMENY, 1991, p. 145)

O *Amigo da Onça* “participou” desse simbólico acontecimento que representava para o Brasil o caminho do desenvolvimentismo e da modernização. No entanto, a próxima imagem (*Figura 17*), uma *charge* – dependente que é da temporalidade - de 17 de dezembro de 1960, é de humor satírico tecendo uma crítica sobre as cidades que seriam instaladas próximas à Brasília. Nessas cidades, construíram moradias para os trabalhadores vindos do Nordeste para a construção da nova capital federal, os chamados “candangos”, em busca de melhores condições de vida. O que se viu, em contrapartida, foi a instalação de precárias moradias que contrastavam com a engenhosidade arquitetônica de Brasília. Nesse Brasil central, ainda despovoado, a especulação de lotes “em torno” da nova capital fez parte daquele cotidiano. A charge satiriza o fato, pois na lista dessas empresas de vendas de lotes estava também a “*Amigo da Onça S.A.*”<sup>15</sup>, cujo proprietário era o *Amigo da Onça*, vestido com roupa típica de desbravador em meio àquele local ainda desocupado. As cores amenas acompanham a abordagem da charge.

O “proprietário” do *Amigo da Onça S.A.* - o *Amigo* - sempre ganhando uma fisionomia “inocente” de Péricles - esclarece o personagem que acaba de chegar ao ponto de venda – “*Lotes à venda*” – com a pele vermelha queimada pelo sol, cansado, suado, roupas surradas, assim como a mulher no

<sup>15</sup> As “organizações” *Amigo da Onça S.A.*, fizeram parte de alguns cartuns de Péricles Maranhão. Como participante de seu cotidiano, o *Amigo da Onça* possuía a sua própria “empresa” caluniando, fazendo propagandas enganosas ao consumidor, tirando, enfim, proveito desse e de seu dinheiro, ridicularizando-o. Revela, pois, a existência da especulação nessa cultura de consumo. Dentro do recorte temporal do trabalho, aparecem 8 imagens relacionadas a essa “organização empresarial” do personagem em formatos diversos: *Facilitário A.O.*, *Amigo da Onça S.A.*, *Rádio Novela A.O.*, *Onça Filmes*, entre outros.

plano de fundo da imagem: “ – ‘Pera aí, velhinho.’ Eu disse que os terrenos eram a 20 minutos de Brasília, mas... de avião!” Sua fala satírica revela a distância dos terrenos, levando ao riso, um riso, sobretudo, de denúncia. A presença da mata, das árvores, do verde em abundância se contrapõe à paisagem natural do cerrado, de vegetação rasteira e clima seco. Interpreta-se tal caracterização como mais uma ironia de Péricles que se soma à fala do *Amigo da Onça* com relação à distância dos terrenos: um local com tanto verde, só poderia mesmo estar no mínimo a, 20 minutos de Brasília, mas de avião.

**Figura 17** – O Cruzeiro, 17 de dezembro de 1960



Segundo Juscelino Kubistchek, com o desenvolvimentismo, o atraso seria superado, a miséria, em decorrência do subdesenvolvimento, seria estagnada e com isso, a ordem seria preservada. Ora, o Presidente via na nação a capacidade autônoma de crescer e, apesar do subdesenvolvimento, era democrática, entendendo que democracia significaria desenvolvimento (CARDOSO, 1978). Nessa concepção de desenvolvimento proposta por JK, o homem brasileiro seria valorizado e estaria integrado na civilização contemporânea. Assim, “a riqueza, sinônimo de desenvolvimento correspondia à industrialização. Analogamente, concebia-se que a

sua ausência era fonte de pobreza ou subdesenvolvimento.” (FIGUEIREDO, 1998, p. 39)

A miséria é então relativizada e tomada como conseqüência da não superação de nosso atraso, desconsiderando-se, com isso, dados puramente sociais. A preservação da soberania e a distinção entre subdesenvolvidos e desenvolvidos, segundo JK, é em função da riqueza: era preciso que os subdesenvolvidos travassem uma batalha em busca de riqueza para continuação da ordem democrática. O esforço contra o pauperismo seria o esforço contra o alastramento de ideologias que pudessem contaminar a população menos favorecida. A pobreza, nesse caso, seria vista como falta de talento e de esforço individual, um atraso, um perigo para a soberania e uma contraposição aos ideais de JK. Assim, segundo as próprias palavras do Presidente:

Nós nos opomos a uma concepção puramente materialista da vida; e não ignoramos que a coexistência da miséria e da riqueza excessiva também faz surgir um problema ético. Ninguém melhor que os Estados Unidos reconhece que a terra propícia para a germinação das idéias, cuja vitória importaria no fim de tudo quanto reclamamos para nossa vida, é o pauperismo que devora os seres, que os priva de qualquer esperança, que os degrada da própria condição insigne a que pertencem. (KUBISTCHEK *apud* CARDOSO, 1978, p. 127)

Os Estados Unidos como nação desenvolvida é o modelo a ser seguido, “[...] tanto no que concerne ao paradigma tecnológico, à estrutura produtiva ou à organização do trabalho taylorista e fordista. Isso significa que se incrementava a produção em massa de bens industrializados [...]” (FIGUEIREDO, 1998, p. 75) e através da produção poder-se-ia obter apoio financeiro. A entrada do capital estrangeiro em nosso país seria como a mola propulsora para o crescimento, fonte de recurso para o projeto juscelinista por meio da OPA (Organização Pan-Americana)<sup>16</sup>.

Trabalhamos com as imagens do *Amigo da Onça* e a pobreza sendo esta vista através dos valores do desenvolvimentismo. Ela estaria somente onde o progresso ainda não teria chegado. Justifica-se assim, a abordagem dada pelo artista, fugindo daquilo que seria considerado preconceituoso.

---

<sup>16</sup> “Programa multilateral de assistência ao desenvolvimento econômico da América Latina, submetido pelo governo do presidente Juscelino Kubitschek à apreciação do governo dos Estados Unidos em 1958.” (KRAMER *apud* ARAGÃO 2006, p. 77)

O deboche e ironia do *Amigo da Onça* nesse cartum (*Figura 18*) confirma a mentalidade que se tinha sobre a pobreza. Ele, no primeiro plano da imagem, faz uma pergunta ao personagem caracterizado como mendigo que contrasta com a imagem da riqueza - essa representada simbolicamente pelo tão almejado Cadillac. Com suas roupas velhas, rasgadas, pés descalços, não fossem por suas meias remendadas, é alvo da piada do *Amigo da Onça* que lhe pergunta: “O que foi? Perdeu a chave do Cadillac?” Pelo aspecto do personagem, o Cadillac obviamente não seria seu, mas o *Amigo* aproveitou o momento “oportuno” onde o luxo e a pobreza se encontraram para lançar sua fala. O personagem entende a pergunta irônica do *Amigo da Onça* e parece não gostar do seu tom “jocosos”. Os traços e desenhos acima de sua cabeça simbolizam a ira, somado a sua fisionomia, arqueando as sobrancelhas. Segundo as idéias pregadas pelo desenvolvimentismo, esse cartum de 18 de fevereiro de 1956, confirma o imaginário presente: a riqueza e os seus símbolos de poder eram almejados, enquanto a pobreza significaria exclusão. Ela é ridicularizada, revelando que o não-normativo, o preconceito, existe, e muito mais que existir é aceito, pois é a via do humor da imagem.

**Figura 18** – O Cruzeiro, 18 de fevereiro de 1956



O estabelecimento de moradias em morros – sobretudo no Rio de Janeiro (*lócus* de inspiração para a maior parte das temáticas de Péricles Maranhão) – era o contraste de uma política que primava pelo desenvolvimento, progresso e modernização da nação. Essas moradias faziam parte dos deboches por significarem a pobreza. No próximo cartum, de 31 de maio de 1958 (*Figura 19*), se materializa a questão da precariedade das moradias nos morros. O horizonte branco, no plano de fundo, acentua a sensação de altura e, ao mesmo tempo, de contraste com os prédios localizados abaixo. No entanto, estar “abaixo”, nesse caso, é a contrapartida da pobreza: as piores moradias se instalam acima, nos morros, expostas ao perigo, tema do cartum de Péricles. A grande rocha presente na imagem, amparada por um pequeno galho de árvore, indica em seus contrastes, que o pequeno galho não tem a menor condição de sustentar a pedra, e seu sombreamento exalta ainda mais o seu tamanho. Os personagens logo abaixo dela, que fizeram o “serviço”, saem correndo, preocupados com o perigo iminente.

**Figura 19** – O Cruzeiro, 31 de maio de 1958



O humor do cartum denota um sentido de crítica às más condições de moradia a que eram relegados os moradores desses locais, pela negligência dos

serviços da *P.D.F* – Prefeitura do Distrito Federal. O deboche das condições de vida dos moradores e a sátira pela manutenção dessas condições pelas autoridades são expostos através da fala dúbia e irônica do *Amigo da Onça*: “ – Pronto! Agora o Sr. Já pode dormir tranqüilo sem receio de avalanche...”. O personagem, dono da casa, é exposto ao ridículo e ao menosprezo pelas condições de sua moradia e, sobretudo, pela maneira como seu problema foi solucionado. Como contraste do progresso e da modernização o cartum pode também representar as mazelas da política do Estado para com as moradias nos morros que, enquanto prima pelo desenvolvimento do país relega as condições dos moradores desses locais a um segundo plano.

Na mesma perspectiva, mas envolvendo uma outra questão vivida no cotidiano das favelas, a próxima imagem de 09 de setembro de 1961 (*Figura 20*) revela uma parte da nação onde o “progresso” ainda não teria chegado. Nele, a pobreza e a desordem se encontram, como se uma fosse sintoma da outra. A paisagem verde indica, ainda, a sua pouca devastação pela ocupação do local. Péricles contrastou as singelas moradias do morro, com o plano de fundo tomado por prédios. O local, onde se dá a temática é a Mangueira, favela conhecida nesse período, não somente pelas suas moradias simples, mas também, pelas batalhas travadas entre os ditos “malandros” e que ocupou o imaginário de Péricles na criação desse cartum ou charge, por dar conta de um problema social vivido naquele momento e naquele lugar. Para caracterizar esse âmbito de desordem e violência, na placa que indica a favela da Mangueira, Péricles coloca uma navalha e uma cruz, simbolizando a morte. A roupa do *Amigo da Onça* insere-o nesse meio onde há predomínio do popular.

Péricles colabora na confirmação de estereótipos em torno da figura do malandro por meio da vestimenta dos personagens de seu cartum. Nesse caso, a anedota se reveste da eficácia simbólica que se faz presente no cotidiano das favelas, nos costumes, nos modos de se vestir que formam a identidade social do malandro. Conforme Gilmar Rocha (2006), a sua vestimenta,

designa um tipo de linguagem simbólica, um importante modo de significação cultural. Em particular, o vestuário do malandro pode ser visto como uma narrativa por meio da qual podemos ler e ver aspectos fundamentais do processo de construção da sua identidade [...] A roupa é um símbolo de sua identidade e, neste sentido, pode

ser vista como expressão de uma técnica corporal. (ROCHA, 2006, p. 123-124)

Com grande preocupação com o vestuário, desenvolveu-se um estilo de vida por setores populares, sobretudo no Rio de Janeiro, no início de século XX. No caso do cartum, fala-se dos malandros do morro com as suas navalhas, chapéu de palha, calça de linho com boca estreita que permitia uma maior ginga na capoeira, suas camisas listradas e lenços amarrados no pescoço. Ao *Amigo*, foram dadas todas essas indumentárias, estereotipando-o também como o malandro do morro.

A questão tematizada no cartum, ocupa a posição central, porém no plano de fundo. Nele, além da “*Tendinha do OLIVEIRA*” (português, pelas suas caracterizações) para representar aquele cotidiano, indivíduos se esbofeteiam, voam pelos ares, sobem no telhado da tendinha, enfim, armam uma confusão. Voam garrafas e navalhas, alguns travam um duelo rolando pelo chão outros quase caem do morro. Dois deles já foram assassinados, estendidos no chão, com uma navalha em seus corpos. A fisionomia do “Oliveira” denota despreocupação, como se estivesse alheio àquilo, como se isso já fizesse parte de seu cotidiano. À situação de caos e desordem parece não haver mais solução, o que corrobora, em primeiro plano da imagem, com a fala do *Amigo da Onça*, que se volta para um personagem muito presente no imaginário das pessoas, o Super Homem. A esse caos armado na Mangueira, nem mesmo ele pode dar conta: “ – *Espera aí, rapaz, você não é o super homem? Então vá despartar aquela briga lá em cima...*”. Dizendo isso, o *Amigo* puxa a sua capa para que ele fique. Sua atitude, no entanto, é de desprezo e ao mesmo tempo de medo. Pode não dar conta de toda aquela confusão. Colocando seu corpo para frente, prepara-se para fugir daquele local, ao mesmo tempo, olha para trás e observa o conflito. A situação de pobreza e desordem é ridicularizada pelo *Amigo da Onça*, bem como, a imagem do Super Homem como super herói, provocando o riso. Revela parte daquele cotidiano que contrastava com o progresso e a ordem almejada, apresentado por Péricles pelas vias do deboche.

Figura 20 – O Cruzeiro, 09 de setembro de 1961



#### 4.2.1 O *Amigo da Onça* e o Imaginário da Modernização: Privacidade e Consumo

Às premissas de desenvolvimento, aliava-se a expansão de uma mentalidade que, cada vez mais, via no consumo um modo de inclusão na sociedade que se voltava para a modernização, abrindo suas fronteiras a indústrias de grande porte, capitalizando o país. Consumir era fator de preponderância entre os indivíduos, incluindo-os nesse imaginário do desenvolvimentismo.

Par a par com a difusão das perspectivas de consumo, a indústria cultural se consolidava no Brasil especificamente envolvendo a modernização tecnológica dos meios de informação. Amparava-se na lógica da vida urbana de movimento constante e cada vez mais acelerado, dinamizando e encurtando os espaços de tempo. “É pela dinamização da economia, promovida pelo governo Juscelino Kubistchek e pela implementação técnica dos meios de comunicação [...]” (GAVA, 2006, p. 18), que a indústria cultural brasileira se consolida. E não é só a abertura política que explica toda essa efervescência na indústria cultural brasileira. “A formação de uma público urbano e a emergência de uma cultura de massa iriam modificar substancialmente a sociedade brasileira. Entramos no ‘tempo cultural

acelerado', onde os signos se multiplicam visando o consumo imediato." (VELLOSO, 1991, p. 123)

É nesse período que a publicidade tem o seu “arranque” definitivo e enchem cada vez mais as páginas dos semanários ilustrados, incitando a formação de uma mentalidade consumista. Ela

[...] lança mão de imagens e valores já presentes na cultura, mesmo que em estado latente ou dormente. Nesse sentido, o que a publicidade faz é apropriar-se dessas imagens e valores, incorporados por toda a sociedade ou por determinada parcela dela, e adaptá-los às suas necessidades comerciais, reforçando-os ou atribuindo-lhes novo significado. (FIGUEIREDO, 1998, p. 19).

**Figura 21 – O Cruzeiro, 1957**



O “não ter” excluía. A sociedade se modernizava também pela aquisição de bens materiais, de produtos e máquinas que poderiam substituir o trabalho humano, ou os tão almejados veículos, que tomavam conta das revistas como modelo de vida a ser seguido. “Consta, inclusive que as páginas de *O Cruzeiro* eram disputadas pelos maiores anunciantes da época, de modo que nos

primeiros dias de janeiro, todos os espaços para anúncios nas 52 edições do ano já estavam reservados ou vendidos.” (SILVA, 1989, p. 18).

As propagandas vinculavam uma imagem de conforto e bem estar atribuídos aos produtos que vendiam. Contrastavam o antigo e o moderno, relacionando o último, ao prestígio e à “esperteza” dos consumidores. Esse anúncio da *Lambretta* de 1957 (*Figura 21*), publicado na revista, faz essa oposição entre velho e novo, materializado pela oposição da imagem dos cavalos com a da própria *Lambretta*. Sua chamada legitima o significado da sua mensagem imagética – “*Alguém aqui é mais esperto...*” relacionando a sua aquisição com velocidade, economia de tempo, bons negócios e, sobretudo, inteligência: as *Lambrettas* abrindo “*novos horizontes de prosperidade*”.

Conforme Erwin Panofsky (1976),

o historiador de arte terá de aferir o que julga ser o significado intrínseco da obra ou grupo de obras, a que devota sua atenção, com base no que pensa ser o significado intrínseco de tantos outros documentos da civilização historicamente relacionados a esta obra ou grupo de obras quantos conseguir [...] (PANOFSKY, 1976, p. 63)

Consideramos suas afirmações e relacionamos a idéia do anúncio publicitário com o discurso do cartum de Péricles Maranhão, de 12 de julho de 1958 (*Figura 22*). No primeiro plano da imagem, a *Lambretta* do *Amigo da Onça* – objeto de desejo que permeava o imaginário dos jovens nessa década, sobretudo na segunda metade - contrasta com a imagem da bicicleta do outro personagem. Comparando-se anúncio e cartum, o “mais esperto” era o *Amigo da Onça*, que já tinha sua lambreta, enquanto o outro personagem aproxima-se da imagem dos cavalos – lento, atrasado e que ficará sempre para trás.

Representando riqueza, a *Lambreta* simboliza também status e poder de conquista, uma vez que é com ela que o *Amigo da Onça* se dirige à casa da garota, levando-lhe flores. A rota de seu caminho é visível, uma vez que os espaços da imagem são bem demarcados por Péricles e pelas cores utilizadas. Sua vestimenta faz parte daquele cotidiano do final da década de 50 e início de 60, quando prevalecia a imagem do jovem de blusão de couro e jeans, em motos ou lambretas. A mocinha também caracteriza aquele tempo no qual cada vez mais, moda e comportamento se associavam, abandonando as saias rodadas para tornar-se adepta das calças tipo cigarette.

Figura 22 – O Cruzeiro, 12 de julho de 1958



Há dois tempos na imagem: o primeiro é o do personagem com a bicicleta que já fora à casa da menina. Ela segura um ramalhete de flores, que ganhara de seu primeiro pretendente. A sua atitude é porém, de desdém, assoviando com os olhos cerrados e despetalando as flores. Com isso, o menino da bicicleta volta, com ira nos olhos, ao notar que o poder de conquista é todo delegado ao *Amigo da Onça*, não pelas suas flores ou gentileza, mas pelo poder que simboliza a Lambreta. Essa era a lógica do progresso e da modernidade: consumia-se como modo de inserção em uma sociedade em que não ter determinado objeto era sinônimo de menosprezo e exclusão, onde o consumo estava na ordem do dia.

Somado aos anúncios, há a presença de variadas reportagens sobre esses objetos. Em 14 de janeiro de 1956, há a intitulada “*Automóveis*”, uma entrevista de José Alberto Gueiros e fotos de Indalécio Wanderley com 6 páginas e inúmeras fotos de carros emoldurados com belas mulheres exaltando o “*Glamour e elegância de pessoas e carros modernos – onde a distinção está na linha*” (*O Cruzeiro*, 14/01/1956)

Figura 23 – O Cruzeiro, 14 de janeiro de 1956



Figura 24 – O Cruzeiro, 14 de janeiro de 1956





Figura 27 – O Cruzeiro, 14 de janeiro de 1956



Figura 28 – O Cruzeiro, 14 de janeiro de 1956



O carro é signo que medeia as relações humanas, com a importância dada ao mesmo na reportagem. É por meio desses signos e pela sua acumulação simbólica que os indivíduos buscam o status e ascensão social

almejada. Nesse sentido, o valor das pessoas, enquanto consumidoras, merece destaque crescente na publicidade associando o consumo à sua inserção nesse meio que busca constantemente o aumento do padrão de vida: cresce, no imaginário, a lógica da associação entre consumo e bem estar. O carro como símbolo de elegância e bem estar e acúmulo de prestígio, já vinha fazendo parte dos temas do *Amigo da Onça*. Se retomarmos o cartum de 12 de junho de 1954 (*Figura 13*), percebemos o uso do Cadillac como manutenção de status e meio para conquistar mulheres. O belo carro é associado à presença de mulheres bonitas, atraídas pelo significado intrínseco ao objeto no cartum de Péricles: o status. Da mesma maneira, a figura 18 contrasta o glamour do Cadillac com a simplicidade do personagem mendigo. Este se torna objeto de ironia e sátira por não se incluir no universo da elegância representado pelo veículo: ele está fora dos padrões e não se inclui nos trâmites do consumo.

O consumo faz parte do sistema de inserção que molda o indivíduo de acordo com suas regras, inserindo-o no sistema onde a importância está muito menos na necessidade do produto do que no ato de adquiri-lo. O ato de compra cria as circunstâncias que despertam o bem estar e o prazer de modo particular e individual. Daí a sua subjetividade ser extremamente valorizada pela publicidade.

Operou-se ao longo dos anos 50 gradual e progressivo avanço das mensagens publicitárias na direção do indivíduo e de sua subjetividade. Quando finalmente expirou a década de 50, as campanhas publicitárias buscavam em quase sua totalidade e por todos os meios alcançar as pulsões individuais e as motivações íntimas de compra, para persuadir os potenciais consumidores dos bens anunciados de que a mera aquisição destes seria capaz de levá-los à satisfação de seus desejos mais reclusos. (FIGUEIREDO, 1998, p. 88)

Com o *Amigo da Onça* não seria diferente: Péricles Maranhão utilizou muitas vezes do imaginário do consumo como conteúdo de sua abordagem. Em muitos de seus cartuns, o ideal de consumir está acima de todas as coisas e a individualidade dos personagens é valorizada em detrimento do coletivo.

A “necessidade” de consumir implicava em poder aquisitivo, requisito que não englobava muitos indivíduos. O “facilitário”, o “crediário” faziam parte do cotidiano das pessoas que também almejavam o poder de compra. Mas estas formas de venda poderiam tanto facilitar, como arruiná-los financeiramente.

No próximo cartum, de 05 de dezembro de 1959 (*Figura 29*), isso fica claro, quando o “Santos”, personagem do primeiro plano da imagem, tenta desviar o caminho e os olhares do dono da loja de roupas, escondendo-se atrás de seu sobretudo e chapéu. Porém, é pego em flagrante pelo *Amigo da Onça* que, ironicamente, se dirige a ele para chamar a atenção dos donos da loja: “- *Eh, Santos. Não morres tão cedo...*”.

**Figura 29** – O Cruzeiro, 05 de dezembro de 1959



Esta fala coloca-o numa situação complicada, pega-o de surpresa e sua fisionomia demonstra isto. De modo contrário, põe os personagens do interior da loja em situação de alerta prontos para abordar o indivíduo que tenta passar despercebido. A linha pontilhada atrás do Santos representa um passo discreto, de quem quer passar sem ser notado, desviando-se da porta. A cor de seu sobretudo se confunde com a da parede da loja, emanando a sensação de se fundir com aquele local. Seu consumo desenfreado, como modo de pertencimento àquele meio, transcende os paradigmas de suas reais necessidades, colocando-o em uma situação financeira desfavorável.

Em meio à grande preponderância do “consumir”, é comum, naquele cotidiano, a presença de casas de “agiotagem”, revestidos do nome de facilitário, como o do próximo cartum de 07/10/1961 (*Figura 30*). O *Facilitário A.O.*, onde se

poderia comprar “sem fiador”, seria uma saída para os endividados, frutos de um consumo desenfreado. O Facilitário do *Amigo*, tem diversos itens e garante ao cliente um bom negócio: “*COMPRE TUDO... SEM FIADOR, deixando apenas uma pequena garantia. APROVEITE.*” No entanto, como é sabido, a agiotagem cobra juros altíssimos sobre o valor da compra ou do empréstimo, deixando o cliente em situação de desvantagem, tendo que deixar, como “pequena garantia”, as suas próprias roupas, saindo do estabelecimento quase nu. O fundo revestido com diversas cores, caracteriza o estabelecimento do *Amigo da Onça* com itens que vão desde cinzeiro<sup>17</sup> até sofá, produtos esses que entrariam nas negociações do *Amigo* e de seu cliente e, muito provavelmente, provenientes de clientes devedores.

**Figura 30** – O Cruzeiro, 07 de outubro de 1961



Para caracterizar ainda mais essa dupla intenção do A.O., Péricles coloca no cartum, recurso que era também utilizado na publicidade: põe as frases

<sup>17</sup> A presença do cinzeiro no *Facilitário A.O.* revela o quão corriqueiro era fumar naquele tempo. O ato ainda era associado à elegância, mentalidade oriunda, sobretudo, dos filmes hollywoodianos. No período estudado, o número de cartuns com personagens fumando é de quase 30. Fumavam-se cigarros comuns, com ou sem piteira, cachimbos e charutos. Dentre esses cartuns, aparecem alguns com apenas um fumante e um outro de 1956 onde todos fumam, inclusive o *Amigo da Onça*. Essa, aliás, era uma característica marcante do personagem já que, em grande número das imagens, aparece com sua piteira.

que podem chamar a atenção dos clientes em letra maiúscula, pelo seu conteúdo apelativo. As frases que representariam a contrapartida disso, porém sem pouco valor (sobretudo para os donos das lojas), são colocadas em letras minúsculas. O objeto que o personagem traz em suas mãos está posto em destaque, já que é o produto que compra com “facilidade” em troca da “garantia”. Denota uma fisionomia de ira, arqueando as sobrancelhas. As pessoas, que por ali passam, observam o indivíduo semi – nu, com surpresa e curiosidade. O *Amigo da Onça*, no plano de fundo da imagem, está com suas roupas e olha atentamente para seu cliente. O discurso produzido no cartum de Péricles, revestido da linguagem própria de seu tempo, é parte de uma mentalidade em que consumir se fazia necessário, tendo como consequência, o crescente aumento dos facilitários e crediários.

Com a modernização do Brasil, aumenta a circulação de automóveis pelas ruas, como também, a necessidade de estabelecimentos de auto peças e afins. Aumentavam as reportagens – como a apresentada nesse trabalho – e propagandas para a difusão desses produtos. Revendedoras de carros, lojas de auto-peças se tornaram comuns no comércio das grandes cidades.

A modernidade e elegância do *Simca-Chambord*, propaganda publicada na *O Cruzeiro*, em 24 de dezembro de 1960 (*Figura 31*), insere-se na paisagem arrojada da nova capital federal, como sintoma de progresso e desenvolvimento. Ao seu lado, duas mulheres bonitas atestam a elegância do veículo e sua eficácia como símbolo de prestígio entre as pessoas. Essas mulheres tem o foco do olhar lançado para o horizonte, com vistas ao crescimento infinito de Brasília, associado à imagem do moderno *Simca- Chambord*.

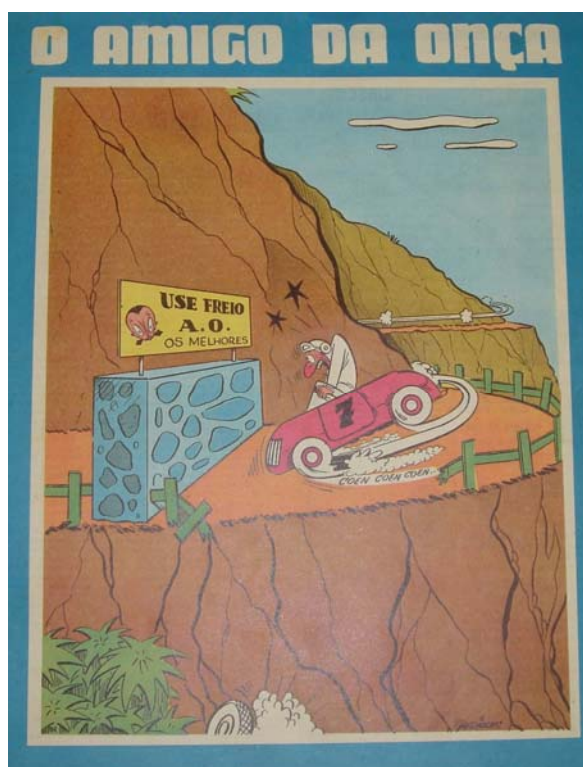
**Figura 31** – O Cruzeiro, 24 de dezembro de 1960



Na medida em que se ia difundindo a importância dos automóveis na vida dos brasileiros, a publicidade, em torno deles e de equipamentos ligados a ele, aumentava desde meados da década. Postos de gasolina, marca de pneus, passaram a ser freqüentes nas páginas da *O Cruzeiro* associando sempre a sua aquisição como sinônimo de felicidade, lazer e liberdade.

Em meio a essa difusão do imaginário até mesmo o *Amigo da Onça* tinha sua loja de peças para carros. Utilizando-se do ideal do consumo, Péricles Maranhão faz a publicidade dos “freios A.O.”, de um modo surpreendente, que leva ao riso. O consumo dessas peças estava na ordem do dia, daí a idéia de Péricles de colocar uma propaganda de freios de carro em meio a uma pista de corrida – nota-se pela vestimenta do personagem e o número presente em seu carro - nesse cartum de 12 de maio de 1956 (*Figura 32*).

Figura 32 – O Cruzeiro, 12 de maio de 1956



O personagem motorista é pego de surpresa ao fazer uma curva bruscamente e dar de cara com um muro. Freia o quanto pode, indicado, por Péricles, pela fumaça, pelos traços em volta do carro e pela onomatopéia “coen coen coen...”. A sua expressão facial e corporal, atesta o susto. A cerca que margeia o caminho já está quebrada no trecho da curva onde um outro carro acaba de despencar ao dar de frente com o muro. A inconveniência da localização do muro, mesmo assim, deixou gravado na mente dos personagens que o freio para seu carro nessas horas, era: “*Freio A.O. Os melhores*”, que podiam evitar qualquer tipo de acidente. O cartum deixa claro que a publicidade, nessa cultura de consumo, era peça-chave para garantia de vendas, fazia-se presente no imaginário das pessoas, rodeando-os por onde quer que fossem e inserindo-lhes a necessidade do “ser” por meio do “ter”.

De acordo com Geogy Pontes Vieira de Aragão,

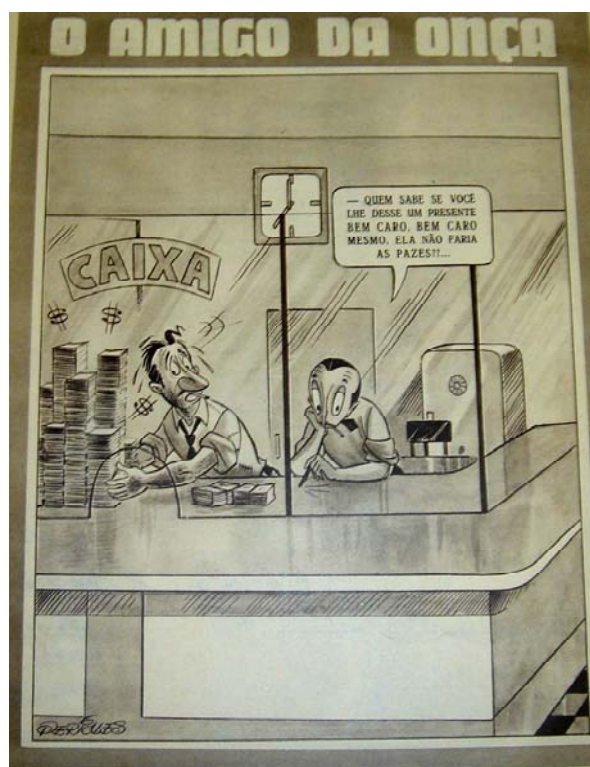
O tipo de propaganda que se veiculava, através dos meios de comunicação de massa, era no sentido de que todos aqueles produtos anunciados tornavam a vida melhor e se baseava no modelo norte-americano de viver – o chamado *american way of life* – ao qual a propaganda fazia crer que o brasileiro também poderia

chegar. Todos desejavam consumir e o crescimento da população urbana e da renda urbana levou a um aumento do consumo de bens e serviços. O consumo destes bens era também sinal de prestígio, de *status* – o que tenho ou posso chegar a ter. (ARAGÃO, 2006, p. 32)

O ideal de consumo e o prestígio adquirido por meio dele se fazem presentes no próximo cartum - 23 de fevereiro de 1957 (*Figura 33*). A sua particularidade está em não ser colorido, como a maioria dos cartuns de Péricles Maranhão. Esse recurso, embora não comprometa as abordagens da imagem, transmite a idéia de solidez, de tempo perene, ou então um tempo que demora a passar, sobretudo para o personagem que quer, a todo custo, reatar um relacionamento. É ambientado em local de trabalho onde o *Amigo da Onça* dialoga com seu colega. O personagem que está no “*Caixa*” tem, a sua frente, um montante de dinheiro empilhado, caracterizado pelo cifrão. Em meio a tanto dinheiro, é o momento oportuno para o *Amigo da Onça* “disseminar” a sua fala dúbia e irônica, colocando seu colega em desespero: “ – *Quem sabe se você lhe desse um presente caro, bem caro mesmo, ela não faria as pazes??...*” – Os recursos estilísticos de Péricles em volta de seu rosto, simbolizam dois tempos na imagem: o momento em que protege o dinheiro e o momento em que se vira bruscamente ao ouvir o recado do *Amigo da Onça*. As gotículas em volta de sua cabeça simbolizam esse âmbito de agonia. Pelas palavras do *Amigo da Onça*, o presente “caro, bem caro mesmo”, poderia ser a solução para reatar o seu relacionamento.

A terceira personagem da imagem, embora ausente, se faz presente pela fala do *Amigo da Onça*, ao se referir a “*ela*” como facilmente “comprável”, inserida que está nesse universo consumista. Chama a atenção para a impossibilidade do personagem de comprar-lhe algo caro, bem caro mesmo. O símbolo do consumo, representado pela aquisição de objetos de alto valor, se materializa ao atingir status e prestígio naquele corpo social em busca de modernização e progresso e, portanto em constante transformação.

Figura 33 – O Cruzeiro, 23 de fevereiro de 1957



A terceira personagem da imagem, embora ausente, se faz presente pela fala do *Amigo da Onça*, ao se referir a “*ela*” como facilmente “comprável”, inserida que está nesse universo consumista. Chama a atenção para a impossibilidade do personagem de comprar-lhe algo caro, bem caro mesmo. O símbolo do consumo, representado pela aquisição de objetos de alto valor, se materializa ao atingir status e prestígio naquele corpo social em busca de modernização e progresso e, portanto em constante transformação.

O conhecimento da subjetividade do consumidor era preponderante para que os objetos tivessem sua devida importância na publicidade e, nessa medida, no ato de consumo. Deste modo, a tentativa de inserção do indivíduo na sociedade pelas vias do consumo pressupõe a exclusão daqueles que não tem as condições necessárias para consumir – vide imagens da pobreza - e a conseqüente aceitação da diversidade humana. Nessa sociedade liberal que se caracteriza pela individualidade<sup>18</sup> e subjetividade, o distanciamento econômico dos indivíduos é visto

<sup>18</sup> O filme *São Paulo:S.A.* (Filme de Luis Sérgio Person. Ano: 1969) documenta essa relação do indivíduo nessa sociedade que se modernizava com acirrada disputa no mercado e as inquietações de sua própria individualidade, essa “forçada” pela demanda do mundo moderno e da sociedade de consumo.

como natural. Isso gerou a transformação ocorrida na publicidade, em virtude da imposição da concorrência, havendo um apelo muito maior à exaltação do indivíduo e de sua privacidade. Notamos tal fato nas abordagens do *Amigo da Onça*. No decorrer da década de 50, as anedotas, que eram principalmente calcadas num âmbito público, passaram a ter nos ambientes privados a salvaguarda de seu humor. Sendo assim, relações familiares, conflitos conjugais, eram abordados por Péricles, em meio à privacidade dos lares, à intimidade das pessoas e sua individualidade.

Conforme Bizello (2005) “Os meios de comunicação de massa mudam consideravelmente as relações entre o político e o povo e a produção da imagem da política.” (BIZELLO, 2005, p. 4). O próprio Juscelino Kubistchek utilizou-se de sua auto-imagem para promovê-lo, enquanto político. Imagens de sua vida cotidiana emanavam uma grande aproximação com o público leitor - e eleitor – das revistas ilustradas, trazendo – o para mais perto da realidade dos indivíduos. Em 11 de fevereiro de 1956, 11 dias após tomar posse, *O Cruzeiro* publica uma reportagem do Presidente em suas viagens, intitulada: “*JK em busca de riqueza para o Brasil – O Presidente descreve a sua viagem com exclusividade para O Cruzeiro*”, assinada por Eugênio H. Silva e Álvares da Silva (*Figuras 34 e 35*). Essa reportagem traz, entre outras imagens, a fotografia do Presidente comprando um presente para a filhinha – momento particular de sua vida pessoal - trazendo o leitor para mais perto de sua intimidade e privacidade.

A vida íntima de JK emana na legenda da imagem: “*PAPAI COMPRA UM PRESENTE PARA A FILHINHA. JK deteve-se um instante nesse local tradicional de Paris para adquirir uma miniatura da Torre Eiffel para sua filha Márcia, a intelectual da família (que, até agora, só conhece de fotografia a capital da França)*”, *O Cruzeiro*, 11/02/1956.

**Figura 34** – O Cruzeiro. Reportagem J.K. em busca de riqueza para o Brasil. 11 de fevereiro de 1956



**Figura 35** – O Cruzeiro. Reportagem J.K. em busca de riqueza para o Brasil. 11 de fevereiro de 1956



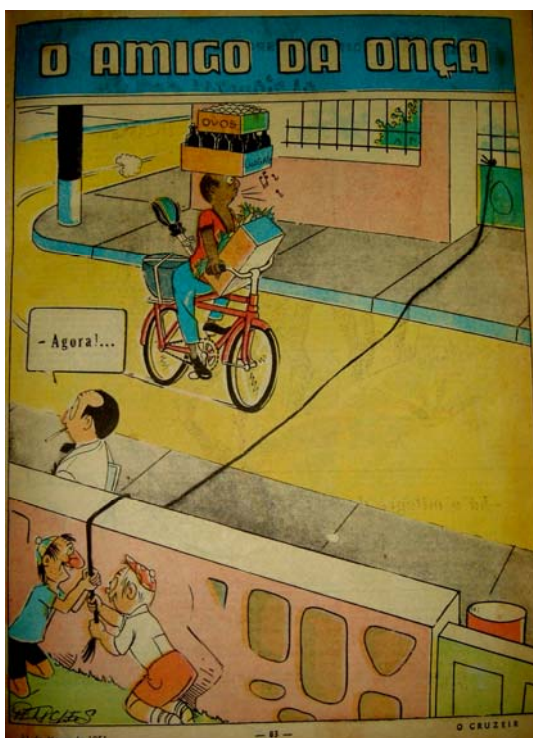
Muitas das reportagens, que envolviam a imagem do Presidente, eram feitas na privacidade de seu lar, revelando hábitos cotidianos de Juscelino. Cabe acrescentar o sentido familiar emanado do termo “filhinha”, numa linguagem especificamente de cunho formal das fotorreportagens. O seu sentido justapõe a imagem de Juscelino como pai amoroso, gentil e protetor, à sua imagem enquanto Presidente, também gentil, amoroso e protetor para com a nação.

Na quantificação das imagens do *Amigo da Onça*, a partir da década de 50, percebemos uma incidência significativa de ambientes privados com o passar dos anos. Isso se torna ainda mais relevante entre 1956 e 1961. Entre 1950 e 1951, quase 100% delas têm suas temáticas ocorridas geralmente nas ruas. Quando há a presença de ambientes privados, eles estão ligados, principalmente, aos lares dos personagens participantes das charges ou dos cartuns, como recurso para dar sentido à abordagem de Péricles Maranhão. Delineiam-se nessas a subjetividade e individualidade dos indivíduos, voltadas a sua exaltação e aos aspectos particulares de sua vida privada.

**Figura 36** – O Cruzeiro, 02 de setembro de 1950



**Figura 37** – O Cruzeiro, 31 de março de 1951



Em ambas as imagens apresentadas, temos temáticas ocorridas em ambientes públicos e a grande incidência delas permitiu que levantássemos algumas estatísticas com relação a sua freqüência. Para além de outros aspectos, notam-se as cores primárias utilizadas nos cartuns. As bordas não fazem uma divisão bem demarcada com a própria página da revista, parecendo que a abordagem da imagem converge para além de seu lugar.

A primeira imagem é de 02 de setembro de 1950 (*Figura 36*) e o personagem que ocupa o centro da imagem é o diretamente atingido pelo *Amigo da Onça*. De leitura rápida e sem falas, o entendimento desse cartum se dá na ação do *Amigo da Onça* contra o vendedor de balões. Caminhando pela calçada com seus balões na mão, vê todo seu lucro ir embora ao ouvir seus estouros. Péricles Maranhão simbolizou-os com o uso de onomatopéias, dos cifrões (\$) e das estrelinhas em volta de sua cabeça para significar que estava perdendo dinheiro. A sua surpresa com o ocorrido, o faz flexionar os joelhos e soltar os únicos dois balões que poderiam ser salvos, já que não foram estourados. Sua fisionomia confirma a sua atitude perante o ocorrido. O *Amigo da Onça*, por sua vez, emana despreocupação, olhando para o “nada” na mesma medida em que, com sua piteira, estoura os balões do indivíduo, lógico, sem querer.

O outro cartum, de 31 de março de 1951 (*Figura 37*), também de entendimento rápido, tem no cotidiano das ruas a sua abordagem. A ação que prejudicará um dos personagens não é diretamente feita pelo *Amigo da Onça*, como no cartum anterior. Ele delega o ato aos dois garotos atrás do muro. Há dois momentos na imagem: o primeiro já está no cartum propriamente: o sujeito anda tranquilamente, assoviando, com sua bicicleta pela rua, carregado de mercadorias – vassouras, frutas, bebidas, ovos – e o *Amigo da Onça*, na calçada, prepara os dois garotos, que estão atrás do muro, para o próximo momento da imagem dizendo “ – *Agora!*”. Esse próximo momento fica para a imaginação do leitor, que poderá compreender e imaginar o que acontecerá com o vendedor ao passar pela corda que atravessa seu caminho, presa no portão e nas mãos dos garotos. É esse segundo momento que levará ao riso, segundo Henri Bergson (2001) feito para humilhar. Atribui-se a ambas as imagens o mesmo valor, no sentido da intenção do *Amigo* em dificultar a vida do trabalhador, tirando o seu sustento.

Publicamente tematizadas, as imagens fazem parte da transformação pela qual passa essa sociedade que se aliava às premissas trazidas pelo desenvolvimentismo envolvido com o ideal de uma cultura de consumo crescente, fortalecendo, de forma latente a individualidade e a subjetividade. No início da década, percebem-se essas premissas sutilmente presentes nas imagens, as transformações ocorrem nos anos subseqüentes de modo repentino.

A freqüência de imagens na privacidade dos lares aumentou em vista das transformações ocorridas. Pela quantificação, tal fato ocorre, sobretudo, a partir de 1954, consolidando-se mais a partir de 1956. Em 1959, foi o ano em que mais apareceram charges e cartuns com essas abordagens retratando intrigas conjugais e o cotidiano das famílias. Dividindo-as por “públicas” e “privadas”, confirma-se um aumento das últimas ao longo dos cinco anos: em 1956 ocorrem em ambientes privados 22% delas; em 1957, 35%; 1958, 38%; 1959, 45%. Em 1960, há uma queda, 38%, a maior incidência de charges está relacionada à política, principalmente, com à candidatura de Jânio Quadros. Em 1961, a incidência é de 43%.

Essa próxima imagem, de 27 de outubro de 1956 (*Figura 38*), consideramo-la como charge, visto que além de seu tema, o personagem presente – Péricles Maranhão - se liga ao universo privado. Nela, quem ocupa a posição central

é o próprio artista Péricles Maranhão, e uma vez cartunista da revista, era nessa lógica que fazia sua abordagem.

**Figura 38** – O Cruzeiro, 27 de outubro de 1956



Na privacidade de seu quarto, Péricles foi abordado pelo *Amigo da Onça*. A cultura material do ambiente denota costumes do período e o cotidiano que talvez foi vivido pelo artista. Os elementos presentes na charge indicam um Péricles de ressaca, após noite de festa – presença de taça, roupas espalhadas pelo chão, máscara, chapéu de festa, confete – contribuem para firmar o estereótipo de artista boêmio. Como algo que se isenta de maiores reflexões, parte-se da história de vida de Péricles Maranhão, seus problemas com álcool, suas ‘noitadas cariocas’, o desquite, estereotipando a sua imagem também na interpretação de seus cartuns.

A mesa e a banqueta demonstram que o artista trabalhava dentro de seu próprio quarto. A caracterização dada por Péricles ao local é, como se vê, simples, com poucos móveis, sem quadros ou elementos de decoração. Pode indicar uma carência pelas condições de trabalho, ou um indivíduo, como ele era, tipo simples, sem grandes inquietações artísticas ou grandes ambições.

Em sua cama, o artista coloca alguns recursos gráficos em volta de sua cabeça para denotar um sintoma de cansaço e dor de cabeça. O *Amigo da Onça* ao lhe dizer: “ – Como é Péricles, já desenhou a piada de hoje ??” tira o artista/personagem de seu sono. Abordado em seu universo particular, percebemos o seu cotidiano e costumes. Sai do âmbito público, com anedotas de rua, para um âmbito privado.

Nesse imaginário onde se valorizava a privacidade e o indivíduo, a televisão ganha espaço na publicidade. A sua aquisição era associada à tradição, longevidade, família feliz. Por meio dela, um dos problemas das mães e donas de casa poderia ser resolvido porque era também “excelente babá”, slogan difundido por um anúncio de TV na época.

O cartum, de 05 de abril de 1958 (*Figura 39*), é característico desse processo. A temática ocorre no lar do personagem e traz para o leitor a cotidianidade, os costumes do momento. Pode-se entender com ele, nesse sentido, não somente no que se diz respeito à abordagem privada, mas também, com o fato de que a TV simboliza e faz parte das perspectivas de consumo.

Sua particularidade está na divisão de tempos – indicados por Péricles por “I” e “II” – aproximando-a das chamadas HQs, desenvolvidas em etapas. Somado a isso, temos um *Amigo da Onça* caracterizado como criança, mas mantendo a sua atitude transgressora.

**Figura 39** – O Cruzeiro, 05 de abril de 1958



Sua fisionomia parece ser de quem está distraído, com um ar despreocupado, lendo o seu livro ao lado da TV. No primeiro quadro, o indivíduo que a assiste se mostra empolgado com as cenas exibidas. Ele se curva para frente em sua poltrona, contorce o corpo, arregala os seus olhos, empolgação essa que o levou a babar. Este recurso é o modo de enfatizar o estado de euforia do personagem, mas, ao mesmo tempo, para ridicularizá-lo. Os elementos gráficos em volta de sua cabeça – a espiral, os traços, e os corações – indicam um homem embasbacado com o que vê, apaixonado pela imagem da mulher na televisão. O contraste da criança que lê com o adulto que assiste a TV confirma o aspecto boçal do último e sua falta de responsabilidade perante uma criança de atitudes adultas, que pode, sim, transgredir normas.

Num segundo momento, *O Amigo da Onça* criança, aproveitando-se da posição em que está, sente-se à vontade para se apoiar no botão da TV, desintonizando-a. Aí, há uma quebra de continuidade das reações de euforia do personagem. Ele é surpreendido pela “peça” pregada pelo *Amigo* que fez com que o aparelho ficasse fora de sintonia. O personagem, mais uma vez, curva-se para frente, indignado e furioso com a ação do *Amigo da Onça*, levando a mão à face, curvando as sobrancelhas e abrindo a boca numa atitude de surpresa e ódio, confirmados pelas estrelinhas em volta de sua cabeça.

Ao aumentar as características físicas dos seres humanos e colocar em destaque ainda maior aquilo que o artista quer identificar no personagem, a caricatura transcende os limites do real, fazendo também uma aproximação entre o homem e os animais. Dando-lhe aspectos animaiscos, ridiculariza ou revela traços de sua personalidade. No cartum de 14 de fevereiro de 1959, universal em sua abordagem, Péricles fez do *Amigo da Onça*, um rato, zoomorfando-o e ou, ao mesmo tempo, humanizando o animal.

Os ratos são animais que vivem nos lugares escuros das casas, são atraídos pelo queijo e, como na imagem, são aprisionados na ratoeira – que simboliza o costume da utilização desse objeto. As caracterizações no plano de fundo desse interior – local limpo, piso azulejado, copo e taça sobre a pia – nos dão indícios de um lar de classe média, onde, mesmo com a higiene, há ratos. A abordagem do cartum acontece no cotidiano do lar de um indivíduo qualquer, fazendo com que o leitor se identifique com ele. No caso do *Amigo da Onça*, a sua imagem associada a de um ratinho não se liga a elementos de sua fisionomia, mas

sim, de sua personalidade: sempre ágil, ar inocente, habilidoso em escapar de armadilhas e de piada pronta. O outro ratinho, no entanto, que sai de sua toca, é o oposto do rato *Amigo da Onça*, sem malícias, vai ser pego por sua “peça”. Esse rato tem um aspecto mais infantilizado, quase ingênuo, seu corpo é mais cheio e o ato de babar, feito pelo traço de Péricles, dá a esse um aspecto tolo.

**Figura 40** – O Cruzeiro, 14 de fevereiro de 1959



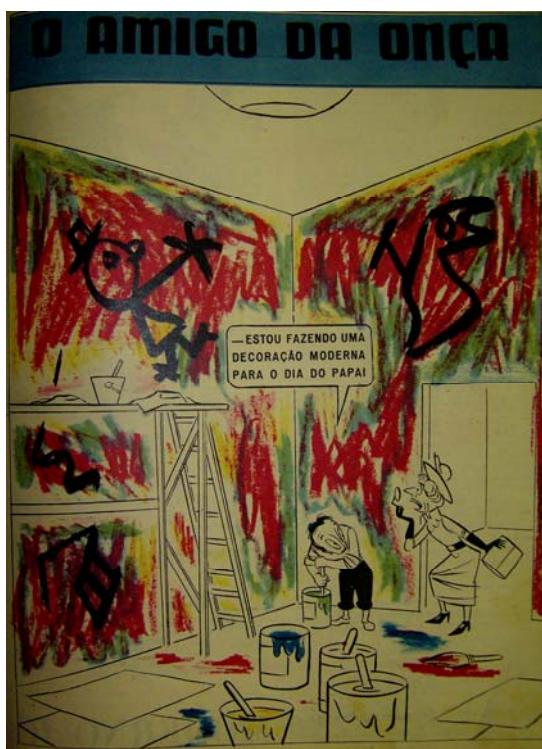
O rato *Amigo da Onça* come o pedaço de queijo que como indica o plano de fundo da imagem, pegou do armário da casa, mas diz ao outro: “*Onde eu consegui este queijo?? Foi dali...*” apontando para o pedacinho que está na ratoeira. Sabemos que a ratoeira é para pegar ratos, então, nem mesmo como animal o *Amigo da Onça* deixa de sê-lo (“*amigo da onça*”) ridicularizando o outro rato/personagem.

No mesmo direcionamento de algumas reportagens da revista *O Cruzeiro* nessa edição de 08 de agosto de 1959 (*Figura 41*), esse cartum explora a data comemorativa do Dia dos Pais. Tem, desse modo, na privacidade do lar o seu sentido. Sua interpretação pode ser feita de duas maneiras: toma-se o *Amigo da Onça* como personagem/filho que faz a sua “obra de arte” como surpresa para o papai. Ao mesmo tempo, ele pode ser um pintor qualquer que inspirado na data comemorativa, decide incorporá-la em seu trabalho. De um modo ou de outro, o

intimismo marca a abordagem da imagem, tratando de um costume que fazia parte do cotidiano dos brasileiros.

O *Amigo da Onça* surpreende a mulher que surge na imagem, curvando-se para frente e utilizando a sua lente de aumento para confirmar a veracidade do que vê. Pela sua vestimenta e caracterização, denota ser mais velha, a esposa e dona de casa que cuida da administração do lar. Assim ele diz: “ – *Estou fazendo uma decoração moderna para o dia do papai*”. Todas as paredes já foram cobertas com diversas cores, rabiscos, desenhos que pela forma desordenada e pouco rebuscada como foram feitos, aproxima-se de desenhos de criança, sobretudo, na desordem das latas de tintas largadas abertas e os pincéis manchando o chão.

**Figura 41** – O Cruzeiro, 08 de agosto de 1959



O riso desse cartum nasce nas vias de sua ironia, ao atribuir como “moderno” uma bagunça feita por “qualquer um” e de qualquer modo. Sua interpretação enaltece o “moderno” ao fazer uma surpresa para o “papai”, ou, em contrapartida, denigre-o, ao entender o “moderno” como algo simplista e sem sentido.

Também com abordagem em âmbitos privados, o próximo cartum – 07/05/1960 (*Figura 42*) - tem como tema a intimidade conjugal. Sua verve humorística é o gás ligado, o *Amigo do Onça* protegido de seus efeitos com máscara de oxigênio e a esposa desconfiada. Seu humor cotidiano está carregado de sentidos. Embora o ambiente seja privado e familiar, as intenções do *Amigo da Onça* transcendem o sentido da ironia, da sátira e da ridicularização. A intenção é a morte da esposa – com traços que, intencionalmente, se aproximam do feio, do tosco e da boçalidade. Ao perguntar: “*Querido. Não esqueceste o gás do banheiro aberto??*” o cheiro estranho já exala no ar. Mas a pergunta, não deixa de ser também uma afirmação, confirmada pela expressão fácil da esposa. O discurso do cartum é imediatamente associado ao suicídio de Péricles Maranhão, quase um ano após sua publicação. O uso do gás encanado pela classe média daquele momento, revela também que, apesar de trágico, era utilizado como forma de dar cabo à vida: uma morte limpa, fácil, sem grandes dramaticidades.

**Figura 42** – O Cruzeiro, 07 de maio de 1960



Os objetos e cores do local revelam o design arrojado e moderno, característico desse tempo. O piso azulejado tem a marca da inovação onde há o

predomínio da abstração e o da forma sobre o conteúdo, como expressão de liberdade de criação. O design da cama e suas cores transmitem idéia de modernidade, horizonte, projeção futura, dando grande expressividade à abordagem.

O cotidiano familiar como abordagens de intrigas e crises conjugais, muito comumente tematizados, bem como, a vestimenta dos personagens e objetos presentes revelam os costumes da época.

Com temas amplos de caráter universal, Péricles Maranhão trazia o leitor para “dentro” de suas anedotas, fazendo-o um elemento participante nelas. Apesar de fictícias, tornavam-se reais ao remetê-las a acontecimentos corriqueiros, do dia-a-dia das pessoas. Através do imaginário e por meio dele fazia uma denúncia. A forma de relacionamento entre as pessoas era tratado pelas vias do humor.

O humor dessa imagem, de 1 de julho de 1961 (*Figura 43*), reside no tom inesperado da fala do *Amigo da Onça*. Nela, há uma quebra de sentido: primeiramente, parece procurar pela sogra que sumiu. E depois, oferecer recompensa para mantê-la longe de sua casa. O cartum corrobora o estereótipo da sogra, confirmado por Péricles Maranhão, ao associar a sua presença como sinônimo de estorvo: morar com ela, depois de casado, era comum, no entanto, não muito aceito, devido a intrigas no seu relacionamento com o genro.

Figura 43 – O Cruzeiro, 10 de julho de 1961



O cartum apresenta o próprio lar do *Amigo da Onça* e de sua família. Seus elementos decorativos - móveis, tapete, planta, quadro, cortina, telefone - e as vestimentas dos personagens caracterizam uma família de classe média. Os móveis sugerem modernidade, tanto em sua forma inovadora - como a luminária, no plano de fundo, que reproduz movimento, mesmo parada - quanto em suas cores, combinando tons fortes – que prevalecem - com os claros. Anuncia-se o “novo tempo” também através dos objetos.

No plano de fundo, a mulher, que representa a esposa do *Amigo da Onça* pai, mostra-se aflita e, ao mesmo tempo, desconfiada com a atitude de seu marido. Ao seu lado, a criança, com características físicas muito próximas de seu pai – o próprio *Amigo da Onça*. Temos então, o *Amigo da Onça* criança, cujo olhar deixa transparecer as mesmas caracterizações psicológicas de seu pai: transgressoras, debochadas, irônicas. É assim, que o observa, no primeiro plano da imagem, de um modo como se entendesse a intenção de sua atitude.

O *Amigo da Onça*, muito despreocupado, acende seu cigarro e liga para a polícia dizendo: “ - Alô, é do distrito? Escuta: minha sogra sumiu de casa. Seu nome é fulana de tal. Se estiver aí, agüenta uns dias que ganhas uma “nota”. A

quebra de sentido e perspectiva de sua fala, se dá exatamente no momento em que diz que sua sogra sumiu. De um modo inesperado, refere-se a ela como “fulana de tal”, sem nome e sem possibilidade de identificação. Oferece, ainda, uma “nota” para mantê-la onde está. A sua atitude, frente ao acontecimento, ajuda a formar as estereotípias da sogra que, entre outros aspectos, era boçal e passiva diante das atitudes transgressoras do genro. As estereotípias em torno de sua imagem colaboram na compreensão do cartum, levando o leitor ao riso por compartilhar as mesmas idéias de Péricles.

Caracterizamos o período de nosso estudo, segundo as assertivas de Anna Cristina C. M. Figueiredo no qual, entre outros elementos, há

A valorização do lazer em detrimento do trabalho, a exaltação da juventude, a ‘coaçoão’ à felicidade, o hedonismo, a enfatização da personalidade e da esfera privada da vida dos indivíduos, a utilização do critério de status para diferenciá-los no lugar do critério de ‘classe’, a fetichização da mercadoria levada a seu ponto extremo, o intercâmbio de significados entre os objetos e o uso deles para mediar as relações humanas, a subversão da noção de poupança, a compulsão ao consumo... [...] (FIGUEIREDO, 1998, p. 114).

São elementos que estão, sobremaneira, presentes no cotidiano da sociedade e que se anunciam por vários meios; que tem suas manifestações, inclusive pelas vias dos desenhos de humor. Tomamos, assim, o *Amigo da Onça* como elemento onde podem ser encontrados valores latentes naquela sociedade.

#### 4.2.2 O *Amigo da Onça* e o Imaginário da Modernização: Cultura em Efervescência

Há, na década de 50, uma sociedade muito mais comprometida com a nação e conseqüentemente com o progresso e com o desenvolvimento. Aliada a essas perspectivas, a cultura também moderniza-se com novas formas de expressão capazes de integrá-la ao desenvolvimentismo, interligando movimentos de origem musical com a política, as artes gráficas, etc. O arrojado faz parte das novas perspectivas das artes, dos móveis no interior dos lares; na poesia e nas artes plásticas prevalece o *concretismo* que se preocupava com a racionalidade e rejeitava o acaso e a abstração; é o tempo de monumentais exposições industriais e artísticas. Expande-se a idéia do termo adotado por Monica Pimenta Velloso de “efeito de vitrine”,

[...] onde se encena a urbanidade, cidade e metrópole. O progresso técnico científico [...] precisa ser exposto, demonstrado, projetado. A apologia do futuro, coroado pelo êxito da tecnologia, torna-se objeto de inúmeras matérias na imprensa. Vive-se a crença no 'progresso indefinido' [...] (VELLOSO, 1991, p. 124)

Com o crescimento da chamada “civilização da imagem”, as letras ficam em um segundo plano nas revistas ilustradas. Os enfoques destas são múltiplos e dinâmicos, com questões sobre moda, fotografia, humor, publicidade, modernidade. Nesse âmbito, “a nova linguagem jornalística era criticada justamente por privilegiar assuntos amenos (fúteis), representados por imagens feitas em estúdios e tarefas de prancheta, em detrimento de grandes reportagens ao ar livre.” (GAVA, 2006, p. 102)

É assim que, no final da década, começam a surgir manifestações que a seguir tomariam corpo nos movimentos da Bossa Nova, Cinema Novo, Teatro do Oprimido e a música de protesto. Era o momento de integrar as expressões artísticas à cultura, à modernidade e ao desenvolvimento. O movimento Bossa Nova

[...] corresponde no plano cultural, à tentativa de modernização industrial amparado em tecnologias importadas empreendido por JK, representando a contrapartida equivocada e um tanto eufórica das 'classes médias' ao desenvolvimento juscelinista. [...] a Bossa Nova, como produto cultural, refletiria um desejo de ascensão social das 'classes médias' por uma música popular de caráter universalizado por oposição ao elemento tradicional.” (POLETTTO, 2004, p. 23)

Com a formação de um público urbano, multiplicam-se os signos visando o consumo imediato. As camadas populares buscam uma via de participação nessa lógica emergindo uma cultura de massa. Nesse momento, “vivencia-se o impacto causado pelo cinema, cujas imagens produzem verdadeira vertigem no sentido.” (VELLOSO, 1991) É neste dia-a-dia misto que surgem as chanchadas que atraem, cada vez mais esse público, pois falam de temas que chamam a atenção para o seu próprio cotidiano. Na mesma medida em que aumenta essa modalidade de arte, “um misto de show e comédia”, para Mônica Velloso (1991), cresce a crítica sobre ela: de produção rápida e improvisado de cenografia e indumentária é chamada de ‘arte inferior’. A mesma autora propõe, assim, um questionamento: a degradação da arte pela ampliação de seus circuitos de consumidores.

Essa questão se materializa em muitos cartuns do *Amigo da Onça*, onde o popular é colocado de uma maneira que visivelmente se contrapõe ao erudito, de modo que a imagem tome a forma de uma crítica à essa “degradante” cultura do povo ou a um deboche diretamente remetido aos costumes da elite. Para essa discussão, cabem aqui as assertivas, já discorridas no primeiro capítulo desse trabalho, no que diz respeito às perspectivas do riso no Renascimento e com ele a idéia de rebaixamento, de aproximação ao material-corporal, que torna possível o convívio de diferentes situações, da cultura dominante com a popular, confundindo-se, assim, “[...] arrogância e sisudez com responsabilidade. A seriedade é sempre identificada com a maturidade, enquanto o cômico aparece como espaço da criança e do louco.” (VELLOSO, 1991, p. 128)

A fala irônica e debochada do *Amigo da Onça* nesse cartum de 21 de abril de 1956 (*Figura 44*), insere-se no imaginário que coloca a cultura dita popular em confronto com a cultura dita de elite. Está inserido em um concerto musical, provavelmente alguma ópera, haja vista o requinte dado ao ambiente por Péricles. Também confirmado pela vestimenta do personagem/pianista e da mulher/cantora com seus acessórios - brincos, relógio, pulseira, colar - no primeiro plano.

**Figura 44** – O Cruzeiro, 21 de abril de 1956



Apresentado em um teatro, o seu tema é dirigido para esse tipo de arte: uma arte culta em que o popular não entra. O *Amigo da Onça* lança sua questão para a cantora: “*E agora, quer me cantar aquele último sambinha de Caco Velho?*”, tocando-a no braço para denotar a impessoalidade da sua pergunta. No entanto, faz uma ironia à apresentação, por ser exclusivamente voltada ao gosto da elite. Ao pedir-lhe para cantar o “último sambinha de Caco Velho<sup>19</sup>” remete-a ao gosto popular – “degradando a arte pela ampliação de seus circuitos consumidores” - coisa que a mulher parece desconhecer: cruza os dedos e lança um olhar de surpresa e dúvida ao *Amigo da Onça*. A sua postura diante do fato denota, também, esse jeito clássico de agir da cantora de ópera quando tem o seu canto interrompido

O pianista, por sua vez, ao contrário da mulher, parece entender o deboche e a ironia da fala do *Amigo da Onça* e demonstra, por isso, uma fisionomia de reprovação. Bem no plano de fundo, a presença da cabeça de um personagem preenche o vazio da imagem, porém, torna-se também um participante ao lançar um olhar curioso para o que estava acontecendo.

O sentido do humor da imagem de 02 de dezembro de 1961 (*Figura 45*), se delineia de modo contrário ao anterior. Aqui aparece a cultura popular como provocadora do riso. No entanto, a fala do *Amigo da Onça* não deixa de criticar a elite e sua cultura, ironizada por ser de difícil compreensão e de pouco acesso pela cultura popular.

É assim que o personagem/músico não compreende o que pede o *Amigo da Onça*: “ – *E agora, para encerrar o programa com chave de ouro, o rei da sanfona tocará a “Suíte Quebra-Nozes” de Tchaikovsky.*”, olhando-o ao mesmo tempo com reprovação e dúvida. Os três pontos de interrogação sobre sua cabeça confirmam o seu desconhecimento pois a sua especialidade, enquanto músico, é tocar sanfona. Sua vestimenta, assim como o plano de fundo do palco onde se apresenta, acompanham os seus direcionamentos musicais. Está calçado com chinelos de dedo, veste roupas e chapéu de “lampião” do Nordeste.

A decoração do palco define essa região com a pintura do cacto e da casinha. O personagem caracteriza, enfim, a cultura popular, porém parece se apresentar para uma classe média elitizada - ou que ao menos, deseja demonstrar

---

<sup>19</sup> Caco Velho - nome artístico de Mateus Nunes - o sambista dito “infernal” era músico, cantor e compositor - começou sua carreira nas noites gaúchas. Fez sucesso com seus sambas em meados da década de 40, 50 e 60.

familiarização com o repertório musical da elite, conhecendo-o, na verdade, somente através dos nomes - vide as suas vestimentas e a empolgação demonstrada quando o *Amigo da Onça* pede para que o “rei da sanfona” toque “Suíte quebra nozes.”. Ganham de Péricles uma expressão de euforia e satisfação, com sorrisos alargados, corpos que se curvam para frente, para mais próximos do palco e mãos que aplaudem. As roupas que vestem acompanham a síntese de uma cultura de elite, em contraste com a simplicidade do sanfoneiro.

**Figura 45** – O Cruzeiro, 02 de dezembro de 1961



Em um ambiente requintado, o *Amigo da Onça* contrasta sua própria imagem com a do local. De 13 de fevereiro de 1960 (*Figura 46*), a temática do próximo cartum se passa em um jantar de gala, freqüentado por pessoas da alta sociedade.

Para simbolizar essa situação, Péricles Maranhão trabalhou com os elementos do ambiente e com os próprios personagens. O plano de fundo do local é tomado por janelas grandes e acortinadas, dando uma sensação maior de espaço, caracterizando um ambiente reacionário. Um personagem caracterizado como garçom caminha com uma bandeja, segurando-a com apenas uma das mãos. A sua fisionomia, com a cabeça e o nariz empinados, cerrando os olhos emanam esnobismo dando àquele ambiente o requinte que Péricles buscava. Sentado à

mesa de jantar, o *Amigo da Onça* está entre o homem que, pela sua vestimenta e diversas medalhas, representa um general de alta patente – o que reafirma a solenidade do momento - e a mulher, que poder ser a sua esposa. A mesa acompanha a elegância do ambiente sendo toda decorada pelo artista.

**Figura 46** – O Cruzeiro, 13 de fevereiro de 1960



Em meio aos paradigmas de comportamento nesse local requintado, o *Amigo da Onça* “quebra” essa perspectiva ao desfazer a sua gravata, abrir o botão da camisa e dobrar as mangas da camisa. Somado a isso, se recusa a tomar a bebida que o garçom lhe oferece: “ – Não quero isso, não. Dá um pulinho lá fora e me traz uma pinga...” O garçom, pela sua expressão, reprova o pedido do *Amigo*, assim como a mulher, que o observa pela sua lente, arqueando a sobrancelha, já que prefere tomar pinga – algo tão comum e vulgar – a tomar o que lhe é oferecido – bebida de requinte. Seu objetivo é ironizar e debochar deste ambiente elegante da elite. Seu pedido causa curiosidade no personagem ao seu lado, assim como no sujeito ao lado da mulher, que, apesar de não ter-lhe sido dado maior destaque, participa da situação.

O cartum seguinte, de 23 de março de 1960 (*Figura 47*), se assemelha com o anterior. Péricles Maranhão insere o *Amigo da Onça* em meio ao

requite de uma festa dada pela elite. Trabalha, para isso, com os adornos do local. A decoração e os objetos reproduzem modernidade, sentimento de gosto pela inovação. As cores fortes marcam esse tempo em que mesmo os objetos deveriam emanar movimento. As listras do sofá, os círculos da cortina, o design do abajur transmitem, nesse sentido, idéia de atualidade. A janela grande e ampla permite uma visão panorâmica do lado de fora, sugerindo associações com fontes de luz. Todos esses elementos dão ao meio uma elegância maior para acompanhar a intenção de sua temática. Somado a isso, os personagens participantes estão bem vestidos, homens de terno, mulheres elegantes com acessórios e chapéus. A maioria dos personagens estão servidos de alguma bebida, um deles fuma um cachimbo. Há crianças no ambiente, além de requintado, é familiar.

**Figura 47** – O Cruzeiro, 23 de março de 1960



O *Amigo da Onça* ocupa o centro da imagem como destaque na abordagem de Péricles. Recursos utilizados na sua fala - “up” - confirmam seu estado de embriaguez. O *Amigo* está sem firmeza no corpo, já que pende para um dos lados. Os traços a sua volta e de sua cabeça e algumas bolinhas, esclarecem essa perspectiva. Seus cabelos estão despenteados, a gravata já está desfeita, seus

olhos estão semi-abertos. Em uma das mãos, traz um copo de bebida que derramou na sua roupa.

É nesse estado de pouca sobriedade que o *Amigo da Onça* chama a atenção dos personagens a sua volta, que o observam, alguns com curiosidade, outros com reprovação, uns até parecem gostar do que ouve, como a menina atrás dele, e diz: “ – *E como já vi que estou no meio de pessoas evoluídas ... up ...vou contar uma do Bocage.*” O termo “pessoas evoluídas” é onde reside a ironia do *Amigo da Onça* e aos costumes dessa elite. Os poemas de Bocage tematizam, entre outras coisas, o erotismo e a crítica social. Declamá-lo em meio a ‘pessoas evoluídas’ seria normal, se com o termo o *Amigo da Onça* não quisesse tomar outros direcionamentos. Sua sátira poderia, todavia, dar-se em sentido inverso: contar uma piada de alcance popular. No entanto, o próprio riso do cartum sofre uma elitização, quando o *Amigo* anuncia que irá contar uma que está fora dos trâmites ditos “popular”. Aproveita-se assim, da sua situação de embriaguez para ironizar a elite em seu estado de “evolução” intelectual, mas taxando-os de hipócritas.

Em meio à difusão das premissas de desenvolvimentismo, a cultura popular se fazia notar crescentemente pela sua arte que se voltava para o cotidiano causando uma ampliação dos circuitos consumidores, como proposto por Mônica Velloso (1991), e conseqüentemente havendo a degradação desta. Nesse tempo em que progresso e modernidade se faziam presentes no imaginário das pessoas, a idéia de ‘desenvolvimento’ passaria também pelo desenvolvimento da nação ‘via povo’, educando as massas no sentido de valorizar o popular e definir as fronteiras étnicas e culturais: “A maioria dos nossos intelectuais defendia a integração do negro e do índio, vistos como portadores dos tempos passados. O passado já não é um fardo, mas força que esclarece sobre o presente.” (VELLOSO, 1991, p. 35). Muitas reportagens da *O Cruzeiro*, abordavam esse universo do ‘outro’ como parte do nosso passado arcaico, atrasado, mas que caminhava rumo à modernização, ao conceito de civilidade do homem branco. Como portadora das perspectivas de modernização e desenvolvimento do país, considerava um “atraso” para a nação tudo aquilo que fugia dos rumos do progresso e poderiam dar uma visão deturpada de um país que caminhava para o desenvolvimento aos moldes norte-americanos.

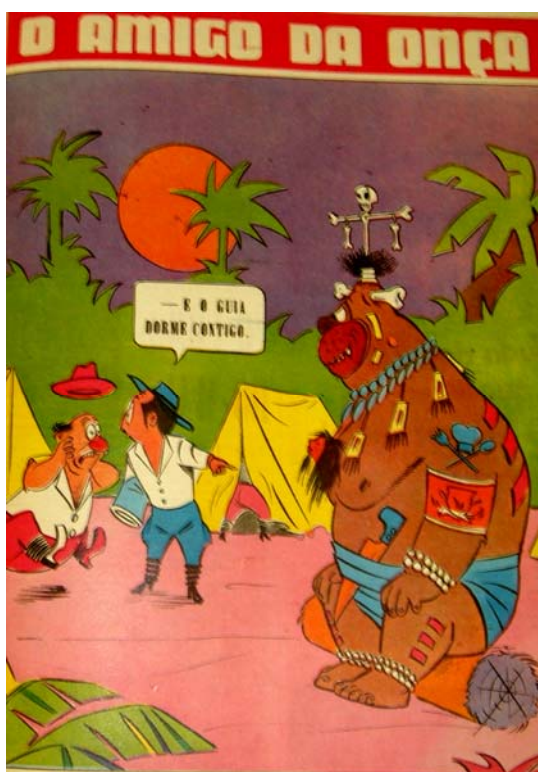
De acordo com Peter Burke (2004), essa visão sobre o ‘outro’ poderia se dar de duas formas: a) o outro como reflexo do eu, negando ou ignorando a distância cultural, assimilando os outros a nós mesmos ou a nossos vizinhos pelo

uso da analogia; b) o 'outro' como oposto a nós. "Nessa ótica, seres humanos como nós são vistos como 'outros'" (BURKE, 2004, p. 154) É nesse sentido que o uso do estereótipo toma forma, pois "[...] freqüentemente exagera alguns traços da realidade e omite outros" (BURKE, 2004, p. 155), transformando os outros em exóticos e distanciados do eu.

O 'outro' era simultaneamente abordado dessas duas formas na *O Cruzeiro*, com suas diretrizes modernizantes e civilizantes. Péricles Maranhão insere-se nas demandas de seu suporte gráfico, sendo participante também da formação e consolidação do imaginário vinculado pela revista. Considera-se a sua autonomia – quando da sua liberdade para criar os cartuns, os recursos estilísticos com jogo de cores, sombras e luzes que lhe são peculiares e o fato de criar para o público, especificamente – embora tenha colaborado para difundir uma mentalidade em que predominava o estereótipo na construção da imagem do 'outro'. Dessa maneira, estereotipou negros, índios, comunidades que viviam em tribos, deturpando sua imagem e, de algum modo, exaltando a cultura do homem branco ocidental como dominante.

É desse modo que o "guia" do cartum, de 02 de julho de 1957 (*Figura 48*), é tomado pela fala do *Amigo da Onça*. Ambientado em meio à floresta, o *Amigo da Onça* e seu companheiro estão acampados nesse local e estão caracteristicamente vestidos para essa "expedição".

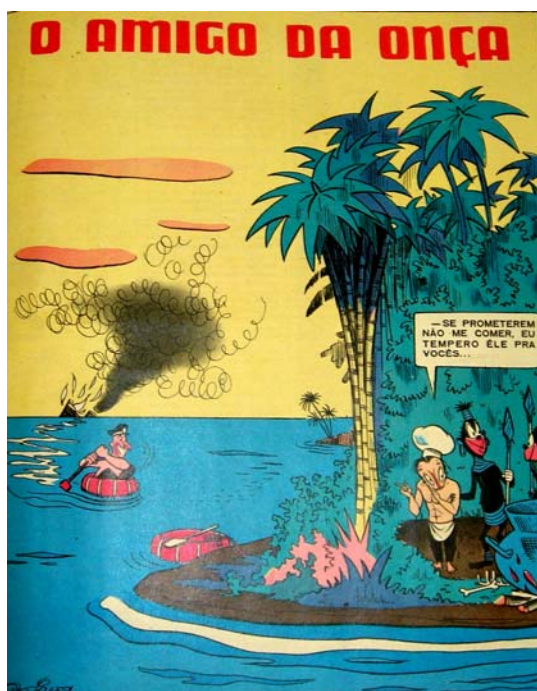
Figura 48 – O Cruzeiro, 02 de julho de 1957



Como sempre, delega aquilo que considera ruim aos outros e não para si mesmo. Diz para o seu companheiro: “ *—E o guia dorme contigo.*”. Para justificar o medo que o companheiro sentiu, arregalando os olhos, levando as mãos ao rosto, movendo-se bruscamente, Péricles deu ao guia características que o aproximavam do grotesco. Sua vestimenta e símbolos espalhados pelo corpo denotam pertencimento a alguma tribo, no entanto, seu corpo é desproporcionalmente grande, o formato de sua cabeça é oval e seus dentes são colocados pra fora de sua boca dando-lhe características animais. Para evidenciar esse sentimento de terror que o guia causara no companheiro, no alto de sua cabeça, Péricles coloca uma caveira – simbolizando a morte – e em seu pescoço há a cabeça de uma mulher pendurada e em sua cintura uma faca. Posicionando-o à frente, na imagem, a visão é de uma estatura muito superior ao *Amigo da Onça* e ao companheiro. A sua imagem deturpada pelos traços de Péricles, revela uma visível oposição desse “outro” ao “nós” disseminada pela cultura branca. A figura do outro, o “guia”, é associada à uma das formas de visão do “outro”, mencionadas por Peter Burke. Com características grotescas e animais, o guia é o oposto de “nós”, aceitando-se a sua existência, mas com um significativo distanciamento do “nós”, os brancos civilizados.

Nesse cartum, (13 de junho de 1959, Figura 49) o *Amigo da Onça* se utiliza de um costume dos tribais que dá sentido ao seu humor satírico. Ou Péricles Maranhão, com sua visão sobre o “outro”, cria em torno deles o mito de serem antropófagos.

**Figura 49** – O Cruzeiro, 13 de junho de 1959



Ao tirar proveito de toda situação, o *Amigo da Onça* promete temperar o naufrago que se aproxima da ilha: “Se prometerem não me comer eu tempero ele pra vocês.” Para caracterizar a cena, Péricles coloca no personagem um chapéu de cozinheiro, pronto que está, para prestar “ajuda” aos tribais. Eles, apesar de antropófagos, compreendem a fala do *Amigo da Onça*. Apresenta-se aí tanto a visão do outro como oposto a nós, como a visão do outro como reflexo do eu. Apesar de não fazerem parte daquele universo “civilizado” dos brancos ocidentais, compreendem – se não falam – a sua língua.

Inseridos numa cultura de consumo objetivando a perspectiva de progresso e modernização, arraigava-se no imaginário daquela população valores que nortearam essas premissas que foram muito difundidas pela imprensa. Os meios de comunicação corroboravam o que já estava vigente na mentalidade de um país que, de 1956 à 1961, via, finalmente, as metas para um país desenvolvimentista se concretizarem. Essas perspectivas atingiram todos os

setores: a) político – onde primava-se pela intervenção do Estado na economia; - b) social – relativizando a miséria; – c) cultural – que ampliou o conceito de “arte” para além da cultura dita dominante. O *Amigo da Onça* inserido nesse meio, é o simbólico de seu período com abordagens que divulgaram os costumes, o cotidiano, enfim, os valores de uma nação que se modernizava.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os caminhos percorridos para análise do *Amigo da Onça* não são, de modo algum, perenes ou insubstituíveis e portanto deixa margem a sugestões e novas possibilidades de trabalho com a imagem. O próprio cartum, como artefato, pode vir a ser objeto de pesquisa para os historiadores quanto às diretrizes da revista em que era publicado e, sobretudo, devido ao fato de ter sido objeto de coleção de muitos de seus leitores, que arrancavam a página com o cartum, pendurando-a em barbearias e outros estabelecimentos.

Pode-se pensar também na divisão de temas do cartum, trabalhando com aqueles que apareciam com mais frequência; com aqueles que estavam ligados à críticas institucionais, à críticas políticas; com aqueles ligados à formação de estereótipos. O *Amigo da Onça* colaborou, entre outras coisas, para firmar preconceitos existentes e explícitos naquela sociedade.

Péricles Maranhão e Carlos Estevão, os dois artistas do *Amigo da Onça* – um que criou, e o outro que deu continuidade – produzem discursos relacionados com o imaginário de seu tempo, utilizando um personagem que, em sua raiz, é transgressor e sem caráter. A produção, por parte de cada artista, é referente ao seu tempo, aos opróbrios presentes nos costumes, aos vícios humanos, levados à ridicularização pelo *Amigo*. Tomando todo o recorte de publicação do personagem na revista, considerar-se-iam os recursos estilísticos de seus artistas: o jogo de sombras, luzes e cores, mais amenos em Péricles; porém, mais evidentes em Carlos Estevão. Eis aí, um possível tema para trabalho.

O conceito de imaginário na construção deste trabalho e na análise do cartum, é peça-chave na compreensão das vias tomadas para a análise da imagem. Partindo-se de um recorte temporal específico – 1956 à 1961 – delimita-se, porém, aquilo que de mais evidente fervilhava entre as idéias da sociedade de então. Com a temporalidade referida ao governo de Juscelino Kubitschek, tomamos o *Amigo da Onça* como um sistema simbólico que exprime o próprio imaginário – o de seu artista – e o dos agentes sociais de seu meio. Péricles Maranhão levava em conta o gosto dos leitores: ele desenhava o que público desejava ver.

Aquilo que seria o gosto do público estava ligado ao imaginário em difusão, a construção de um país moderno aos moldes das nações desenvolvidas, com uma mentalidade que aliava o desenvolvimentismo proposto por JK ao

progresso à manutenção da ordem – caminhos para o desenvolvimento – materializados pelas propostas de crescimento econômico e social do país que tinha como meta-síntese a construção de Brasília. Brasília foi a consolidação de um ideal, significava que era possível estabelecer os caminhos rumo ao progresso.

A construção desse imaginário em torno do desenvolvimento do país estava vinculado a uma cultura de consumo que se delineava como modo de vida e à uma subjetividade cada vez maior dos indivíduos que colocavam a sua personalidade, as suas necessidades particulares na ordem do dia. A cultura de consumo alimentava o imaginário da sociedade do país, nesse momento, a importância de certos objetos se ligava ao prestígio e status social daí a necessidade do “ter”, que valorizava e prestigiava a sociedade.

A revista *O Cruzeiro*, como portadora desse imaginário, publicava reportagens sobre automóveis, anúncios que incentivavam a aquisição de produtos que proclamavam o bem – estar das famílias. Este conteúdo também se fazia presente nas abordagens do *Amigo da Onça*. Os núcleos de análise visaram o entendimento dos conteúdos do cartum como parte desse imaginário de consumo, seja excluindo o outro – por meio do “não ter” – ou incluindo objetos almejados pelos brasileiros. Esses conteúdos tornaram-se as vias do riso.

Teorias do riso e da imagem abriram campos de possibilidades para a análise: as tipologias do riso definiam o teor de sua crítica; a sua conceituação, como cartum ou charge delineou a produção de seus temas por Péricles Maranhão. A ironia, que levava ao riso, também criticava, revelando as mazelas do tempo, os vícios, os costumes arraigados. A compreensão do riso crítico estava na mesma medida da compreensão dos estereótipos firmados e reafirmados pelo *Amigo da Onça*. Em meio ao imaginário difuso do governo JK, percebem-se as estereotípias em torno da imagem da mulher bonita, do gordo, da velhice, do malandro do morro, da sogra. Estereotípias essas, que podem gerar múltiplos caminhos de trabalho.

Não deixando de lado a personalidade de Péricles, a sua formação e origens sociais como uma predisposição às suas concepções artísticas, observamos na imagem algo muito além das diretrizes da revista. Embora baseado em um personagem argentino – *El enemigo Del hombre* – e americano – *The enemies of man* – as contribuições pessoais de Péricles ao criar o *Amigo da Onça* é onde se percebe sua particularidade e se define, conforme nos diz Pierre Bourdieu, como um campo cada vez mais independente das influências externas.

Em toda trajetória do *Amigo* na *O Cruzeiro*, ele viveu trâmites que se faziam compreender pelos seus leitores. Pela sua irreverência e transgressão, ele fugia de toda e qualquer concepção de ética dando a si todas as vantagens possíveis, em detrimento do outro. Após a morte de Péricles Maranhão, o único artista que conseguiu retomar essa verve crítica e bem humorada do homenzinho foi Carlos Estevão. Embora nosso recorte temporal seja definido pelos desenhos feitos por Péricles, retomar toda a trajetória do personagem, nos 30 anos de sua publicação na *O Cruzeiro*, significa compreender o valor de suas temáticas naquela sociedade e o seu sucesso que, mesmo pelas mãos de Carlos Estevão, se fez notar. Estevão, com um traçado peculiar para seus desenhos, conjugando o constante uso do sombreamento e o traço grosso do nanquim como o próprio conteúdo das abordagens, já era reconhecido pelo público pela seção de humor permanente que tinha na revista. Não foi difícil, desse modo, dar continuidade ao sucesso dos cartuns de Péricles.

A cultura de consumo referente ao período, fruto de uma mentalidade que buscava a modernização do país, fazia parte do conteúdo do humor no cartum. Ao notarmos que essa abordagem era também fruto desse imaginário, fizemos um levantamento de temas dos cartuns, no que se refere aos objetos presentes, lojas, anedotas em âmbitos privados. Esse levantamento gerou os referidos núcleos de análise onde se inserem os cartuns - a mentalidade concretizada no governo juscelinista de desenvolvimentismo. Esses quatro núcleos que dizem respeito à modernização, à cultura de consumo, à individualidade e subjetividade e às transformações culturais decorrentes desse imaginário dá ao *Amigo da Onça* um poder simbólico de manifestação de determinadas premissas.

A quantificação das imagens exposta no anexo, dividindo-as pela presença de carros, lojas, aparelhos eletrônicos e eletrodomésticos - elementos esses ligados à questão da modernização - e imagens que se remetem à pobreza - tomada pelas vias do deboche - corroboram a pesquisa que torna o cartum também portador dessa imaginação social. Quanto à quantificação sobre questões ligadas à individualidade, com cartuns que abordavam muito mais aspectos da vida cotidiana e privada dos indivíduos, do que anedotas tematizadas em público, as transformações também se fizeram presentes: no início da década de 50, muito mais abordagens ocorridas nas ruas, com uma significativa mudança a partir de meados da mesma década, com seu ápice em 1959, com 45%, quase metade delas.

A seleção das imagens para o trabalho foram tomando corpo a partir da compreensão desse imaginário. Aí então pudemos finalmente fazer a quantificação e levantamento das referidas imagens. No entanto, os cartuns e charges expostos neste trabalho pertencem a um processo de seleção dentro da própria seleção, no intuito de não permitir que a leitura tivesse um caráter enfadonho. Desse modo, de cada tema, de cada núcleo, foram selecionadas as imagens mais características dos processos e que pudessem levar o leitor à compreensão do imaginário daquele momento que se fazia presente, mesmo que implicitamente nas temáticas do humor gráfico. Nessa perspectiva, os cartuns selecionados, mas que não entraram na descrição da dissertação, fazem parte da quantificação e das estatísticas, porém, ficaram “de lado” pelo maior poder de síntese das outras imagens, nesses paradigmas latentes de progresso, modernização, desenvolvimentismo, consumo.

Recorremos ao uso de reportagens e de anúncios publicitários da revista como modo de confirmar o imaginário também presente no suporte gráfico do cartum. Reportagens que aproximavam objetos de consumo à prestígio, à conquista de mulheres bonitas; que aproximavam cada vez mais o público do privado; propagandas que aliavam o bem estar, baseado no *american way of life*, à aquisição de bens e manutenção do status social. O próprio uso da fotografia, que valorizava o instantâneo, também inseria-se nesse processo em que se primava pela economia de tempo.

A pluralidade de discursos do *Amigo da Onça* permite levantar hipóteses e fazer recortes variados. Mesmo tomando toda sua trajetória de publicação, as temáticas são inúmeras e, mais do que isso em sua maioria são universais, de âmbito cotidiano que nos faz cair nos riscos do anacronismo, já que tão próximas da realidade de hoje. O que se abordava, todavia, fazia parte de uma mentalidade e de um período específico onde se reforçavam estereótipos e se revelavam preconceitos. Abre-se, pois, o leque de análise sob novas sugestões, novos recortes, novos temas, entendendo o *Amigo da Onça* como algo que não seja imanente e, portanto, livre de discursos perenes ou imutáveis. Abrir-se-ão novas possibilidades de trabalho, como o projeto de doutorado.

## REFERÊNCIAS

- ALBERTI, Verena. **O riso e o risível na história do pensamento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- ALENCASTRO, Luiz Felipe de. Modelos da História e da historiografia imperial. 7-10. In: ALENCASTRO, Luiz Felipe de; NOVAIS, Fernando A. (orgs.). **História da vida privada no Brasil – Império: a corte e a modernidade nacional**. v. 2. São Paulo: Companhia das Letras: 1997.
- ALVES, Raphael Freire. **O instante decisivo: uma estética anárquica para o olhar contemporâneo**. Londrina, 2007. 11 f. Monografia (Especialização em Fotografia: Praxis e Discurso) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2007.
- ARAGÃO, Georgy Pontes Vieira de. **Meios de comunicação como construtores de uma imagem pública: Juscelino Kubistchek através das revistas *Manchete* e *O Cruzeiro***. Rio de Janeiro, 2006. 159 f. Dissertação (Mestrado em Bens Culturais e Projetos Sociais) – Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2006.
- ARESTIBAL, Irmo. **J. Carlos: 100 anos**. Rio de Janeiro: FUNARTE/Instituto Nacional de Artes Plásticas, 1984.
- BACZCO, B. **Imaginação social**. In: Enciclopédia Einaudi, v.5 Antrophos-Homem, Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 1985.
- BAKTHIN, Mikhail. **A cultura popular na idade média e no renascimento**, 2. ed. São Paulo: Hucitec; Brasília: Edund, 1993.
- BAUDELAIRE, Charles. **Da essência do riso**. In: *Poesia e Prosa*. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 2002
- \_\_\_\_\_. **Lo cómico y la caricatura**. Madrid: Visor, 1989.
- BELMONTE. **Caricatura dos tempos**. São Paulo: Melhoramentos/Círculo do Livro, 1982.
- BERGSON, Henri. **O riso**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- BIZELLO, Maria Leandra. Entre fotografias e fotogramas: a imagem pública de Juscelino Kubitschek. In: XXIII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA - HISTÓRIA: GUERRA E PAZ, 2005, Londrina - PR. **Anais...** Londrina - PR : Editorial Mídia, 2005.
- \_\_\_\_\_. Imagens permitidas: imagens públicas da vida privada nos anos JK. In: II ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DA IMAGEM, 2009, Londrina. **Anais...** Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2009.
- BOMENY, Helena. Utopias da Cidade: as capitais do modernismo. 144-161. In: GOMES, Ângela de Castro (org.). **O Brasil de JK**, Rio de Janeiro: Ed. da Fundação Getúlio Vargas/CPDOC, 1991.

BOURDIEU, Pierre. **Campo de poder, campo intelectual**: itinerário de um conceito. Coleção: Jungla Simbólica, 2002: Montessor

BURKE, Peter. **Testemunha ocular**: história e Imagem, Bauru: EDUSC, 2004.

\_\_\_\_\_. **Variedades de história cultural**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

CAMARGO, Hertz Wendel de. Imagens da natureza na revista "O Cruzeiro": lugares do natural na estética urbana. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DA IMAGEM, 2007, Londrina. **Anais...** Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2007.

CARDOSO, Miriam Limoeiro. **Ideologia do desenvolvimento – Brasil: JK – JQ**. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978

CARMONA, Ruben Dário Acevedo. **Política e caudillos colombianos en la caricatura editorial (1920 - 1950)**. Programa de Doctorado: Universidade de Huelva, Espanha, 2003.

CARVALHO, Luiz Maklouf. **Cobras criadas – David Nasser e O Cruzeiro**. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2001.

CIRNE, Moacy. **A explosão criativa dos quadrinhos**, Petrópolis: Vozes, 1977.

\_\_\_\_\_. **Para ler os quadrinhos**: da narrativa cinematográfica à narrativa quadrinizada. Petrópolis: Vozes, 1972.

CHARTIER, Roger. **História cultural**: entre práticas e representações. Lisboa: Difel, 1990.

CHALHUB, Samira. **A metalinguagem**. São Paulo: Ática, 2002.

\_\_\_\_\_. **Funções da linguagem**. São Paulo: Ática, 2002.

COHEIN, Marleine. **Juscelino Kubitschek**: o presidente bossa-nova. São Paulo: Ed Globo, 2005.

CORDEIRO, Lilian et al. Cultura e estereótipos vinculados pela televisão. In: VIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUL, 2007, Passo Fundo. **Anais...** Passo Fundo: Intercom, 2007. p. 01-15.

COSTA, Helouise. **Aprenda a ver as coisas**: fotojornalismo e modernidade na revista *O Cruzeiro*. São Paulo, 1992. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Artes) - Universidade de São Paulo, 1992.

COTRIN, Álvares. **J. Carlos**: época, vida, obra. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 1985.

CUNHA, Fabiana Lopes da. **Caricaturas carnavalescas: carnaval e humor no Rio de Janeiro através da ótica das revistas ilustradas Fon-Fon! e Careta (1908-1921)**. São Paulo, 2008. 510 f. Tese (Doutorado em História Social) – Universidade de São Paulo, 2008.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

\_\_\_\_\_. (Org.) **Historia da beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

ESPIG, Márcia Janete. Ideologia, mentalidades e imaginário: cruzamentos e aproximações teóricas. In: **Anos 90**. Porto Alegre, n. 10, dezembro de 1998.

FALCON, Francisco. **Historia cultural: uma nova visão sobre a sociedade e a cultura**, Rio de Janeiro: Campus, 2002.

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: 1998: Hucitec.

GAVA, José Estevam. **Momento bossa nova**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2006.

GAWRYSZEWSKI, Alberto. **A agonia de morar**. Urbanização e habitação na cidade do Rio de Janeiro. 1945/1950. São Paulo, 1996. Tese (Doutorado em História Econômica) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

\_\_\_\_\_. **Caricaturas e charges políticas na imprensa comunista (1945/57)**. Rio de Janeiro, 2004. Tese (Pós-doutorado em História Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

\_\_\_\_\_. Em busca de um conceito para charge e caricatura política. In: GAWRYSZEWSKI, Alberto; MOLINA, Ana Heloísa; ALVES, Paulo; LENZ, Sylvia Ewel. **As imagens da guerra fria: o olhar dos desenhistas**. Londrina: UEL, 2004.

GINSBURG, Carlo. **Mitos, emblemas e sinais: morfologia e história**, São Paulo: Cia das Letras, 1989.

GOMBRICH, Ernest. **A história da arte**. 15 ed. Rio de Janeiro: Guanabara: 1989.

\_\_\_\_\_. (org.). **O Brasil de JK**. Rio de Janeiro: Ed. da Fundação Getúlio Vargas/CPDOC, 1991.

GUIMARÃES, Angélica Braga (org.). **Amigo da onça: a obra imortal de Péricles**, Rio de Janeiro: Busca da Vida, 1987.

HALL, Catherine et al. Ergue-se a cortina. 13-47. In: PERROT, Michele (org.). **História da vida privada: da Revolução Francesa à Primeira Guerra**. v. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papyrus, 1996.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Cotia: Ateliê Editorial, 2002.

LAGES, Virgínia. O Cruzeiro: uma revista, uma constelação, um guia para o brasileiro moderno. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DA IMAGEM, 2007, Londrina. **Anais...** Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2007.

LAGO, Pedro Corrêa do. **Caricaturistas brasileiros: 1836-2001**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2001.

LAPLANTINE, François; TRINDADE, Liana. **O que é imaginário**. São Paulo: Brasiliense, 1997.

LE GOFF, Jacque. O riso na Idade Média. In: BREMMER, Jan; ROODENBURG, Herman, (orgs). **Uma história cultural do humor**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

LIMA, Herman. **História da caricatura no Brasil**. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1963.

MACEDO, Jose rivair. **Riso, cultura e sociedade na Idade Média**. São Paulo: Ed. Unesp. 2000.

MENEZES, Ulpiano Toledo Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, história visual: balanço provisório, propostas cautelares. **Revista Brasileira de História**. São Paulo. v. 23, n.45, p 11-36, 2003.

MIANI, Rozinaldo Antônio. Charge editorial: iconografia e história. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DA IMAGEM, 2007, Londrina. **Anais...** Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2007.

MONTEIRO, Charles. Imagens sedutoras da modernidade urbana: reflexões sobre a construção de um novo padrão de visualidade urbana nas revistas ilustradas na década de 1950. **Revista Brasileira de História**. São Paulo. v.27, n. 53, p. 159-176, 2007.

MORAIS, Fernando. **Chato, o rei do Brasil: a vida de Assis Chateaubriand**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

MURAD, Pedro. **Riso e aniquilação: a comicidade em Bergson e Pirandello**. In: Comum. Rio de Janeiro, v. 3, p. 117 a 128, 2007.

NETTO, Accioly. **O império de papel: os bastidores de O Cruzeiro**. Porto Alegre: Sulina, 1998.

NERY, João Elias. **Charge e caricatura na construção de imagens públicas**. São Paulo, 1998. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

NERY, Laura. Cenas da vida carioca: o Rio no traço de Raul Pederneiras, Rio de Janeiro, 2000. Dissertação (Mestrado em História) – PUC, Rio de Janeiro, 2000. In **História em cousas miúdas: capítulos de história social da crônica no Brasil**, Campinas, Ed. da Unicamp, 2005.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso, imaginário social e conhecimento**. In: Em Aberto. Brasília. ano 14, n.61, jan./mar. 1994.

PANOFSKY, Erwin. **Significado nas artes visuais**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

PEREIRA, Luiz C. Bresser. **Desenvolvimento e crise no Brasil**. 6 ed. São Paulo: Brasiliense: 1976.

PEREGRINO, Nadja. **O Cruzeiro: a revolução da fotorreportagem**. Rio de Janeiro: Dazibao, 1991.

PIGNATARI, Décio. **O que é comunicação poética**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PIRES, Maria Conceição Francisca. A cultura política entre *Zeferinos, Fradins e Graúnas*, Rio de Janeiro, 2007. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2007. In: SOIHET, BICALHO e GOUVEA (orgs). **Culturas políticas: ensaios de historia política e ensino de historia**, Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

\_\_\_\_\_. Cultura e política nos quadrinhos de Henfil. In: **Revista de História**. São Paulo, v. 25, n. 2 p. 94-114, 2006.

POLETTTO, Fábio Guilherme. **Tom Jobim e a modernidade musical brasileira 1953-1958**, Curitiba, 2004. 148 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2004.

PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso**. São Paulo: Ática, 1992.

PROST, Antoine. Fronteiras e espaços do privado. 13-99. In: PROST, Antoine; VINCENT, Gérard (orgs.). **História da vida privada: da Primeira Guerra a nossos dias**. v. 5. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

QUEIROZ, Andréa Cristina de Barros. O Pasquim: um jornal que só diz a verdade quando está sem imaginação. (1969-1991). **História e Perspectivas**. Uberlândia, v. 31, p. 229-252, Jul-Dez. 2004.

\_\_\_\_\_. O Rio como metonímia de Brasil nas crônicas de Millôr. In: II SEMINÁRIO NACIONAL DE HISTÓRIA DA HISTORIOGRAFIA: HISTORIOGRAFIA BRASILEIRA E MODERNIDADE, 2007, Mariana - MG. **Anais...** Mariana, 2007.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: Codecri, 1978.

RIANI, Camilo. **Ta rindo de que?: um mergulho nos salões de humor de Piracicaba**, Piracicaba: UNIMEP, 2002.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50. In: **ECO-PÓS**, Rio de Janeiro, v.5, n.1, 2002, p.70-73.

ROCHA, Gilmar. “Navalha não corta seda”: estética e performance no vestuário do malandro. In: **Tempo. Revista do Departamento de História da UFF**, Rio de Janeiro, v. 10, p. 133-154, 2006.

ROMANELLO, Jorge Luiz. **A natureza no discurso fotográfico da revista O cruzeiro: paisagens e imaginário no Brasil desenvolvimentista 1954 – 1961**. Assis, 2006. Tese (Doutorado em História) Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho: Assis, 2006.

ROMUALDO, Edson Carlos. **Charges jornalísticas: intertextualidade e polifonia**, Maringá: Eduem, 2000.

SALIBA, Elias Thomé Silva. **Raízes do riso: a representação humorística na história brasileira: da Bella Época aos primeiros tempos do rádio**, São Paulo: Cia das Letras, 2002.

SCHWARCZ, LÍlian Mortiz. **História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea**, São Paulo: Cia das Letras, 1998.

SILVA, Marcos Antonia da. **Caricata república**. São Paulo: Marco zero, 1990.

\_\_\_\_\_. **Prazer e poder do Amigo da Onça (1942 - 1963)**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

SILVA, Silvana Louzada da. A inauguração de Brasília pelos fotógrafos da O Cruzeiro e Manchete. In: XXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Belo Horizonte, 2007. **Anais...** Belo Horizonte, 2007.

\_\_\_\_\_. **Fotojornalismo em revista: o fotojornalismo em O Cruzeiro e Manchete durante os governos Juscelino Kubitschek e João Goulart**. Rio de Janeiro, 2004. 270f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Rio de Janeiro: Universidade Federal Fluminense.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUZA, Luciana C. Pagliarini de. **Charge política: o poder e a fenda**. São Paulo, 1986. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – PUC, São Paulo, 1986.

TEIXEIRA, Luis Guilherme Sodré. **Sentidos do humor, trapaças da razão: a charge**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2005.

THOMPSON, Edward Palmer. **Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional**. São Paulo: Companhia das Letras: 2002.

URSINI, Leslye Bombonato. **A revista O Cruzeiro na virada da década de 30**. 2000. 125 p. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Universidade Federal de Campinas, 2000.

VELLOSO, Mônica Pimenta. A dupla face de Jano: romantismo e populismo. 122-143. In: GOMES, Ângela de Castro (org.). **O Brasil de JK**, Rio de Janeiro: Ed. da Fundação Getúlio Vargas/CPDOC, 1991.

VILLALTA, Daniella. Reflexos da modernização econômica brasileira no mercado editorial de revistas. In: **Comum**, Rio de Janeiro, v. 4, p. 117-143, 2008.

VOVELLE, Michel. **Imagens e imaginário na história:** fantasmas e certezas nas mentalidades desde a Idade Média até o século XX. São Paulo: Ática, 1997.

**FONTES PESQUISADAS**

PERSON, Luiz Sérgio. **O cruzeiro**: 1950 à 1961. Disponível em:  
<<http://www.memoriaviva.com.br/ocruzeiro/>> Filme: *São Paulo – S.A.* (Luiz Sérgio Person, 1989)

## ANEXO

## ANEXO A

<b>AMIGO DA ONÇA</b>	<b>1956</b>	<b>1957</b>	<b>1958</b>	<b>1959</b>	<b>1960</b>	<b>1961</b>
➤ Remetidas ao consumo/Modernização	5	4	2	4	4	4
a) Imagens em que há meios de transporte (carros, lambretas, ônibus, caminhões)	5	6	5	7	6	4
b) Imagens que aparecem comércio (remetidos ao consumo)	3	5	5	6	7	5
c) Imagens que aparecem eletrodomésticos/eletroeletrônicos	2	2	3	2	2	7
➤ Remetidas à pobreza	2	1	2	2	2	1
➤ Quantas são charges	2	0	0	6	5	2
➤ Quantas são cartuns	44	48	42	42	38	40
➤ Quantas aparecem caricaturas	1	1	1	4	1	0