

O Humor Na Revista O Cruzeiro¹

Emanuelle Fernandes RIBEIRO²

Natália Lago ADAMS³

Hilton CASTELO⁴

Universidade Positivo, Curitiba, PR

RESUMO

Este trabalho contextualiza o humor gráfico publicado na revista ilustrada O Cruzeiro ao longo de seus 47 anos. Procurou-se identificar, primeiramente, o contexto histórico em que a publicação esteve inserida, precisamente entre os anos de 1920 a 1950, além da história e das características editoriais das revistas na imprensa brasileira, com foco no objeto em questão. Por outro lado, procurou-se apresentar o perfil dos principais humoristas de O Cruzeiro e as características de cada um, analisando traço e conteúdo de suas seções.

Palavras-Chave: Imprensa brasileira; Revista O Cruzeiro; Humor gráfico.

INTRODUÇÃO

As décadas de 1920 a 50 trouxeram profundas mudanças em todo o mundo, graças, especialmente, às duas Guerras Mundiais e aos avanços tecnológicos. A vida como era até então sofreu transformações no decorrer dessas quatro décadas que representaram um salto na humanidade. No Brasil, O Cruzeiro registrou esse cenário em suas páginas.

A revista é um retrato da sociedade carioca do período, que serviu de expoente para o restante do país. Inovou a imprensa brasileira, graças às suas características editoriais, e consagrou grandes repórteres, fotógrafos e humoristas. A última categoria ganha destaque neste trabalho. Aqui, veremos como os traços de cartunistas e chargistas como Millôr Fernandes, Péricles, Carlos Estêvão e Ziraldo deram voz a críticas e percepções sobre a sociedade brasileira da época.

¹Trabalho sobre história do humor gráfico na imprensa brasileira apresentado na divisão temática de Jornalismo, Intercom Júnior, XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Estudante de Graduação do 3º ano do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Positivo. E-mail: manuribeirof@hotmail.com.

³Estudante de Graduação do 3º ano do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Positivo. E-mail: natalia.adams@live.com.

⁴Orientador do trabalho. Professor de Publicidade e Propaganda da Universidade Positivo. Mestre em Comunicação e Linguagens. E-mail: hiltoncastelo@gmail.com.

1. HISTÓRIA DA REVISTA NO BRASIL

A revista surgiu na história da imprensa brasileira no início do século XIX, com a chegada da corte portuguesa. Ainda sem características definidas, as primeiras publicações não tinham conteúdo relevante, eram eruditas e não se destacavam. Apenas no início da década de 1860 a situação começou a mudar, quando as revistas começaram a refletir os acontecimentos da vida social, oferecendo ao leitor assuntos de seu interesse. É nesse período, também, que aparecem as primeiras fotografias e ilustrações nas publicações, diferenciando-as dos jornais. Essa mudança se deu graças à então condição da população do país, analfabeta quase em sua totalidade. Nesse cenário, a Revista Ilustrada se destaca pelo uso do recurso:

A Revista Ilustrada de Angelo Agostini se tornaria no final do Segundo Reinado a principal publicação a utilizar a ilustração, sobretudo as charges, para criticar o poder monárquico nacional. Em suas páginas D. Pedro II era seguidamente apresentado nas mais absurdas e distintas situações. Além do Imperador, os Ministros e demais políticos da Corte eram temas constantes de piadas e charges (MOURA, 2011, p.4).

A partir desse período as revistas ilustradas proliferaram, resultando no declínio do folhetim. Se destacaram publicações como “Semana Ilustrada, Revista da Semana, Kosmos, Fon-Fon!, Ilustração Brasileira, Careta, Para todos, dentre outras” (MOURA, 2011, p.5). Esses primeiros títulos, no entanto, tinham em comum uma particularidade: sua curta existência, devido à falta de recursos e assinantes. Assim, ao passar a utilizar uma linguagem acessível ao público recém-alfabetizado, o alcance do meio aumenta e surgem as revistas de variedades.

Já em 1920, dois acontecimentos mudaram a imprensa no Rio de Janeiro: “o aparecimento de um jornalismo eminentemente sensacional e o surgimento dos primeiros conglomerados de imprensa, representados pelos Diários Associados” (BARBOSA, 2002, p.1). Assim nasceu O Cruzeiro, em 1928. Seguindo a fórmula de suas precursoras, a revista imitava o estilo editorial estrangeiro, além de contar com páginas repletas de ilustrações, charges, piadas, críticas, e um leque variado de assuntos cotidianos, em crônicas, reportagens e editoriais. Nas décadas seguintes, O Cruzeiro se consagrou na imprensa brasileira e tornou-se a publicação mais importante no Brasil das décadas de 20 a 50.

2. CONTEXTO HISTÓRICO

Na década de 1920 surgiu O Cruzeiro, a revista que era a cara do Brasil e, principalmente, do Rio de Janeiro. Para a melhor compreensão de sua importância na história da imprensa nacional, situa-se aqui o contexto em que a revista foi consagrada, de 1920 a 1950, quando ela se fez testemunha ocular e síntese da história da época.

2.1. ANOS 20 E 30

Os anos 20 marcaram um período turbulento e de reviravoltas no Brasil. O país passou por mudanças nas artes, a exemplo do surgimento do Modernismo, na política e na economia, devido ao fim da Primeira Guerra Mundial e ao esgotamento da Primeira República, e na sociedade, graças à chegada de inovações tecnológicas, como a eletricidade, a bicicleta, o automóvel, o começo da aeronáutica e o cinema. No final da década, o Brasil deixou de ser essencialmente agrícola e passou a caminhar rumo à industrialização. O Cruzeiro procurava acompanhar esse ritmo de progresso, assumindo “o compromisso de apresentar um Brasil moderno, sintonizado com os avanços tecnológicos de um mundo que se reorganizava após a Primeira Guerra Mundial” (CADERNOS DE COMUNICAÇÃO, 2002, p. 4).

Com o fim da Primeira República, dá-se início à Era Getúlio Vargas, que culminou com a instituição do Estado Novo, por meio do golpe de 1937. Durante o período, caracterizado pelo controle ideológico, surge no Brasil o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que tinha como objetivo controlar e usar a censura na imprensa e propagar suas ideologias nos meios de comunicação. Os veículos de Chateaubriand, inclusive O Cruzeiro, sempre estiveram a serviço do governo de Getúlio, já que este era íntimo de Assis e financiador da revista.

Graças às novas mídias, como o rádio e o cinema, difundiu-se em todo o mundo o *american way of life*, estilo de vida norte-americano, devido ao bem-estar econômico do país. Dessa forma, coube “aos Estados Unidos exportar para o mundo, nessa época, o modelo feminino moderno, em grande parte idealizado pela publicidade americana” (RODRIGUES, 2010, p. 10). Na revista O Cruzeiro, as mulheres eram representadas por Alceu Penna na coluna ilustrada As Garotas do Alceu, que retratava as moças daquele período e refletia seus comportamentos e estilos de vida.

2.2. ANOS 40 E 50

Os anos 40 ressonaram as mudanças sociais e econômicas das duas décadas anteriores, somadas às consequências da Segunda Guerra Mundial. Essas transformações foram refletidas nas páginas de *O Cruzeiro*, pois elas traziam acontecimentos do mundo todo e muito dos costumes da sociedade carioca, que reproduziam os estrangeiros.

O período foi marcado pelo surto industrial no Brasil, as revoluções urbanísticas e o êxodo rural. A modernização foi acentuada com o aumento da penetração de eletrodomésticos, automóveis e meios de comunicação na população. O desenvolvimento urbanístico foi o responsável pelo êxodo da população das zonas rurais às cidades, que migrava em busca de emprego e melhores condições de vida. São Paulo e Rio de Janeiro eram os principais destinos, especialmente a capital carioca, que se consolidou como polo cultural no país: ali eram ditados modismos e modelos a serem acompanhados e reproduzidos. Essas tendências eram seguidas de perto pelas seções de *O Cruzeiro*. Segundo Cesar Maia (CADERNOS DA COMUNICAÇÃO, 2002), a revista retratava as diversas facetas da sociedade carioca, mostrando tanto a cidade moderna, alegre e cosmopolita, quanto o centro econômico, político e social do país.

As revistas aperfeiçoavam-se cada vez mais, levando em conta o desenvolvimento gráfico possibilitado pelos avanços tecnológicos, que conferiam mais qualidade às impressões. Além de *O Cruzeiro*, destacaram-se publicações como *A Cigarra*, *Eu sei Tudo* e *Revista da Semana*.

Já a década de 1950 foi considerada um divisor de águas na história do Brasil. Conhecidos como “anos dourados”, desse período datam transformações sociais, econômicas e políticas. Dentre os grandes acontecimentos dos anos 50, está o suicídio de Getúlio Vargas, em 1954. *O Cruzeiro* dedicou uma edição ao acontecimento com cobertura completa, que alcançou o marco histórico de 720.00 exemplares. Quando Juscelino Kubitschek assumiu a presidência, em 1956, devido ao relacionamento entre Chateaubriand e JK, sua candidatura foi apoiada pelo *O Cruzeiro*, por meio de cobertura jornalística e editorial. A inauguração de Brasília, nova capital do país e maior feito de JK, mereceu também edição especial na revista.

A mulher era agora mais independente. Essas mudanças de costumes e padrões no universo feminino eram refletidas na revista *O Cruzeiro* em diversas seções voltadas ao público feminino, como *Carta de Mulher*, *Dona*, *Mãe e Filho* e *Graça, saúde e beleza*. Já entre os homens, surge o estereótipo *bad boy*, inspirado no estilo de Elvis Presley e nas

figuras de Marlon Brando e James Dean. Para os rapazes, em *O Cruzeiro*, havia seções como *Estádio*, *Música* e *Sport-light*.

3. O CRUZEIRO: DO AUGÉ AO DECLÍNIO

O *Cruzeiro* foi a revista mais expressiva do século XX. Segundo José Medeiros, citado por Carvalho (2001, p. 167),

A revista tinha um monopólio total. Ditava moda, temas de conversa, tudo. As pessoas ficavam esperando *O Cruzeiro* sair. Ele 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.

O primeiro exemplar data de 10 de fevereiro de 1928, quando ainda se chamava apenas *Cruzeiro* – o que duraria até a 31ª edição, de 8 de junho de 1929, quando foi rebatizada com a adição do “O”. O *Cruzeiro* levou cerca de quinze anos para se erguer, levando Assis Chateaubriand a considerar fechá-la. Somente após 1940 a situação melhorou, quando atingiu os 45 mil exemplares. Apenas sete anos depois, já alcançava os 200 mil.

O que iniciou em uma sala de 100m² com apenas três funcionários chegou, ao completar 25 anos em 1949, a uma sede de 17.400m² que abrigava mais de 80 pessoas. (CARVALHO, 2001). A publicação cresceu: “dos anunciados 250 mil exemplares de abril de 48, a tiragem pulava para 510 mil em agosto de 53” (CARVALHO, 2001, p. 234). Reuniu em sua redação o chamado esquadrão de ouro da reportagem da época, com ilustres redatores, fotógrafos e cartunistas.

3.1. CARACTERÍSTICAS EDITORIAIS

Segundo Carvalho, o semanal tinha seções de diversos temas, que iam desde acontecimentos sociais, moda, beleza, culinária, esportes, cinema e literatura, até notícias, política e humor. Ademais, era frequente a publicação de contos e novelas, o que fez com que dezenas de poetas e intelectuais da época colaborassem com a revista. Outro aspecto importante de *O Cruzeiro* era a interação que tinha com os leitores, que se dava por meio da publicação de suas cartas e opiniões na revista, além de promoções e concursos culturais. A revista era repleta de anúncios, que chegavam a competir com o conteúdo por atenção, considerados partes integrantes dos textos e elementos constituintes das páginas. Somavam-se a eles as publicações de matérias pagas caracterizadas como material jornalístico.

“Seus primeiros exemplares eram de fato ousados, traziam matérias futurísticas que anunciavam um Brasil completamente adaptado às novas tecnologias e planejado para se tornar uma potência econômica.” (MOURA, 2011, p.1). Era conservadora e governista, reflexo da relação entre Chateaubriand e o ditador Getúlio Vargas.

Apesar de ser feita para a classe média consumir, com valor acessível, a revista O Cruzeiro era universal: cativou ambos sexos, de todas as idades e classes sociais. Era impressa no formato 330 por 244 mm e, no início, composta inicialmente por 50 páginas em média, aumentando para 100 páginas somente a partir de 1940.

Inicialmente a revista foi marcada por seus recursos tecnológicos, com máquinas e técnicos de alta qualidade. O destaque estava na técnica de rotogravura, introduzida pelo próprio O Cruzeiro, que se tornou símbolo de modernidade e progresso, com grande importância para a imprensa brasileira.

O Cruzeiro fez de sua paginação outra particularidade. “Uma pesquisa feita na década dos 50 dizia haver diferenças no modo de homens e mulheres folhearem uma revista: os primeiros o faziam do início para o fim; as mulheres, de trás para diante.” (CADERNOS DE COMUNICAÇÃO, 2002, p. 11). Era possível, então, ler a revista de forma não linear ou de trás para frente. Assim, os artigos das primeiras páginas estavam ligados a assuntos supostamente de interesse masculino, enquanto as últimas relacionavam-se com o universo feminino.

Desordenado, com impressão de má qualidade, “num design confuso, sem unidade, em meio a muitos anúncios, matérias pagas ou sem caracterização publicitária” (CARVALHO, 2001, p. 63), o “cocô de Chateaubriand” – apelido interno graças à cor da tinta marrom – esteticamente deixava muito a desejar. A situação mudou em 1943, quando o fotógrafo francês Jean Manzon trouxe para o Brasil técnicas utilizadas em publicações do seu país de origem, como a Match e a VU. Iniciou-se a era a fotorreportagem, onde a fotografia exerce papel tão fundamental quanto o texto.

Esse novo momento resultou na evolução da figura do fotógrafo, pois a partir daquele período a prática deixa de ser vista como um passatempo e passa a ter caráter profissional. Era comum que os jornalistas trabalhassem em pares – fotógrafo e redator. As duplas, quando atingiam um grau de prestígio, gozavam de total liberdade para criar suas próprias pautas e apoio da revista para concretizá-las.

Segundo Carvalho (2001), na revista O Cruzeiro tudo era roubado: recebiam toneladas de fotos e vídeos de graça das agências americanas. Já os textos eram roubados da

imprensa argentina. A ética era posta de lado diante da possibilidade de alcançar maior retorno: a revista não se preocupava com a veracidade das informações veiculadas, contanto que vendesse.

3.2. DECLÍNIO

Apesar de vender bem, a revista não teve o mesmo sucesso com o número de assinantes. E pouco tempo após a cobertura do suicídio de Vargas, até mesmo o número de exemplares perdeu a expressividade:

O primeiro sinal de queda na tiragem aparece com os 710 mil, de 11 de dezembro de 1954. Cairá a 660 mil, em fevereiro de 1955; a 630 mil, em maio; e a 570 mil, em fevereiro de 1956. Entre 1959 e 1962 estabiliza-se nos 500 mil, com pequeno acréscimo um mês ou outro. Entra na faixa dos 400 mil entre 1963 e 1965. Em setembro de 1966, quando já era auditada pelo Índice de Verificação de Circulação (IVC), a tiragem, em queda livre, não mais aparece no expediente (CARVALHO, 2001, p. 305).

Conflitos internos e descontentamentos acerca da administração levaram à divisão da revista. Soma-se a isso a aquisição da máquina rotativa *Hoe Super Production*, responsável pelo desperdício de 20% do papel de cada edição, e o surgimento da concorrente *Manchete*, mais moderna e de qualidade superior. Além disso, o fiasco do lançamento da revista *O Cruzeiro Internacional* na América Latina contribuiu para as dívidas que a publicação já somava, além das muitas causas trabalhistas. Em 1974, em meio a todo o caos administrativo e financeiro, a tiragem alcançava os 120 mil exemplares. Em julho de 1975, após 47 anos de publicações, como resultado de todos esses fatores, *O Cruzeiro* chegou ao fim.

4. O HUMOR GRÁFICO NO BRASIL

Desde o século XIX, aparecendo inicialmente na revista *Lanterna Mágica*, de 1844, os humoristas têm se incumbido da missão de traduzir em traços característicos as críticas e impressões do contexto em que se inserem, especialmente por meio da sátira e da sagacidade. Esse tipo de desenho, ao poucos, foi se tornando recorrente nas páginas de publicações, como a *Marmota Fluminense* e a *Ilustração Brasileira*, mas somente em 1860 alcançaria a regularidade, na revista *Semana Ilustrada*. Os principais conteúdos eram a sátira política e a crítica de costumes.

Ainda sim, o humor gráfico no Brasil só ganhou contornos bem definidos em 1898, com a estreia da revista *O Mercúrio*, que contou com charges e caricaturas de nomes

como K. Lixto e J. Carlos. Essa geração de cartunistas tinha nos avanços tecnológicos e na mudança de costumes da sociedade a fonte de seus desenhos.

Já a geração seguinte de humoristas estava mais ligada à Segunda Guerra Mundial, ao Estado Novo, à ditadura e à censura. Contou com nomes como Álvaro e Nássara, que também fizeram parte da equipe de humoristas d'O Cruzeiro. Inclusive, os sucessores dos grandes nomes do humor gráfico no Brasil se criaram na revista, onde marcaram a história da caricatura e imortalizaram seus personagens. Foram eles, especialmente, Millôr Fernandes, Péricles, Carlos Estêvão e Ziraldo.

5. O HUMOR EM O CRUZEIRO

Em matéria de humor, O Cruzeiro era especialista. A revista geralmente dedicava uma sequência para as publicações humorísticas, como charges, cartuns e caricaturas de costumes. De 1950 a 1975, o semanal manteve a média de seis páginas preenchidas pelo assunto, dentre as cerca de 130 páginas totais. Os humoristas tinham plena liberdade para criar o que lhes interessasse, e muitas vezes faziam do cômico uma maneira de criticar costumes da sociedade da época. A equipe que ficou consagrada como o esquadrão de ouro e seus integrantes marcaram a história do humor e da imprensa brasileira. Millôr Fernandes, Péricles, Carlos Estêvão e Ziraldo faziam parte desse esquadrão. Dentre outros nomes importantes, estão Zélio, Appe e Borjalo. Havia, ainda, seções como O Centavo, O Gramofone e Foto Fofocas.

5.1. MILLÔR FERNANDES

Millôr Fernandes nasceu no Rio de Janeiro no dia 16 de agosto de 1923. Acreditou que Milton era seu verdadeiro nome até os 17 anos, quando descobriu que na realidade era Millôr, graças à escrita peculiar em sua certidão de nascimento.

A relação entre as formas das letras de seu nome e o som destas gerou-lhe uma nova identidade e, segundo ele, criou um novo conteúdo para a sua existência. Além de promover, é claro, uma circunstância humorística, marca indelével de suas representações e de seus questionamentos que, em sua maioria, estiveram ambientados no cenário urbano carioca (QUEIROZ, 2008, p.3).

Em 1934, com a chegada das revistas de histórias em quadrinhos no Brasil, Millôr começou a se interessar pelas publicações. Cultivou, então, o hábito de leitura de histórias em quadrinhos, especialmente os de Flash Gordon, e passou a imitar os traços que via nas

revistas. Foi influenciado também pela arte estrangeira dos cartunistas George Grosz e Saul Steinberg. Para se aprimorar profissionalmente, entre os anos de 1938 a 1942, frequentou o Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro.

Aos dez anos de idade, sob influência do seu tio Antônio Viola, diretor de gravura da revista *O Cruzeiro* e responsável por sua entrada no jornalismo, Millôr estreou na imprensa, quando teve um desenho publicado em *O Jornal*, grande veículo de comunicação de Assis Chateaubriand. Aos 14 anos, em 1939, Millôr Fernandes foi trabalhar em *O Cruzeiro* como contínuo, exercendo diversas funções.

Um dia, quando faltou uma reportagem de duas páginas na hora do fechamento da revista *Cigarra*, o diretor Freddy Chateaubriand recorreu ao Millôr para que preenchesse essas páginas com o que quisesse. Criou ali a seção *Poste escrito* e o pseudônimo que o acompanhou por anos, Vão Gogô. Em 1945, com essa assinatura, Millôr criou a seção *O Pif-Paf*, "sob a epígrafe 'Cada número é exemplar, cada exemplar é um número', mantida até o começo da década de 60" (CARVALHO, 2001, p. 147). O nome foi inspirado em um jogo de cartas comum na época. Inicialmente, contou com o apoio de Péricles na ilustração, mas alguns anos depois assumiu a função. As páginas da seção ensaiavam técnicas de quadrinhos e tirinhas, onde "cultivou um humor refinado e reflexivo, cujo texto muitas vezes prescindia o traço, e vice-versa. 'O Pif-Paf' era uma elaborada combinação de grafismos mal comportado e tiradas demolidoras" (LAGO, 2001, p.148). Fazia contos, testes, haikais, paródias, releituras de textos clássicos, artigos, pílulas, dentre outros.

O autor trabalhou 25 anos na revista *O Cruzeiro*. Chegou a fazer 56 seções em *O Cruzeiro*, segundo Ziraldo, colaborando com Péricles, Alceu Penna e Zé Medeiros. No final de 1963, Millôr Fernandes foi expulso da revista *O Cruzeiro*, graças à produção da fábula "A Verdadeira História do Paraíso". Impressa em quatro cores cobrindo doze páginas da revista, a história "questionava a condição humana e os personagens Bíblicos" (QUEIROZ, 2008, p. 6), o que gerou um conflito entre Millôr e a revista, já que a repercussão foi negativa: ofendidos, religiosos e conservadores reagiram dirigindo-se à revista com indignação. No ano seguinte, logo após o golpe militar, Millôr iniciou a imprensa alternativa no país ao lançar a revista quinzenal de *O Pif-Paf*, na qual criticou abertamente o cenário político de então. A publicação durou somente oito edições, quando foi obrigada a fechar devido a pressões do governo consequentes da repressão da ditadura.

Do ponto de vista de conteúdo, seus textos eram alegóricos e moralistas. O autor encontrou no humor uma forma de questionar e criticar o governo e a sociedade, expondo

seu descontentamento frente à opressão, à hipocrisia e às relações de poder vigentes. Segundo o historiador Ernst Gombrich (1999), é o traço no cartunista onde está a capacidade de transformar discursos políticos em metáforas, expressando, assim, seu ponto de vista.

Ao falar sobre a função do humorista, Millôr explica que este deve assumir uma postura crítica diante da sociedade. Através da atividade humorística, ele deve ser um agente da mudança social, sobretudo, no campo das idéias, ao observar o mundo de maneira diferente e questioná-lo (QUEIROZ, 2008, p. 5).

Millôr soube fazer isso com maestria, traduzindo suas percepções em metáforas, parábolas, alegorias, brincadeiras e jogos de palavras e seus diversos sentidos e usos, aproveitando-se de suas formas e grafismos para dar a elas uma nova interpretação. Abordou temas sérios como a política e as guerras, bem como assuntos cotidianos como o trânsito, a arte, a igreja, a cultura popular, os bons modos, a infância, o casamento e a família, explorando os aspectos da natureza do ser humano.

Já seu desenho, figurativo, tinha o estilo naif: imperfeito, sem compromisso com o real, bidimensional, sem acabamento e perspectiva, beirando o primitivo e infantil. As páginas de suas seções tinham forte apelo visual com ilustrações coloridas e que, não raro, ocupavam a página inteira, ainda que o humor se apoiasse principalmente no texto. Os contornos muitas vezes não eram bem definidos e a pintura ultrapassava os traços, que frequentemente eram grossos, feitos em nanquim. O título da seção *O Pif-Paf* era personalizado em todos os números, desenhado e colorido de diferentes formas.

Millôr Fernandes se tornou uma figura notória e entrou para a história da cultura brasileira graças às obras que criou jornalista, escritor, artista plástico, humorista, pensador e dramaturgo. Faleceu em 27 de Março de 2012, vítima de um acidente vascular cerebral.

5.2. PÉRICLES

Péricles de Andrade Maranhão, nascido em Recife/PE no dia 14 de agosto de 1924, foi um ilustre cartunista brasileiro e um dos principais integrantes da equipe de humoristas d'O Cruzeiro. Foi em Recife que sua trajetória teve início: publicou seus primeiros desenhos na revista do Colégio Marista, onde estudava, e ganhou o segundo lugar no concurso da 1ª Semana de Trânsito do Recife.

Com 18 anos, Péricles saiu do Recife, chegando ao Rio de Janeiro com uma carta de um dos grandes nomes do jornalismo pernambucano, Aníbal Fernandes (do Diário de

Pernambuco), que ao descobrir seu talento, o recomendou a Leão Gondim de Oliveira, então diretor da revista *O Cruzeiro*. Entrou para a equipe de cartunistas da revista no dia 6 de junho de 1942, onde se tornou um dos colaboradores mais jovens da publicação. Seu primeiro personagem, *Oliveira, O Trapalhão*, começou a ser publicado também no ano de 1942, em *O Guri* e no *Diário da Noite*. Já em *A Cigarra*, realizou charges políticas, além de desenhar os quadros *Cenas Cariocas*, *Miriato*, *o Gostosão* e o próprio *Oliveira, O Trapalhão*. Também colaborou com Millôr Fernandes, ilustrando seus textos nas seções *Poste Escrito* e em *O Pif-Paf*. No entanto, o maior sucesso de Péricles surgiu no ano seguinte de sua entrada em *O Cruzeiro*, quando criou um personagem fixo para a revista feito sob encomenda: *O Amigo da Onça*.

Baixinho, com cabelo penteado para trás à base de gumex, *summerjacket*, bigodinho, olhar de peixe morto (SILVA, 1989), o personagem nasceu na edição de 23 de outubro de 1943 e foi produzido durante dezoito anos. Millôr Fernandes afirmou que *O Amigo da Onça* foi “inspirado” na coluna da revista americana *Esquire*, *The enemies of man*, “que deu origem a ‘*El inimigo del hombre*’ da revista argentina *Patozuru*” (CARVALHO, 2001, p. 57).

O anti-herói satirizava e criticava a hipocrisia da sociedade, seus costumes e acontecimentos, atacando, muitas vezes, instituições tradicionais como o casamento e o exército. Expressava, principalmente, a essência cotidiana do Rio de Janeiro da época, de uma maneira sacana e politicamente incorreta. Para o personagem, sua felicidade estava na desgraça alheia, por isso sempre colocava o outro em situações difíceis das quais se safava. O personagem representava o estereótipo do brasileiro, como um ser malandro que tirava vantagem em tudo o que fazia. Péricles não gostava de se envolver com política e tinha preferência pela crítica de costumes, muito comum em *O Amigo da Onça*. Apesar de toda malícia e ironia, o humor da seção era simples, quase naïf, típico da verve carioca. Péricles preenchia uma página, com a imagem ocupando quase 100% do espaço da mesma, com linhas claras e cores fortes aplicadas aos desenhos. Seu traço era de um perfeccionismo absoluto, caricato, marcante e elegante. Uma cor explorada de forma intensa nos cartuns de *O Amigo da Onça* é o amarelo, presente na maioria dos desenhos e com grande destaque, essa cor estimula as atividades mentais e o raciocínio, ideal para os leitores da publicação.

O Amigo da Onça tornou-se o principal personagem humorístico de *O Cruzeiro* e a primeira página que as pessoas liam da revista, ajudando no aumento da circulação e

popularidade da mesma. Ziraldo conta que não havia um salão de beleza no Brasil que não tivesse *O Amigo da Onça* em um quadro pendurado na parede.

Apesar do sucesso profissional de Péricles, sua vida particular seguia outro rumo. Era solitário e tímido e se embriagava frequentemente. A separação com sua mulher e a perda do convívio com o filho o afetou diretamente, e no dia 31 de dezembro de 1961, asfixiou-se com gás de cozinha, deixando apenas cartas justificando tal gesto e um recado na porta de seu apartamento que dizia: “Não risquem fósforos”. Contudo, Péricles fez história com o personagem que pode ser considerado o mais importante do humor brasileiro. Após seu suicídio, a seção de *O Amigo da Onça* foi assumida pelos traços de Carlos Estêvão.

5.3. CARLOS ESTÊVÃO

O ilustrador, chargista e caricaturista Carlos Estêvão de Souza nasceu em 16 de setembro de 1921 em Recife, no Pernambuco. Apesar de nunca ter frequentado aulas para aprender a arte do desenho, praticava-a desde menino. Além disso, fez desenhos arquitetônicos para a Secretaria de Agricultura, Indústria e Comércio.

Mudou-se para o Rio de Janeiro no início da década de 40 e iniciou a carreira na imprensa em 1948, nos Diários Associados. A princípio, no Diário da Noite, desenhou para a coluna *Vox Populi* de Millôr. Ilustrava também as tiras de *Ignorabus* com textos do amigo, que então assinava como Vão Gôgo. Trabalhou em O Jornal, mas logo ingressou em O Cruzeiro, onde consolidou seu sucesso. Lá, seus primeiros trabalhos foram ilustrações para contos e matérias, mas logo conquistou seu espaço próprio com duas páginas semanais.

Produziu nelas divertidas séries como *Perguntas Inocentes*, onde retratou o óbvio com humor, *As aparências enganam*, apresentando sempre no primeiro quadro uma situação aparentemente absurda ou terrível que era desmentida logo em seguida, e *Ser Mulher*, além das seções *Casamento antes e depois*, *Duas piadas*, *Palavras que consolam*, *As duas faces do homem* e outras criações. Estêvão foi também o responsável pela continuidade do *Amigo da Onça* após a morte de seu criador, Péricles. No entanto, sua maior criação foi a seção de *Dr. Macarra*, personagem malandro e mentiroso, mas “boa praça”, que sempre tinha uma desculpa pronta para seus fiascos e fracassos.

Seu desenho ora se aproxima do estilo de Antonio Prohias em sua seção *Spy VS. Spy*, da revista americana Mad, ora do quadrinista americano Robert Crumb – aliás, emprestou técnicas da arte dos quadrinhos, como os balões de fala –, graças ao seu traço

grosso, jogo de sombras pesado e desenhos sujos, chamados de “gordurosos” por representarem homens e mulheres feios, gordos, peludos e suados. Suas figuras são ovaladas, com narizes exageradamente redondos ou pontudos, avermelhados quando coloridos. Retrata algumas mulheres bonitas em contraponto às feias, que eram maioria em suas páginas, além de caricaturas de políticos e personalidades em evidência da época. Os desenhos eram raramente coloridos, e quando eram usava cores chapadas, especialmente em tons pastéis de amarelo, rosa e azul, sem degradês ou sombras.

Seu humor negro e politicamente incorreto era refletido na caricatura de costumes da sociedade de então, partindo especialmente das fraquezas humanas e da relação entre homens e mulheres, muitas vezes com uma abordagem. Os desenhos retratam situações cotidianas, como jogos de futebol, a situação em que o namorado conhece a família da moça, um dia de praia, a chegada do homem à lua, ocasiões corriqueiras no trabalho, dentre inúmeras outras.

O artista tinha uma personalidade forte, a qual era impressa em seus desenhos. Carlos Estêvão foi dono do humor mais ácido e popular em O Cruzeiro. Permaneceu na revista até seus últimos dias, depois de mudar-se para Belo Horizonte, de onde continuou contribuindo com a publicação. Faleceu no dia 14 de julho de 1972.

5.4. ZIRALDO

Ziraldo Alves Pinto nasceu no dia 24 de Outubro de 1932 em Caratinga, Minas Gerais. Seu nome é uma junção de Zizinha, nome da mãe, e Geraldo, nome do pai. A paixão pelo desenho e pela leitura teve início muito cedo, desenhava em todos os lugares e lia tudo o que lhe era dado, indo de Monteiro Lobato a revistas em quadrinhos.

Estreou aos seis anos com um desenho publicado na Folha de Minas, em 1939, e, por coincidência, anos mais tarde, em 1954, passou a trabalhar no mesmo jornal com uma página de humor. Se integrou a equipes como do jornal O Binômio ou da revista A Cigarra antes de entrar para o time de O Cruzeiro, em 1957. Ziraldo conta que tinha o desejo de ser cartunista na revista O Cruzeiro, mas como na época não possuíam recursos para lhe pagar o salário de tal cargo, foi dado o ele o emprego no departamento de promoções e relações públicas, por ser bastante comunicativo. Quando não tinha muitas tarefas a fazer em seu departamento, passava o tempo desenhando e, quando esquecia esses desenhos na redação, eles eram publicados em algum espaço livre da revista.

Na revista *O Cruzeiro*, Ziraldo começou a exercer a função de cartunista apenas em 1961. Publicava tiras com ícones do humor brasileiro, como *Saci-Pererê* e *Jeremias, O Bom*. O personagem Pererê, marcado pela ideologia nacionalista, se aproximava de um contexto humorístico adulto, fazendo alusão às injustiças que afligiam o Brasil da época. Já seu outro sucesso, *Jeremias, O Bom*, pode ser visto como um contraponto ao personagem *Amigo da Onça*, de Péricles. Nas palavras de Ziraldo, Jeremias é o “anti-amigo da onça” e foi publicado em *O Cruzeiro* com caráter político, fazendo piadas sarcásticas contra a ditadura militar. Outros personagens que se destacam entre seus desenhos são: *Meu Amigo, O Canguru*, com ilustrações de diversas situações em que o canguru é o personagem central, e o personagem *Bumba-meu-boi*. Com seu senso de observação crítico, Ziraldo exalta a cultura nacional através de seus desenhos. Tinha o hábito de expressar crítica aos costumes da época.

Seu traço é simples, leve, delicado e moderno. Seus desenhos são marcantes: cada detalhe é único e inconfundível, desde o rosto, mãos e pés de seus personagens, até os balões de diálogo e sua caligrafia. *Jeremias, O Bom* é um exemplo de seu boneco ideal: rosto retangular, pernas finas, ombros largos, mãos enormes e pés que parecem ferro de passar roupa. Seus desenhos em *O Cruzeiro* são, em sua maioria, preto e branco, aparecendo às vezes apenas com detalhes coloridos, como o gorro vermelho de Pererê.

Ziraldo é reconhecido por seu trabalho como cartunista, escritor, pintor, jornalista, dramaturgo, quadrinista e caricaturista. Entre muitos de seus trabalhos importantes, um que se destaca é o periódico *O Pasquim*, no qual foi co-fundador. Além de seus livros infantis e histórias em quadrinhos que marcaram épocas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da pesquisa foi entender o humor das páginas de *O Cruzeiro*, analisando seus principais autores. Para isso, foi feito um levantamento dos acontecimentos históricos no país durante o período em que a revista existiu. Em seguida, foram mapeados aproximadamente 500 exemplares da revista *O Cruzeiro*, publicados entre as décadas de 1950 e 1970. Com o apoio de bibliografias complementares, esse material possibilitou a compreensão das características editoriais da revista e, especialmente, das seções de humor.

A pesquisa do material permitiu ampliar a compreensão acerca do tema e vislumbrar um recorte histórico da capital carioca. A partir dos apontamentos desenvolvidos, notou-se que o humor da revista *O Cruzeiro* é um resultado direto do contexto histórico em que ela

se inseriu. Ainda que cada autor tivesse um estilo autêntico, todos bebiam da mesma fonte. Por isso, os diferentes traços frequentemente retratavam temas em comum, como as charges políticas, as caricaturas de estereótipos e as críticas ao comportamento da sociedade de então, não raro carregados de ironia para fazê-lo. As páginas da publicação, especialmente as humorísticas foram um fenômeno editorial que mudou o curso da imprensa brasileira, além de um registro histórico apurado de uma época conturbada no país.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Marialva. **O Cruzeiro**. Disponível em: www.uff.br/ciberlegenda. Acesso em: 23 de junho de 2015.

CADERNOS DA COMUNICAÇÃO. **O Cruzeiro**: A maior e melhor revista da América Latina. Rio de Janeiro. Secretaria Especial de Comunicação Social, 2002. Disponível em: www.rio.rj.gov.br. Acesso: 14 de janeiro de 2015.

CARVALHO, Luiz Maklouf. **Cobras Criadas**: David Nasser e O Cruzeiro. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

GOMBRICH, Ernst Hans. **Meditações Sobre Um Cavalinho De Pau**: e Outros Ensaios sobre a Teoria da Arte. São Paulo: EDUSP, 1999.

LAGO, Pedro Corrêa do. **Caricaturistas Brasileiros**: 1830-2001. Rio de Janeiro: Sextante Arte, 2001.

MOURA, Ranielle Leal. **Gêneros Jornalísticos na Revista O Cruzeiro**. 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2540-1.pdf>. Acesso em: 24 de julho de 2015.

MOURA, Ranielle Leal. **História das Revistas Brasileiras** – informação e entretenimento. 2011. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Historia%20das%20Revistas%20brasileiras%202013%20informacao%20e%20entretimento.pdf/view>. Acesso em: 24 de julho de 2015.

QUEIROZ, Andréa Cristina de Barros. **PIFPAF e Millôr**: a densidade em tempos de efemeridade. 2008. Disponível em: http://encontro2008.tj.anpuh.org/resources/content/anais/1213275415_ARQUIVO_TextoANPUH-Rio.pdf. Acesso em: 24 de julho de 2015.

RODRIGUES, Marly. **O Brasil na década de 1920**. São Paulo: Ática, 2010.

SILVA, Marcos Antonio da. **Prazer e Poder do Amigo da Onça**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.