
Imprensa alternativa brasileira: Trajetórias de O Pasquim e Henfil¹

Vinícius Zuanazzi²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

O Pasquim foi, sobretudo, um jornal voltado à crítica de costumes, contraposto ao senso comum e ao moralismo. Tais características também permearam o trabalho do cartunista Henfil, mesmo para além de sua atuação neste jornal. Este trabalho apresenta uma síntese histórica das trajetórias profissionais de *O Pasquim* e de Henfil, que estão entrelaçadas e dificilmente podem ser contadas sem a participação de um na história do outro. Assim sendo, o objetivo deste artigo é proporcionar um trabalho de memória da imprensa alternativa nacional, onde *O Pasquim* e Henfil encontram papel de destaque.

Palavras-chave: Imprensa alternativa; História do jornalismo brasileiro; O Pasquim; Henfil; Ditadura militar.

O presente trabalho apresenta uma síntese histórica das trajetórias profissionais do jornal *O Pasquim* e do cartunista Henfil, expoentes da imprensa alternativa brasileira surgida entre os anos 1960 e 1970, no decorrer dos anos de chumbo desencadeados pelo AI-5 (1968 – 1978). O texto aqui reproduzido é uma adaptação de um capítulo elaborado pelo autor em sua dissertação de mestrado.

Imprensa alternativa de oposição

Imprensa alternativa, nanica, independente, *underground* ou marginal. Diferentes denominações para um mesmo movimento que observou, enquanto cronista de seu tempo, os militares mergulharem o Brasil em anos de chumbo. Jacques Le Goff (1996, p.25) chama de “função social da História” a ciência de estudar, compreender e resgatar o passado como objeto de estudo. Os produtos da imprensa marginal surgida no final dos anos 1960 se encontram no que Georges Didi-Huberman (2013, p. 35) nomeou de *arquivo*: um “vestígio material” do que já não existe mais. Os arquivos se propõem como ponte que leva a outro momento – o passado. A partir deles, é possível remontar a história brasileira deste recorte temporal para além das narrativas amigáveis ao governo militar. Com o que ficou registrado pela imprensa brasileira, especialmente a alternativa, temos

¹ Trabalho apresentado no GP História do Jornalismo, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do curso de Comunicação Social da Famecos – PUCRS, e-mail: zuanazzivinicius@gmail.com.

textos e imagens que retornam enquanto fenômeno antropológico, significando o contexto social, cultural e político de tal período.

Fernando Jorge (1987) observou que no Brasil o ódio contra a imprensa é antigo e proveniente de instituições e indivíduos anacrônicos que sempre refutaram o avanço da democracia. Quem esteve no poder entre 1964 e 1985 dedicou forte empenho em apagar oficialmente os vestígios desse período. É esperado que parta desses segmentos um especial ódio contra a classe jornalística que insistiu em documentar os fatos. Tal prática de *apagamento* resultou em um subconsciente comum capaz de criar periodicamente narrativas negacionistas sobre o passado. Por consequência, o passado brasileiro é, muitas vezes, tão incerto quanto o futuro. Jeanne Gagnebin (2006) definiu fragmentos do pretérito como *rastros*, que dialogam com os *arquivos* de Didi-Huberman. Tais rastros têm o poder de comprovar acontecimentos. Compilar os rastros deixados pela imprensa alternativa nacional que, em um ato de protesto e resistência, expôs como pôde os acontecimentos de sua época, proporciona a formação de arquivos de uma sociedade que foi sufocada pelo autoritarismo.

Os jornais alternativos eram produzidos com uma periodicidade semanal e o tamanho escolhido pela maioria era o tabloide, menor que o tradicional *standard* da grande imprensa. Daí o apelido *nanica*. Conforme Bernardo Kucinski (2018, p. 11), a palavra *alternativa*, que batiza em maior escala o movimento, contém quatro dos significados essenciais dessa imprensa:

O de algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil e, finalmente, o do desejo das gerações dos anos de 1960 e 1970, de protagonizar as transformações sociais que pregavam.

De acordo com Rivaldo Chinem (2004), a imprensa alternativa sempre existiu no Brasil, mas passou a ser referida dessa maneira a partir da década de 1970. Kucinski (2018) recorda que essa expressão foi usada pela primeira vez na mídia pelo jornalista Alberto Dines, na coluna que escrevia na *Folha de São Paulo*, em abril de 1976. Com poucos recursos técnicos e financeiros, as pequenas empresas jornalísticas formaram, aos poucos, um novo segmento de imprensa, surgida nos anos 1960 e consolidada nos primeiros anos da década de 1970, juntamente ao desenrolar do AI-5. Segundo Maria Helena Capelato (1994), durante a ditadura militar foi a imprensa alternativa que, apesar de pequena, demonstrou força e se caracterizou por uma atitude irreverente e corajosa,

permitindo que os jornalistas críticos ao regime contassem com veículos de mídia para atuar.

Os temas desses jornais eram variados, transitavam da ecologia ao feminismo. Chinem (2004, p.9) observou que “os próprios jornalistas se encarregavam de tudo nesses jornais, desde a pauta e elaboração de reportagens até a distribuição”. O trabalho era baseado no modelo faça-você-mesmo, sentimento que permeava a vontade de seguir em frente mesmo perante as maiores adversidades.

O Pasquim: “Imprensa é oposição, o resto é armazém de secos e molhados”

Seis meses após a emissão do AI-5, em 26 de junho de 1969, um novo jornal humorístico e contra-hegemônico chamado *O Pasquim* se apresentou aos leitores brasileiros. Tratava-se de uma publicação de oposição ao regime militar, intrinsecamente debochada e avessa aos bons costumes defendidos pelo governo. Foi concebido após o enrijecimento do controle social pelo Estado, fruto da contradição latente da época. O jornal conseguiu, em sua primeira edição, esgotar uma tiragem de 14 mil exemplares em dois dias. Com isso, uma nova leva de outros 14 mil foi rodada e colocada na rua: mais um sucesso de vendas.

A tiragem inicial de 28 mil exemplares evoluiu para 80 mil na edição 16 do jornal, e para 94 mil na edição 19. Seu crescimento foi impressionante para uma mídia alternativa de contracultura que, além do mais, era crítica aos militares. Quando alcançou a edição 22, *O Pasquim* chegou à marca de 200 mil exemplares vendidos (BRAGA, 1991). Com o aumento das vendas, o jornal passou a se preocupar com questões como a publicidade, que era relativamente fraca no início do semanário. No primeiro número do jornal, por exemplo, foram anunciantes amigos que contribuíram para ajudar na estreia. Conforme José Luiz Braga (1991, p.28), “até o número 40 a publicidade continuou a crescer, chegando a cerca de um terço da superfície do jornal”. É possível que muito desse sucesso tenha se devido às peças elaboradas de maneira humorística pela própria equipe do jornal. Ao contrário dos outros jornais, que recebiam a publicidade já pronta para ser veiculada, a patota pasquiniana personalizava muitas das peças publicitárias que traria no jornal a partir de desenhos, fotomontagens ou colagens.

Em formato tabloide, o semanário teve suas origens no encontro entre jornalistas e cartunistas que não tinham onde publicar suas produções. O embrião de *O Pasquim* veio principalmente de três publicações: *A Carapuça*, *Cartum JS* e *Pif Paf*. O primeiro foi

criado em 1968, pelo cronista Sérgio Porto, conhecido pelo pseudônimo de Stanislaw Ponte Preta. Mas teve curta duração, finalizando as atividades nesse mesmo ano após a morte do cronista. Já o *Cartum JS* foi um suplemento idealizado em 1967 pelo desenhista Ziraldo. Vinha encartado no *Jornal dos Sports*. Acontece que o dramaturgo Nelson Rodrigues, membro da família proprietária do *Jornal dos Sports* na época, desagradou-se com as críticas feitas pelos artistas ao governo militar e decidiu acabar com o suplemento. *Pif Paf*, de seu lado, era o nome da página que Millôr Fernandes mantinha na revista semanal *O Cruzeiro*. O sucesso daquele espaço era tamanho que ele decidiu transformá-lo em uma publicação autônoma após seu fim na revista. Braga (1991) definiu as diretrizes iniciais de *O Pasquim* como críticas ao nível de deboche do atraso intelectual da classe média e a seus costumes moralistas e cívicos.

O Pasquim foi criativo e precursor em muitos aspectos do fazer jornalismo, caracterizando-se pelo avesso às padronizações. O periódico lançou moda ao substituir os palavrões das entrevistas por asteriscos: a troca era informada logo ao início da entrevista. Assim, o jornal desvencilhava-se de uma censura certa aos termos chulos, mas mantinha o sentido original das frases. A primeira vez em que realizaram essa novidade foi na edição número 22, de novembro de 1969, na entrevista com a atriz Leila Diniz, que era conhecida pela liberdade ao se pronunciar. “Cada palavrão dito pela rósea boquinha da bela Leila foi substituído por uma estrelinha. É por isso que a entrevista dela até parece a via láctea”, dizia a manchete da entrevista.

Outra inovação de *O Pasquim* com relação aos palavrões foi a abreviatura destes. A linguagem do jornal era coloquial, e nela eram inseridos palavrões comuns ao cotidiano do povo. Esses contornos visavam um drible nos censores que prezavam pelo moralismo e jamais aprovariam páginas recheadas de termos chulos. Na edição número 29, de janeiro de 1970, está a proposta feita por Ziraldo intitulada “Abaixo o palavrão”. Foram sugeridas alternativas que representassem a expressão de um palavrão, mas com uma nova forma de dizê-lo. *Duca, Pô, Sifu, Mifu*, estão entre as que mais se popularizaram. Essas novas palavras caíram na graça do brasileiro, que passou a utilizá-las no cotidiano.

O texto pasquiniano era permeado pela característica do comentário, da análise e da opinião. O jornal não produzia reportagens. Os temas escolhidos eram definidos pela atualidade dos fatos. *O Pasquim* foi um jornal de desenhistas que utilizavam de suas habilidades artísticas para explorar as possibilidades jornalísticas dos desenhos. Conforme Braga (1991), as ilustrações frequentemente eram algo mais que apenas cartuns

isolados: traziam comentários e opiniões a partir de outros elementos do jornal, como entrevistas ou reportagens. Fortemente baseado em imagens, o tabloide não economizava nos desenhos que, por vezes, serviam para cobrir espaços em branco na hora da diagramação.

A primeira edição de *O Pasquim* trouxe como manchete principal uma entrevista com Ibrahim Sued, jornalista e colunista social. A patota de *O Pasquim* tinha sorte: a conversa proporcionou um furo jornalístico importante para o futuro do país. De acordo com Sued, o próximo presidente da República seria Emílio Garrastazu Médici. Uma revelação certa sobre os militares, em pleno AI-5, feita para um veículo da imprensa nanica, era realmente algo fora do comum.

Seria apenas a primeira de muitas entrevistas históricas de *O Pasquim*. Elas se tornaram característica do jornal e marcaram época no contexto jornalístico. A técnica de transcrever as entrevistas no estilo pergunta e resposta, com vários entrevistadores ao mesmo tempo, surgiu pelo fato de o cartunista Jaguar, um dos fundadores do jornal, não ter editado a entrevista, pois daria muito trabalho e havia pouco tempo para o *dead line* da publicação. O próprio Jaguar (2006, p.8) confirmou que, dessa maneira, totalmente acidental, “*O Pasquim* tirou o paletó e a gravata do jornalismo brasileiro”.

O semanário habitava um patamar definido por Edgard Morin (2011, p. 33) como “zona marginal da indústria cultural”, onde estavam as produções de menor orçamento destinadas a públicos de nicho, localizadas fora da área central. No decorrer dos anos, *O Pasquim* ainda fundou uma empresa especializada em editoração, a Codecri, que publicou alguns títulos importantes para aquela época. Mesmo alternativo, o semanário buscava massificar personagens e figuras do próprio jornal, garantindo como podia sua sobrevivência à margem da grande mídia.

Henfil antes de *O Pasquim*

Um dos personagens fundamentais da rica história pasquiniana foi o cartunista mineiro Henfil. Nascido Henrique de Souza Filho, teve o apelido Henfil sugerido por Roberto Drummond quando começou a trabalhar na revista *Alterosa* de Belo Horizonte. Segundo Dênis de Moraes (2016), foi o sociólogo Hebert de Souza, conhecido como Betinho, irmão de Henfil, que conseguiu para ele um emprego de revisor na *Alterosa*. Roberto Drummond era diretor da revista e um admirador de cartunistas franceses como Sempé e Bosc. Seu desejo era de publicar na *Alterosa* um desenhista que alcançasse

renome nacional. Em maio de 1962, ao ler a versão experimental da revista, Drummond ficou espantado com a quantidade de erros não corrigidos pela revisão do ainda Henriquinho que, ao invés de fazer seu trabalho, tinha preferência por passar o dia desenhando. Por caminhos do destino, Drummond resolveu chamar Henriquinho para que ele lhe mostrasse seus desenhos, resultando em um contrato como cartunista da revista. Mas ainda faltava um detalhe: saber como Henriquinho assinaria os desenhos. Inicialmente pensou em assinar apenas Souza, seu sobrenome, ou Henriquinho, o apelido, mas o chefe não aprovou e sugeriu: *Hen* de Henrique, *Fil* de Filho, vai assinar Henfil. A contragosto ele aceitou, iniciando a trajetória de um nome que viria a ser dos mais reconhecidos no cartum nacional.

Foi na edição de junho de 1962 da revista *Alterosa* que Henfil teve sua estreia profissional. Já apresentava nesse momento algumas marcas do que estava por vir em sua carreira, como a noção de velocidade nos seus personagens, marcados por traços finos, e a disposição transgressora intrínseca.

Roberto Drummond exigiu que Henfil tivesse em seus quadrinhos um personagem próprio. Dessa ordem, surgiram os personagens de maior fama: Os Dois Fradinhos, posteriormente chamados apenas de Fradinhos ou Fradim. Conforme Moraes (2016, p. 48), tratava-se do “Cumprido (com U mesmo), magro, narigudo e alto, e o Baixinho, atarracado, bonachão e gordo, ambos vestindo hábitos dominicanos”.

Henfil nasceu e cresceu em um ambiente familiar fervorosamente católico. A juventude do cartunista foi baseada em uma rígida religiosidade, permeada por medos e dogmas. Os Fradinhos foram idealizados a partir da amizade do desenhista com os frades dominicanos, inspirados em dois frades reais com os quais Henfil teve contato.

É pertinente recordar a militância juvenil de Henfil em organizações dominicanas, de religiosidade muito politizada e anticapitalista. Grupos como a Juventude Estudantil Católica (JEC) e a Juventude Universitária Cristã (JUC) o influenciaram. Essas juventudes defendiam uma Igreja que libertava, ao invés de oprimir. Betinho, uma referência para o jovem Henriquinho, fazia parte da JEC. No congresso de dez anos da JUC, em 1960, Betinho esteve presente nos debates que resultaram na fundação da Ação Popular (AP), para onde convergiram egressos da JEC e da JUC. O novo grupo mesclava fundamentos do marxismo com o cristianismo, e situava-se como uma alternativa ao Partido Comunista Brasileiro (PCB) no campo da esquerda.

Com o rumo que o Brasil tomou após o golpe militar de 1964, tornara-se comum o fechamento de veículos de imprensa, e a *Alterosa* foi mais um dentre tantos. Em 1965, com a ditadura militar já instaurada, Henfil foi convidado a ingressar no *Diário de Minas*, no caderno DM2. Lá, produzia cartuns sobre o cotidiano da cidade de Belo Horizonte.

Em 1966 Henfil se demite do *Diário de Minas* e passa a colaborar com o *Diário da Tarde* e o *Última Hora* mineiro. Posteriormente, foi convidado a entrar na edição mineira do *Jornal dos Sports*. O salário compensava. Então, deixou os outros dois veículos e se concentrou apenas neste último. Henfil passou a produzir charges esportivas sobre o futebol mineiro, e a repercussão foi tanta que a sucursal do *Jornal dos Sports* do Rio de Janeiro fez uma proposta para que Henfil se mudasse para lá. O convite também se estendia para trabalhar no jornal *O Sol*, um suplemento cultural do *Jornal dos Sports* que passara a ser publicado de forma independente. Era uma publicação crítica, tinha pautas criativas e texto coloquial. Os convites foram aceitos e a jornada do criador dos Fradinhos na capital fluminense teve o seu pontapé inicial.

Além das outras duas publicações, Henfil também começou a contribuir com o *Cartum JS*, suplemento semanal do *Jornal dos Sports*, editado por Ziraldo e que, como vimos anteriormente, foi um dos alicerces para a criação de *O Pasquim*. Em seus primeiros desenhos na imprensa carioca, “a repressão policial ao movimento estudantil, o arrocho salarial, a devastação da Amazônia e as agressões norte-americanas no Vietnã logo despontaram como seus alvos prioritários” (MORAES, 2016, p. 63). Henfil alcançou no *Jornal dos Sports* o início de uma projeção nacional com seus personagens relativos às torcidas dos principais clubes de futebol do Rio de Janeiro. Em 1969 surgiram o Urubu (Flamengo) e o Bacalhau (Vasco da Gama). Posteriormente, vieram o Pó de Arroz (Fluminense), o Cri-Cri (Botafogo) e o Gato Pingado (América-RJ)³. Henfil pulou do rodapé da página para o alto, com chamadas de capa quase diárias. Ainda que desenhando a temática do futebol, Henfil tentava dar um tom político, ao definir que “Urubu e Bacalhau representavam o povão da República Popular de Ramos. Pó de Arroz e Cri-Cri formaram a aristocrática República de Ipanema *Beach*” (MORAES, 2016, p. 71). Era a maneira de passar alguma mensagem crítica ao leitor em um Brasil fechado pelo AI-5.

³ Tais escolhas de personagens não foram aleatórias: o Urubu se relacionava com a popularidade do Flamengo entre as classes mais pobres do Rio de Janeiro; o Bacalhau fazia referência à origem portuguesa do Vasco da Gama. Já o Pó de Arroz lembrava uma antiga prática do Fluminense de “branquear” seus jogadores negros com pó de arroz; o Cri-Cri representava a torcida botafoguense que acreditava que seu time era perseguido por tudo e todos; o Gato Pingado brincava com a pequena quantidade de torcedores do América-RJ.

Henfil participou ainda de *O Centavo*, a convite de Ziraldo, um caderno humorístico da revista *O Cruzeiro*. Também fez parte do *Manequinho*, suplemento do *Correio da Manhã*, sob o comando do cartunista Fortuna. Colaborou com *O Paiz*⁴, até que esse foi desmantelado pelos militares após o AI-5. Então veio *O Pasquim*, sanando uma necessidade latente dos humoristas e cartunistas que não tinham mais um veículo para se expressar desde o fechamento da revista *Pif-Paf* em 1964, e o final dos recentes *Cartum JS*, *O Centavo* e *Manequinho*, entre 1967 e 1968.

Um soco no fígado de quem oprime: o humor de Henfil

Foi no jornal *O Pasquim* que Henfil teve concretizada sua carreira artística e sua luta político-militante de posição marcada contra o regime militar. O jornalista Tarso de Castro, um dos fundadores de *O Pasquim*, sugeriu que Henfil desse continuidade no jornal aos desenhos esportivos que fazia no *Cartum JS*. Entretanto, o cartunista já não queria mais realizar esse tipo de trabalho, com anseios de temáticas diferentes. Ao invés disso, decidiu dar seguimento a uma antiga dupla de personagens que havia criado: Os Fradinhos. Foi um sucesso que marcou época no cartunismo brasileiro. Eles iniciaram ainda com certo provincianismo da época de Belo Horizonte, relativamente calmos. Mas com o tempo, foram ficando mais agressivos, configurando o “humor porrada” ao qual Jaguar se referia ao citar Henfil. O verdadeiro humor é aquele que proporciona um soco no fígado de quem oprime, essa era uma das máximas de Henfil. Na segunda edição do semanário, quando Henfil fez sua estreia, ele é apresentado como o Don Martin de Minas Gerais, em uma referência ao ácido desenhista da revista estadunidense *MAD*. No primeiro ano do jornal, os Fradinhos rivalizaram com o ratinho Sig, desenhado por Jaguar e mascote de *O Pasquim*, como os personagens mais populares do semanário.

O Pasquim surgia para preencher um vazio deixado por antigas revistas e jornais que fecharam graças à repressão do AI-5 e eram amigáveis ao trabalho de cartunistas. Henfil não participou da edição de estreia por se indispor com os fundadores da velha guarda. Kucinski (2018, p. 205) recorda que:

Logo de início deu-se um impasse em torno da forma de prosperidade. Liderando os humoristas jovens, Henfil, de postura totalmente anticapitalista, propunha uma cooperativa, com igualdade de direitos para todos. Millôr achou incorreto que cartunistas ainda desconhecidos tivessem o mesmo ganho dos consagrados, e propôs uma divisão

⁴ Nome em homenagem ao antigo *O Paiz* (1884 – 1930), que circulou no Rio de Janeiro, comandado por Rui Barbosa em seus primeiros anos.

qualitativa: metade das cotas seria prosperidade dos veteranos e a outra metade dividida entre os numerosos artistas mais jovens.

As relações se apaziguaram e no segundo número de *O Pasquim* Henfil já estava marcando presença com os seus Fradinhos. O cartunista havia alcançado certo reconhecimento com seus personagens relacionados ao futebol, mas eram de uma abrangência mais específica. Os Fradinhos, publicados em *O Pasquim*, lograram um sucesso nacional imediato. De acordo com Chinem (2004, p. 94), os desenhos “atingiam desde os velhos até as crianças, dos operários aos intelectuais”.

As 53 primeiras edições de *O Pasquim*, publicadas entre junho de 1969 e junho de 1970, configurando o primeiro ano do jornal, contém participações de Henfil em quase todas as semanas, não marcando presença apenas nas edições 1, 13 e 23. Diferente dos demais integrantes da redação, evitava as bebidas alcoólicas, não era boêmio. Mas se identificava plenamente com o clima de gozação e do escracho. Henfil deu uma enorme contribuição ao semanário, seja com sua atuação regular nos anos de consolidação do veículo sob ferrenha censura prévia, seja quando assumiu a presidência e a edição-geral do jornal, mesmo que por um curto período, no momento de reconstrução de *O Pasquim* em 1972.

Com o passar dos anos, outros personagens passaram a se alternar com os Fradinhos, como a Turma da Caatinga com o Bode Orelana, a Graúna e o Zeferino, criados no Caderno B do *Jornal do Brasil*, em 1972. Zeferino já havia aparecido nos cartuns de Henfil no *Jornal dos Sports*, em 1969. Tinha inspiração no pai do cartunista, nascido no sertão mineiro, mesclado ao personagem Corisco do filme *Deus e o Diabo na Terra do Sol*, de Glauber Rocha. O Bode Orelana se alimentava de livros, em uma crítica aos intelectuais que viviam apenas de teorias. A Graúna veio da admiração de Henfil pelas aves. De acordo com Moraes (2016), enquanto os Fradinhos centralizavam um humor de costumes e comportamento, a Turma da Caatinga, por sua vez, representava uma crítica social feroz.

Surgiu depois Ubaldo, O Paranóico, personagem criado em conjunto com o jornalista Tárík de Souza. Foi lançado em *O Pasquim* no ano de 1976. Ubaldo, O Paranoico era um retrato debochado daqueles que viviam em permanente estado de pânico e sofriam de mania de perseguição. Posteriormente, Henfil criou o polêmico Cemitério dos Mortos Vivos, publicado em *O Pasquim* no auge da repressão do AI-5. Nele, Henfil *enterrava* personalidades famosas que se aproximavam dos militares. O

Cemitério dos Mortos Vivos descendia da série Comitê de Caça ao Carecas, uma zombaria com o Comando de Caça aos Comunistas, organização paramilitar de extrema-direita atuante ao longo dos anos 1960 no Brasil. Henfil usava para isso três personagens: o papagaio Pô de Souza, especialista em rastrear carecas, o Chapéu e outro imitando o apresentador de programas de auditório Chacrinha. O Cemitério dos Mortos Vivos de Henfil dialoga com os cancelamentos de figuras públicas do século XXI, ocorridos especialmente nas redes sociais digitais. Assim como na atualidade, existia certo exagero e muitos foram *enterrados* de maneira precipitada por Henfil.

Destaca-se ainda a série O Sobrevivente, publicada em *O Pasquim* na mesma época do Cemitério dos Mortos Vivos. Tratava-se de uma alegoria sobre aqueles que compactuavam com o poder vigente, mesmo que indiretamente, sob alegação de necessidade de sobrevivência. Ao protagonizar atrocidades, os personagens dos quadrinhos repetiam a mesma frase: “Tenho que sobreviver, entende?”.

Henfil para além de *O Pasquim*

Em 1973 Henfil se mudou para Nova York buscando novos tratamentos para a hemofilia, combinando simultaneamente o anseio de publicar a sua obra na imprensa estadunidense. O jornal *O Dia*, onde Henfil publicava cartuns esportivos, foi responsável pela credencial de correspondente internacional. A viagem para os Estados Unidos veio de uma série de fatores para além da busca por tratamento: a marcação cerrada da censura prévia, um racha na redação de *O Pasquim* e a falta de perspectiva política permeada por uma repressão descomunal. Era o momento de buscar novos ares, com novos desafios. De acordo com o próprio Henfil (1983), em entrevista a *O Pasquim* concedida antes da viagem, uma das grandes pretensões dele era chegar ao desenho animado, e nos Estados Unidos ele acreditava que lograria esse objetivo.

Henfil arriscou tentativas de publicar diretamente nos maiores veículos de mídia dos Estados Unidos, como *The Washington Post* e *The New York Times*, mas sem sucesso. Mais tarde compreendeu que os jornais publicavam apenas quadrinhos comercializados por sindicatos. Buscando pelo alvo correto, Henfil conseguiu contrato com um sindicato: o Universal Press Syndicate (UPS). Inicialmente, logrou algumas vitórias e seus Fradinhos, traduzidos para *The Mad Monks*, foram adquiridos por alguns jornais a partir do UPS e figuraram nas páginas estadunidenses por um curto período. No entanto, os

bons costumes do *American Way of Life* não demoraram a repugnar o grotesco das tirinhas henfilianas e os contratos começaram a ser cancelados.

A diferença entre a liberdade nos Estados Unidos e no Brasil chamou a atenção do cartunista. Henfil (1983, p.20) relata em carta datada de outubro de 1973 para seu amigo José Eduardo Barbosa: “Como por encanto sumiu a autocensura que sempre me orientou aí, quando mandava as coisas de *O Pasquim* para a censura prévia”. Na mesma carta, ele ainda acrescenta que a censura cortou as últimas 12 charges que enviou para *O Pasquim* em malote aéreo, e precisaria trabalhar dobrado para repor o material. O cartunista também observou como passara a demorar mais tempo descaracterizando seus personagens para que ficassem passáveis na censura, do que elaborando as histórias em si (HENFIL, 1983).

Em 1975 a experiência com o sistema de saúde absurdamente caro e privado dos Estados Unidos, além do estigma *sick* para os padrões das publicações estadunidenses – que também já estavam engarrafadas demais com os cartunistas nacionais para abrir espaço para estrangeiros - trouxeram Henfil de volta ao Brasil. A viagem rendeu a publicação, em 1976, do livro *Diário de um cucaracha*, compilando cartas que Henfil enviava ao Brasil sobre situações vividas nos Estados Unidos.

Ao voltar para seu país, passou a colaborar com outro jornal pertencente a mesma família proprietária de *O Dia*, tratava-se de *A Notícia*. Nele, criou sua série Orelhão, onde relatava o dia-dia da classe trabalhadora e suas queixas perante a realidade brasileira. Esporadicamente, nessa época também publicou seus desenhos em outro expoente da imprensa alternativa: o combativo *Opinião*.

Em agosto de 1977 o cartunista realizou uma viagem à China, pouco depois da morte do líder comunista Mao Tsé-Tung⁵. Dessa aventura surgiu o livro *Henfil na China: Antes da Coca-Cola*. Tal obra foi um dos dez livros mais vendidos em 1980 e 1981, segundo o *ranking* da revista *Veja*. Em princípio, Henfil teve a viagem para a China custeada pela revista *IstoÉ*, com a promessa de uma sequência de reportagens. No entanto, o molde de publicação em fascículos semanais não seria adaptável à revista. Assim, a série foi concedida para *O Pasquim*, que passou a publicá-la apenas a partir de novembro de 1979, por 26 edições consecutivas, até maio de 1980, dois meses antes de a editora Codecri lançar o livro.

⁵ Mao Tsé-Tung morreu em setembro de 1976.

Um grande êxito midiático de Henfil foi sua série Cartas da Mãe, veiculada na *IstoÉ* de 1977 até 1980. A ideia foi originalmente iniciada em *O Pasquim*, em 1970, nas duas páginas semanais que Henfil tinha no jornal. Consistia em cartas enviadas por Henfil para sua mãe, Maria da Conceição, sobre aspectos da vida brasileira da época. A revista *IstoÉ* havia surgido em 1976, como alternativa à revista *Veja*. Em 1977, Henfil foi convidado por Mino Carta, diretor de redação, para fazer parte da equipe. Passou a aparecer na última página da *IstoÉ*, destinada ao humor. Foi sugerido que ele retomasse a série das Cartas da Mãe da época de *O Pasquim*, e Henfil gostou da ideia.

Em 1978 teve início a campanha pela anistia ampla, geral e irrestrita, buscando justiça aos perseguidos pelo regime militar. Em 28 de agosto de 1979, foi aprovada a Lei nº 6.683, e começaram a ser libertados os presos políticos, e a regressar os exilados. A série Cartas da Mãe foi um documento histórico sobre esse período. Além de politizadas, eram bem-humoradas. Posteriormente agrupadas, as cartas transformaram-se em mais um livro de Henfil, de mesmo nome: *Cartas da mãe*. É interessante observar como o cartunista conversava com o público usando sua mãe como interlocutora. As cartas eram direcionadas à dona Maria, mas, por tabela, tomavam o endereço de todos os brasileiros que às liam. É importante lembrar que Betinho era um dos exilados pela ditadura militar. Betinho retornou do México para o Brasil no dia 16 de setembro de 1979. Em carta do dia 5 de setembro de 1979, Henfil (1980, p. 165) diz: “Que o dia de chegada de cada um vire feriado, vire festa arrasa-quarteirão. Vamos lamber as nossas crias! Beijos na boca, beijos na nuca de arrepiar! Presos e exilados do Brasil: *I love you, Je t'aime!* Eu te amo!”. Henfil se expressou para além do cartum com a série Cartas da Mãe e com seus demais livros, mostrando-se hábil também na escrita.

Em 1983 Henfil passou a publicar novamente sua série Orelhão, dessa vez no jornal *O Globo*. A participação de Henfil nesse periódico da grande imprensa se estendeu até 1987. Na grande mídia, diferente de sua experiência na alternativa, tinha de enfrentar os dilemas das linhas editoriais das publicações, de alinhamentos políticos diferentes dos seus.

Dando continuidade a suas incursões na grande mídia, Henfil foi contratado pela outrora inimiga TV Globo, em 1980, quando criou o projeto da atração TV Homem, que durou dois anos na grade da emissora. Tratava-se de uma espécie de espelho do TV Mulher, que já existia no canal sob o comando da jornalista Marília Gabriela. É curioso como, ao se aproximar do final da vida e, conseqüentemente, da carreira, as participações

na grande mídia foram ocorrendo em maior escala para Henfil. Tornou-se, de fato, um personagem conhecido no *mainstream* brasileiro. De qualquer modo, era popular, mas sem perder as raízes contestadoras que o forjaram, sempre avesso a badalações.

Foi em 1984 que o movimento pelas eleições diretas à presidência da República tomou força. Henfil foi o responsável pelo famoso *slogan* que marcou a luta pela democracia: *Diretas Já!*. Seu personagem Teotônio vestia um chapéu coco, e com uma bengala em punho bradava o *slogan*. O desenho foi muito reproduzido, inclusive em camisetas pelo Partido dos Trabalhadores (PT), do qual Henfil participou da fundação, assinando o manifesto fundador em 10 de fevereiro de 1980. O personagem Teotônio foi criado em homenagem ao político alagoano Teotônio Vilela, muito atuante na campanha pelas eleições diretas e muito próximo de Henfil durante esse período.

Durante os anos de repressão, Henfil demonstrou irrestrita solidariedade com os perseguidos pela ditadura militar, se dispondo a pagar por advogados de presos políticos e a ajudar na manutenção de famílias de presos, exilados e desaparecidos. A militância de Henfil era prática, existia em paralelo com sua atuação na imprensa. Seu discurso transcendia os traços e se refletia em suas atitudes.

Ainda teve tempo de se aventurar no cinema com o filme *Tanga (Deu no New York Times?)*, de 1987. Um filme humorístico e crítico que retrata uma ilha chamada Tanga, comandada por um ditador, onde 99% da população é analfabeta. Esse foi o último trabalho da vida de Henfil, que faleceu em 4 de janeiro de 1988, em decorrência de complicações da AIDS contraída por ele devido às transfusões de sangue que necessitava por ser hemofílico.

Considerações finais

Trabalhos de memória como este tratam de recuperar a atualidade persistente da obra de Henfil e o legado combativo da imprensa alternativa dos anos 1960 e 1970. O presente artigo buscou uma pesquisa documental e bibliográfica para resgatar efemérides e importantes dados relacionados à imprensa alternativa, a *O Pasquim* e ao cartunista Henfil. O objetivo foi possibilitar a construção de uma ponte que resulte em uma recordação de aspectos sobre esses três elementos, proporcionando forjar uma base de conhecimento sobre eles.

Fica a conclusão de que a imprensa alternativa, durante o período da ditadura militar, cumpriu um importante papel de atuação, enquanto a grande mídia se encontrava

calada em um misto de imposição e opção. É certo, também, que todos os indivíduos que se empenharam em construir tal imprensa, incluindo o próprio Henfil, sofreram as agruras de um Estado autoritário, voltado a reprimir e censurar todos os que pensavam de maneira distinta.

O Pasquim é uma síntese de toda essa geração, por abrir caminho para que nele atuassem jornalistas, artistas e cartunistas que estavam órfãos de uma publicação para externar seus anseios e suas visões de mundo. É necessário tal esforço de memorização para que os personagens e os veículos aqui citados não caiam em esquecimento, pois representam a bravura que a profissão jornalística deve ter, como um farol para as novas gerações que se disponham a exercê-la.

Referências bibliográficas

- AUGUSTO, Sérgio; JAGUAR. **O Pasquim**: Antologia (1969 - 1971). v. 1. Rio de Janeiro: Desiderata, 2006.
- BRAGA, José Luiz. **O Pasquim e os anos 70**: Mais pra êpa que pra ôba. Brasília: UnB, 1991.
- CAPELATO, Maria Helena. **Imprensa e história do Brasil**. São Paulo, Contexto/Edusp: 1994.
- CHINEM, Rivaldo. **Jornalismo de guerrilha**: A imprensa alternativa brasileira da ditadura à internet. São Paulo: Disal, 2004.
- DIDI- HUBERMAN, Georges. **A imagem sobrevivente**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.
- GAGNEBIN, Jeanne Marie. **Lembrar, escrever, esquecer**. São Paulo: Editora 34, 2006.
- HENFIL. **Cartas da mãe**. Rio de Janeiro: Codecri, 1981.
- _____. **Diário de um cucaracha**. Rio de Janeiro: Record, 1983.
- _____. **Henfil na China**: Antes da Coca-Cola. Rio de Janeiro: Codecri, 1980.
- JORGE, Fernando. **Cala a boca jornalista!**: O ódio e a fúria dos mandões contra a imprensa brasileira. São Paulo: Vozes, 1987.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários**: Nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Edusp, 2018.
- LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas: Editora Unicamp, 1996.
- MORAES, Dênis de. **O rebelde do traço**: A vida de Henfil. Rio de Janeiro: José Olympio, 2016.
- MORIN, Edgard. **Cultura de massas no século XX**: Espírito do tempo 1: Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

O PASQUIM (1969 - 1991). Acervo digital da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em:
<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=124745&pagfis=22453>. Acesso em: 25 ago. 2021.