

Revista de Literatura,
História e Memória

Narrativas de
extração histórica

ISSN 1809-5313

VOL. 4 - Nº 4 - 2008

UNIOESTE / CASCAVEL

P. 91-102

RIO DE MILLÔR: CRÔNICAS DE UMA CIDADE

QUEIROZ, Andréa Cristina de Barros
(UFRJ)¹

RESUMO: As crônicas millorianas expuseram uma identidade urbana carioca, construindo uma memória da cidade, ou melhor, uma identidade do Rio de Janeiro enquanto metonímia do Brasil. Henry Rousso (2002) destaca que a memória coletiva é uma reconstrução psíquica e intelectual que acarreta de fato uma representação seletiva do passado, o qual não é apenas do indivíduo, mas de um indivíduo inserido num contexto familiar, social, nacional. Neves (1995) observa, nas crônicas, um deslizamento discursivo expressivo da *capitalidade* do Rio de Janeiro, já que, muitas vezes, *Brasil e Rio de Janeiro* são termos intercambiáveis. Seja como for, a crônica tem como especificidades as recriações da língua e da estética visual, a síntese da realidade cotidiana, a interlocução com o público, a intromissão na vida privada e nas relações de poder, o contato com a rua, entre outras intersecções. Portanto, as crônicas de Millôr se intrometem nas questões cotidianas, no comportamento da cidade e de seus personagens, nas relações políticas, nas redes de sociabilidade.

PALAVRAS-CHAVE: História; memória; cidade; crônica.

ABSTRACT: The chronicles by Millôr Fernandes exposed a "carioca" urban identity, building a memory of Rio de Janeiro city, or better, an identity of the city as a metonymy of Brazil. Henry Rousso (2002) highlights that the collective memory is a psychological and intellectual reconstruction that implies a selective representation of the past, which does not belong only to the individual itself, but to an individual inserted in a familiar, social, national context. Neves (1995) points out, in the chronicles, an expressive discursive sliding of the *capital feature* of Rio de Janeiro, since several times *Brazil and Rio de Janeiro* are interchangeable terms. Anyway, the chronicle is characterized by the recreations of the language and of the visual aesthetics, the synthesis of the daily reality, the dialogue with the public, the interference in the private life and in the power relations, the contact with the street, among other intersections. Therefore, Millôr's chronicles interfere in the daily subjects, in the behavior of the city and of their characters, in the political relationships, in the sociability nets.

KEY-WORDS: History; memory; city; chronicle.

UMA TRAJETÓRIA

Nascido Milton Fernandes em 16 de agosto de 1923, mas oficializado em 27 de maio de 1924, descobriu-se Millôr aos 17 anos, pela caligrafia do escrivão em sua certidão. Muitos poderiam pensar que fosse um erro ortográfico, mas Millôr se aproveitou das formas das letras desenhadas para criar outros sentidos para elas. Segundo o criador (ou criatura), “estava lá, aquele M aberto, i, l, depois vinha o t – que o cara fazia também aberto –, o; e termina com um r perfeito. Como ele riscou o t em cima do o, o que estava escrito era Millôr [...]. Aí resolvi mudar. Foi curioso, porque assumi o nome de Millôr e todo pessoal, que trabalhava comigo e de casa, imediatamente, começou a me chamar de Millôr” (FERNANDES, 2003, p. 32-33).

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.

Aos dez anos de idade, foi levado pelo seu tio Antônio Viola, que era diretor de gravura da revista *O Cruzeiro*, a participar de um concurso de ilustração em *O Jornal* – grande veículo de comunicação de Assis Chateaubriand. Ganhou o prêmio, recebeu o pagamento de 10 mil réis por ele e publicou seu primeiro desenho, dando início à sua carreira no jornalismo.

Depois, aos quatorze anos, foi trabalhar n' *O Cruzeiro*, onde fazia de tudo: era contínuo, traduzia legendas, organizava arquivos, entre outras atividades. Millôr lembra que “não tinha uma função específica na revista. [...] Eu podia entrar na câmara escura para ajudar, ficar vendo o fotógrafo, Edgar Medina, trabalhar. [...] Descia na composição e via a bolandeira. [...] Lá dentro da redação é que eu fazia de tudo”. Ao descrever, em sua autobiografia, suas primeiras contribuições na imprensa brasileira, Millôr não deixa de criticar a situação profissional em que se encontra o jornalista em nossos dias, preso aos padrões de especialização, mecanização e massificação da grande imprensa. É enfático ao dizer que “hoje, você estuda numa faculdade, vai para *O Globo* e fica ilhado num departamento”. Vale ressaltar que Millôr foi um autodidata; por isso, as suas críticas incisivas com relação ao tipo de formação do jornalista, em pleno século XXI (FERNANDES, 2003, p. 30-31).

Além disso, o desenhista, cronista e jornalista ingressou na atividade periódica, um pouco antes de sua profunda capitalização, na década de 1950. Período que marcou a transformação do formato jornalístico produzido no Brasil. À medida que a sociedade capitalista avançava, a imprensa precisava acompanhar a

nova lógica do mercado. Foi apresentado, portanto, pelo periódico *Diário Carioca*, na década de 50, um novo padrão de jornalismo, vindo dos Estados Unidos. Em seguida, essa proposta foi rapidamente assimilada pelo *Jornal do Brasil*.

Integravam essas mudanças uma preocupação com a clareza visual do jornal; a utilização do fotojornalismo, de manchetes curtas e do espaço entre as colunas; a diminuição do número de colunas; a organização dos assuntos por editoriais e por cadernos. Com isso, a objetividade e a concisão se tornaram as metas da imprensa modernizada. Adotou-se a inversão da narrativa, utilizou-se o cabeçalho da notícia – *lead* – onde se resumiam as partes mais relevantes do texto. Portanto, o jornalismo brasileiro acabava de entrar na era empresarial, deixando de lado a subjetividade e a posição opinativa, acreditando-se na imparcialidade do jornalista e do jornal.

O texto perdeu seu caráter literário. Suprimiram-se as adjetivações, superlativações, juízos de valor. Passou-se a acreditar que a imprensa podia ser neutra e imparcial. Nessa busca de objetividade foi necessário valorizar o enxugamento do texto, assim como procurar economizar palavras e sinais gráficos. A austeridade estilística se manifestou, entre outras características pela supressão de pontos de exclamação, interrogação e reticências. (GURJÃO, 1994, p.245).

A produção de Millôr Fernandes se apresentava na contramão dessas chamadas *modernizações*. Contrário aos padrões e classificações estilísticas dessa imprensa, em transformação, continuou a promover adjetivações, opinar sobre os assuntos políticos e sobre o cotidiano da sociedade, enfim, se intrometia na cidade e nos seus hábitos.

REPRESENTAÇÕES DO COTIDIANO

As representações cotidianas da crônica se inserem na relação com o presente vivido, observado, criticado e transmitido por Millôr sobre a cidade e os seus habitantes. As crônicas apresentam como características as recriações da língua e da estética visual, a síntese da realidade cotidiana, a interlocução com o público, a intromissão na vida privada e nas relações de poder, o contato com a rua, entre outras intenções. Segundo Laura Nery, “tendo igual suporte, o jornal ou a revista, e nutrido-se basicamente da mesma fonte – a cidade e seus personagens, a crônica ancorou-se, ainda, numa mesma percepção da temporalidade” (NERY, 2000, p. 93).

A historiadora Margarida de Souza Neves estabeleceu uma relação entre história e crônica a partir da janela do tempo cotidiano.

O primeiro elemento que relaciona história e crônica e que não deve ser esquecido é precisamente este: historiador do cotidiano, como cronista que registra e comenta

o que seleciona da imprensa ou da vida ou historiador dos processos – mesmo quando toma como objeto o cotidiano – como historiador *tout court* que expõe, pela análise como pela narrativa, o resultado de sua pesquisa, também ela uma seleção, ambos, cronistas e historiadores, fazem do tempo sua matéria-prima. (NEVES, 1995, p. 21-22).

Devemos lembrar que a crônica se tornou um elemento essencial nos grandes diários de comunicação com a primeira transformação pela qual passou a imprensa brasileira, no início do século XX, quando artigos mais densos e folhetins cederam lugar às reportagens, às crônicas e às ilustrações. A reformulação editorial tornou a diagramação dos jornais mais leve e breve, a atualidade dos acontecimentos ganhou espaço ao lado da inclusão das imagens fotográficas e do uso das charges do cotidiano. Com a segunda mudança estética dos grandes diários na década de 1950, a lógica de mercado passou a incorporar uma outra dinâmica na visualidade e conteúdo desses periódicos: a imparcialidade dos jornais e dos jornalistas. Todavia, a narrativa subjetiva de alguns cronistas manteve uma referência oposta a essa transformação da mídia impressa.

Como ressaltou Beatriz Resende, a crônica possui uma identidade urbana carioca. Para a autora, ela “nasceu, cresceu e se fixou no Rio” (RESENDE, 1995, p. 35). Portanto, o cronista, através de sua subjetividade, intromete-se nas questões cotidianas, no comportamento da cidade e de seus personagens, nas relações políticas, nas redes de sociabilidade. Esse sujeito e, por conseguinte, suas obras “não apenas entram fundo no significado dos atos e sentimentos do homem, mas podem levar longe a crítica social”. (CANDIDO, 1992, p. 18). É nessa perspectiva que se inscrevem as representações humorísticas *millorianas*, apresentadas por ele e por alguns pesquisadores como questionadoras e críticas por excelência.

Uma outra relação possível que se pode fazer entre as particularidades dessa narrativa do cotidiano e a história é a maneira como ambas constroem a memória dos indivíduos e da sociedade. Para Neves (, 1995, p. 26), essa relação é “o que equivale a reconhecer que [a crônica e a história] desenham identidades, sejam elas as identidades de uma geração, sejam elas identidades de gênero, de grupos sociais ou de recortes espaciais bem definidos”. Acrescenta a autora: “a crônica, como a história, de modos certamente diversos, se constituem numa escrita memorialística. Cronistas e historiadores são ‘homens-memória’, e desempenham seu ofício como autores e intérpretes da memória coletiva” (NEVES, 1995, p. 26-27).

Henry Rousso destacou que a memória coletiva é uma reconstrução psíquica e intelectual que acarreta de fato uma representação seletiva do passado, o qual não é apenas do indivíduo, mas de um indivíduo inserido num contexto familiar, social, nacional (ROUSSO, 2002, p. 95). Michael Pollak destacou que a memó-

ria é um fenômeno construído social e individualmente. E quando tal memória é herdada, podemos verificar uma *ligação fenomenológica* muito estreita entre esta e o sentimento de identidade, o que o autor chamou de sentido da imagem “de si, para si e para os outros” (POLLAK, 1992, p. 205).

Podemos dizer que a crônica de Millôr Fernandes construiu uma memória da cidade, ou melhor, uma identidade do Rio de Janeiro enquanto metonímia do Brasil. Como salienta Neves (1995, p. 26-27), “cronistas, por um lado, apresentam cotidianamente o particular relevo desta *cidade capital* e, por outro, reiteram um deslizamento discursivo expressivo da *capitalidade* do Rio de Janeiro, já que, em seus textos, muitas vezes *Brasil* e *Rio de Janeiro* são termos intercambiáveis”.

RIO DE MILLÔR

Millôr, que nasceu e foi criado no Méier, subúrbio carioca, lentamente foi se deslocando para a Zona Sul da cidade, até se maravilhar, em 1954, com Ipanema – sua praia, seus bares, suas mulheres –, lugar boêmio que transformou os costumes não só do habitante do Rio de Janeiro, mas de todo o Brasil, principalmente, durante a década de 1960. Disse Millôr: “vivo num espaço geográfico muito importante, um dos melhores do Rio de Janeiro. Ipanema reflete, não adianta. A Vieira Souto é uma das avenidas mais bonitas do Brasil” (FERNANDES, 2003, p. 97). Esse espaço carioca influenciou seu posicionamento crítico em relação à sociedade, principalmente no que tange ao comportamento e aos hábitos da classe média, alvo de muitas de suas investidas irônicas.

A cidade do Rio de Janeiro, que deixara de ser a capital política do país, em 1960, não perderia seu referencial de *capitalidade*, expressando ainda a idéia de “farol do Brasil”, norteando costumes, valores, hábitos e expressões culturais (NEVES, 1995, p. 27). Acreditava-se que o ambiente boêmio-litorâneo *ipanemense* refletisse os anseios de todo o país; assim, os que ali viviam declaravam inúmeras vezes que Ipanema era o Brasil.

A memória da *capitalidade*, ou seja, da função de representar a unidade e a síntese da nação, foi transformada em uma tradição única e exclusiva da cidade do Rio de Janeiro, marcando, simultaneamente, o que lhe é próprio e o que a separa das outras regiões do país. (MOTTA, 2000, p. 2).

Essa perspectiva pode ser compreendida na medida em que Ipanema representou o *locus* onde se amalgamou uma diversidade de intelectuais, artistas e jornalistas tanto da esquerda, fosse ela militante ou festiva, quanto da direita durante o acirramento da repressão na ditadura brasileira. Lembra o historiador Elio Flores:

Para os lados do Leblon e Ipanema, tanto as esquerdas quanto as direitas estariam tão próximas nos botecos, na praia, nas redações que a situação parecia estimular um paradoxo. [...] Tanto o humor reacionário quanto o humor pasquiniano [saíram] dos redutos elitizados da zona sul carioca e, não raras às vezes, se [cruzaram] nos calçadões das praias, nas redações dos jornais e nos botequins do Rio de Janeiro, ainda capital cultural e ideológica da República. (FLORES, 2002, p. 170-171).

Destacamos que alguns elementos desse *locus ipanemense* de sociabilidade marcaram a carreira de Millôr Fernandes no jornalismo brasileiro. Em especial, a sua atuação no semanário alternativo *O Pasquim*, criado em junho de 1969, depois do fechamento de outros dois alternativos que foram seus precursores – o *Pif-Paf* e *A Carapuça*.

Ao analisarmos a memória que Jaguar, outro criador de *O Pasquim*, constituiu para o bairro, podemos observar que existia uma *cultura política* autoritária que caracterizava Ipanema e os que nela conviviam. A *cultura política*, como observou Serge Berstein, nos permite uma explicação dos comportamentos políticos por uma fração do patrimônio cultural adquirido por um indivíduo durante a sua existência e compartilhado pelo tecido social o qual está inserido (BERSTEIN, 1998, p. 349-363).

Entre os pasquinianos, principalmente, forjou-se um imperialismo ipanemense. Havia uma idéia de que esse “era um bairro que se intrometia na cidade e no estado, ditava moda, hábitos e costumes para o Brasil e o mundo, cagava regras” (JAGUAR, 2001, p. 12). Acredita-se que o Rio de Janeiro, em especial *O Pasquim*, era uma metonímia do Brasil.

Portanto, o *imperialismo ipanemense* foi a fonte para a elaboração de uma identidade compartilhada entre os que criaram *O Pasquim*. O próprio Jaguar destacou: “nós, os ipanemenses dos anos 60, estávamos nos lixando para os limites geográficos do bairro. Eu mesmo, enchendo a boca falando em nós, ipanemenses, morava em Copacabana” (JAGUAR, 2001, p. 17). Até mesmo o mineiro Ziraldo, outro pasquiniano, que não nasceu nesse ambiente, mas o incorporou em seu cotidiano, declarou que “*O Pasquim* foi feito pra Ipanema. Naquela época Ipanema significava o Olimpo. *O Pasquim* vai divulgar esse *modus vivendi*”. (ZIRALDO apud STEFANELLI, 2004).

Dessa maneira, o bar, a praia e a *Banda* – todos em Ipanema – confluíram n’*O Pasquim* para fomentar a sua sociabilidade. Os pasquinianos passaram a existir, como sugeriu Jean-François Sirinelli (1996, p. 231-262), “num lugar de fermentação intelectual e de relação afetiva, ao mesmo tempo viveiro e espaço de sociabilidade, sem evitar evidentemente as transumâncias ideológicas”.

No final dos anos 1970, o semanário lançou o *slogan* “Pasquim – um ponto de vista carioca”, acompanhado por um desenho que simbolizava o Pão-de-

Açúcar por meio dos contornos do corpo de uma mulher de biquini. Diante disso, podemos compreender de que forma foi sendo construída a memória sobre a formação do jornal, através da construção de um discurso, no qual *O Pasquim* representava, em 1970, a intelectualidade carioca como um todo, e como esta influenciaria o restante do país. Seja como for, a rememoração atual do passado do periódico ficou associada aos aspectos do imperialismo ipanemense.

Esse imperialismo pode ser observado quando outras cidades, sobretudo São Paulo, eram criticadas. Mesmo abrindo espaço para a réplica de outros jornalistas no semanário, prevalecia a opinião de seus colaboradores no final do confronto, pois, quando achavam que o assunto já estava esgotado, encerravam a discussão.

Uma das cidades mais satirizadas pelos jornalistas d'*O Pasquim* foi, portanto, São Paulo. O contraponto era feito através da exaltação do Rio de Janeiro. Com o intuito de findar a discussão entre cariocas e paulistas, que durou cerca de cinco números no jornal, Millôr Fernandes escreveu duas crônicas, ambas com o mesmo título: "Parem com isso, meninos!". A sua perspectiva, contudo, não era a de apaziguar os ânimos e, sim, uma reação autoritária para que o ponto final fosse dado por eles, os do hebdomadário. A primeira crônica terminava com a seguinte reflexão:

Também é um hábito antigo do paulista se queixar do clima do Rio. E, no entanto, este se equilibra admiravelmente entre dias infernalmente quentes e dias de calor insuportável. Nem todo mundo pode ter aquele clima admirável de São Paulo, que vai desde dias de garoa nojenta até noites de umidade doentia. (*O Pasquim*, n. 14, 1969, p. 4-5).

E, na segunda, listou alguns itens que caricaturavam os paulistas como conservadores e os cariocas como libertários. Assim expôs:

[...] paulistas: a máfia – cariocas: a malandragem; paulistas: a conferência – cariocas: o papo; paulistas: a cúpula – cariocas: a cópula; paulistas: o ato sexual – cariocas: suas variações; paulistas: a palavra – cariocas: o trocadilho; paulistas: o clorofórmio – cariocas: o gás hilariante; paulistas: O Vaticano – cariocas: Sodoma e Gomorra. (*O Pasquim*, n. 14, 1969, p. 4-5).

Muitos jornalistas fizeram severas críticas ao chamado *imperialismo ipanemense*. Não compartilhavam desse conjunto de valores e hábitos que, supostamente, projetavam o bairro como referência nacional. Mino Carta, editor da revista *Veja*, publicou um artigo n'*O Pasquim* em março de 1972, no qual expunha sua visão crítica de como um jornalista paulista percebia Ipanema e o semanário carioca. Sobre o bairro, opinou:

Eu, modestamente, acho Ipanema um bairro comum de uma cidade muito bonita – ou melhor, seria comum, e até simpático se não fosse tão pretencioso e provinciano. [...]

Não é diferente o bar, o uísque, o jóia-bicho, a conversa salva-humanidade, o caracol dos teus cabelos, o esquerdismo substancioso e indolor, o negó seguin [referência a uma invenção *pasquiniana*], o inserido no contexto, nada, nada é diferente. (CARTA, 1969, p. 2-3).

No que tange aos jornalistas d'*O Pasquim*, Carta ironizou:

Gente boa em Ipanema deve haver assim como deve haver cronistas e restaurantes de má qualidade em muitos outros bairros de muitas outras cidades. Eu, modestamente, acho que é por causa da corrente da felicidade. É como nos programas de TV: você é ótimo; não você é que é, não posso admitir; você é excelente – no fim todos estão com complexo de superioridade e vão para a praia. (CARTA, 1969, p. 2-3).

Havia uma abertura de espaço no jornal para os não-pasquinianos argumentarem. Contudo, os jornalistas do semanário não deixariam de fazer o contraponto à investida de Mino Carta. Assim, com sarcasmo, os editores d'*O Pasquim* puseram uma observação em sentido vertical à horizontalidade do texto de Carta, mostrando que a palavra final era a do hebdomadário, na qual afirmavam: “É isso aí mesmo, Mino, o pessoal aqui pensa que o Brasil é um apêndice intelectual de Ipanema”.

A redação do periódico de Ipanema não se pretendia hierarquizada nem existia uma pauta definida entre os colaboradores a ser seguida. Era um lugar de confronto de idéias e de sociabilidade. Mas, isso não quer dizer que existisse a ausência de conflitos e desacordos e até mesmo rachas na equipe. Apesar das intenções libertárias de alguns jornalistas, principalmente dos que dialogavam com o cenário da *contracultura*, também havia opiniões conservadoras, refletindo nas páginas do jornal uma eterna contradição.

O jornal foi um grande paradoxo. Representou uma gama diversificada de intelectuais adeptos à premissa de um não-conformismo frente ao regime autoritário, através da oposição crítica e criativa e da busca pela liberdade de expressão, mas mantinha também hábitos conservadores. Assim, da mesma maneira que o humorismo do semanário produziu uma forte crítica social, interagindo a discussão do fato político com as questões cotidianas, refletia na sua identidade uma cultura política autoritária e conservadora.

Um exemplo de crítica social foi a produção “O pensamentão”, de Millôr, que nos revela que, ao lado da questão do analfabetismo, havia uma discussão sobre o cerceamento da liberdade de expressão. Questionou Millôr: “estranho que num país com mais de 60% de analfabetos o poder público esteja tão preocupado com o que dizem meia-dúzia de escritores” (*O Pasquim*, n. 233, 1973).

Em contrapartida, a moralidade, tão preconizada pela política social do regime ditatorial e combatida pelo hebdomadário, acabou por estar presente em muitas de

suas ações, principalmente no que diz respeito ao movimento feminista e aos homossexuais (SOIHET, 2005; GREEN, 2005). Corrobora essa idéia o artigo “Pela igualdade dos direitos. Homem x Mulher”, no qual Millôr Fernandes sarcasticamente escreveu:

[...] ao contrário do Paulo Francis, estou longe de ser aquilo que o movimento de “grãfinas” internacionais (Women’s Lib) denomina de *Porco Chauvinista* (aliás[,] chauvinista por quê? Chauvinista sempre quis dizer nacionalista extremado). Será só ignorância das moças o uso do termo, ou lhe deram um novo e impossível significado? A *MS*, revista delas não esclarece. Sou até um homem submisso a todos os desígnios femininos. Meu único objetivo na vida é ser mais homem-objeto ou “objetosexual”. Por isso, venho aqui me juntar aos esforços das mulheres exigindo uma maior igualdade entre os dois sexos. (*O Pasquim*, n. 138, 1972, p. 4-5).

Apesar da postura conservadora, Millôr declarou que seu humor estava voltado para a denúncia e para a crítica social, sublinhando que

[...] os humoristas d’*O Pasquim* não praticavam o humor ‘diversionista’, ou como forma de reintegração do indivíduo ao sistema. Era um humor fortemente centrado na denúncia da coerção e da violação dos direitos humanos. (FERNANDES apud KUCINSKI, 2003, p. 220).

O Pasquim pode ser entendido como marco do jornalismo no Brasil justamente por renovar a linguagem dos meios de comunicação, interferindo diretamente na linguagem coloquial. Com isso, encontrou uma aceitabilidade em certos segmentos sociais do país. Para Paulo Francis, “*O Pasquim* mudou o estilo da imprensa brasileira, completando a revolução iniciada pelo Diário Carioca e o Jornal do Brasil” (FRANCIS apud PASQUIM, n. 500, 1979).

O semanário de Ipanema modificou a linguagem jornalística ao reproduzir, na linguagem escrita ou gráfica, a linguagem oral, e isso acabou por influenciar a propaganda e também transformar a linguagem coloquial, não apenas carioca, mas de todo o Brasil, daí outra relação metonímica. O fato mais evidente foi o uso de palavrões, os quais estavam disfarçados de neologismos ou substituídos por asteriscos, que, dessa forma, poderiam ser publicados, falados e reinterpretados. O uso desses cognatos, além de afetar a moral da sociedade, sobretudo das classes médias, afetava também o regime como um todo, visto que, por meio de subterfúgios, a censura política imposta pela ditadura, camuflada por uma moralidade e pelos bons costumes, estava sendo combatida (KUSHNIR, 2004).

Com sua linguagem inovadora, o jornal conquistou o objetivo de toda comunicação: a expressividade. José Luiz Braga (1991) percebeu que *O Pasquim* gerou uma “prosódia”, no processo de retomar a fluidez da escrita. Produziu um

tom, uma sonoridade que o distinguia dos outros jornais da época. Assim, o tom *pasquiniano* apareceu como se fosse uma “cacoépia”, uma pronúncia errada, diferentemente da “ortoépia” dos outros periódicos. Essa diferença entre os jornais já era suficiente para gerar um efeito humorístico, uma vez que, ao tomar distância da escrita da grande imprensa, *O Pasquim* exerceu um efeito de sátira sobre as normas costumeiras.

Essa *fala* foi sendo absorvida também por outros canais de comunicação em todo o Brasil, que passaram a se apropriar dessa nova linguagem jornalística, principalmente através da coloquialidade e da diferente proposta gráfica *pasquiniana* – em que o texto possuía a mesma importância do traço, ocupando igualmente as páginas do jornal. Dessa maneira, a *fala* estava sendo apropriada também pela sociedade brasileira. Para Rivaldo Chinem, “não há jornal brasileiro importante que não tenha sido influenciado pelo idioma do *Pasquim*, direta ou indiretamente” (CHINEM, 1995, p. 45).

Um exemplo de leitor que teve na inovação *pasquiniana* uma referência é Washington Olivetto, publicitário e dono de uma das mais importantes empresas de publicidade do país, a *W Brasil*. O empresário, em entrevista ao documentarista Roberto Stefanelli, comentou que o estilo de propaganda que *O Pasquim* produzia esteve presente em muitos de seus trabalhos. O mais notório foi a campanha para o comercial da Bombril, marcada por uma enorme coloquialidade. Olivetto (apud STEFANELLI, 2004) afirmou:

Eu tinha um verdadeiro fanatismo pelo *Pasquim*. Esperava o dia que saía *O Pasquim*. Assim como *O Pasquim* tirou o empolado da linguagem do jornalismo brasileiro, sem dúvida nenhuma, estabeleceu o coloquial para muitas outras áreas. Tanto que, por exemplo em 1978, quando criei a Campanha da *Bombril* e teoricamente, ela é vista como o primeiro momento de extrema coloquialidade na publicidade brasileira. [...] Eu não tenho dúvida nenhuma da influência exercida pelo *Pasquim*.

Para Bernardo Kucinski, os publicitários que copiavam e veneravam a linguagem de *O Pasquim* transformariam o veículo em um produto do sistema mercantil, promovendo a sua domesticação editorial.

Seja como for, *O Pasquim*, que começou como um jornal de bairro, foi apropriado tanto pela sociedade – daí decorre o seu sucesso de vendas – quanto por outros meios de comunicação, desde outros alternativos até os da grande imprensa, que, na passagem “lenta, gradual e segura” da ditadura para a democracia, foram absorvendo a *fala pasquiniana*, motivo pelo qual ela se desgastou, perdendo seu referencial estético.

NOTAS

- ¹ Doutoranda em História Social pelo PPGHIS da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

REFERÊNCIAS

- BERSTEIN, Serge. A cultura política. In: RIOUX, Jean-Pierre ; SIRINELLI, Jean-François (Orgs.). *Para uma história cultural*. Editorial Estampa, 1998, p. 349-363.
- BRAGA, José Luiz. *O Pasquim e os anos 70*. Brasília: Editora da UnB, 1991.
- CANDIDO, Antonio. A vida ao rés do chão. In: *A crônica*. Campinas: Ed. Unicamp; Rio de Janeiro: FCRB, 1992.
- CARTA, Mino. Um paulista vê Ipanema. *O Pasquim*, n. 141, p. 2-3, 14 a 20 mar. 1972.
- CHINEM, Rivaldo. *Imprensa alternativa: jornalismo de oposição e inovação*. São Paulo: Ática, 1995.
- FERNANDES, Millôr. *Millôr Fernandes*. Rio de Janeiro: Rio, 2003. (Coleção Gente).
- FLORES, Élio Chaves. *República às avessas: narradores do cômico, cultura política e coisa pública no Brasil Contemporâneo (1993-1930)*. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2002.
- GREEN, James. O Pasquim e Madame Satã, a rainha negra da boemia brasileira. *Topoi: Revista de História*. Rio de Janeiro: UFRJ, n. 7, jan.-jul. 2005.
- GURJÃO, Maria Inês. *A tragédia brasileira narrada com muito bom humor: imagem, humor e política na imprensa carioca*. Dissertação (Mestrado em História) – Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 1994.
- JAGUAR. *Ipanema: se não me falhe a memória*. 2. ed. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2001.
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2003.
- KUSHNIR, Beatriz. *Cães de guarda: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- MOTTA, Marly Silva da. *O Rio de Janeiro continua sendo?* Rio de Janeiro: CPDOC, 2000.
- NEVES, Margarida de Souza. História da Crônica. Crônica da História. In: RESENDE, Beatriz (Org.). *Cronistas do Rio*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1995, p.15-31.
- NERY, Laura Moutinho. *Cenas da vida carioca: Raul Pederneiras e a belle époque do Rio de Janeiro*. Dissertação (Mestrado em História) – Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2000.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, 1992, p. 200-212.

ROUSSO, Henry. A memória não é mais o que era. In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta de M. (Orgs.). *Usos e abusos da história oral*. 5. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2002. p. 93-101.

SIRINELLI, Jean-François. Intelectuais. In: REMOND, René. (Org.). *Por uma História política*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ; Fundação Getúlio Vargas, 1996. p. 231-262.

SOIHET, Rachel. Zombaria como arma antifeminista: instrumento conservador entre libertários. *Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 13, n. 3, p. 591-611, set./dez. 2005.

DOCUMENTÁRIOS:

STEFANELLI, Roberto. *O Pasquim: a subversão do humor*, 2004, Brasil, 44 min.

PERIÓDICOS:

Folhetim, de 30/12/1979.

O Pasquim nº 14, de 25/09 a 01/10/1969.

O Pasquim nº 138, de 22 a 28/02/1972.

O Pasquim nº 141, de 14 a 20/03/1972.

O Pasquim nº 233, de 18 a 24/12/1973.

O Pasquim nº 500, de 25 a 31/01/1979.