

Lygia Maria Silva Rocha

PIF PAF: O JORNALISMO QUE RI
**Uma análise do campo jornalístico a partir da imprensa
alternativa brasileira**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina para obtenção do grau de Mestre em Jornalismo.
Orientadora: Profa. Dra. Daisi Irmgard Vogel.

Florianópolis
2011

Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária
da
Universidade Federal de Santa Catarina

R672p Rocha, Lygia Maria Silva
Pif Paf [dissertação] : o jornalismo que ri - uma análise
do campo jornalístico através da imprensa alternativa
brasileira / Lygia Maria Silva Rocha ; orientadora, Daisi
Irmgard Vogel. - Florianópolis, SC, 2011.
136 p.: il.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-
Graduação em Jornalismo.

Inclui referências

1. Fernandes, Millor, 1924. 2. Jornalismo - História.
3. Imprensa alternativa. 4. Jornalismo - Aspectos sociais. 5.
Revista Pif Paf. I. Vogel, Daisi Irmgard. II. Universidade
Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em
Jornalismo. III. Título.

CDU 07.01

PIF PAF: O JORNALISMO QUE RI
**Uma análise do campo jornalístico a partir da imprensa
alternativa brasileira**

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre em Jornalismo”, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo.

Florianópolis, 21 de junho de 2011

Profa. Gislene da Silva, Dra.
Coordenadora do Curso

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Daisi Irmgard Vogel
Orientadora
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Francisco Karam
Examinadora
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Jacques Mick
Examinador
Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

A Daisi, pela orientação paciente e criativa.

Ao Douglas, por tratar bem as imagens.

A Fabíola, por tratar bem as palavras.

Ao Bruno, por estar sempre por perto, mesmo longe.

Aos meus pais, por me mostrarem que livros são objetos divertidos.

Caras brilhantes fazem frases brilhantes e idiotas as repetem. Não vá repetir essa pros seus amigos.

Millôr Fernandes

RESUMO

A presente pesquisa analisa a revista *Pif Paf*, publicada por Millôr Fernandes em 1964, e o espaço ocupado por essa publicação no campo jornalístico brasileiro. A partir da constatação de que a linguagem humorística da revista entra em choque com a padronização do texto jornalístico – baseada no ideal da objetividade – implementada pela grande imprensa brasileira na década de 50, busca-se compreender a trajetória histórica da formatação da linguagem jornalística. Para isso, a pesquisa se baseia nas análises de Pierre Bourdieu sobre o mercado de bens simbólicos, o campo de produção erudita e o campo da indústria cultural (onde se insere o jornalismo) e nos trabalhos de John Hartley e Michael Shudson sobre a formação do campo jornalístico, sua função social e linguagem.

Palavras-chave: *Pif Paf*. História do jornalismo. Imprensa alternativa. Millôr Fernandes. Campo jornalístico.

ABSTRACT

This research examines the *Pif Paf* magazine, published by Millôr Fernandes in 1964, and the role played by it in the Brazilian journalistic field. Upon noting that the magazine's humoristic approach conflicted with the standardized journalistic text – which was based on the ideal of objectivity – implemented by the great Brazilian press in the '50s, the objective is to comprehend the historical trajectory of the journalistic language. Thereunto, the research is based on Pierre Bourdieu's analysis of the market of symbolic goods, the scholarly production field and cultural industry field (in which the journalism is inserted) and the works of John Hartley and Michael Shudson on the formation of the journalistic field, its social function and language.

Key-words: *Pif Paf*. History of journalism. Alternative press. Millôr Fernandes. Journalistic field.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
2 PIF PAF: DISCURSO E CONTEXTO	23
2.1 ESTRUTURA EDITORIAL.....	23
2.2 A FIGURA FEMININA: UM TEMA RECORRENTE	26
2.3 UM PONTO DE VISTA CARIOCA	31
2.4 POSICIONAMENTO IDEOLÓGICO	38
2.5 A RELAÇÃO COM A PUBLICIDADE	52
3 A GRANDE IMPRENSA BRASILEIRA E AS PRÁTICAS ALTERNATIVAS.....	57
3.1 O PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO	57
3.2 REFORMULAÇÃO DA GRANDE IMPRENSA NA DÉCADA DE 50	59
3.2.1 Recursos financeiros	62
3.2.2 Padronização da linguagem	68
3.2.3 Cultura profissional e <i>habitus</i> jornalístico	75
3.3 JORNALISMO ALTERNATIVO BRASILEIRO	86
3.3.1 Millôr: jornalista ou artista?	96
4 FORMAÇÃO DO CAMPO JORNALÍSTICO E FORMATAÇÃO DO RELATO	107
4.1 CAMPO DE PRODUÇÃO ERUDITA E CAMPO DE PRODUÇÃO DA INDÚSTRIA CULTURAL	108
4.2 OBJETIVIDADE: UM IDEAL CAMBIANTE.....	121
4.3 <i>PIF PAF</i> : “FORÇAS EXTERNAS” AGEM SOBRE O JORNALISMO	138
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	147
REFERÊNCIAS.....	155
ANEXOS.....	161

1 INTRODUÇÃO

Em sua coletânea de aforismos *Ditos e Contraditos*, de 1909, o filósofo, escritor e jornalista alemão Karl Kraus fez a seguinte afirmação: "A distorção da realidade na reportagem é a reportagem mais verídica sobre a realidade".

É de se considerar as causas dessa constatação acerca da reportagem e sua conexão com a realidade e a verdade. Após trabalhar anos como colaborador em grandes jornais da Alemanha, Kraus decide fundar seu próprio periódico, o *Die Fackel* (A tocha), em 1899. Passou a redigir sozinho esse material a partir de 1911 até a sua morte, em 1936. Percebe-se, então, um reposicionamento de Kraus dentro do campo jornalístico, simbolizado pela criação de seu próprio jornal e pelos constantes comentários crítico-satíricos sobre o jornalismo e os jornalistas. A postura de sair da grande imprensa e o pensamento crítico com relação a este campo estão completamente coerentes com a afirmação que vimos acima. Como diz Chalaby (1998, p. 63), "text is context": essa crítica à imbricação entre reportagem e realidade, entre jornalismo e verdade, é a objetivação discursiva dos atos praticados pelo jornalista e de sua relação com o meio à sua volta.

Uso a crítica contundente presente no aforismo de Kraus como ponto de partida desta dissertação, que busca analisar um objeto que também provoca confusão quando confrontado com algumas teorias tradicionais sobre o jornalismo: a revista *Pif Paf*¹, que Millôr Fernandes lançou em 1964, na cidade do Rio de Janeiro.

Ao falar em "teorias tradicionais sobre o jornalismo", refiro-me àquelas concepções que o veem como um sistema de produção textual rígido, a partir de uma noção dos sistemas simbólicos (da cultura) enquanto "estruturas estruturadas", em vez de "estruturas estruturantes" (BOURDIEU, 2010, p. 8-9). Como se o jornalismo possuísse uma essência intrínseca que o caracterizaria e o moldaria independentemente do contexto em que existe e dos agentes que o produzem; ou como se o jornalismo fosse totalmente determinado apenas pelos aspectos econômicos e materiais da sociedade em que está inserido. Esta pesquisa parte da premissa de que as definições sobre o que é o jornalismo e sobre como ele deve ser feito são construções discursivas baseadas em

¹ Fora analisadas as edições fac-similar In: *Pif Paf Quarenta Anos Depois*: coleção fac-similar das 8 edições da Revista *Pif Paf* de Millôr Fernandes. Rio de Janeiro: Argumento, 2005.

uma constante luta simbólica no interior do campo jornalístico e acadêmico. A partir da reflexão proposta por Bourdieu (1990, 2001, 2007, 2010), considera-se que as conceituações sobre a atividade jornalística são datadas e mudam de acordo com a época e o lugar; e, mesmo havendo coincidência de tempo e espaço, há variações de práticas e de teorias dentro de um mesmo campo. Ainda que ocorram variações, há práticas e reflexões que se tornam dominantes e que, ao longo do tempo, se transformam em uma tradição naturalizada. Isso se dá devido à posição que os agentes ocupam dentro do campo, à quantidade de capital simbólico que eles possuem e ao *habitus* profissional (saber prático incorporado) vigente. Perceber que há visões dominantes e que estas são oriundas de um embate permite desmistificá-las para, assim, ampliar as possibilidades de abordagem da prática jornalística.

A hipótese dessa pesquisa é que a revista *Pif Paf* quebra com algumas regras (ou limitações) básicas que constituem certa noção de jornalismo; porém, o fato de ela romper com determinados preceitos considerados basais para a classificação deste tipo de texto não faz com que *Pif Paf* não se insira no campo jornalístico de seu tempo e nem denota que ela não tenha contribuído para a reformulação e a atualização de práticas e padrões estabelecidos.

Meu objetivo é lançar um olhar mais amplo sobre a atividade jornalística não deixando, desta forma, escapar das análises objetos que, mesmo destoantes² – e talvez até mesmo por isso –, contribuam para uma compreensão abrangente dessa atividade. Se há uma proposta na área dos estudos da comunicação de constituir um lugar epistemológico específico do jornalismo, não posso me furtar de tentar compreender o que, aparentemente, escapa à determinada lógica desse lugar.

² Tendo como base de referência (como tom) a grande imprensa, e as teorias que relacionam os fundamentos estilísticos do jornalismo com o desenvolvimento capitalista e empresarial da atividade jornalística, podemos verificar como destoantes a ausência, na publicação, de gêneros jornalísticos consagrados, como a reportagem e a entrevista; de princípios estilísticos como o *lead*, a pirâmide invertida e a linguagem objetiva; da divisão do trabalho e da hierarquização dentro da redação baseadas em uma organização administrativa empresarial; e a presença do humor, de figuras de linguagem, inversões lógicas, crítica dos costumes e da moral vigente, da valorização da autoria e de princípios subjetivos que, ao invés de simplificar, complexificam o relato e, assim, reduzem a margem de alcance de público (ao contrário do que se exige de produtos vinculados à indústria cultural, campo no qual se insere a atividade jornalística).

No primeiro capítulo, será apresentada a revista *Pif Paf* e suas principais características. Aponto informações sobre os produtores da revista, seus possíveis leitores, sua linguagem e a relação com o contexto à sua volta. Em seguida, procuro elaborar uma articulação entre ilustrações e textos selecionados da revista com os acontecimentos histórico-culturais do período e as teorias e os conceitos situados no escopo discursivo da publicação.

Pif Paf foi uma revista de humor e de crítica não apenas em relação à política e aos costumes, mas também em relação à própria atividade jornalística. Segundo Sodré (1999), Romancini & Lago (2007) e Ribeiro (2007), a imprensa brasileira passou por uma série de transformações durante a década de 1950, decorrente do acúmulo de capital por este setor e da racionalização do processo produtivo. Nesse período, concordam os autores, foi importado o modelo norte-americano de jornalismo, que levou à divisão do trabalho no interior das redações e à padronização da linguagem. *Pif Paf*, por ser uma publicação independente, diverge dessa lógica e pode ser entendida como uma crítica ao jornalismo praticado por meio da estrutura organizacional da grande imprensa. Deixando claro, aqui, que não é possível comprovar – além de não ser o objetivo – se essa crítica era consciente, se o projeto da revista nasceu com esse propósito. Vou me ater ao discurso presente nas páginas da revista e, a partir somente dele (não foram feitas entrevistas com os agentes produtores e com os leitores da época, por exemplo), encontrar indícios que remetam à estrutura organizacional da publicação e ao lugar específico ocupado por ela e por seus produtores, dentro do campo jornalístico.

No segundo capítulo, verifico, a partir de levantamento bibliográfico, quais práticas e formatos jornalísticos existiam no campo jornalístico brasileiro da década de 1950 e a presença do estilo satírico-humorístico na imprensa alternativa da década de 1960. Serão analisadas as transformações ocorridas na imprensa neste período, como sua linguagem foi configurada e de que forma essas mudanças contribuem para o processo de autonomização do campo jornalístico brasileiro.

Primeiramente, direciono-me para a grande imprensa brasileira da década de 50, mais especificamente a carioca³. As reformas ocorridas

³ Centraremos o foco no Rio de Janeiro porque, segundo Ribeiro (2007), foi nessa cidade em que se verificou, de forma mais intensa, uma série de mudanças significativas na organização das empresas jornalísticas e na padronização dos relatos. Além disso, Millôr Fernandes nasceu e vive até hoje no Rio de Janeiro e lá foi o lugar onde *Pif Paf* foi lançada e circulou. Como

nesse período e nesse lócus representaram um marco na história da imprensa brasileira, que assinala a passagem do jornalismo político-literário para o jornalismo informativo. Até então, a relação entre o jornalismo e a política era estreita. A imprensa era essencialmente de opinião e a linguagem da maioria dos jornais era, em geral, rebuscada, além de agressiva e virulenta. Porém, a partir da década de 50, percebe-se uma mudança nesse quadro.

No caso do jornalismo carioca, a busca por um certo distanciamento em relação à literatura e à política passou pela incorporação de uma série de práticas discursivas advindas, sobretudo, do modelo norte-americano. Através desse modelo, a linguagem jornalística passou a adquirir uma sistematização interna e o jornalismo obteve uma certa dose de autonomização, transformando-se numa comunidade discursiva própria (RIBEIRO, 2007, p. 30).

Porém, essa reformulação da atividade jornalística não é incorporada de forma unânime pelo campo, isso porque, segundo a análise de Bourdieu (2005, p. 41), o conceito de campo – como espaço onde são travadas lutas simbólicas – implica na constituição de zonas (pólos) com autonomia diferenciada:

Like most fields, the journalistic field, which, as we have seen, has very low autonomy, is structured on the basis of an opposition between these two poles, between those who are “purest”, most independent of state power, political power, and economic power, and those who are most dependent on these powers and commercial powers.

Traquina (2005) também utiliza esse conceito de campo (espaço social estruturado através de forças polarizadas) para abordar o jornalismo e verifica que o primeiro pólo seria o ideológico ou intelectual – aquele que define o jornalismo como um serviço público – e que o segundo seria o pólo econômico, que considera a notícia como

veremos no primeiro capítulo, também é importante notar como se estabeleceu uma via de influências de mão dupla entre a simbologia, as narrativas, os “mitos” da cultura carioca e os agentes produtores da revista e o seu discurso.

um produto comercial. Nossa hipótese é que a revista *Pif Paf* se enquadra no primeiro caso, no pólo do campo jornalístico mais independente do campo econômico. Isso se dá, na prática, por meio da ruptura efetuada pelo jornalista Millôr Fernandes com a grande imprensa na qual atuava. *Pif Paf* é, basicamente, a revista de um homem só; recebe colaborações, mas sua linha editorial é comandada por um agente que não está ligado, por exemplo, a uma hierarquia organizacional, presente na grande imprensa. *Pif Paf* possui poucos anúncios (a maioria de amigos dos produtores da revista), logo, está ligada de uma forma peculiar, diferente da grande imprensa, à pressão do capital. Esses são alguns dos fatores que contribuem para um maior grau de autonomia da revista que se reflete no formato de seus textos.

Após essa abordagem da grande imprensa carioca, ainda no segundo capítulo, analiso o chamado pólo ideológico do campo jornalístico através daquilo que se denominou imprensa alternativa. Foi feita a abordagem sobre o conceito de imprensa alternativa e a verificação da trajetória histórica desse tipo de material na imprensa brasileira. Em seguida, a análise é direcionada para os produtos jornalísticos considerados alternativos que tiveram como base a crítica dos costumes e da política operada através de textos e de imagens de cunho humorístico, que Kucinski (1991) chama de vertente satírica e existencialista do ciclo alternativo do jornalismo brasileiro.

Pretendo expor, por meio da análise de Kucinski (1991), as configurações sociais, históricas e culturais, que explicam este fenômeno, e como a diferenciação entre publicações satíricas e políticas⁴ representa uma luta simbólica – travada nos campos artístico e intelectual da sociedade brasileira dos anos 60 – que visava o poder de estipular os modos de dizer e de agir que levariam as esquerdas a protagonizar as transformações da sociedade. O jornalismo, como atividade dotada de relativa autonomia, estava imerso nessa luta e fazia parte dela. O jornalismo alternativo operou uma quebra com a estrutura e com a linguagem da grande imprensa, assim como o jornalismo alternativo de humor – o satírico-existencialista – destoava de determinada visão dogmática das tradicionais lutas de esquerda.

Ao abordar a linguagem dessas publicações, não almejo focar a pesquisa sobre aos recursos linguísticos que provocam o riso. Sigo a ideia de discurso proposta por Chalaby (1998), que seria o discurso visto

⁴ Resumidamente, seriam aquelas publicações mais dogmáticas, de cunho ideológico e partidário, vinculadas às vertentes do marxismo e ao ideal nacional-popular.

como um conceito sociológico. O autor critica o domínio da noção de discurso oriunda da linguística, que separa textos e unidades de textos para verificar, a partir deles, o contexto. Segundo o autor, essa divisão deve ser repensada:

In the same way that agents cognitive structures are embodied social structures, so also a text, and a discourse, are symbolized contexts, that is, social structures put into symbols. There is no relation between text and context, but only an entirety: text/context (CHALABY, 1998, p. 62).

Ou seja, o objetivo maior não é analisar os recursos técnico-linguísticos que Millôr utiliza para provocar o riso em seus textos. O intuito é verificar de que forma esse tipo de material que provoca o riso se relaciona com o campo jornalístico, já que o uso do humor implica em opinião e crítica, ou seja, em uma dose de parcialidade por parte do produtor; e essas características vão de encontro a certo formato estabelecido do texto jornalístico, notadamente aquele cuja produção passou a ser incentivada pela grande imprensa brasileira, nas décadas de 1950 e 1960. O discurso *milloriano* presente na *Pif Paf* é, portanto, a simbolização da sua posição dentro do campo jornalístico e das disputas que ocorrem dentro dele e, ao mesmo tempo, agente transformador do próprio campo.

No final do capítulo será abordada a trajetória de Millôr Fernandes com o objetivo de compreender a formação de seu *habitus* profissional. A forte presença de desenhistas, artistas, humoristas e escritores na imprensa alternativa de linhagem satírica remete a uma imbricação entre o campo jornalístico e o campo artístico-literário. A análise da trajetória *milloriana* visa verificar esse vínculo e constatar a posição ocupada por Millôr no meio artístico.

Tendo em vista a oposição discursiva, a luta simbólica, que se estabelece no interior do campo jornalístico brasileiro, tornar-se fundamental compreender de que forma os bens simbólicos são tratados e organizados no meio social. O jornalismo é uma atividade produtora de bens simbólicos e, como tal, se submete a uma série de regras, valores e ideologias presente no mercado de bens simbólicos, ou seja, no campo que organiza e estrutura o intercâmbio desses bens – e dos discursos elaborados sobre os bens e sobre as práticas de produção – tanto entre os próprios agentes do campo quanto entre os agentes e aqueles que se encontram fora desse espaço social restrito.

Por isso, no terceiro capítulo, recorro ao arcabouço teórico de Bourdieu, que, em seus trabalhos sobre o mercado de bens simbólicos (no qual se insere o jornalismo), localiza tanto a dimensão econômica quanto a dimensão simbólica deste universo. A intenção é ter uma visão estrutural e cultural da formação do campo jornalístico. Sigo, portanto, o posicionamento de Bourdieu (1990), que diz que se fosse aplicar um rótulo ao seu trabalho seria o de “estruturalismo construtivista” ou de “construtivismo estruturalista”. Ou seja, admite-se que há na sociedade poderosas estruturas econômicas e sociais que coagem, moldam e influenciam a produção simbólica; porém, e ao mesmo tempo, essa representação simbólica é capaz de alterar as estruturas sociais.

Assim, o erro maior, o erro teoricista encontrado em Marx, consistia em tratar as classes no papel como classes reais, em concluir, da homogeneidade objetiva das condições, dos condicionamentos e portanto das disposições, que decorre da identidade de posição no espaço social, a existência enquanto grupo unificado, enquanto classe. (...) os grupos – as classes sociais, por exemplo – estão *por fazer* [grifo do autor]. Não estão dados na “realidade social” (BOURDIEU, 1990, p.156).

O jornalismo, enquanto instituição, técnica especializada e profissão, realmente depende do desenvolvimento do capitalismo para se autonomizar e, assim, se constituir enquanto campo. Porém, é possível que existam práticas jornalísticas diferentes daquela do esquema da imprensa-indústria e que se assemelhem, de certa forma, às práticas anteriores ao surgimento e consolidação dessas empresas, ou que proponham novos formatos. Tanto a estrutura material (economia) quanto a construção simbólica (cultura/ imaginário) de determinado período e/ou campo influenciam as práticas e os formatos jornalísticos.

Além disso, o próprio campo em que os agentes estão inseridos é determinante nas práticas e na elaboração dos conceitos de jornalismo. Mais especificamente, seria o grau de autonomia do campo, a posição dos agentes, a imagem que esses agentes têm deles mesmos e de suas práticas, e a consagração propriamente cultural atribuída a cada um deles que provocariam a luta simbólica que visa a consagração das práticas e das reflexões sobre as mesmas. Logo, é necessário investigar a formação do mercado de bens simbólicos e a instituição, dentro dele, de

dois campos que, a partir da segunda metade do século XIX, iniciam um embate visando a legitimação e a consagração de determinadas práticas, produtos e discursos vinculados ao universo dos bens simbólicos: o campo de produção erudita e o campo da indústria cultural. Essa análise se impõe como fundamental, dado que o jornalismo se insere no campo da indústria cultural e, segundo alguns autores, esse vínculo é preponderante para a sua caracterização.

Teremos observado, no segundo capítulo, a formação do campo jornalístico brasileiro e a introdução de determinadas técnicas redacionais vinculadas ao ideal da objetividade. Porém, a formação do campo e a formatação do relato se deram em solo brasileiro cerca de um século após ter ocorrido em outros países, como França e E.U.A. Se ainda considerarmos que o jornalismo brasileiro sofreu forte influência da prática jornalística norte-americana, torna-se oportuno verificar como se deu a formação do campo jornalístico e a padronização da linguagem jornalística naqueles países. Para isso, utilizo as pesquisas de Chalaby (1998, 2003), Hartley (1996) e Shudson (2010).

Ao analisar o jornalismo anglo-americano, Chalaby (1998) considera que o campo jornalístico se forma apenas na segunda metade do século XIX, com o surgimento das empresas jornalísticas. Chalaby (1998) vê a atividade jornalística intimamente relacionada com o desenvolvimento do sistema econômico capitalista e não considera as atividades da imprensa anterior a este período como sendo jornalismo. Trata-se de uma visão estruturalista, fortemente baseada na influência do desenvolvimento econômico e tecnológico sobre a formatação do relato da grande imprensa.

Considero interessante essa perspectiva porque, de fato, a influência do capital sobre a organização do trabalho jornalístico e sobre a padronização da linguagem é nítida. Porém, Shudson (2010) demonstra que a incorporação da objetividade pela linguagem jornalística nos E.U.A. estava muito mais ligada ao imaginário social a respeito da validade do sistema democrático, das representações que as classes possuíam sobre si mesmas e sobre as outras, da capacidade do método científico de abarcar fielmente à realidade, do que às mudanças tecnológicas ou à implementação da livre concorrência pelo sistema capitalista.

Hartley (1996) contribui para aprofundar a questão, já que, ao analisar o caso francês, considera o surgimento da atividade jornalística no século XVIII, no contexto da Revolução Francesa. A perspectiva é culturalista e o autor vê que o jornalismo está ligado ao ideário do

Iluminismo, da Modernidade e, principalmente, ao imaginário social que impõe a ideia, até então inédita, de soberania popular. Se, para Chalaby (1998), a imprensa existe a partir do surgimento das empresas jornalísticas, para Hartley (1996) a imprensa começa quando há a insurreição de uma classe que, até aquele momento histórico, não tinha voz: a burguesia; e não apenas ela, mas também as camadas populares mais baixas. E isso ocorre somente a partir de transformações no âmbito da cultura – espaço denominado por Hartley de esfera semiótica – que influenciam sobremaneira a prática e o formato jornalístico.

Nesse sentido, as normas que regem o relato jornalístico estão sempre sujeitas às oscilações dos valores atribuídos aos símbolos de uma cultura. Perspectiva que contribui para iluminar o aforismo de Karl Kraus, afinal, a noção sobre o que é a verdade e como se deve alcançá-la no jornalismo não é unívoca, mas cambiante e, constantemente, negociada.

2 PIF PAF: DISCURSO E CONTEXTO

2.1 ESTRUTURA EDITORIAL

A *Pif Paf* foi lançada no dia 21 de maio de 1964 e é considerada a primeira publicação da imprensa alternativa que atuou durante o período da ditadura militar brasileira: “Nascia a *Pif Paf*, planejada por Millôr Fernandes um pouco antes do golpe, mas que passou a circular como primeiro jornal⁵ alternativo, menos de dois meses após” (KUCINSKI, 1991, p.14).

Quanto à periodicidade, como informa a própria revista, na edição de nº 4: “*Pif Paf* é uma revista catorzenal (sai uma quinta-feira sim, uma quinta-feira não)”. O termo “catorzenal” já demonstra como a publicação encarava algumas classificações típicas dos produtos jornalísticos. Mensal, semanal, diário e quinzenal são periodicidades recorrentes em revistas e jornais, mas catorzenal é algo inédito e, por isso mesmo, jocoso. O chiste se verifica ao constatar que essa periodicidade não era exata. Há edições em que não consta a data de publicação e, quando consta em duas edições seguidas, não são cumpridos os 14 dias.

A revista é a versão independente, e em revista, da seção *O Pif Paf* da revista *O Cruzeiro*, que Millôr (com o pseudônimo de Emmanuel Vão Gôgo), juntamente com o ilustrador Péricles Maranhão, produziu entre 1945 e 1963 (sendo que, a partir de 1955, Millôr passou a produzir a seção sozinho). A revista *Pif Paf* nasce, portanto, dentro de um veículo da grande imprensa. *O Cruzeiro* era a revista de maior circulação no Brasil entre as décadas de 40 e 50. Em 1946, a tiragem era de 200 mil exemplares por semana. Segundo Ortiz (2001, p. 43), até aquele ano, nenhuma publicação tinha alcançando tal número no país, e quatro anos depois a tiragem já era de 550 mil.

Porém, Millôr não produzia a revista sozinho. Contou com a colaboração de jornalistas, escritores, desenhistas e artistas plásticos.

⁵ A própria classificação da publicação enquanto jornal ou revista é complicada. Kucinski (2003) a chama de jornal (mesmo tendo dito que “nascia a *Pif Paf*”, com o artigo feminino “a” antes do nome da publicação) enquanto o próprio veículo se autodenomina revista, mesmo às vezes utilizando o artigo masculino “o” antes de *Pif Paf*. A partir dessa classificação caótica (que remete a uma identidade instável) e da percepção de que tal enquadramento não é fundamental nem interfere na análise da publicação, escolho utilizar o termo “revista” porque assim os produtores a classificam e porque assim a edição fac-similar da publicação, utilizada como fonte nessa pesquisa, também o faz. A confusão em delimitar o nome do objeto é apenas um indício dos desvios – que veremos ao longo desse capítulo – produzidos por esse material.

Foram eles: Enrico Bianco, Augusto Iriarte Gironaz, Reginaldo Fortuna, Ziraldo Pinto, Sérgio Jaguaribe, Claudius Ceconi, João Bethencourt, Marcos Vasconcelos, Paulo Lorgus, Eugênio Hirsh, Yllen Kerr, Leon Eliachar, Vilmar, Alexandre, A.C Carvalho, Jaguar, Reynaldo Jardim, Campos de Carvalho e Stanislaw Ponte Preta (pseudônimo de Sérgio Porto).

Possuía formato tipo tablóide (36x26 cm), impressão colorida e tinha 24 páginas por edição (somando-se a capa e a contra capa). Teve oito números publicados e durou apenas três meses (o último número foi publicado no dia 27 de agosto de 1964).

Constata-se a presença de nove seções na revista. Metodologicamente, foi um pouco complicado delimitar essas divisões porque *Pif Paf* possui uma organização que pode-se chamar de caótica. Não há índice, por exemplo, e o que, em um primeiro momento, poderia remeter a uma seção, na verdade esteve presente em apenas duas ou três edições. Decidi delimitar um número mínimo de aparições de determinados tipos de texto que seguissem a mesma padronização e conteúdo. Por ser uma revista com curtíssima história, considero que apenas os textos de mesmo formato, que aparecessem em, no mínimo, 50% das edições (ou seja, quatro números), seriam considerados “seções”. São elas:

- *As cartas do Pif Paf* (ANEXO A): presente nas oito edições⁶ da revista, apresentava as cartas dos leitores. Não eram publicados somente elogios, críticas e comentários. Perguntas e dúvidas do leitor sobre os assuntos mais diversos também estavam presentes na seção. Tanto as cartas com críticas e elogios quanto as perguntas eram respondidas pela redação.

- *Em Resumo* (ANEXO B): presente nas oito edições, funcionava como o espaço dos editoriais dos grandes jornais. Era assinado pelo diretor da publicação, Millôr Fernandes, e expunha um resumo dos principais fatos ocorridos no mundo, no Brasil, ou apenas na vida do diretor mesmo. Neste último caso, fazia as vezes de crônica. Como veremos no segundo capítulo, os limites entre os gêneros jornalísticos na *Pif Paf* não são nítidos.

⁶ Parece estranho a seção de cartas do leitor estar presente já no primeiro número, mas a seguir analisaremos porque isso aconteceu e quais eram os objetivos dos produtores da revista com esse aparente *nonsense*.

- **Analisando uma Piada** (ANEXO C): presente nas oito edições, fazia exatamente o que informava o título da seção. Era mostrada uma piada (texto acompanhado de ilustração correspondente) e em seguida a equipe da revista se propunha a desmontar a piada por partes, criticando e/ou ampliando a visão sobre a mesma. Essa seção pode ser interpretada de duas formas. Em primeiro lugar, pode ser vista como uma crítica aos críticos de arte, cinema e espetáculos que, ao dissecar as manifestações artísticas, correriam o risco de estereotipar as mesmas; e, em segundo lugar, poderia remeter à valorização do estatuto estético e sociológico do humor.

- **Cara e... Coroa** (ANEXO D): presente em oito edições, possuía uma ou duas frases de texto acompanhadas de duas fotos, cada uma em páginas separadas e consecutivas. O texto e a foto mostravam, ao se virar a página, lados diferentes de uma mesma situação ou idéia.

- **Mundo Cão** (ANEXO E): presente em sete edições, tinha o seguinte subtítulo: “Relatório periódico da luta permanente homem lobo do homem”. Pode ser considerada a seção com textos que mais se aproximam do formato jornalístico da grande imprensa. Apresentava uma série de notas informativas sobre fatos da atualidade do período. De acordo com o que veremos no próximo capítulo, torna-se um desafio perceber quais notas são baseadas em acontecimentos reais e quais criam um acontecimento para abordar, de forma crítica, tanto fatos como símbolos do imaginário da época.

- **O Pif Paf** (ANEXO F): presente em sete edições. Outro espaço feito inteiramente por Millôr Fernandes era a seção *O Pif Paf*, que foi produzida por ele na revista *O Cruzeiro* (mais precisamente quando ele passou a produzi-la sozinho, a partir de 1955), agora dentro da revista *Pif Paf*. A seção era um verdadeiro mosaico. Continha ilustrações, fábulas, notas, aforismos, piadas, citações etc.

- **500 contos por uma piada** (ANEXO G): presente em sete edições. Essa seção tem um dado interessante: era feita totalmente pelos leitores. No primeiro número, a revista lançou o concurso *500 contos por uma piada*. O anúncio do concurso, na contra capa, informava: “Se você é um engrassadinho [*assim mesmo, com o erro de ortografia, e uma seta apontando para os dois esses*] amador nós o livraremos desse estado vexatório”. Os concorrentes poderiam enviar uma piada, um

conto, um verso, um desenho ou uma frase, contanto que o material fosse engraçado. O resultado seria publicado na 11ª edição da revista, fato este que nunca ocorreu, já que a última edição foi a de número oito. Interessante notar que, a partir do número 3, *Pif Paf* passa a publicar os selecionados para a final, transformando o concurso em uma seção da revista.

- *Stripif/tease do Pif Paf* (ANEXO H): presente em cinco edições, era basicamente uma sequência de fotos de uma mulher tirando peças de roupa. A moça geralmente terminava o *strip-tease* fotográfico de calcinha e cobrindo os seios com as mãos.

- *Canções brasileiras ilustradas* (ANEXO I): presente em quatro edições, era uma espécie de fotonovela, sendo que o texto era a letra de alguma canção popular e as imagens eram fotos variadas oriundas da publicidade, do jornalismo, de cenas de filmes etc. Foram ilustradas as seguintes músicas: *Amélia*, de Mário Lago e Ataulfo Alves (nº 1); *Ninguém ama ninguém*, de Antônio Maria e Fernando Lobo, edição de nº 2; *Zelão*, de Sérgio Ricardo; *Se acaso você chegasse*, de Lupiscínio Rodrigues (nº 4); *Me deixa em paz*, de Monsueto de Meneses (nº 7).

2.2 A FIGURA FEMININA: UM TEMA RECORRENTE

D A seção *Stripif-tease do Pif Paf* é interessante por nos remeter ao fato de que a mulher é um tema recorrente na revista. A visão da mulher projetada nas páginas de *Pif Paf* era a da “mulher-objeto”. Exaltavam-se, sempre, as características do corpo feminino e sua sensualidade. Das oito capas (ANEXOS J, K, L, M, N, O, P, Q), quatro continham ilustrações de mulheres de biquíni ou nuas. Percebe-se que a revista era feita por homens e direcionada ao público masculino, porém, há pistas inscritas em suas páginas – em seu discurso – que complexificam a postura ideológica que esses homens tinham em relação à mulher e ao corpo feminino.

Na seção *Cara e... Coroa*, da edição de número 4 (ANEXO R), vê-se na página 15 o título *Cara e...*, seguido da foto de uma mulher magra, de cabelo curto estilo *Chanel*, usando óculos e vestida de *tailleur*, com a frase “Mulher depende muito...” abaixo da foto. Virando a página, vê-se o título *...Coroa* e a foto de uma mulher de cabelos longos, apoiada sobre uma mesa, com uma blusa decotada e com parte dos seios à mostra. Abaixo, a seguinte frase “... de como ela se

apresenta”. Implicitamente, a revista está remetendo à ideia da valorização da mulher fatal, que expõe o corpo, em contraposição à mulher mais sóbria, recatada e, por que não – devido ao estereótipo vinculado aos óculos –, intelectual.

Em todas as seções do *Stripif/tease do PifPaf*, era informado quem era a moça que havia posado para as fotos e avisava-se que, na verdade, tratava-se de um concurso para escolher “a garota mais PAF do ano”. Dentre os atributos exigidos das concorrentes, estava a inteligência: “Você também poderá se candidatar, mas não se iluda; para ser uma garota PAF são necessárias muitas qualidades intelectuais” (nº 1) ou “são necessárias muitas qualidades além das físicas” (nº 3).

Por se tratar de uma revista de humor, pode-se cogitar a possibilidade desta referência ao intelecto feminino ser, na verdade, uma ironia. Porém, é preciso lembrar que os movimentos feministas, desde o começo do século XX, reivindicavam direitos sociais e políticos, mas também a liberdade da mulher sobre seu próprio corpo. Com relação ao vestuário: a abolição do espartilho, a descida da cintura para o quadril na década de 20, a criação do biquíni nos anos 40, a queima de sutiãs e a invenção da minissaia nos anos 60 estão correlacionadas à entrada das mulheres no mercado de trabalho e no mundo da política. Ao expor seu corpo, a mulher demonstra que também deseja, sente prazer, e que o sexo – assim como era considerado para o homem – não cumpre apenas uma função reprodutiva⁷. *Pif Paf* demonstra que reconhece essa movimentação histórica com outra sessão *Cara e... Coroa* (ANEXO S), que mostra como a imagem da atriz Marlene Dietrich vestindo apenas combinação e meias de seda, no filme *O Anjo Azul*, foi considerada um escândalo em 1928, e, como nos anos 60, a foto de uma moça usando sutiã em uma propaganda já era vista como algo comum.

Podemos perceber que, além de ser uma publicação feita por homens e com material direcionado ao público masculino, a revista estava conectada também com um público feminino representante de um ideário da mulher moderna, livre e independente, surgido a partir do

⁷ O psicanalista Contardo Calligaris, em artigo no jornal *Folha de São Paulo* (caderno *Ilustrada* - 06/11/2009), aborda o caso de uma estudante universitária que foi insultada pelos colegas por usar um vestido muito curto. Ele mostra como, em pleno século XXI, a mulher ainda não alcançou plenamente o reconhecimento social de sua liberdade sexual: “Ainda recentemente, pensei (e disse, numa entrevista) que, ao meu ver, o feminismo tinha chegado ao fim de sua tarefa histórica. Em particular, eu acreditava que, depois de 40 anos de luta feminista, ao menos um objetivo tivesse sido atingido: o reconhecimento pelos homens de que as mulheres (também) desejam. Pois é, os fatos provam que eu estava errado”.

movimento feminista na década de 20 e intensificado com os movimentos culturais do contexto dos anos 60.

As mulheres seminuas da *Pif Paf* também podem ser analisadas sob a ótica da repressão moralista exercida pelo governo militar já desde o início de sua vigência. A censura operada pela ditadura não se limitava às práticas subversivas restritas ao âmbito político, mas também às de cunho cultural e moral. Aspectos da sexualidade sofreram repressão através da estreita ligação da ditadura com grupos da ala conservadora da igreja católica, como a TFP (*Tradição, Família e Propriedade*), que aliava civismo à religião.

Logo depois do Golpe de 64, o engrandecimento do Brasil tinha os seus pilares na educação da juventude dentro dos preceitos cívicos, morais e católicos – portanto anticomunistas – estabelecidos pelo regime ditatorial. A Educação assim concebida se espalhou para toda a área cultural (MALARD, 2006, p. 34).

Exemplos disso foram a introdução da disciplina Educação Moral e Cívica no currículo escolar e a legislação sobre práticas cotidianas, chegando-se ao extremo de restringir a relação do indivíduo com seu próprio corpo. O humorista e jornalista Stanislaw Ponte Preta (pseudônimo de Sérgio Porto) registrou vários exemplos do tipo e nomeou a sua compilação de “causos” de *Festival de Besteira que Assola o País*, o *FEBEAPÁ*, lançado em 1966⁸.

O Secretário de Segurança de Minas Gerais, um cavalheiro chamado José Monteiro de Castro – grande entusiasta do Festival de Besteira – proibia (já que fevereiro ia entrar) que mulher se apresentasse de perna de fora em bailes carnavalescos “para impedir que apareçam fantasias que ofendam as Forças Armadas”. Como se perna de mulher alguma vez na vida tivesse ofendido as armas de alguém (PONTE PRETA, 1981, p. 18).

A repressão moralista se espalhou sobre as diversas manifestações artísticas, e o teatro, principalmente, sofreu com esse tipo

⁸ Sérgio Porto lançou ainda o *FEBEAPÁ* 2, em 1967, e o *FEBEAPÁ* 3, em 1968.

de censura. Em 1965, por exemplo, a montagem brasileira da peça *Paris, 1900*, de Georges Feydeau, foi proibida pelo secretário de segurança do Rio Grande do Sul, coronel Washington Bermudes, com a seguinte justificativa: “O teatro vem sendo utilizado como veículo de desmoralização e se caracteriza pela péssima e decrescente qualidade artística e pela destacada pornografia e sensualização das cenas!” (*apud* PACHECO, 2005, p. 264).

A estreita ligação do governo militar com grupos conservadores da Igreja é uma das causas do fenômeno moralizante, mas não esgota a explicação. Nesse período, ocorreu uma série de manifestações no mundo ocidental que visavam – pelo menos discursivamente – uma verdadeira revolução não somente política e econômica, mas cultural. Os protestos estudantis ocorridos em maio de 1968 foram apenas a culminância de uma luta simbólica que vinha ocorrendo desde o início da década de 60.

Os movimentos pelos direitos civis dos negros nos EUA, o movimento *beatnik*, o *hippismo*, a apologia ao uso de substâncias psicotrópicas, o movimento feminista, a escalada midiática do *rock’n roll*, a “descoberta” e valorização da filosofia oriental, a liberdade sexual proporcionada pela pílula anticoncepcional, tudo isso representava, aos olhos da sociedade conservadora, a decadência dos valores morais que até pouco tempo predominantemente regiam o mundo ocidental. A ditadura militar brasileira estava ciente dessas transformações, mesmo sem saber ao certo o que de fato elas representavam: “O governo sofria o peso do fardo do terrorismo cultural. Durante o ano de 1964, Golbery⁹ tratou dele quatro vezes em suas *Estimativas*. Em duas ocasiões classificou-o de ‘slogan’, numa de ‘fantasia’ e, finalmente, chamou-o de ‘imaginário’” (GASPARI, 2002, p. 230). Com a constatação, seguiu-se uma série de medidas repressivas de cunho ideológico e moral, como se a ditadura brasileira fosse a única salvação para a corrupção do ideal de vida liberal (em oposição ao comunismo) e católico:

Nascia um salvacionismo de quitanda através do qual se via na explosão anárquica o fim do mundo ocidental e se acreditava que o regime brasileiro tinha a clarividência de se antecipar ao Juízo Final, perfilando-se à mão direita de Deus Padre

⁹ General do Exército Brasileiro que teve papel de destaque na preparação do golpe que depôs o presidente João Goulart.

como emissário de um novo tempo (GASPARI, 2002, p. 236).

Porém, é interessante notar que essa característica conservadora moralizante não é característica apenas da ditadura brasileira. A interdição da liberdade individual – incluindo aí o usufruto do próprio corpo e a manifestação da sexualidade – é intrínseca aos sistemas totalitários de um modo geral, se não condição *sine qua non* de sua existência, independentemente do sistema econômico adotado. Hannah Arendt (2008), ao analisar a natureza do totalitarismo, aborda tanto o regime stalinista quanto o nazista e percebe, nos dois casos, como a eliminação das diferenças entre os sujeitos – através da legislação da vida pessoal – é fundamental para e estruturação dessa forma de governo.

Arendt (2008) critica o imperativo categórico de Kant (“Age como se a máxima de tua ação pudesse se converter em lei universal.”¹⁰) a partir da constatação de que, em todas as sociedades livres, a lei define os limites da vida pessoal (para assim gerir o espaço público, os atos do cidadão), mas não pode tocar no que se passa dentro deles (dos limites do espaço privado, constituído pelos atos do indivíduo). Em contraposição, nota que, nos regimes totalitários, se passa justamente o contrário. Nesses sistemas, as leis – aplicadas por meio do que a autora denomina como “terror” – forjam uma unidade de todos os homens ao abolir as fronteiras da lei que provê o espaço de liberdade para cada indivíduo e, assim, deixam o governo ao abrigo da interferência impertinente e perturbadora dos desejos e necessidades humanas.

A distinção e o dilema entre o cidadão e o indivíduo, nesse meio tempo, com as perplexidades concomitantes da dicotomia entre a vida pessoal e a vida pública, são eliminados pela pretensão totalitária à dominação total do homem. [...] As leis, uma vez estabelecidas, sempre se aplicam de acordo com os precedentes; o problema com os atos e fatos da vida pessoal é que sua própria essência é destruída quando julgada por meio de comparações ou à luz de precedentes. Pode-se definir o filisteísmo e explicar seu efeito letal sobre a criatividade humana como a tentativa, por meio de uma transformação moralizante dos costumes em

¹⁰ *Apud* Arendt (2008, p. 353).

“leis” gerais de comportamento, de julgar por precedentes aquilo que, por definição, desafia qualquer precedente (ARENDRT, 2008, p. 352-353).

Assim, podemos verificar como *Pif Paf* demonstra conexão com a movimentação do seu contexto histórico-cultural ao criticar, ironicamente, a moralização da sociedade brasileira e a tentativa de supressão da individualidade – através da repressão à sexualidade – com a montagem gráfica denominada *A Lição* (ANEXO T), nas páginas 6 e 7 da edição de nº 6. Vê-se uma série de 10 fotos de mulheres seminuas e de biquíni (sendo que a última foto ocupa uma página inteira) com o seguinte texto: “Cada vez mais, neste mundo de Deus, seja na França, ou no Castelinho, entre os modelos de moda, as grandes estrelas, ou as alegres *starlets*, o que se vê dominando são realmente os valores morais”.

À suposição feminista de reificação do corpo feminino, choca-se o aspecto contraventor das garotas *Pif Paf* no âmbito dos costumes e da moral vigente; aspecto este ligado muito mais a um pensamento progressista do que conservador (no caso, vinculado ao machismo).

2.3 UM PONTO DE VISTA CARIOCA

A As questões do corpo feminino e da liberdade sexual também podem ser analisadas a partir de um dos *slogans* da revista: “Um ponto de vista carioca”. Para além de estereótipos, a explicitação do referencial com que a revista olhava o mundo é fundamental para compreender tanto a recorrência do tema “mulher” quanto algumas outras características desta publicação. Na página 19, da edição de nº 6 (ANEXO U), a equipe tenta explicar o que seria esse ponto de vista:

O que é o Rio: uma baía em forma de mulher ou uma bela mulher em forma de baía? O ponto de vista carioca jamais tentou esclarecer isso. Nem isso, nem nada. Que o Rio permaneça confuso, o mulherio difuso, as peles cada dia mais douradas, os pneus cada vez mais cheios, as praias repletas. Aqui embaixo uma filosofia epicurista em que o belo é belo e os homens e mulheres se engalfinham (mas não em brigas) na suave compreensão shakesperiana do “deixa o mundo girar; jamais seremos tão jovens”. Lá em cima o

sol carioca que, segundo Leon Eliachar, é “o *public-relations* da natureza”. Tudo isso forma o símbolo (adotado desde o primeiro número) do Pif-Paf, aqui ampliado pelo magnífico talento piauiense de Santiago.

Na mesma edição, uma matéria em formato de guia turístico apresenta a praia de Copacabana aos visitantes (ANEXO V). No quesito “Jogos e Esportes”, lemos o seguinte:

Além do famoso jogo de Frescobol, que faz apenas trinta e sete caolhos por semana, praticam-se muito poucos esportes nessa praia, em virtude mesmo do Frescobol não permitir. Amar é o segundo esporte mais popular, sendo que as relações intersexo na praia às vezes chegam a tal ponto que os banhistas exigem a presença de madrinha e padrinho.

Nos dois textos está nítido o nível de liberalismo dos produtores da revista. Na verdade, está sendo exposta uma série de valores vinculados a um determinado grupo social, mais especificamente, à classe média (intelectual e boêmia) carioca dos anos 50 e 60.

A cidade do Rio de Janeiro foi capital do Brasil até 1960, quando Brasília foi inaugurada. Porém, o fato de ter sido capital desde o império deixou algumas características marcantes, como uma espécie de aura cosmopolita e moderna da sociedade carioca, mais especificamente das elites e da classe média.

A década de 50, no Brasil, foi um período de implementação de projetos vinculados a uma postura empresarial e capitalista da sociedade brasileira, e foi o momento em que se consolidou o que se chama de sociedade urbano-industrial. A fomentação de um parque industrial, por intermédio do incentivo do projeto nacional-desenvolvimentista do presidente Juscelino Kubtscheck¹¹, levou a uma série de inovações no âmbito da indústria e do comércio. Paralelamente, observou-se o surgimento de um campo de produção de bens simbólicos, onde estão inscritos negócios como editoras, jornais, gravadoras, museus, galerias de arte, o rádio e a televisão. Segundo Renato Ortiz (2001), nos anos 50 multiplicam-se os empreendimentos culturais de cunho empresarial,

¹¹ Presidente do Brasil de 1956 a 1961.

através do desenvolvimento da racionalidade capitalista e da mentalidade gerencial dentro do campo de produção de bens simbólicos.

Uma parcela da elite e da classe média do Rio de Janeiro vivia intensamente essa movimentação e transformou Copacabana em *locus* onde o *modus vivendi* moderno e carioca se transformaria em uma verdadeira instituição nacional, até o ponto deste estilo de vida – com corpos expostos, pele bronzeada, belas mulheres, boemia, bom humor e displicência – se confundir com a própria cultura nacional. A mídia, primeiramente com os jornais, e depois com a televisão, contribuiu para expandir esse imaginário no Brasil e no mundo.

No final dos anos 50, devido ao inchaço populacional do bairro de Copacabana¹², aquela parcela da elite e da intelectualidade que havia dado vida à região migra para o bairro de Ipanema, que se torna, assim, o novo pólo irradiador das transformações culturais observadas nos anos 50 e 60. Como analisou Mesquita (2008, p. 140), o deslocamento dos projetos arquitetônicos e das elites de Copacabana para os bairros de Ipanema e do Leblon deflagrou uma “nova territorialidade cultural, inaugurada por um grupo de intelectuais migrantes da antiga boemia copacabanense, cujos modismos, pontos de encontro, musas e toda uma particular e folclórica rede de sociabilidade vieram a constituir a *República de Ipanema*”.

Exemplo de manifestação simbólica desse *locus* foi a bossa nova, que contribuiu enormemente para criar e difundir esse estilo de vida carioca. O músico Tom Jobim (que morou em Ipanema desde o segundo ano de vida) lançou a música *Chega de Saudade* (com letra de Vinícius de Moraes), que hoje é considerada como o marco do movimento, em 1958. O sucesso foi imediato, ao ponto de ser organizado, apenas quatro anos depois, o Festival Bossa Nova, no teatro Carnegie Hall, em Nova York. Em 1963, foi lançado o maior sucesso da bossa nova e que representa, significativamente, o ponto de vista carioca: *Garota de Ipanema*. Ao analisar o estilo da bossa nova, o maestro Júlio Medaglia fala de uma característica que ele denomina de “cor local”, que está ligada à valorização da linguagem coloquial e das influências do meio à sua volta:

É o uso do linguajar simples, feito de elementos extraídos do cotidiano da vida urbana, que revela

¹² Segundo Rêgo (2006:225), entre 1940 e 1960, Copacabana cresceu vertiginosamente: passou de 74.133 habitantes em 1940, para 129.249 habitantes em 1950, atingindo 240.347 habitantes em 1960, sendo transformada no primeiro subcentro da cidade.

uma poética cheia de humor, ironia, *blague*, “gozação” e malícia; [...] Assim também são os textos que exaltam os encantos e a feminilidade da mulher brasileira. Com frases simples, pequenas observações e poucos traços verbais, narram uma realidade passível de ser percebida só sensorialmente. É o caso, por exemplo, de expressões como “balanço Zona Sul” ou “ela é carioca, olha o jeitinho dela”; detalhes como: “cigarrinho aceso em sua mão, toca moderninho um violão” (MEDAGLIA, 2005, p. 86-87).

Essa realidade percebida sensorialmente era, basicamente, a realidade de uma parcela da sociedade carioca, aquela dotada de maior renda ou de maior escolaridade. A bossa nova significava simbolicamente esse grupo social e seu modo de vida. Uma comunidade de artistas, escritores, intelectuais e jornalistas que tinham na noite e no bar o momento e o lugar de encontro. Por meio da agregação de interesses em comum, formas de ver o mundo e de práticas sociais criava-se todo um imaginário vinculado ao universo da boemia. Esse universo, geralmente associado apenas ao lazer, cumpre um papel bem mais complexo. A boemia, para determinados agentes sociais, acaba se tornando um prolongamento do mundo do trabalho, mais especificamente, do trabalho ligado à criatividade e à comunicação. Mesmo não provendo lucros materiais, a boemia é o lugar onde se trocam impressões sobre o mundo, sobre o processo criativo, onde os agentes veem e são vistos, onde se formam os laços sociais de convívio e de amizade, como bem metaforizou o poeta Vinícius de Moraes: “Nunca vi boa amizade nascer em leiteria. O uísque é o melhor amigo do homem. O uísque é o cachorro engarrafado”. A boemia é lugar de diálogo, de crítica, de debate, e onde é possível construir uma narrativa do mundo, ficcionalizar a realidade social. O escritor e jornalista Ruy Castro (1990) analisou esse universo ao escrever o livro *Chega de Saudade*, que conta a história da bossa nova. Nele encontramos uma caracterização interessante sobre o palco da boemia carioca do final dos anos 50 e seus atores:

Se todas as grandes ideias que se têm ao redor de uma garrafa de uísque chegassem vivas à última gota, a Casa Villarino, na esquina das avenidas Calógeras e Presidente Wilson, no então seguro, potável e civilizado centro do Rio, deveria ser

tombada como um patrimônio nacional. Ali, nos anos 50, uma valente matilha de boêmios planejou os maiores programas de rádio, os poemas definitivos, as peças que fariam a posteridade babar, os mais arrasadores sambas-canção, a deposição de alguns presidentes e, com ou sem motivo justo, a destruição das mais ilibadas reputações. É verdade que quase tudo isto aconteceu apenas na imaginação dos seus frequentadores — não que não tivessem talento para tanto, mas porque estavam mais interessados em continuar bebendo do que em realmente pôr os planos em prática. [...] As redações dos jornais, as editoras de livros, as gravadoras de discos, o Ministério da Educação, o Itamaraty e a Rádio Nacional, que eram os principais empregadores daqueles boêmios, todos ficavam relativamente perto do Villarino. Isto facilitava a que eles dessem ali um expediente diário, naquele horário agônico de cinco e meia da tarde às nove da noite, antes de iniciar de verdade os trabalhos, que se passavam, naturalmente, na madrugada de Copacabana (CASTRO, 1990, p. 116).

Castro (1990) não cita o nome de Millôr Fernandes como um dos frequentadores da Casa Villarino, mas Sergio Porto (que contribuiu para a revista) estava na lista de alguns dos *habitués* do local. Millôr é citado em reuniões no apartamento da cantora Nara Leão (considerada “a musa da bossa nova”), juntamente com o jornalista Paulo Francis e o colaborador da *Pif Paf*, o humorista Leon Eliachar. Porém, bar era algo que não faltava no Rio Janeiro dos anos 50 e a revista, a cada página, nos dá pistas sobre a vinculação da *Pif Paf* ao universo da boemia. Na página 2 da edição de número 4 (ANEXO X), por exemplo, há o desenho de uma circunferência com o seguinte texto abaixo: “Espaço reservado especialmente para o leitor descansar seu copo de uísque enquanto se delicia também com nossas páginas”. Conhecidas também são as opiniões permissivas de Millôr sobre o consumo de bebida alcoólica: “Como dizia Humphrey Bogart: ‘Todo homem nasce duas doses abaixo do normal’. Bem, ele se referia aos homens normais”; “Uma coisa extremamente favorável aos bêbados: nunca ninguém viu cem mil bêbados de um país querendo estraçalhar cem mil bêbados de outro país”; “O uísque, tomado com moderação, não oferece nenhum

perigo, nem mesmo em grandes quantidades” (FERNANDES, 2002, p. 50; 412; 569).

Mas a boemia não se caracteriza apenas pelo lugar privilegiado reservado aos bares nem pelo consumo de bebida alcoólica. Bourdieu (1996, p. 72), ao analisar a formação da boemia parisiense do final do século XIX, elenca uma série de características do estilo de vida desse grupo social que cabem perfeitamente à revista *Pif Paf*:

O estilo de vida boêmio, que sem dúvida trouxe uma contribuição importante à invenção do estilo vida de artista, com a fantasia, o trocadilho, a *blague*, as canções, a bebida e amor sob todas as suas formas, elaborou-se tanto contra a existência bem-comportada dos pintores e escultores oficiais quanto contra as rotinas da vida burguesa.

O que ocorre é a formação de um grupo social ou, para usar o aparato conceitual de Bourdieu, o processo de autonomização de um campo, mais especificamente o campo artístico-literário, “uma verdadeira sociedade na sociedade” (BOURDIEU, 1996, p. 72). Formado por artistas plásticos e escritores, mas também por jornalistas e intelectuais, esse campo tem como característica a recusa a alguns aspectos do modo de vida burguês, com sua seriedade, burocratização e submissão às leis do trabalho e do mercado. Porém, o autor deixa claro que, como qualquer outro campo, sua formação e existência são baseadas na ambiguidade de práticas e objetivos. Ao mesmo tempo em que a boemia aproxima artistas e intelectuais do “povo”, a situa simbolicamente mais perto da aristocracia ou da grande burguesia do que da burguesia bem-comportada, principalmente no âmbito das “relações entre os sexos em que experimenta em grande escala todas as formas de transgressão, amor livre, amor venal, amor puro, erotismo, que institui como modelo em seus escritos” (BOURDIEU, 1996, p. 73).

Chega-se aqui à outra característica importante da boemia: fazer da vida uma obra de arte e transpor a vida para a produção artística. Charles Baudelaire (2001, p. 41), poeta-ícone da boemia parisiense do século XIX, em seu *Poema do Haxixe*, fala de como o ser humano – ao fazer uso da substância – pode viver várias vidas no espaço de uma hora, para então concluir: “Você não é então um romance fantástico que seria vivo em lugar de ser escrito?” O escritor Honoré de Balzac disse que em uma sociedade dividida em três tipos – o homem que trabalha, o homem que pensa e o homem que não faz nada – “o artista é uma

exceção: sua ociosidade é um trabalho e seu trabalho, um repouso” (apud BOURDIEU, 1996, p. 73).

A produção artística e intelectual da boemia contribui para o reconhecimento público dessa nova entidade social – especialmente ao inventar e difundir a própria noção de boemia – e para a construção de sua identidade, de seus valores, de suas normas e de seus mitos. A descrição da boemia carioca feita por Castro (1990) demonstra como a relação entre vida noturna (boemia) e trabalho não é dicotômica, mas complementar. Na verdade, o espaço de convivência da boemia influenciava o processo criativo assim como a produção artística e intelectual deste grupo contribuía para construir este mesmo campo social e reafirmar sua produção simbólica.

Dizia-se, com evidente exagero, que das mesas do Villarino podia-se sair com a montagem de um musical brasileiro praticamente esquadrihada, incluindo libreto, canções, cenários, cartazes e, se duvidassem, até as críticas — contra e a favor —, antes que o musical fosse encenado (CASTRO, 1990, p. 64).

A produção das “críticas – contra e a favor” ficaria por conta dos jornalistas que faziam parte desse universo boêmio. Jornalistas e escritores, já que, naquele momento histórico, as fronteiras entre esses dois atores sociais ainda não estavam completamente nítidas no Brasil. O fato é que a atividade jornalística e o ambiente da boemia estiveram interligados desde o início da formação dos campos artístico-literário e jornalístico, que ocorreu na Europa durante a segunda metade do século XIX. Benjamim (1989), que também abordou a boemia francesa deste período – através da análise da vida e da obra de Baudelaire –, demonstra como os cafés e os “aperitivos” serviram praticamente como uma escola aos jornalistas e aos escritores que produziam folhetins para os jornais. O relato também demonstra a faceta híbrida da boemia, que funde lazer e trabalho, vida pública e vida privada:

Era nos cafés, durante o aperitivo, que se recheava a informação. [...] A atividade dos cafés treinou os redatores do serviço informativo antes mesmo que sua maquinária estivesse desenvolvida. [...] Assim, a assimilação do literato à sociedade em que se encontrava se consumou no bulevar. Era no bulevar que ele tinha à disposição o primeiro

incidente, chiste ou boato. No bulevar, desdobrava os ornamentos de suas relações com colegas e *boas-vidas* [grifo do autor]. No bulevar, passava suas horas ociosas, exibindo-as às pessoas como parcela de seu horário de trabalho (BENJAMIM, 1989, p. 24-25).

Pode-se afirmar que Millôr Fernandes era um dos agentes do campo artístico-literário e, conseqüentemente, da boemia carioca nos anos 50/60¹³, e que a revista *Pif Paf* funcionava como suporte divulgador de um certo imaginário boêmio (o “ponto de vista carioca”) através de um discurso no qual estavam presentes valores, normas e mitos desse universo. Além disso, a publicação de Millôr não servia apenas como lugar de comentário de um espaço observado, mas exercia papel ativo, enquanto prática – como as demais produções dos agentes do campo –, na construção de uma realidade social através de enunciações performativas: “essas descrições visam fazer ver e fazer crer, fazer ver o mundo social de acordo com as crenças de um grupo social que tem a particularidade de possuir quase o monopólio da produção do discurso sobre o mundo social” (BOURDIEU, 1996, p. 73).

2.4 POSICIONAMENTO IDEOLÓGICO

Na segunda página do primeiro número de *Pif Paf* (ANEXO Z), vê-se o nome de Millôr Fernandes como “diretor”, Yller Kerr como “diretor comercial”, e Eugênio Hirsh como “diretor de arte”. Acima dessas informações, duas fotos (no tamanho 3x4 cm) de cada um deles, uma de frente e outra de perfil, usando óculos escuros, numa alusão às fotos feitas nas delegacias para identificar os prisioneiros. O interessante é que os óculos escuros quebram um pouco com a hierarquia, afinal, em uma foto na delegacia eles seriam obrigados a tirar os óculos. Porém, e ao mesmo tempo, os três indivíduos estão com uma feição séria, o que torna ainda mais irônica a situação.

Com uma citação do escritor George Bernard Shaw, ao lado, tudo se torna mais claro: “Todo homem de bom senso aceita o mundo como ele é. Só os loucos tentam reformar o mundo. Portanto, todo progresso depende dos loucos”.

¹³ Premissa esta que será aprofundada no segundo capítulo, quando analisaremos especificamente sua trajetória.

Importante retermos essa citação de Shaw porque, na continuidade, percebe-se a constante presença de paradoxos, ironias e de inversões de lógicas em seu conteúdo. A loucura perde seu estatuto de falha, de patologia – verificado nos senso comum – e se mostra como única alternativa para uma possível compreensão do mundo.

Por exemplo, que revista ou jornal pode apresentar, em sua primeira edição, a conhecida seção Cartas do Leitor, aqui como o nome As cartas do *Pif Paf* (ANEXO A.A)? Como os leitores poderiam reclamar, fazer sugestões ou tirar dúvidas de algo que eles ainda não tinham lido? Mas é exatamente isto que ocorre: “Inédito! Entusiasmados com a alta qualidade moral [...] de *Pif Paf* os leitores nem esperaram a saída do primeiro número de nossa revista e já começaram a nos escrever sobre ele”.

Vemos, em seguida, um suposto senhor João Telles, de São Paulo, explicar em sua carta o motivo desta incoerente seção no primeiro número da publicação:

Sr. Redator: Apreciei imensíssimo toda a sua revista. Mas o que achei mais bem bolado mesmo foi o senhor publicar a seção com Cartas do Leitor já no primeiro número. O fino. Isso significa uma sátira à seção das outras revistas que, evidentemente, forjam inúmeras cartas para apoiar seus próprios pontos de vista.

O leitor passa assim a ser a voz da revista, função que ele mesmo afirma que as outras publicações fazem, porém, na *Pif Paf*, a voz serve para desmascarar este esquema. Através da resposta ao leitor fictício, os produtores da revista expõem suas motivações e um de seus objetivos: criticar (por meio do humor) algumas práticas recorrentes na grande imprensa (como, no caso, a seção de cartas do leitor). Outro objetivo parece ser valorizar também a posição do leitor e explicitar a característica polissêmica e dialógica da linguagem, como se vê na resposta: “Teles, não pretendemos que nossas páginas e ideias tenham apenas uma significação. O que pretendemos com nossas ideias se resume na palavra **refração** [*grifo do autor*]. Que elas possam atuar sobre cada leitor de uma maneira diferente. Um espelho partido”.

Pode-se concluir que são “loucos”, na verdade, aqueles que fazem *Pif Paf*. “Só os loucos tentam reformar o mundo”. O mundo, aqui, pode ser o mundo do jornalismo, o mundo da linguagem, o mundo

social, enfim, o que dá a tônica é a ideia de mudança, de que algo está errado e precisa ser transformado. Isso fica claro, também, através das inversões de noções do senso comum presentes na declaração dos princípios da publicação, na página 3, do primeiro número (ANEXO A.B). São 10 declarações, e vemos algo como: “Nossa intenção básica é fazer com que os homens de bem se arrependam” ou “Todo homem tem o sagrado direito de torcer pelo Vasco na arquibancada do Flamengo”. Poderia ser até um dos loucos de Shaw falando, afinal, do quê um homem de bem pode se arrepender? Como misturar torcedores de times que tem uma tradição de rivalidade?

O segundo princípio também desestabiliza outra ideia generalizada, aquela que confunde humor com uma espécie de autoajuda:

Pretendemos meter o nariz exatamente onde não formos chamados. Humorismo não tem nada a ver e não deve ser confundido com a sórdida campanha de “Sorria Sempre”. Essa campanha é anti-humorística por natureza, revela um conformismo primário, incompatível com a alta dignidade do humorista. Quem sorri sempre ou é um idiota total ou tem dentadura mal ajustada.

Essa mesma ideia também se encontra nas “frases de rodapé” da revista. Essas frases, em letras miúdas, na borda inferior das páginas, estão em quase todos os números da revista e geralmente são autorreferentes: é a *Pif Paf* falando da *Pif Paf*. Por exemplo, na página 19, da edição de nº 3: “Não ria se não achar graça. O *Pif Paf* é uma revista humorística: não é uma palhaçada”; ou na página 22, da edição nº 4: “Já repetimos: o humor compreende também o mau humor. O mau humor é que não compreende nada”.

Voltando à declaração de princípios, a revista também expõe, de forma irônica, o seu posicionamento político-ideológico com o princípio nº 5: “Os comunistas são contra o lucro. Nós somos apenas contra os prejuízos”; e com o nº 8:

Esta revista será de esquerda nos números pares e de direita nos números ímpares. As páginas em cor serão, naturalmente, reacionárias, e as em preto e branco populistas e nacionalistas. Todos os comerciantes e industriais que não anunciarem

serão olhados com suspeitas pois quem “não anuncia, se esconde”.

Em 1964, o contexto histórico mundial era o da Guerra Fria¹⁴: momento de polarização entre esquerda e direita, entre capitalismo e comunismo. Com o seu oitavo princípio, a revista *Pif Paf* denota um posicionamento não de centro, mas que valoriza a democracia, mais especificamente, a liberdade proporcionada pelo sistema democrático. A frase de rodapé da página 15, da edição de número 3, sintetiza bem essa proposta: “Em todos os números do *Pif Paf* falaremos do tema Liberdade. É um assunto que nos tem presos”.

Desde o governo Kubitschek, o Brasil vivia um momento democrático e de intensa mobilização política e social, mais precisamente a partir da posse do presidente João Goulart, em 1961. Ridenti (2000) e Gaspari (2002) mostram como durante o governo de Goulart passou-se a discutir em âmbito nacional uma série de questões sociais relativas às camadas médias e baixas da população. Poderia se ver, na reformas de base propostas pelo governo, um tom progressista no trato de diversas questões delicadas para a sociedade brasileira – notadamente de base oligárquica e escravocrata – como, por exemplo, a reforma agrária. No dia 13 de março de 1964, foi realizado o comício da Central do Brasil, em que João Goulart anunciou uma série de reformas de cunho nacionalista e popular¹⁵ para cerca de 300 mil trabalhadores, estudantes e membros de facções políticas de esquerda. Em resposta, a direita e os setores conservadores, atemorizados com a ascensão popular e com uma possível revolução comunista no país, realizaram, seis dias após o comício, uma passeata com cerca de 400 mil participantes, em São Paulo, a Marcha da Família com Deus e pela Liberdade.

Assim, o clima no início dos anos 60 no Brasil era de intensa mobilização política e social que foi, de certa forma, suplantada pelo o

¹⁴ Entre uma nação capitalista, os Estados Unidos, e outra comunista, a União Soviética. Ambas, a partir do fim da Segunda Guerra mundial, em 1945, começaram a travar disputas pela expansão de seus modelos econômicos e ideológicos por todo o mundo. Exemplo disso foram a Guerra do Vietnã (1959-1975), a Guerra da Coreia (1950-1956), a Revolução Cubana (1959) e sucessivos golpes militares que instauraram ditaduras pela América Latina, situação na qual se encontrava o Brasil.

¹⁴ Como, por exemplo, a nacionalização de refinarias particulares de petróleo e desapropriação de propriedades à margem das ferrovias, rodovias e em zonas de irrigação dos açudes públicos. OS sucessivos golpes militares que instauraram ditaduras pela América Latina, situação na qual se encontrava o Brasil.

¹⁵ Como, por exemplo, a nacionalização de refinarias particulares de petróleo e desapropriação de propriedades à margem das ferrovias, rodovias e em zonas de irrigação dos açudes públicos.

golpe militar de 1964, promovido pelos setores conservadores do Exército, da Igreja, dos empresários, dos latifundiários e da imprensa. Uma parcela da sociedade brasileira, que buscava reformas – ou revoluções – de cunho progressista e de esquerda, vinha em uma trajetória de relativa liberdade que foi bruscamente interrompida pelo golpe. Porém, a força mobilizadora e o imaginário revolucionário de esquerda não estagnariam abruptamente. Podemos ver este período histórico do país como um momento no qual a simbologia referente ao ideal revolucionário circulava de forma intensa. Além disso, ocorriam disputas internas entre os atores que compartilhavam esse imaginário para definir posições a serem tomadas, práticas a serem difundidas, teorias a serem debatidas e seguidas. A esquerda brasileira deste período não pode ser vista de forma unívoca, e a multiplicidade de propostas era a tônica reinante:

Na década de 1960, a utopia que ganhava corações e mentes era a revolução (não a democracia ou a cidadania, como seria anos depois), tanto que o próprio movimento de 1964 designou-se como *revolução*. As propostas de revolução política e também econômica, cultural, pessoal, enfim, em todos os sentidos e com os significados mais variados, marcaram profundamente o debate político e estético principalmente entre 1964 e 1968. Enquanto alguns inspiravam-se na revolução cubana ou na chinesa, outros mantinham-se fiéis ao modelo soviético, enquanto terceiros faziam a *antropofagia* do maio francês, do movimento *hippie*, da contracultura, propondo uma transformação que passaria pela revolução nos costumes. Rebeldia contra a ordem e revolução social por uma nova ordem mantinham um diálogo tenso e criativo, interpenetrando-se em diferentes medidas na prática dos movimentos sociais, expressa nas manifestações artísticas e nos debates estéticos [...] (RIDENTI, 2000, p. 44).

Millôr Fernandes, como jornalista da revista *O Cruzeiro* e autor teatral, fazia parte tanto do campo jornalístico quanto do campo artístico, e ambos eram palcos nos quais travava-se essa disputa simbólica pelo direito de consagrar determinada visão revolucionária e

estética de mundo. Por motivos que serão apresentados no segundo capítulo, Millôr foi demitido da revista e criou a sua própria, a *Pif Paf*. A partir das características analisadas através do discurso da publicação até aqui, podemos constatar que ela não se enquadra no imaginário das teorias comunistas das revoluções citadas por Ridenti. O “ponto de vista carioca” *pifpafiano* remete muito mais à antropofagia, à contracultura, à revolução nos costumes, à “rebeldia contra a ordem” do que ao dogmatismo das esquerdas tradicionais, que não davam muito espaço – talvez, não dessem espaço nenhum – para a crítica interna. Baseadas, fundamentalmente, em teorias funcionalistas, racionalistas e materialistas da sociedade, não davam margem, por exemplo, para aspectos da subjetividade do indivíduo ou para hibridismos culturais. No âmbito das artes, é perceptível o embate entre as diversas vertentes ideológicas.

Os Centros Populares de Cultura (CPCs), criados em 1961 pela União Nacional dos Estudantes – que, por sua vez, era o braço universitário do Partido Comunista Brasileiro (PCB) –, possuíam e difundiam uma visão nacional-popular em relação às artes em geral. A orientação era buscar as raízes populares da cultura brasileira para construir uma nova sociedade; entrar em contato com o povo e falar a língua dele para, assim, orientá-lo na luta política. As artes eram vistas por um prisma pedagógico e dogmático que excluía o posicionamento estético da “arte pela arte” e imputava, ao artista, uma missão social e política.

Obviamente, uma série de movimentos artísticos não se enquadrava na cartilha dos CPCs, entre eles, o movimento concretista, a bossa nova e o tropicalismo, para citar alguns. Porém, com o tempo, mesmo participantes ativos dos próprios Centros começaram a perceber que a política funcionalista da arte implicava em uma série de limitações estéticas. O poeta Ferreira Gullar, que foi um dos principais dirigentes, avaliou autocriticamente a posição dos CPCs:

O grande erro do CPC foi dizer que a qualidade literária era secundária, que a função do escritor é fazer de sua literatura instrumento de conscientização política e atingir as massas, porque se você for sofisticado, se fizer uma literatura, um teatro, uma poesia sofisticada, você não vai atingir as massas. Então, propunha fazer uma coisa de baixa qualidade para atingir as massas (...). Nós nem fizemos boa literatura

durante o CPC, nem bom teatro, nem atingimos as massas. Então, nós sacrificamos os valores estéticos em nome de uma tarefa política que não se realizou porque era uma coisa inviável (apud RIDENTI, 2000, p. 111).

Essa postura do CPC está intimamente relacionada com o contexto de polarização da Guerra Fria e com o golpe militar de 1964. O imaginário revolucionário comunista orientava a produção de artistas e intelectuais das mais diversas áreas. A própria bossa nova, reconhecida pelo seu distanciamento de causas políticas, pela valorização das preocupações do “eu” em detrimento do social, se viu, a partir do golpe, na obrigação de lidar com essas questões. Em 1964, a cantora Nara Leão, considerada a “musa da bossa nova”, gravou o disco *Opinião de Nara*, que, segundo Castro (1990), representou um racha no movimento. A questão é que, neste disco, Nara gravou músicas de sambistas dos morros cariocas com temáticas sociais ligadas à pobreza. Além disso, deu uma entrevista para a revista *Fatos & Fotos* em que criticava a bossa nova por ser uma música feita pela elite e para a elite. A entrevista provocou a indignação imediata de músicos que reagiram através da imprensa e de suas produções. Formou-se uma divisão entre os agentes do campo e, segundo Castro (1990, p. 356), quem não fazia parte do lado “politizado” automaticamente era considerado de direita ou alienado.

A formação de uma ala esquerda no que ainda se chamava de Bossa Nova — Nara, Carlinhos Lyra, Sérgio Ricardo, Vandrê, Edu Lobo, Ruy Guerra, Gianfrancesco Guarnieri — remetera para a direita todos os outros, apenas porque eles continuavam interessados exclusivamente em fazer música (Os piores eram os alienados assumidos, como Bôscoli, Tom Jobim e Aloysio de Oliveira).

Assim, somada à patrulha ideológica da ditadura militar – que via comunismo em qualquer lugar – havia outra dentro dos movimentos artísticos, da intelectualidade e da própria esquerda. O jornalismo, enquanto campo de autonomia relativa, ou seja, que é fortemente influenciado por outros campos, também sentia os efeitos desse embate simbólico. Dentro da grande imprensa, a crítica tomava partido. O crítico de música José Ramos Tinhorão (1997), por exemplo, era

conhecido por sua postura nacionalista e criticou a bossa nova e o tropicalismo por serem alienantes e representarem a invasão da cultura imperialista norte-americana que destruiria, assim, o patrimônio nacional. A imprensa alternativa, surgida após a ditadura, também encenou esse embate a seu modo. Kucinski (1991, p. 15) percebe, de um lado, a existência de jornais vinculados à doutrina marxista e à ideologia do nacional-popular e, de outro, jornais satíricos vinculados a um pensamento libertário e existencialista, “mais voltados à crítica dos costumes e à ruptura cultural. Investiam principalmente contra o autoritarismo na esfera dos costumes e o moralismo hipócrita da classe média”.

Pif Paf foi a primeira de uma série de publicações que teriam na *blague* e na independência ideológica as propostas de suas linhas editoriais. Obviamente, que em um contexto político totalitário e repressor, a própria afirmação da liberdade pode ser lida como uma manifestação política: “Pif Paf em revista foi a primeira iniciativa editorial de resistência ao arbítrio do regime policialesco. Não nasceu nem viveu para fazer militância política, muito menos partidária, mas só por ser uma revista de humor já era uma afirmação de liberdade” (FREITAS, 2005, p. 7).

Na página 2, da edição de nº 4 (ANEXO A.C), *Pif Paf* publicou um formulário para ajudar os “leitores preguiçosos” a cancelar a assinatura ou reclamar da revista. Uma das justificativas que poderia ser marcada era a seguinte: “porque suas opiniões políticas são muito variáveis e eu nunca sei a quantas ando com essa redação”. Já na página 21, da edição de nº 2 (ANEXO A.D), temos um anúncio da própria revista que oferece a compra de consciência política: “Quer vender a sua consciência? Deseja trair a pátria? Quer se desfazer de seus velhos ideais? (...) Mandamos um salafra especializado visitá-lo imediatamente. Líderes de esquerda, de direita, militares, civis, prelados – NÓS COMPRAMOS TUDO [grifo do autor]”.

Em um contexto de polarizações políticas e de instauração de uma ditadura militar, criticar a própria esquerda e insinuar que ela poderia conter elementos corruptos tanto quanto a direita, demonstra um posicionamento crítico, e mesmo iconoclasta, em relação às propostas de organização política e de visões de mundo que viam, no comunismo, a única saída para a ditadura. O posicionamento ideológico da *Pif Paf* nos remete muito mais a algo próximo de um posicionamento anárquico, no qual a própria noção de autoridade e de estabilidade dos papéis sociais é criticada. Por seu conteúdo eminentemente humorístico, a

própria tomada de partido da revista se tornava difícil. Isso porque, como disse Millôr Fernandes, na coluna *Pif Paf* da revista *O Cruzeiro*, em 1955, a base da atividade do humorista é justamente a sua não vinculação a nenhuma classe ou ideologia, visto que isso tolheria a independência necessária para criticar tudo e todos:

O humorista é o último dos homens, um ser à parte, (...) não está alistado entre os cidadãos úteis da República, (...) não estabelece regras de conceito ou comportamento. (...) Assim, o humorista tem de ser mais infeliz que os outros artistas, porque não pode aceitar o louvor precário que lhe oferece a falível humanidade que critica. No momento em que o aceita e passa a se julgar com direito a ele, já perdeu substância como humorista (FERNANDES, 1975, p. 68-69).

Assim, Kucinski (1991, p. 16) fala que o trabalho de Millôr Fernandes não era condicionado por uma ideologia específica, mesmo em um contexto que cobrava a todos tomar partido e ser politicamente engajados:

O humor de Millôr ia além dos marcos da crítica social da maioria dos humoristas da época, atingindo o âmbito da filosofia de vida. Mas, depois do golpe militar, que coincidiu com a ruptura do Diários Associados, tornou-se engajado. Não à moda das esquerdas, a partir de uma ideologia, e sim ao estilo do existencialismo sartreano, cuja pedra angular, conforme Luís Carlos Maciel, era a liberdade da existência humana.

Segundo Arendt (2008, p. 218), o existencialismo francês – mesmo com diferenças de posicionamento entre seus expoentes – possui como forte característica o repúdio ao chamado *l'espirit de sérieux* (“espírito de seriedade”), que pode ser equiparado a algo como respeitabilidade advinda da conformação do indivíduo com a sua função social. Trata-se do repúdio a se encaixar em padrões e funções que a sociedade impõe de maneira arbitrária. *L'espirit de sérieux* é a própria negação da liberdade visto que, para o existencialismo, essas funções são na verdade deformações sofridas pelo ser humano. Para Arendt

(2008, p. 220), a saída proposta pelos existencialistas para a afirmação da liberdade seria brincar de ser o que de fato se é, evitando, assim, o processo de reificação do ser humano:

Nesse contexto, o novo “ideal” se torna o ator cuja própria profissão é fingir, que constantemente muda de papel, e assim nunca pode levar nenhum papel a sério. Brincando de ser o que é, a pessoa preserva sua liberdade de ser humano contra as pretensões de suas funções; além disso, apenas brincando de ser o que realmente é, pode o homem afirmar que nunca é igual a si mesmo, como uma coisa é igual a si mesma. Um tinteiro é sempre um tinteiro. O homem é sua vida e suas ações, que nunca acabam até o momento de sua morte. Ele é sua existência [*grifo da autora*].

A oposição ao espírito de seriedade possui afinidades com o ponto de vista carioca *pipafiano*, visto no item anterior. Tanto os intelectuais existencialistas franceses, quanto a boemia carioca dos anos 50 e 60, pautavam suas críticas à sociedade no repúdio à reificação do ser humano, apesar de realizarem essas críticas em estilos diferentes.

Esse “projeto” existencialista de ser humano, de que fala Arendt (2008) pode ser verificado no *slogan* da revista, presente na capa da edição de lançamento (ANEXO A): “Cada número é exemplar, cada exemplar é um número”. Há um jogo, com as palavras “exemplar” e “número”, que pode ser interpretado da seguinte forma: cada edição da *Pif-Paf* (cada número) serve de exemplo, de modelo a ser seguido, porém, cada exemplar (agora com o sentido de cada uma das edições da revista) é um número, no sentido de uma cena de espetáculo teatral ou de dança. Ou seja, ao mesmo tempo em que a revista concede a si mesma a qualidade respeitável de ser exemplo para as outras publicações, ela brinca com essa constatação indicando a possibilidade de, na verdade, tudo ser fingimento, brincadeira, ou melhor, que ela pode interpretar vários personagens e, assim, repudiar o *l'espirit de sérieux*. Essa liberdade e o não enquadramento a nenhuma ideologia específica ficam claros na edição de número 2 (não é informado o dia, apenas o mês: junho).

A capa desta edição (ANEXO K) é uma grande ilustração que se expande para contracapa e que pode ser usada como o tabuleiro de um jogo, denominado “jogo da democracia”. Assim, com um dado

desenhado, que deve ser recortado e montado, vai se percorrendo os caminhos desse sistema político de forma lúdica e cômica. Assim, por exemplo, na casa cinco, há um desenho do político Adhemar de Barros rezando, com a descrição: “topa o Adhemar rezando, começa de novo”; na casa dezessete, outro desenho do mesmo político, com a ordem: “Volta a encontrar o Adhemar. Já é azar demais... Fica sem jogar 2 vezes”. O político Adhemar de Barros participou ativamente na conspiração que deu origem ao golpe militar e foi um dos organizadores da “Marcha da Família com Deus pela Liberdade”, uma das grandes manifestações conservadoras do período pré-golpe.

Da mesma forma, a crítica é feita ao sistema de pensamento comunista. A casa número 54 diz: “pegue este martelo e vá ao número 60”; no número 60, há a ilustração de uma foice e lê-se: “junte o que você trouxe do número 54 e avance até o número 63”; chegando ao número 63, encontra-se o desenho de uma senhora gritando: “Comunista! Sai do jogo”.

Podemos afirmar que o conteúdo da *Pif-Paf* tem como pano de fundo esse ideal libertário, avesso a qualquer forma de controle de pensamento e enquadramento social. O conteúdo está sempre, direta ou indiretamente, ligado ao conceito de liberdade, em uma postura independente de partido ou ideologia. Porém, com uma ditadura militar de direita recém-instaurada, o sentido de atualidade jornalística dos produtores da revista faz com que o foco crítico fique sobre a ditadura militar. Ao longo dos seus 8 números, são inúmeros os exemplos de charges, textos e foto-montagens criticando o sistema totalitário e seus ícones representados, por exemplo, nas charges que tinham como personagens oficiais militares.

Já em seu primeiro número, na página 5, há uma charge (ANEXO A.E), do humorista e cartunista Claudius, representando a seguinte situação: um grupo de pessoas correndo ao fundo, em segundo plano, e um enorme policial com uma feição de raiva segurando um garoto, vendedor ambulante de balas e doces. Abaixo do desenho está a frase “Avisei sem querer” seguida de um travessão que indica a fala do menino: – Só gritei “OLHA O DROPS! [*grifo do autor*]”.

O efeito cômico da charge está no trocadilho entre “drops” (um tipo de bala comestível) e “DOPS”, Departamento de Ordem Política e Social, órgão repressor do governo federal instituído durante o Estado Novo (regime totalitário instituído no país por Getúlio Vargas, de 1937 à 1945). Apesar de ter sido criado naquele período, o DOPS ficou ativo até a década de 80, tendo papel preponderante na repressão política e

ideológica da população, promovendo prisões ilícitas e torturas. A crítica se dá pela desproporção de forças através da enorme figura do policial e o tamanho diminuto do garoto pendurado. A ideia é a de uma força policial com todo o aparato do Estado agindo contra cidadãos indefesos e de uma patrulha ideológica que vê comunismo em tudo, até mesmo onde não há.

Esta charge é importante na história da *Pif-Paf* porque foi devido a ela que o seu autor, Claudius, foi preso. Já no número seguinte da revista, na página 2 (ANEXO A.F), aparece a notícia informando a prisão do humorista. Há uma idéia corrente de que a repressão na ditadura militar brasileira apenas se intensificou com o AI-5, em 1968. Segundo Kucinski (1991, p. 13), muitos dos cidadãos contrários ao golpe brincavam dizendo que a ditadura brasileira, na verdade, era uma *ditamole*. Porém, a prisão de Claudius cerca de apenas 2 meses após o golpe mostra que, desde o começo, este sistema totalitário já operava sob o signo do medo e da censura.

A manchete da prisão foi “Claudius em cana – Obrigado a DOPS ou Nós também somos presos”. O fato de agradecer ao órgão repressor já provoca dubiedade no discurso, contradição e ironia. Após a descrição de como se deu a prisão, a revista agradece ao Dops por se lembrar da classe dos humoristas que, agora, já tem um mártir oficial. Terminando a notícia, ainda resta o recurso da ironia, porém, em um tom mais amargo que deixa claro a gravidade da situação, mesmo provocando o riso:

Obrigado a DOPS, que afinal também se lembrou de nós. Esperamos que a família de Claudius – mulher, filho, pais, irmãos – possa ver com a mesma sadia compreensão e o mesmo sorriso de satisfação nos lábios o seu jovem chefe ser levado de casa numa emboscada para uma breve temporada de incomunicabilidade e terror.

Na página 10 da edição de número 4 (ANEXO A.G), aparece um anúncio do próximo número da revista, que trará texto e desenho de Claudius diretamente da prisão: “No próximo número, Claudius, o 1º humorista-mártir escreve e desenha sua hilariante experiência intitulada Rigorosamente Incomunicável! Não percam: prisão, alimentação, interrogatório e soltura de um verdadeiro e perigoso humorista”.

Ao ler esse anúncio podemos pensar algo como “seria trágico, se não fosse cômico”. Na verdade, este ditado popular sintetiza uma

característica do humor, que é um recurso linguístico que denota força do emissor, já que é uma forma deste não se deixar atingir pelas vicissitudes da vida. Seria uma forma de demonstrar o seguinte pensamento: “estou sendo agredido, mas não me importo, faço desta agressão uma forma de sentir prazer”.

O ego se recusa a ser afligido pelas provações da realidade, a permitir que seja compelido a sofrer. Insiste em que não pode ser afetado pelos traumas do mundo externo; demonstra, na verdade, que esses traumas para ele não passam de ocasiões para obter prazer (...). O humor não é resignado, mas rebelde. Significa não apenas o triunfo do ego, mas também o do princípio do prazer, que pode aqui afirmar-se contra a crueldade das circunstâncias reais (FREUD, 1996, p. 123).

A resposta de Claudius à sua prisão, publicada na edição de número 5 (ANEXO A.H), foi muito mais crítica à ditadura do que a charge que o levou à prisão. O texto possui um humor sofisticado e aponta precisamente o absurdo de toda a situação que, por si só, provoca o riso. Com o título “Rigorosamente Incomunicável!”, assim é o primeiro parágrafo: “Se você nunca pensou em dinamitar um porta-aviões, mandar pelos ares paióis de munição, metralhar o Palácio do Governo, destruir a ponte Rio-Niterói ou esvaziar os pneus do Diretor de Trânsito, cuidado! Você pode vir a ser preso a qualquer instante”.

Segundo Propp (1992, p. 105), os mais importantes recursos linguísticos usados no humor são o trocadilho, o paradoxo e a ironia. Além disso, o autor afirma que o riso não nasce apenas do defeito, mas de sua repentina e inesperada descoberta. No trecho citado, temos um paradoxo que é percebido de forma imprevisível, apenas na última frase do parágrafo.

O paradoxo está em uma proposição que contraria os princípios básicos que costumam orientar o pensamento humano, resultando daí uma falta denexo. A ideia do senso comum é a de que só se vai preso quando se infringe a lei, como por exemplo, alguma das atitudes descritas pelo autor do texto (“metralhar o Palácio do Governo”, “destruir a ponte Rio-Niterói” etc.). O problema é que Claudius afirma que você pode ser preso mesmo sem nunca ter infringido a lei, como ele, que foi preso por fazer humor.

O paradoxo parece ser a única forma de se aproximar de fato do absurdo, do verdadeiro *nonsense* dos regimes totalitários, como ser preso por fazer um desenho crítico, até chegar ao ponto de prender pessoas que sequer criticaram o governo. Neste sentido, fazer uma piada sobre o poder político equivale, para os que estão no poder, a destruir a ponte Rio-Niterói.

Na verdade, o humor sempre foi usado como arma política e como pretexto para prisões e até execuções feitas pelo Estado ou qualquer que fosse o poder dominante do período. No livro *O nome da rosa*, de Humerto Eco (1983, p. 533), o padre – que tentou a todo custo esconder o livro de Aristóteles que falava sobre a Comédia – explica, assim, a sua atitude e o perigo do uso do humor contra as classes estabelecidas, no caso, o clero:

O riso libera o aldeão do medo do diabo, porque na festa dos tolos também o diabo aparece pobre e tolo, portanto controlável. Mas este livro poderia ensinar que libertar-se do medo do diabo é sabedoria. Quando ri, enquanto o vinho borbulha em sua garganta, o aldeão sente-se patrão, porque inverteu as relações de senhoria: mas este livro poderia ensinar aos doutos os artifícios argutos, e desde então ilustres, com que legitimar a inversão [...]. O riso distrai, por alguns instantes, o aldeão do medo. Mas a lei é imposta pelo medo, cujo nome é temor a Deus.

Pif-Paf estava sob a égide de uma lei imposta pelo medo, mas nesse caso não mais pela Igreja, e sim por um poder secular: a censura aplicada pelo estado totalitário. A atividade jornalística, de um modo geral, é rodeada de estrangulamentos, sejam eles organizacionais (a ordem hierárquica das empresas noticiosas) ou econômicos (através da dependência financeira dos anunciantes). A revista não tinha as restrições organizacionais dado que, como era comum aos veículos da imprensa alternativa do período da ditadura, *Pif-Paf* não possuía hierarquia na sua redação. Ela era feita basicamente por uma só pessoa, Millôr Fernandes, e os outros nomes que apareciam na revista eram de colaboradores situados em igual posição, com total liberdade criativa. Porém, com relação aos constrangimentos econômicos, a revista possuía uma relação ambígua com a publicidade, já que, ao mesmo tempo em que o pequeno número de anunciantes proporciona liberdade criativa – e

um reconhecimento propriamente cultural –, acaba limitando os recursos materiais necessários para a produção.

2.5 A RELAÇÃO COM A PUBLICIDADE

D Quanto às pressões dos anunciantes, essas também inexistiam. As primeiras propagandas apareceram na edição de número 3: livraria “Ler”; loja de móveis “Oca”; e “Servitox Inceticidas Ltda”. Contando com essas, nos 8 números da *Pif-Paf* apareceram apenas 9 anúncios. Na edição de número 4, um anúncio da loja de móveis “Oca”, e outro da livraria “Ler”; na edição número 7, um anúncio do “Banco Nacional de Minas Gerais”, e outro da “Mobília Contemporânea”; e na edição de número 8, três anúncios: “Mobília Contemporânea”, “João Sebastião Bar” e “Banco Nacional de Minas Gerais”.

O número restrito de anunciantes proporciona maior liberdade criativa e, de certa forma, a revista se orgulhava disso. A frase de rodapé da página 21 da edição número 2 diz: “Acharam também que nossa revista tem muito poucas páginas. Como gostam de anúncios, santo Deus!” Há aí uma crítica à grande imprensa, às publicações em que o número de páginas ocupadas por publicidade chegaria a ser exagerado. Com isso, a *Pif Paf* declara, de forma implícita, uma postura divergente, libertária, e valoriza o seu conteúdo. Da mesma forma, outra frase de rodapé (na página 2 do mesmo número) corrobora essa característica artesanal – e até precária – da revista: “Muita gente reclamou do papel do nosso primeiro número. Não estamos vendendo papel. Estamos vendendo ideias”.

Interessante notar como esse aparente descaso com relação ao dinheiro e ao lucro é uma das características do mercado de produção de bens simbólicos, mais especificamente do campo artístico-literário. É o que Bourdieu (2001, 2007) denomina de “tabu da explicitação”, o mecanismo que faz com que aquilo que é explícito na economia das trocas econômicas seja denegado na economia das trocas simbólicas: o preço. As negociações no mercado de bens simbólicos se realizam através de um verdadeiro “interesse no desinteresse”: o escritor, por exemplo, quer vender seu livro, mas não pode explicitar o valor que será cobrado porque isso acabaria, justamente, com a aura de seu produto, visto que é imaterial e dotado de valor justamente por não se submeter às regras de uma sociedade materialista. Daí surgem os ícones, os artistas que viveriam pela sua arte independentemente de não conseguirem lucrar – e muitas vezes até sobreviver – com ela; que obteriam seu

reconhecimento somente após a morte. Demonstrariam, assim, o sacrifício e a unicidade do trabalho artístico que não é compreendido pela massa, apenas pelos seus próprios pares de produtores-artistas, formando-se assim um campo autônomo, onde apenas os agentes internos delimitam os limites do que fazer e do como fazer.

Estes [*os bens simbólicos*] constituem realidades com dupla face – mercadorias e significações – cujo valor propriamente cultural e cujo valor mercantil subsistem relativamente independentes, mesmo nos casos em que a sanção econômica reafirma a consagração cultural. [...] No momento em que se constitui um mercado da obra de arte, os escritores e artistas têm a possibilidade de afirmar – por via de um paradoxo aparente – ao mesmo tempo, em suas práticas e nas representações que possuem de sua prática, a irredutibilidade da obra de arte ao estatuto de simples mercadoria, e também, a singularidade da condição intelectual e artística (BOURDIEU, 2007, p. 102-103).

Essa dupla natureza dos bens simbólicos também é verificável no jornalismo – por este fazer parte do mercado de bens simbólicos – na medida em que analisamos a dimensão mitológica da atividade jornalística, isto é, as narrativas, símbolos, ícones, papéis e funções que constituem “uma panóplia de ideologias justificativas em que é claramente esboçada uma identidade profissional, isto é, um *ethos*, uma definição da maneira de como se deve ser (jornalista)/ estar (no jornalismo)” (TRAQUINA, 2005, p. 126).

Dentre as várias definições do jornalista neste *ethos*, está a figura oriunda de uma certa idealização romantizada da profissão: a do jornalista abnegado, que tem como função primordial a defesa a qualquer custo da liberdade, não importando os obstáculos para atingir esse propósito. A defesa da liberdade, a vigilância sobre o Estado e a conscientização da população estariam acima de suas necessidades individuais e da compensação financeira. Esse estereótipo se insere no pólo “ideológico” ou “intelectual” do campo jornalístico no qual, segundo Traquina (2005), a imprensa é identificada como elemento fundamental da teoria democrática e o jornalismo é visto como um serviço público, em oposição ao pólo “econômico”, em que as notícias são as mercadorias de um negócio lucrativo.

No “tipo ideal” esboçado, os membros desta comunidade interpretativa são pessoas comprometidas com os valores da profissão em que agem de forma desinteressada [*grifo meu*], fornecendo informação, ao serviço da opinião pública e em constante vigilância na defesa da liberdade e da própria democracia (TRAQUINA, 2005, p. 129).

O interesse do “tipo ideal” de jornalista seria a prestação de um serviço público e não o lucro advindo das vendas e da receita publicitária. Porém, a teoria organizacional demonstra como o trabalho jornalístico é influenciado pelos meios que a organização dispõe, apontando para a importância do fator econômico na atividade jornalística. O espaço ocupado pela publicidade interveem diretamente na produção do produto jornalístico. Isso se verifica de forma mais clara no jornalismo praticado na grande imprensa, que funciona como uma empresa e exige grandes somas de capital para manter a estrutura de produção. Por ser uma publicação pequena, *Pif Paf* conseguiu se manter quase sem publicidade – mesmo que por apenas 8 números – e é visível um certo orgulho de seus produtores por terem conseguido produzir uma revista com tão poucos anunciantes: “Ninguém, neste país, gosta de anunciar em publicações inteligentes” (ZIRALDO, 2005, p. 15); “Ninguém ganhava nada, é preciso dizer, tudo era sem fins lucrativos [*grifo do autor*], expressão que, usada hoje, me soa como indecência” (FERNANDES, 2005, p. 12).

Dessa forma, podemos perceber como o produto final da *Pif Paf* e seu discurso estão relacionados com o pequeno espaço que a publicidade tem em suas páginas. Porém, como em quase tudo publicado na revista, e como assim queriam seus produtores¹⁶, o que dá a tônica na interpretação do seu discurso é a ideia de refração. A postura utópica e idealista logo pode ser questionada a partir dos anúncios da revista que pediam, justamente, anunciantes, como, por exemplo, o da página 10, da edição de nº 4: “Prestigie os anúncios do Pif-Paf. Podem não aumentar a venda do seu produto, mas garantem a existência do nosso”.

¹⁶“O que pretendemos com nossas ideias se resume na palavra refração. Que elas possam atuar sobre cada leitor de uma maneira diferente. Um espelho partido” (*Pif-Paf*, nº 2, pág. 2 – sessão *As cartas da Pif-Paf*).

Além de não contar com respaldo financeiro, a vida curta de *Pif-Paf* com certeza está relacionada com a censura exercida pela ditadura militar. Segundo Cordovani (1997), além das críticas à ditadura e da postura vista como exacerbadamente liberal em relação à moral e aos costumes, as sátiras feitas através de fotomontagens sobre o governador de Minas Gerais, Magalhães Pinto (ANEXO A.I), sobre o governador do Rio de Janeiro, Carlos Lacerda (ANEXO A.J), e sobre o presidente da república, Castelo Branco (ANEXO A.K) – nas edições de números 6, 7 e 8, respectivamente, – foram consideradas ofensivas e contribuíram diretamente para o fim da publicação. Segundo Millôr, “o coronel Borges, chefe de polícia do estado da Guanabara¹⁷ mandou apreender e fechar a publicação” (FERNANDES, 2005, p. 12).

O fim da publicação, na verdade, se deve a um conjunto de fatores, nos quais a baixa receita publicitária e a censura exerceram papéis importantes. O cartunista Claudius (2005, p. 13) sintetiza bem a questão:

Tinha tudo pra dar certo, e estava dando. Mas aí mudaram o *script*. Entraram em cena os brucutus do golpe militar de 64, com censura, a burrice institucionalizada, o medo, a violência oficial em defesa da tradição, da família e da improbidade, a pusilanimidade das agências de publicidade e sua conivência com tudo isso – que incluía, naturalmente, sufocar economicamente qualquer tentativa de oposição.

A primeira tiragem da revista foi de 40 mil exemplares, mas as vendas eram insuficientes para garantir a sobrevivência da publicação. Millôr Fernandes (2005) fala que teve de pedir empréstimo ao Banco Nacional para conseguir lançar a revista e que o dinheiro das vendas não gerava lucro, mesmo sem ele e sem nenhum colaborador ganhar nada durante a produção. Diante de tantas dificuldades, o jornalista assim descreve o final dessa história: “Terminara a aventura, eu estava cheio de dívidas. Porém (não contem isso aos que nomeiam os heróis), até bastante aliviado. Quase bati palmas pros militares” (FERNANDES, 2005, p. 11).

¹⁷ O município do Rio de Janeiro se chamou Guanabara (ou Estado da Guanabara) de 1960 até 1975.

Com sua constatação irônica, Millôr mostra como o humorismo, de fato, leva a uma espécie de desencantamento do mundo e de seus mecanismos. Se, em alguns momentos, *Pif Paf* exalta sua independência – provocada, entre outros fatores, pela diminuta publicidade –, ao mesmo tempo, sua curta trajetória e as palavras de seu criador escancaram o “tabu da explicitação” e expõem o peso que o dinheiro tem no mercado dos bens simbólicos e no jornalismo, mais especificamente.

3 A GRANDE IMPRENSA BRASILEIRA E AS PRÁTICAS ALTERNATIVAS

3.1 O PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO

Segundo Barbosa (2010), a imprensa brasileira começa a se modernizar no final do século XIX. Esse processo foi baseado, principalmente, no incremento tecnológico da produção noticiosa. O desenvolvimento dos sistemas de transportes, das vias férreas e dos Correios permite a sistematização do serviço de entrega de assinaturas. Em 1874, instala-se, no Rio de Janeiro, a primeira agência internacional de notícias: a Havas. O que permite que jornais como a *Gazeta de Notícias* e o *Jornal do Comércio* publiquem informações internacionais de forma ágil. Todos os grandes jornais, nesse período, importam máquinas de composição em linotipo e rotativas de impressão Marioni, que permitem, respectivamente, agilidade na montagem das páginas e aumento do número de exemplares produzidos. Barbosa (2010, p. 119) destaca como esse processo estava ligado à inserção do Brasil na economia capitalista mundial e à valorização da “ideologia do progresso, que iguala a ideia do novo à civilização”. Assim, os jornais e revistas passam a ecoar esse discurso modernizante.

A imprensa se diversifica e, juntamente com os jornais diários, surgem suplementos críticos e literários. Há a formação de um público leitor também diversificado e ávido por notícias. Uma imprensa sensacionalista se desenvolve a partir da valorização das notícias policiais, que ganham espaço e aumentam as vendas. Os folhetins e as ilustrações cômicas também contribuem para a formação e o crescimento de um público leitor de jornais. Porém, paralelamente, surgem jornais estruturados em moldes empresariais que organizam sua produção a partir de estratégias editoriais, redacionais e administrativas que separam as notícias informativas dos artigos opinativos. Isso impõe uma nova linguagem nos textos noticiosos:

Cria-se, no Rio de Janeiro, desde os anos 1880, e com mais intensidade a partir da década seguinte, um novo jornalismo que muda o padrão editorial das publicações. Agora, os textos pretendem, sobretudo, informar, com isenção, neutralidade, imparcialidade e veracidade, sobre a realidade. E

esses adjetivos se repetem nos periódicos (BARBOSA, 2010, p. 121).

Porém, a modernização da linguagem jornalística não está apenas ligada ao desenvolvimento tecnológico e econômico. Também se faz necessária uma configuração simbólica, cultural, baseada em preceitos ligados à Modernidade, como a noção de soberania popular (baseada no princípio da representatividade), de uma sociedade de direitos e de cidadania. Configuração que não estava plenamente colocada no imaginário da sociedade brasileira, visto que a abolição da escravatura, em 1888, e a proclamação da República, em 1889, não foram suficientes (dada a forma elitista como se deram esses eventos) para eliminar – ou pelo menos diminuir – o preconceito e a força do poder oligárquico e patriarcal, baseado em práticas clientelistas, da cultura nacional.

Além disso, não se viu, nesse momento, a formação de uma cultura profissional, de uma identidade própria dos jornalistas. Apesar de nesse contexto histórico ter início a valorização da profissão de repórter, o jornalismo continua sendo visto como uma ocupação provisória, como um trampolim para cargos públicos e políticos ou como passo inicial de uma carreira literária. Barbosa (2010, p. 158), ao analisar o *habitus* dos jornalistas do final do século XIX, verifica que os jornalistas possuíam outras ocupações além de escrever para os periódicos e que essa posição era apenas um ponto de uma trajetória que tinha como meta os cargos públicos. Fora isso, a formação acadêmica dos donos de jornais e dos jornalistas era basicamente a do curso de Direito e a origem familiar desses agentes era, geralmente, abastada ou economicamente (grandes proprietários de terras, industriais, comerciantes, altos funcionários públicos) ou simbolicamente (jornalistas, profissionais liberais, professores, políticos). Segundo Barbosa (2010, p. 158), essa “caracterização dos jornalistas do final do século XIX e primeiros anos do século do século XX pouco difere do que pode ser constatado para um momento seguinte”, ou seja, às décadas de 20 e 30. Segundo Barbosa (2007) e Ribeiro (2007), somente a partir da década de 50 se verificará uma transformação integral do campo jornalístico brasileiro, principalmente o carioca. Integral no sentido de envolver não somente a intensificação do desenvolvimento tecnológico das empresas, mas também uma mudança efetiva na linguagem jornalística (através da incorporação do ideal da objetividade) e na cultura profissional dos jornalistas.

3.2 REFORMULAÇÃO DA GRANDE IMPRENSA NA DÉCADA DE 50

A década de 50, no Brasil, foi o momento em que ocorreu uma série de mudanças de ordem estrutural e simbólica na sociedade brasileira. A partir do estudo de Ribeiro (2007), constatam-se quatro mudanças fundamentais: a implementação de um sistema democrático constitucional (e a liberdade política e de imprensa daí originados); o desenvolvimento econômico e tecnológico do mercado e da indústria; a efervescência cultural e artística e a influência cultural norte-americana.

A eleição de Eurico Gaspar Dutra, em 1945, dá início a um período de 18 anos de democracia no Brasil. De 1930 até as eleições de Dutra, o país havia passado por um longo período de totalitarismo, com Getúlio Vargas no poder por 15 anos, e de repressão política e ideológica que afetou de forma intensa a atividade jornalística¹⁸. A partir de 1937, ano que dá início ao chamado Estado Novo, a sociedade vive sob a égide do medo, com prisões ilegais, exílios, tortura, censura, empastelamento de jornais etc. A democracia só seria reinstalada com a Constituição de 1946, que colocou em vigência o Decreto nº 24.776 de 1934, que garantia a livre manifestação de pensamento.

Mesmo sob a vigência de um sistema democrático, a década de 50 foi um período de instabilidade política, com o embate acirrado travado na imprensa entre os getulistas e os antigetúlio – como o jornalista Carlos Lacerda, proprietário do *Tribuna da Imprensa* –, que culminou no suicídio do presidente Getúlio Vargas. Já o governo posterior, de Juscelino Kubitschek, teve uma série de atritos tanto com a esquerda quanto com a direita. Porém, segundo Ribeiro (2007, p. 47), “apesar de todas as crises políticas de 1945-1964, a liberdade de imprensa não foi, nenhum momento, gravemente atingida”.

Além do clima de liberdade política, na década de 50 se verificou um crescimento vertiginoso da produção industrial e uma acumulação sem precedentes de capital¹⁹, principalmente durante o governo de Juscelino Kubitschek, que, através do plano

¹⁸ “Para coordenar a censura ao jornalismo, o governo cria, em 1939, o DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda. O órgão, de inspiração fascista, seria um verdadeiro Ministério da Propaganda, assumindo a função de controlar e manipular a opinião pública.” (ROMANCINI & LAGO, 2001. p. 100).

¹⁹ “Se considerarmos toda a década de 50, o crescimento do PIB brasileiro foi aproximadamente três vezes maior do que do resto da América Latina.” (SKIDMORE, 1982, p. 204 apud RIBEIRO, 2007, p. 48).

desenvolvimentista e da abertura do país ao capital estrangeiro, enquadrando o Brasil no sistema capitalista internacional. Dentre os países que passaram a investir e efetuar empréstimos, estava os EUA. Segundo Ribeiro (2007, p. 49), no final dos anos 50, 70% do total do capital estrangeiro investido no país era norte-americano e mais de 48% das exportações brasileiras eram absorvidas por aquele país.

A influência dos EUA não foi apenas econômica, mas também cultural. O ideal de mundo cosmopolita e civilizado deixou de ser a França e passou a ser a nação norte-americana. Segundo Ortiz (2001, p. 71), “os padrões europeus vão ceder lugar aos valores americanos, transmitidos pela publicidade, cinema e pelos livros em língua inglesa que começam a superar, em número, as publicações de origem francesa”.

Com a vitória na Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria, os EUA passaram a expandir seu estilo de vida pelo mundo. Juntamente com os investimentos e os conglomerados econômicos, aportavam no país todo um imaginário vinculado ao *american way of life*. O nacional-desenvolvimentismo, a construção de Brasília e o plano de metas do presidente JK contribuíram para amalgamar na sociedade brasileira o ideário modernizante vinculado à cultura norte-americana.

A influência norte americana se fazia sentir em várias áreas da vida social: na maneira de se vestir, nas formas de comportamento, nos padrões estéticos etc. O cinema hollywoodiano, o *rock 'n' roll*, a literatura *beatnik* e a publicidade norte-americana criavam novos padrões de gosto e de qualidade (RIBEIRO, 2007, p. 54).

A imprensa brasileira também foi atingida por essa influência. A tradição jornalística norte-americana, pautada no ideal da objetividade e em uma organização empresarial, foi incorporada principalmente pelos grandes jornais. Mas esse trânsito cultural não era novidade na sociedade brasileira. Segundo Lopes (1979 apud Ribeiro, 2007, p. 55), os padrões, os estilos e as técnicas dos veículos de comunicação no Brasil sempre foram dependentes de influências estrangeiras. A incorporação de estilos, símbolos e hábitos estrangeiros foi uma constante na formação do país desde o período colonial, talvez justamente por ter essa origem de submissão a uma metrópole, a um grande centro detentor de poderio econômico e simbólico. Porém, a assimilação de outras culturas pela cultura brasileira sempre se deu por

meio de um processo complexo de assimilação, repulsa e hibridização. A antropofagia modernista da década de 20 seria apenas a constatação dessa peculiaridade da cultura brasileira que se baseia em uma ambiguidade entre o erudito e o popular, o moderno e o arcaico. A influência do jornalismo norte-americano no jornalismo brasileiro não se deu de forma homogênea e completa. Como veremos a seguir, alguns fatores da formação cultural e política do Brasil impediram que alguns princípios do jornalismo praticado nos EUA se estabelecessem nas práticas da grande imprensa brasileira.

A influência cultural de um país como os EUA, considerado imperialista pelos setores nacionalistas e esquerdistas da sociedade, levou a um clima de debate intelectual e artístico. Vimos no capítulo anterior como, dentro da própria esquerda, ocorreu um racha a partir do qual, de um lado estavam os agentes vinculados a uma visão nacional-popular da cultura, que se opunham à incorporação de elementos culturais e estéticos dos EUA, e do outro, produtores interessados nesse vínculo e nos hibridismos estéticos possíveis a partir desse contato com a cultura norte-americana. No primeiro grupo, podemos citar a produção dos Centros Populares de Cultura, e no segundo, o movimento musical da bossa nova. Os debates sobre o que é arte e qual a sua função (ou se deve ter alguma função) passaram a movimentar a cena cultural brasileira que, no período dos anos 50, se desenvolveu intensamente. Nessa década, a indústria cinematográfica vivia o período áureo das chanchadas, enquanto diretores de vanguarda propunham a estética crítica e revolucionária do Cinema Novo. O teatro se popularizou com a montagem de grandes clássicos pelo Teatro Brasileiro de Comédia (TBC), ao mesmo tempo em que autores nacionais criavam estilo e faziam história, como o dramaturgo Nelson Rodrigues. Desde a segunda metade da década de 40, o Museu de Arte de São Paulo (MASP) e o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM) movimentavam o universo das artes plásticas com exposições ligadas, respectivamente, a uma concepção de arte mais tradicional e a uma perspectiva inovadora vinculada às vanguardas estéticas internacionais.

Segundo Ribeiro (2007, p. 53), as artes plásticas influenciaram sobremaneira a imprensa brasileira e os movimentos concreto e neoconcreto foram os que mais estiveram ligados ao processo de modernização – principalmente gráfica – do jornalismo. Esses movimentos foram criticados por setores da esquerda e da intelectualidade – a semelhança do que ocorreu com a bossa nova –, por não estarem vinculados às tradições da cultura popular brasileira, e

acusados de serem meras cópias ou pastiches do que se produzia na Europa ou nos EUA. Interessante notar que os jornais não apenas repercutiam esse debate como também se tornaram objetos de experimentação estética. Ribeiro (2007) mostra como a reforma do *Journal do Brasil* sofreu forte influência das ideias neoconcretas, e Gava (2005) analisa o movimento chamado “Bossa Nova no Jornalismo”, da revista *O Cruzeiro*, que, em 1959, implementou uma reforma gráfica baseada na arte concretista e na arquitetura construtivista.

Paralelamente a essas transformações políticas e culturais, ocorre a reformulação da imprensa brasileira, notadamente a carioca. As mudanças ocorreram em três áreas: administrativa e organizacional; estilística e profissional. Porém, antes de analisar essas três áreas, se faz necessário verificar a estrutura material da grande imprensa, ou seja, a origem dos seus recursos financeiros, que tanto permitem a produção quanto implicam em constrangimentos à prática jornalística.

3.2.1 Recursos financeiros

Todo jornal depende de capital para ser lançado e se manter no mercado. Em geral, a renda obtida com as vendas em bancas de jornal ou por assinaturas não é suficiente, por isso a publicidade é vital para esse tipo de empreendimento. Na década de 50, com o aumento dos custos de produção e do preço do papel²⁰, a situação financeira da maioria dos grandes jornais era difícil. Restava aos produtores complementarem os recursos, além da venda de espaço publicitário, com empréstimos públicos e privados ou incentivos estatais.

As primeiras agências de publicidade se estabeleceram no Brasil no começo do século XX, mas só se pode falar em um verdadeiro mercado publicitário a partir da década de 50. Com a Guerra Fria, várias agências norte-americanas se estabeleceram em território nacional e o crescimento da produção industrial nacional levou as empresas a

²⁰ Desde 1955, a questão da alta de preços do papel de imprensa – devido à alteração das taxas cambiais de importação e à precária produção interna do material – era uma preocupação dos jornalistas, que viam nesse constrangimento um fator importante de interdição da liberdade de imprensa. Os pequenos produtores foram os mais atingidos pela crise, que levou a uma concentração da produção jornalística nas mãos de poucos, no caso, das empresas com maior acúmulo de capital. Em 1957, a situação se agravou: “A Lei nº 3.224 da SUMOC (14/08/1957) estabeleceu aumentos parcelados no custo do dólar, a fim de paulatinamente equilibrar o custo do câmbio real. Como consequência, o câmbio para a importação de papel imprensa, que era de 18,82 cruzeiros por dólar, passou a 80 cruzeiros. E o preço do papel de imprensa subiu, em apenas 12 meses, 430%.” (RIBEIRO, 2007, p. 213). Para uma análise sobre o tema, cf. Dines (1987).

procurarem cada vez mais divulgação para seus produtos e suas marcas. Segundo o Anuário Brasileiro de Imprensa (AnBI, 1954, p. 100 apud Riberiro, 2007, p. 179), de 1947 a 1953, o volume investido em jornais e revistas aumentou cerca de 400%; e apesar do desenvolvimento do rádio e do surgimento da televisão, a imprensa ainda detinha a maior fatia das verbas publicitárias: 48,8%.

A possibilidade de garantir o lucro por intermédio das receitas publicitárias contribuiu para autonomizar o campo jornalístico, já que, as empresas noticiosas passaram a precisar cada vez menos de incentivos do governo ou de partidos políticos. Porém, a publicidade também impede a diversificação de produtos jornalísticos e favorece a concentração de capital em poucas empresas. As agências procuram anunciar em veículos que atingem o maior número de pessoas ou naqueles que atingem um público seletivo, com maior poder aquisitivo. Isso praticamente elimina a possibilidade de novos jornais entrarem no mercado e leva os produtores de jornais com pequena tiragem à falência. “A publicidade alterou, assim, a estrutura do mercado jornalístico carioca, favorecendo o movimento de concentração da imprensa. As receitas publicitárias eram captadas, sobretudo, pelos veículos maiores, que aumentavam consideravelmente o seu capital.” (RIBEIRO, 2007, p. 183-184).

Há uma homologia entre os tipos de produtos anunciados e o público consumidor de determinado veículo. O formato dos jornais, a diagramação, o estilo de texto, tudo isso denota uma parcela do público que, ao consumir, se identifica com determinadas divisões sociais. O discurso dos jornais e das campanhas publicitárias são objetivações simbólicas de hierarquias sociais. Bourdieu (2008, p. 217) verifica que todo produto cultural é um gosto constituído e assimilado e constata que as oposições (rico/pobre, belo/feio, erudito/popular dominantes/dominados, ortodoxia/heresia etc.) são homólogas entre elas e homólogas das oposições que organizam as classes sociais e a própria classe dominante (que também não é homogênea):

O acordo que se estabelece, assim, objetivamente entre classes de produtos e classes de consumidores só se realiza no consumo por intermédio dessa espécie de *senso da homologia entre bens e grupos*, que define o gosto: ao proceder a uma escolha segundo seus gostos, o indivíduo opera a *identificação* de bens objetivamente adequados à sua posição e

ajustados entre si por estarem situados em posições sumariamente equivalentes a seus respectivos espaços – filmes ou peças de teatro, história em quadrinho ou romances, mobiliário ou vestuário – ajudado, neste aspecto, por instituições, butiques, teatros [...], críticos, jornais e semanários, escolhidos, aliás segundo o mesmo princípio [*grifos do autor*].

A tabulação de dados realizada por Ribeiro (2007, p. 188) demonstra bem essa questão. A autora caracteriza os produtos e serviços presentes nos anúncios a partir da classe para a qual se destinam e estipula quatro tipos: produtos e serviços para a classe alta (automóveis de luxo, iate, decoração, moda, objetos de arte, perfumes, residência de luxo etc.); para a classe média superior (automóveis, televisão, geladeiras, bebidas, livros, diversões, bancos etc.); para a classe média inferior (pequenos aparelhos elétricos, bijuterias, produtos de limpeza doméstica e os demais produtos da classe média superior só que de menor qualidade e preços mais baixos) e para a classe operária (tecidos populares, roupas de trabalho, ferramentas, penhores, objetos de segunda mão, pequenos aparelhos elétricos à prestação, diversões populares etc.).

Após essa caracterização, a autora verifica uma divisão entre os jornais a partir dos anúncios que vinculam. O jornal *Correio da Manhã*, por exemplo, possuía anúncios apenas para as classes alta e média superior, assim como o *Tribuna da Imprensa* (que tinha na postura oposicionista de seu dono. Carlos Lacerda, um forte aspecto antipopulista). Já *A Notícia* e *O Radical* possuíam somente anúncios direcionados para a classe operária. O *Jornal do Brasil*, que possuía a maior sessão de classificados e tinha grandes tiragens, anunciava produtos tanto para a classe média superior quanto para a média inferior e para a classe operária. Com o *Última Hora* acontecia o mesmo, dado o aspecto ambíguo da publicação que, apesar do populismo e da valorização de aspectos estilísticos populares – como a caricatura, o folhetim, as grandes fotografias etc. –, modernizou e profissionalizou sua redação a ponto de agradar, segundo Ribeiro (2007, p. 128) a “um público de composição policlassista”.

O desenvolvimento de um mercado publicitário é fundamental para a autonomização da atividade jornalística em relação à política e ao Estado. Assim se deu nos EUA, país que, como veremos adiante, serviu de modelo para as reformas do jornalismo brasileiro. Porém, esse

modelo não pode ser introjetado na imprensa brasileira devido à diferença cultural e histórica dos dois países. Além de possuir uma economia deficitária, comparada à nação norte-americana, a cultura política brasileira é fortemente pautada por práticas clientelistas de um Estado estruturado de forma patrimonialista. Segundo Ribeiro (2007), esse fator – aliado à insipiência da indústria cultural – é primordial para perceber como a modernização do jornalismo brasileiro na década de 50 não se deu por completo. Se os jornais não tinham condições de sobreviver unicamente com as vendas, tão pouco conseguiram se manter somente com as receitas publicitárias. Foi somente por meio de relações, muitas vezes promíscuas e corruptas, com setores do Estado que a imprensa carioca conseguiu se manter, se modernizar e se reformular.

Barbosa (2007) mostra como, durante o Império e a República Velha, o jornalismo dependia de financiamento, isenções fiscais, subsídios e empréstimos do governo para se manter e, além disso, como havia uma troca entre publicidade positiva dos governos nos jornais e o dinheiro ou as facilidades de obtenção de insumos oferecidos pelo Estado. Durante o Estado Novo o domínio sobre a imprensa, então foi total já que, além das concessões e isenções fiscais, havia a censura institucionalizada pelo DIP.

Apesar dessa situação ter mudado no período democrático pré-1964, a tradicional relação simbiótica entre Estado e imprensa não foi interrompida durante a década de 50. Dentre as práticas, estava o crédito dos estabelecimentos oficiais, as isenções fiscais e a publicidade governamental (*cf.* Ribeiro 2007, p. 172),

Além de apoio financeiro, havia troca de favores, como uma cobertura noticiosa positiva em troca de cargos públicos. Outra forma de “chantagem” promovida pelo poder público se dava em relação à distribuição das verbas para a publicidade governamental. Os jornais que recebiam maior quantidade de anúncios do governo não eram, necessariamente, aqueles que possuíam maior tiragem, mas aqueles que apoiavam o governo. Estabeleciam-se, portanto, segundo Ribeiro (2007, p. 176), “relações de poder baseadas em complicados laços de compadrio e vassalagem”. Porém, os próprios jornalistas passavam, também, a deter poder simbólico. O medo que os políticos tinham de serem desmoralizados, criticados ou ignorados pela imprensa crescia paralelamente ao aumento de tiragem dos jornais.

Essa vinculação simbiótica entre jornalismo e poder público no Brasil é fundamental para se compreender a reformulação da grande imprensa carioca da década de 50. O modelo de jornalismo informativo

norte-americano, baseado no ideal da objetividade e na organização empresarial, encontrou limites na configuração histórico-cultural da sociedade brasileira que Schwartz (1987 apud SILVA 1991, p. 54) sintetiza de forma precisa:

[...] a parte cosmopolita de nossa cultura é grande, mas não é tudo, e a parte derivada do passado colonial, essa então é imensa. Nem uma nem outra, tomadas em separado, dizem a hora em que estamos, mas as duas justas, e vistas uma através da outra, compõe o nosso problema.

Silva (1991) utiliza a fala de Schwartz para se referir aos contrastes entre os valores das sociedades anglo-americanas e as práticas de países oriundos da cultura ibérica. No Brasil, o ideário moderno de nação não destrói as relações conservadoras tradicionais da sociedade, como, por exemplo, as relações de compadrio, através das quais se consegue reconhecimento e posição social sem necessariamente ter conhecimento técnico ou prático sobre determinada área de atuação, mas simplesmente pelos laços sociais de parentesco ou de amizade. O tradicional estado tentacular da cultura ibérica, que abarca, domina, regula e restringe praticamente todos os setores da vida social também é um fator limitante da modernização da imprensa brasileira, baseada no modelo norte-americano no qual o jornalismo é tratado como atividade empresarial que, como tal, necessita, *a priori*, se descolar do poder público.

A esquizofrenia cultural da sociedade brasileira, já bem percebida por diversos autores (alguns a louvam, outros a deploram, poucos a explicam, Morse e DaMatta entre estes últimos) se repete no caso do jornalismo. Os valores são os americanos, quase transplantados sem senso crítico. Mas a prática é uma coisa diferente, que lembra com maior ou menor intensidade o modelo original, conforme o momento histórico, a região do país, as condições da economia (SILVA, 1991, p. 55).

A década de 50 foi o período em que ocorreu a transição para o modelo de jornalismo norte-americano e, justamente por isso, é normal que se verifiquem ambiguidades nesse movimento. O processo de modernização levou a uma maior autonomia do campo, porém, essa

autonomia não se deu completamente porque o campo jornalístico no Brasil não conseguiu se autonomizar totalmente em relação ao Estado e à política. O modelo norte-americano transferiu capital simbólico ao jornalismo brasileiro, o que proporcionou inseri-lo, retoricamente, na modernidade, ainda que o país não tivesse entrado efetivamente nela, ou melhor, ainda que no Brasil houvesse a convivência de características da modernidade com elementos arcaicos da cultura nacional. Tratava-se, na verdade, de uma ambiguidade baseada em uma contradição insolúvel:

[...] esse caráter das empresas jornalísticas está relacionado à própria configuração do campo político no Brasil, marcada por uma constante tensão entre modernidade e arcaísmo, entre, de um lado, a impessoalidade e a racionalidade das instituições (baseadas nos princípios da representatividade, da sociedade de direitos, da cidadania) e, de outro, de práticas oligárquicas, clientelistas familiares, patriarcais e patrimonialistas. O jornalismo brasileiro dos anos 50 vivia, assim, um dilema, que era o grande dilema da sociedade brasileira: o dualismo entre o formal e o real, entre o indivíduo e a pessoa (RIBEIRO, 2007, p. 348).

A reformulação do jornalismo a partir do modelo informativo/objetivo não impediu que os jornais continuassem exercendo funções nitidamente políticas, não apenas cobrindo essa área da sociedade, mas interferindo diretamente nos acontecimentos. O suicídio de Getúlio Vargas e o processo conturbado de posse e deposição do presidente João Goulart, são alguns exemplos. Ou seja, os interesses políticos e pessoais e a interferência do Estado continuaram a se sobrepôr aos interesses empresariais. Dentre algumas características da imprensa norte-americana que não se estabeleceram efetivamente na imprensa brasileira durante a década de 50 está a função de *watchdog*, ou seja, os jornalistas seriam “cães de guarda que protegem os cidadãos contra os abusos do poder, no papel de ‘Quarto Poder’ que vigia os outros poderes, atuando do a quem doer, no papel mesmo de herói do sistema democrático” (UNGARO, 1992 apud TRAQUINA, 2008, p. 51). O apoio a determinados grupos ou ao Estado ainda era essencial para garantir a sobrevivência de algumas empresas. Além disso, segundo Ribeiro (2007:348), a pressão para defender interesses dos proprietários dos jornais era enorme, dado que “os jornais mais

importantes (sendo o *Última Hora* uma das poucas exceções) eram todos possuídos por grupos familiares que formavam verdadeiras dinastias”. Essa configuração opõe uma administração racional das empresas à administração personalista. Devendo favores ao Estado, dependendo de apoio financeiro público e privado e tendo de prestar contas à poderosas famílias detentoras dos jornais, a grande imprensa carioca não conseguiu se modernizar completamente. “A grande mudança do jornalismo foi, na realidade, menos empresarial e mais técnica (redacional, editorial e visual) e profissional (incluindo aí o aspecto deontológico).” (RIBEIRO, 2007:344).

3.2.2 Padronização da linguagem

O Jornalismo e literatura sempre estiveram imbricados historicamente. A figura do “escritor-jornalista” está presente na história tanto da Europa, como dos EUA e do Brasil. A demarcação de uma fronteira nítida entre jornalismo e literatura é complexa e não é unânime. Quando me refiro à literatura e ao jornalismo estou me baseando na análise conceitual feita por Fontcuberta (1998). A autora verifica a dificuldade de conceituação e afirma que, apesar de algumas diferenças marcantes entre as duas práticas, há pontos de contato entre elas. O jornalismo tem, pelo menos em teoria, a missão de explicar fatos acontecidos na realidade, enquanto que a literatura lida com ficção. A autora lembra, porém, que há jornalistas que trabalham com elementos ficcionais e com técnicas oriundas de gêneros literários, assim como há ficcionistas que utilizam fatos da realidade para escrever seus livros.

Mesmo assim, Fontcuberta (1992, p. 95), a partir da análise de Lázaro Carreter (1997), constata que jornalismo e literatura são processos comunicativos que possuem esquemas de produção e estilos diferenciados. Um escritor, por exemplo, pode passar anos escrevendo um livro, enquanto que o jornalista precisa realizar seu trabalho em um prazo restrito e improrrogável. O tempo de vigência da mensagem também varia: o conteúdo de um livro pode ser considerado importante e compreendido depois de séculos da publicação, enquanto que a eficácia da mensagem na produção jornalística está circunscrita na atualidade, que pode durar um dia ou até mesmo poucas horas. O espaço também é outra barreira que o escritor não encontra: livros podem ter o número de páginas que o escritor achar necessário, mas o jornalista deve produzir textos com um número de linhas ou de toques delimitado.

Além disso, o trabalho produzido no âmbito literário é, na maioria das vezes, solitário e, justamente por isso, o escritor conta com maior liberdade de tempo, espaço, escolha temática etc. Já o jornalista está inserido em uma cadeia produtiva hierárquica com normas rígidas de produção que impõe limites e faz com que a notícia seja um trabalho coletivo. E é essa rigidez, esse aspecto organizacional dos meios de produção do jornalismo que impõe, segundo Fontcuberta (1998, p. 96), o “laconismo expressivo que é um dos fatores de diferenciação mais importantes entre a escrita jornalística e a literária”.

El periodista no puede desentenderse del desciframiento que se haga de su escrito, por el carácter pragmático de sus mensajes. Há de esforzarse em eliminar por su parte lo que em teoria de la comunicación se llaman *ruidos* [*grifo da autora*], es decir, perturbaciones em el circuito (uma notícia que no se entiende es um fracaso periodístico). Tales perturbaciones, por el contrario, son elementos de gran importância para la existência de la comunicación literaria (los escritores pueden realizar experimentos com el lenguaje aunque hagan la lectura más difícil (FONTCUBERTA, 1998, p. 95).

Porém essa diferenciação estilística não é natural, ou seja, não é intrínseca à prática literária ou à prática jornalística. Na verdade, trata-se de construções discursivas operadas por agentes sociais que, através de uma disputa simbólica, delimitaram as fronteiras entre as duas linguagens. Jornalismo e literatura se autonomizaram, ou seja, se constituíram enquanto campo social independente, com regras e discursos próprios, praticamente ao mesmo tempo, na segunda metade do século XIX, em países como França, Inglaterra e EUA. Ambas as práticas pertenciam ao mesmo mercado de bens simbólicos, porém, como veremos no próximo capítulo, a partir das análises de Pierre Bourdieu, a literatura constituiu o campo de produção erudita, enquanto o jornalismo se vinculou ao campo da nascente indústria cultural. Esse processo não ocorreu ao mesmo tempo em todos os países e nem de forma homogênea em um mesmo país. Em algumas culturas, nota-se o estabelecimento e a manutenção de um vínculo mais forte entre a linguagem jornalística e a literária, como a francesa, como demonstra Chalaby (2003).

Segundo Ortiz (2001), a cultura francesa influenciou diretamente a cultura brasileira da segunda metade do século XIX até meados do século XX. Ribeiro (2007, p. 29) e Spolnhoz (2009, p. 63)²¹ constatam que o jornalismo praticado no Brasil mantinha um forte vínculo com o jornalismo francês e isso se refletia no estilo de escrita, baseado principalmente na narrativa literária e no estilo pessoal de cada jornalista. Silva (1991, p. 109) ratifica essa análise a partir do discurso do jornalista Paulo Francis, que, ao abordar o estilo de escrita brasileiro fala sobre a presença de um “culto da obscuridade na nossa linguagem” e afirma: “Continuamos temperamentalmente franceses”. Segundo Barbosa (2010), além de textos ficcionais populares (folhetins) produzidos por escritores, verifica-se, na imprensa do século XIX, a produção de textos panfletários, que explicitavam uma posição política parcial através de uma linguagem virulenta ou satírica. Além disso, havia no Brasil uma forte relação do jornalismo com a faculdade de Direito. Nos jornais verificava-se a presença de uma linguagem prolixa, de uma “retórica empolada”, de um vocabulário técnico e cerimonioso que faziam parte da tradição estilística do campo jurídico.

Nos anos 50, porém, ocorre uma mudança nesse cenário. O jornalismo político-literário foi substituído por um jornalismo empresarial. Grandes jornais cariocas implementaram mudanças estilísticas efetivas em seus textos e o padrão utilizado nessa reformulação foi o modelo norte-americano de jornalismo.

O texto jornalístico passou a suprimir ponto de exclamação e reticências; a usar obrigatoriamente a 3ª pessoa; a excluir adjetivos e conceitos que expressassem subjetividade; a usar o verbo, de preferência, no aspecto perfectivo (descrevendo a ação como acabada) e no modo indicativo; a evitar palavras com função enfática, redundantes ou eufemísticas e a preferir a denotação à conotação. As palavras deveriam ser simples, de uso cotidiano, e as frases curtas. [...] A redação dos textos passou a ser regida pelas máximas da clareza, da concisão e da simplicidade (RIBEIRO, 2007, p. 224).

²¹ “Quanto aos textos produzidos pela própria redação, o modelo dominante [*no Brasil*] era o estilo literário. Assim como a descrição da imprensa francesa feita por Chalaby (1996), as redações de jornais eram o espaço para a ascensão daqueles que sonhavam com uma carreira como escritores (*cf.* Sodré, 1999)”.

Além disso, outras duas técnicas do jornalismo norte-americano introduzidas no jornalismo brasileiro foram o *lead* (primeiro parágrafo da notícia que contém a resposta às seis perguntas fundamentais: quem, que, quando, onde, como e por que) e a pirâmide invertida (estrutura narrativa em que a ordem cronológica dos acontecimentos é substituída pela descrição hierárquica dos fatos/ ações a partir do grau de importância). Também foi incorporada à redação a função do *copy desk*: redatores especializados responsáveis por revisar os textos dos jornalistas, corrigindo erros gramaticais e adequando a linguagem ao novo formato. Outra mudança foi a criação dos manuais de redação e estilo, que, além de estipular as mudanças estilísticas implementadas por praticamente todos os grandes jornais, explicitava regras específicas de cada veículo. Tinha, portanto, um nítido caráter disciplinar.

As reformas técnicas redacionais se basearam, principalmente, nas máximas de clareza e de concisão, em uma restrição do código linguístico que tornou os textos mais simples e lacônicos. A padronização da linguagem jornalística nesses termos amplia a comunicabilidade dos textos que, assim, atingem um público maior. As normas técnicas também praticamente eliminam as diferenças entre os textos produzidos por diferentes agentes, já que diminuem a explicitação do estilo pessoal de escrita, levando a figura do jornalista ao anonimato e facilitando a sua substituição por outro profissional, “afinal, como afirmou Teodoro de Barros, qualquer um podia fazer um *lead*” (RIBEIRO, 2010, p. 282). Além disso, o *lead* e a pirâmide invertida permitem que as notícias sejam escritas de forma mais ágil e facilitam o processo de edição dos textos e de montagem das páginas. Caso seja necessário reduzir o tamanho do texto, e não haja tempo suficiente, basta cortar o final da notícia (sem que, com isso, se elimine a informação mais importante).

Assim, a padronização da linguagem se coaduna com o processo de aceleração da vida moderna – pelo qual passava a sociedade brasileira durante a década de 50 – que implica em menos tempo, do lado do consumidor, para ler as notícias, e, do lado dos produtores, para redigir e editar. A agilidade implica em uma racionalização do trabalho em moldes industriais, com a divisão do trabalho no interior das redações e com o distanciamento do jornalista tanto de seu produto final quanto do consumidor.

A formatação do relato não está ligada apenas ao desenvolvimento empresarial da grande imprensa brasileira. As técnicas adotadas estão intimamente relacionadas ao ideal da objetividade que,

no jornalismo, significa correspondência fidedigna entre a realidade e o texto, através de uma postura imparcial do jornalista, tanto na apuração quanto na produção do relato. No capítulo a seguir, veremos como esse ideal surgiu e se consolidou no jornalismo. Por hora, podemos afirmar que a objetividade era um forte ideal presente na tradição jornalística norte-americana: “a ideologia do jornalismo americano é de que o repórter de notícias deve reportar, não interpretar [...]. Não é especulação. Não é opinião.” (SHUDSON, 1986, p. 106 *apud* SILVA, 1991, p. 107); e que esse ideal foi introduzido na prática jornalística brasileira, principalmente através da formatação do relato: “As técnicas adotadas, entre outras, o formato de texto da pirâmide invertida, passaram a ser chamadas no Brasil de ‘objetividade’. Em outras palavras, o conceito foi equiparado a um procedimento técnico de redação.” (SPOLNHOLTZ, 2009, p. 68).

O marco da influência norte-americana na imprensa brasileira foi o I Congresso Pan-americano de Jornalismo, ocorrido em Washington, em 1926. Quatorze representantes brasileiros participaram do encontro que, entre outros assuntos, discutiu a questão da objetividade. Segundo a autora, houve no Congresso a recomendação norte-americana para que os jornalistas não exprimissem seus pontos de vista nas notícias, para que utilizassem uma linguagem simples e clara e para que a informação fosse apresentada de forma direta e objetiva. Além disso, o Congresso lançou as bases para a formação da Sociedade Interamericana de Imprensa, que estimulou o intercâmbio entre os jornalistas dos dois países durante décadas, através de bolsas de estudo, intercâmbio de profissionais e de material.

Em 1940, segundo Silva (1991, p. 79) foi criado o *Office of the Coordinator or Interamerican Affairs* que, entre outras atividades, passou a distribuir artigos à imprensa latino-americana e patrocinar viagens de jornalistas aos EUA. O jornalista Pompeu de Souza, que no começo da década de 50 introduziu mudanças significativas baseadas nas técnicas redacionais vinculadas ao ideal de objetividade no *Diário Carioca*, morou nos EUA de 1941 à 1943. Samuel Wainer (1987, p. 80) – que, nos anos 50, fundou o *Última Hora*, um jornal que, segundo Ribeiro (2010), já nasceu moderno – também morou nos EUA, em 1944: “Eu ali vivera uma riquíssima experiência profissional. A imprensa americana é a melhor do mundo, e eu passava horas, às vezes dias inteiros, examinando a forma e o conteúdo dos jornais locais”. De acordo com Silva (1991, p. 81), durante as décadas de 50 e 60, vários outros jornalistas brasileiros moraram nos EUA e, ao voltarem ao Brasil,

realizaram importantes mudanças no jornalismo local. Alberto Dines, que implementou reformas na estrutura organizacional da redação do *Jornal do Brasil*, no início dos anos 60, foi um deles.

Porém, a assimilação do ideal da objetividade do jornalismo norte-americano – e das técnicas redacionais a ele atreladas – não foi recebida de forma unânime na imprensa brasileira. Muitos jornalistas criticaram as reformas e viam as regras redacionais baseadas no ideal da objetividade como uma imposição que castrava a criatividade estilística. O periódico *Indicador dos Profissionais da Imprensa* (IPI), ligado ao Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio de Janeiro criticou abertamente o processo de “americanização” da imprensa:

[...] o jornal moderno (sobretudo os dos Estados Unidos e de uma parte da América Latina) ganhou uma grande perfeição técnica mas – a meu ver – perdeu muito sua espíritosidade. Já os jornais europeus lutam por alilar a técnica à sua tradicional figura literária e política. Lendo-se um jornal novaiorquino – por exemplo – ficamos sabendo de todos os acontecimentos do mundo, mas nos falta, com certeza, um toque analítico, malicioso, uma interpretação emocional ou descritiva do acontecimento (*IPI*, nº8, 1960 apud RIBEIRO, 2010, p. 332).

O texto de Jocelyn Santos, um dos diretores do *IPI*, deixa transparecer uma crítica à cultura norte-americana baseada em uma visão imperialista dessa influência. O contexto era o da Guerra Fria e, como vimos, ocorria no Brasil um embate cultural e intelectual sobre as consequências positivas e negativas da influência norte-americana na cultura brasileira. O jornalismo, como produto cultural assim como o teatro e a música, também foi influenciado pelos EUA, e os agentes do campo jornalístico não formaram opiniões unânimes sobre esse processo.

Outro tipo de crítica às reformas no jornalismo se baseava em uma valorização da vinculação com o estilo literário. O jornalista Nelson Rodrigues (1995, p. 46) é o autor do mais conhecido ataque ao ideal da objetividade a partir dessa perspectiva: “Qualquer um na redação, seja repórter de setor ou editorialista, tem uma sagrada vaidade estilística”. Para o autor, a figura do *copy desk* eliminava essa faceta

literária dos jornalistas e acarretava um distanciamento entre os jornais e o público, entre os jornalistas e seus leitores.

O *Diário Carioca* não pingou uma lágrima sobre o corpo de Getúlio. [...] Estava um povo inteiro a se desgrenhar, a chorar lágrimas de pedra. E a reportagem, sem entranhas, ignorava a pavorosa emoção popular. Outro exemplo seria ainda o assassinato de Kennedy. Na velha imprensa as manchetes choravam com o leitor. A partir do *copy desk*, sumiu a emoção dos títulos e subtítulos. E que pobre cadáver foi Kennedy na primeira página, por exemplo, do *Jornal do Brasil*. A manchete humilhava a catástrofe. O mesmo e impessoal tom informativo. Estava lá o cadáver ainda quente. Uma bala arrancara o seu queixo forte, plástico, vital. Nenhum espanto da manchete. Havia um abismo entre o *Jornal do Brasil* e a tragédia, entre o *Jornal do Brasil* e a cara mutilada. Pode-se falar na desumanização da manchete (RODRIGUES, 1995, p. 48).

Porém, a queixa de Nelson Rodrigues remete a um problema central para autonomização do campo jornalístico. Um estilo de escrita que se coadune com os anseios populares faz com que o texto jornalístico demonstre uma visão política parcial. Afinal, ao explicitar dor e lamento pela morte de um político, o jornal, indiretamente, estaria valorizando determinada personalidade e seus atos governamentais. Aqueles que eram favoráveis às reformas na grande imprensa estavam interessados, principalmente, na autonomia do campo jornalístico em relação à literatura e à política. As regras redacionais pautadas no ideal da objetividade passaram a ser um recurso técnico para atingir tal autonomia: “A objetividade – ao se incorporar como valor e como técnica – tornava o jornalismo mais respeitável, porque lhe fornecia uma certa autonomia frente às contingências políticas e às veleidades literárias” (RIBEIRO, 2010, p. 330).

Buscou-se naquilo que o jornalismo tinha de tecnicamente mais específico, a saber, a relação de correspondência entre realidade midiática e realidade social, as bases para a fundamentação de uma série de normas e valores que serviu como forte fator de agregação social e simbólica dos profissionais, ou seja, construiu-se uma identidade profissional compartilhada entre os agentes do campo. Essa foi a

principal transformação verificada na reformulação da imprensa carioca nos anos 50. Na verdade, o que se viu foi a substituição do *habitus* jornalístico, na verdade, o surgimento deste, já que antes o *habitus* dos jornalistas estava vinculado a uma trajetória relacionada ao universo político, ao poder público, ao campo jurídico, ou ao universo literário. Esse sentimento de mudança, de uma verdadeira revolução, está presente no discurso de seus agentes: “Havia também grande entusiasmo e autoafirmação de estar participando do processo de transformar”; “Estávamos imbuídos de um certo espírito de causa: o sentimento de que fazíamos a revolução na imprensa.” (Carlos Lemos; Pompeu de Souza apud RIBEIRO, 2010, p. 331).

A profissão de jornalista adquiriu uma especificidade com práticas, regras, valores e deontologia próprios. A partir desse momento seria possível diferenciar os “bons” jornalistas dos “maus” jornalistas, os amadores dos profissionais, ou seja, aqueles que seguiam a normas do campo daqueles que quebravam as regras do jogo. A padronização estilística implica, assim, na formação de uma comunidade jornalística, de certa forma fechada em si mesma, que deteria o poder de legitimar práticas e valores internos e de avaliar a competência dos profissionais, criando assim uma cultura profissional própria. Será visto no próximo capítulo como a autonomia do campo jornalístico é relativa comparada a outros campos. Mesmo com a reforma ocorrida na década de 50, a política e a economia continuaram influenciando e limitando a produção da grande imprensa. Mesmo dentro do campo jornalístico, travava-se um embate simbólico pelo poder de legitimar regras e valores. As reformas redacionais baseadas na objetividade tratam-se, na verdade, de construções simbólicas operadas por agentes que possuem capital simbólico distinto, que ocupam posições hierárquicas dentro do campo e que possuem trajetórias pessoais e profissionais (*habitus*) distintas.

3.2.3 Cultura profissional e *habitus* jornalístico

Para constatar o estatuto profissional da atividade jornalística, Traquina (2005, p. 102-106) utiliza as pesquisas de Greenwood (1957) e verifica cinco atributos principais de uma profissão: a existência de uma teoria sistemática; o sentimento de autoridade por parte dos agentes especializados; a ratificação da comunidade; a formatação de códigos éticos e a formação de uma cultura profissional.

O primeiro atributo está relacionado à elaboração de teorias que orientem as práticas profissionais. Diferentemente de uma ocupação, em

que o aprendizado prático é suficiente, na profissão se faz necessário o aprendizado formal em um ambiente acadêmico. Daí a importância, para a profissionalização de determinada atividade, da existência de cursos superiores em faculdades e o atestado de competência teórica e prática atribuído pelo diploma universitário.

O conhecimento teórico das práticas leva a um sentimento de autoridade por parte dos profissionais, ou seja, efetua-se uma separação entre aqueles que detêm um conhecimento específico e os leigos. Efetuando uma comparação com a atividade comercial, Greenwood (1957 apud TRAQUINA, 2005, p. 103) afirma que nesse tipo de prática quem manda é o freguês; já no serviço profissional, o cliente se subordina à autoridade do profissional que possui o “monopólio do parecer”.

Porém, essa subordinação precisa ser ratificada pela comunidade. Através da persuasão do grupo profissional, a comunidade delega aos agentes de determinado campo o poder de constituir teorias, estabelecer práticas e regular a formação dos profissionais. As profissões existem, portanto, porque a comunidade entende a importância da especialização de uma área do conhecimento teórico e técnico e sanciona a autoridade dos profissionais visando obter melhores atendimentos, tratamentos, orientações, serviços ou produtos. Estabelece-se uma troca entre clientes e profissionais baseada na proteção desse vínculo, como o sigilo sobre o que é dito em consultórios médicos, ou sobre as informações que um acusado concede ao seu advogado etc. Além disso, a ratificação da profissão pela comunidade tem como consequência a relativa proteção do campo de atuação profissional contra interferências externas: “Os padrões de desempenho profissional atingem-se por consenso no interior da profissão e são baseados no corpo de teoria existente.” (TRAQUINA, 2005, p. 104).

Faz-se necessária, portanto, a criação de códigos de ética pelos profissionais. Há o código escrito, formal, em que são estabelecidas as regras de conduta, os objetivos das atividades e as restrições, e um código informal que rege a relação entre os próprios profissionais a partir de normas de etiqueta que visam evitar distúrbios entre os agentes do campo.

Os quatro atributos listados acima contribuem para a formação de uma cultura profissional. Segundo Greenwood (1957 apud TRAQUINA, 2005, p. 105), “a existência de uma cultura profissional constitui o atributo que mais efetivamente diferencia uma profissão das outras ocupações. [...] a cultura de uma profissão consiste nos seus

valores, normas e símbolos”. Os valores seriam as crenças básicas, as premissas inquestionáveis; as normas seriam os guias para o comportamento em situações sociais e os símbolos são os itens carregados de sentido, como insígnias, emblemas, trajes, história, as figuras de heróis e vilões e os estereótipos tanto dos profissionais quanto dos leigos.

A cultura profissional não fica restrita ao ambiente de trabalho, invade a vida privada do profissional, transforma-se praticamente em sua condição existencial. É isso o que Greenwood denomina de carreira, o desejo íntimo de realizar tal atividade, uma espécie de vocação. Segundo Traquina (2005, p. 105-106): “O trabalho profissional nunca é visto apenas como um meio para um fim; é o próprio fim”. [...] O profissional executa os seus serviços em primeiro lugar para satisfação psíquica e em segundo lugar por compensações monetárias”.

Traquina (2005) constata que, ainda no século XXI, há uma dificuldade em se considerar o jornalismo como uma profissão. Entre outros argumentos, o jornalismo é visto como uma atividade eminentemente técnica, que pode ser aprendida na prática ou que prescinde de um curso de nível superior. Porém, segundo o autor, isso é um claro equívoco que denota desconhecimento da história do jornalismo. De fato, até o começo do século XX, o jornalismo era visto como uma ocupação, como um meio para se atingir um fim, que seria ou um cargo público ou político ou uma carreira literária. Além disso, o jornalista era visto como uma figura facilmente corruptível pelo dinheiro ou pelo poder político ou como alguém que invadia a privacidade individual e sensacionalizava acontecimentos. Traquina (2005) verifica o valor negativo concedido à atividade jornalística tanto na França, como nos EUA e na Inglaterra.

Ao averiguar a trajetória da prática jornalística, porém, percebe-se o estabelecimento de vários dos atributos ligados às profissões estipulados por Greenwood (1957). Dentre eles, Traquina (2005, p. 117) percebe que o jornalismo possui, sim, uma teoria sistemática específica: “para além do conhecimento técnico, existe o conhecimento teórico associado a um papel ou função central dos jornalistas, algo que eles devem supostamente conhecer: saber o que é notícia”. A exigência de formação acadêmica superior para o exercício da profissão tende a aumentar no final do século XIX e começo do século XX. Além disso, surgem cursos voltados especificamente para o conhecimento teórico e técnico dos processos comunicativos e jornalísticos. No começo do

século XX surgem cursos de jornalismo em universidades nos EUA e na Europa (cf. Traquina, 2005, p. 83-87).

No caso do Brasil, verifica-se processo semelhante. Vimos no primeiro item deste capítulo, segundo o trabalho de Barbosa (2007), como o jornalismo no Brasil, até a década de 30 do século XX, era vista como uma atividade complementar a outras profissões, ou um ponto de uma trajetória que tinha como o fim um cargo público, político ou fama literária. Na década de 50, “o jornalismo foi deixando de ser apenas uma ocupação provisória e se tornou uma profissão com identidade própria, diferenciada da dos literatos e da dos políticos.” (RIBEIRO, 2010, p. 345). O processo de profissionalização do jornalismo brasileiro está ligado a alguns fatores como o aumento salarial²², a regulamentação trabalhista pelo Estado²³ e atuação do Sindicato dos Jornalistas e da Associação Brasileira de Imprensa na proteção dos direitos trabalhistas e da liberdade de imprensa. Além disso, o ensino de jornalismo se estabeleceu no Brasil na década de 50 (cf. Ribeiro, 2010, p. 295). A formação dos cursos superiores em jornalismo levou a uma reflexão aprofundada sobre a atividade jornalística, sua função, seus deveres, suas regras etc. As questões de natureza deontológica orientam a produção acadêmica e o ensino durante a década de 50 no país:

[...] os trabalhos aí gestados e posteriormente divulgados sob forma impressa voltam-se constantemente para indagar sobre as implicações legais da atividade profissional, para refletir sobre os fundamentos morais da prática noticiosa e para delinear parâmetros filosóficos peculiares aos processos jornalísticos vigentes (MELO, 2006, p. 19).

²² “O Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio de Janeiro entrou em acordo com o Sindicato das Empresas Proprietárias de Jornais e Revistas em outubro de 1949 e em outubro de 1953, conseguindo aumentos de 40 e 80% respectivamente. Em fevereiro de 1955, novo acordo foi firmado, definindo um aumento de 30%.” (RIBEIRO, 2010, p. 290). A consequência óbvia do aumento do poder aquisitivo dos jornalistas é que estes poderiam se dedicar exclusivamente à profissão, sem a necessidade de trabalhar em outras áreas.

²³ A profissão de jornalista foi regulamentada pelo Decreto-lei nº 910, de 30 de novembro de 1938. O Decreto-lei nº 7.037, de 10 de novembro de 1944, cria os cargos de repórter de setor, repórter auxiliar, noticiaristam, entre outros, e estabelece salários mínimos para as diferentes categorias. A Lei nº 3.529, de janeiro de 1959, garantiu aposentadoria especial após 30 anos de serviço (cf. Ribeiro, 2010).

Dentre os fundamentos morais da profissão estava a busca pela verdade. O jornalista seria aquele profissional que seria dotado de técnicas e de conhecimentos para verificar a verdade sobre os acontecimentos e repassá-la à população. Publicar informação ou fatos inverídicos seria o maior “crime” do profissional de imprensa. Isso porque o jornalista conquistava uma função social importante, que seria o alicerce de sustentação e manutenção da democracia. Nesse sistema político é fundamental que os cidadãos tenham acesso às informações para poder lutar por seus direitos e fiscalizar as ações do Estado. No meio urbano complexo e disperso que são as cidades modernas, as notícias cumprem, assim, uma função basilar ao conectar tanto o poder público com a sociedade civil, quanto os próprios membros dessa sociedade. Melo (2006, p. 22) afirma que a deontologia formada neste momento estipulava “a atividade noticiosa como serviço público, indispensável à promoção do ‘desenvolvimento social e econômico’ e à ‘consolidação das instituições democráticas’”. Como vimos anteriormente, para Greenwood (1957), a existência de códigos deontológicos é um dos cinco principais atributos para a definição de uma profissão e, segundo Traquina (2005, p. 119), a sistematização de uma deontologia do jornalismo em vários países torna irrefutável a constatação de que o jornalismo alcançou um estatuto profissional.

O imperativo da busca pela verdade e o reconhecimento de ser um serviço público remetem à estipulação de normas técnicas para que o jornalista cumpra plenamente a sua função. Ou seja, é preciso delimitar um saber técnico e teórico que seja específico do profissional, que seja dominado por ele e desconhecido pelos leigos. Um tipo de saber e uma forma de fazer restritos ao trabalho do jornalista que distingam os produtos daí oriundos de outros produtos relacionados ao universo da comunicação e das letras, como a literatura e a publicidade, por exemplo. O ensino regular de jornalismo nas universidades foi fundamental para a sistematização da técnica e do conhecimento específicos: “Formando profissionais nas novas técnicas de redação e na ideologia da objetividade, as escolas contribuíram largamente para a afirmação e o desenvolvimento do novo estilo da imprensa diária.” (RIBEIRO, 2010, p. 295). É neste sentido que as reformas redacionais implementadas durante a década de 50 contribuíram para a profissionalização do jornalismo, já que um dos atributos das profissões é a existência de uma teoria sistemática, de um conhecimento específico que separa profissionais de leigos.

A padronização da linguagem a partir do ideal da objetividade efetiva uma diferenciação entre o jornalismo e outros campos do saber. A partir desse momento, o domínio das técnicas literárias não era mais garantia de sucesso profissional. A figura do jornalista se descola da figura do literato e ganha autonomia. Técnicas de redação como o *lead*, a pirâmide invertida, a linguagem simples, direta e coloquial passam a ser requisitos fundamentais para exercer a profissão. O acontecimento relatado pelo jornalista passa a ter um formato narrativo próprio que implica o domínio de um saber: saber o que – dentre uma sequência de fatos e/ou acontecimentos – é mais importante:

[...] a escolha do *lead* (o primeiro parágrafo da notícia) é de responsabilidade do jornalista. O jornalista não pode dizer que a escolha pertence a outra pessoa. O jornalista só pode invocar o seu profissionalismo para justificar que o *lead* escolhido é válido devido à sua perspicácia profissional, ou seja, à sua capacidade de escolher “objetivamente” entre “fatos” concorrentes, para decidir quais os “fatos que são mais “importantes” ou “interessantes” (TRAQUINA, 2005, p. 141).

A formação de uma deontologia e a sistematização de um conhecimento prático e teórico são fundamentais para o surgimento de uma cultura profissional – o atributo mais importante de uma profissão. A cultura profissional, como a cultura de um país ou de uma comunidade, se caracteriza pelo compartilhamento de símbolos, valores e mitos. Segundo Traquina (2005), os dois principais valores da cultura da “tribo” jornalística são a liberdade e a objetividade. A relação simbiótica entre jornalismo e democracia faz com que núcleo da atividade jornalística seja a noção de liberdade. Imprensa livre é condição *sine qua non* para a existência do sistema democrático. Sem liberdade, o jornalista não consegue cumprir os preceitos da deontologia profissional, como a busca pela verdade e a prestação de um serviço público que é a publicação de notícias. Já a objetividade é considerada um valor essencial para que o jornalista consiga alcançar a verdade e cumprir seu papel social. Além disso, se torna um ponto de partida para o jornalista perceber o mundo e atuar dentro dele. O surgimento desse valor na cultura jornalística é analisado de forma polêmica, para muitos se confunde com um “mito” da profissão (já que, para uma parcela dos pesquisadores, ele é inatingível). Problematizaremos essa questão no

próximo capítulo, mas, a partir de Traquina (2005, p. 143), podemos constatar que os profissionais de cada país, em determinado momento histórico, alçaram o conceito de objetividade ao panteão simbólico da cultura jornalística, transformando-o em valor fundamental da profissão reconhecido não apenas pelos jornalistas, mas pela sociedade:

A formação de uma cultura profissional dos jornalistas se firma em solo brasileiro, portanto, durante a década de 50. É neste momento que valores fundamentais dessa cultura são introduzidos nas redações e sistematizados nas universidades. Os jornalistas veteranos se veem obrigados a mudar práticas e valores para se inserirem nessa cultura. Os novatos, vindos das universidades ou treinados a partir das novas técnicas nas próprias redações, introjetam regras, padrões, normas e valores. Ocorre uma unificação do olhar e da escrita jornalística que levam à constituição de um modo de *ser* jornalista.

[*os jornalistas*] foram capazes de forjar uma forte identidade profissional, isto é, uma resposta bem clara à pergunta “o que é ser jornalista”, parte de toda uma cultura constituída por uma constelação de crenças, mitos, valores, símbolos e representações que constituem o ar que marca a produção das notícias. A vasta cultura profissional dos jornalistas fornece um *modo de ser/ estar*, um *modo de agir*, um *modo de falar*, e um *modo de ver* o mundo [...] (TRAQUINA, 2005, p. 121).

A descrição das consequências da formação de uma cultura profissional elaborada por Traquina remete ao conceito de *habitus*, de Bourdieu:

Existem, dentro do mundo social, e não somente nos sistemas simbólicos, como linguagem, mito etc., estruturas objetivas, independentemente da consciência e da vontade dos agentes, que são capazes de orientar ou coibir suas práticas e representações. [...] há uma gênese social de uma parte dos esquemas de percepção, de pensamento e de ação, constitutivos daquilo que chamo *habitus*, de outra parte, das estruturas sociais, e em particular as que identifico como campos e grupos. [...] as representações dos agentes variam segundo sua posição e segundo seu *habitus*, como

sistemas de percepção e apreciação, como estruturas cognitivas e valorativas adquiridas na experiência duradoura de ocupar um espaço no mundo social (BOURDIEU, 1987 apud BARROS FILHO & MARTINO, 2003, p. 65).

O conceito de *habitus* relaciona o aspecto individual com o aspecto social do sujeito. Nem apenas o meio social molda a percepção individual, nem somente o processo reflexivo interno do indivíduo comanda o meio social. A ação social, para Bourdieu, ocorre a partir da inter-relação entre as “estruturas incorporadas de ação, denominadas por ele *habitus*, e as estruturas objetivas – regras de ação, educação formal, gostos, relações de produção e concorrência – de cada espaço social, os *campos*” (BARROS FILHO & MARTINO, 2003, p. 65).

Habitus é saber prático, conhecimento voltado para a ação. Pode ser apreendido de forma consciente, por meio do sistema de ensino, ou irrefletidamente, como por meio da recorrência de condições que impõem tomadas de posição que, pela experiência, tornam-se repetidas. A ideia é que o indivíduo não está a todo momento refletindo sobre seus atos, sobre suas escolhas. Isso demandaria um desgaste mental e uma perda de tempo que inviabilizariam o movimento dentro do mundo social. Ao se deparar com situações semelhantes ao longo de sua trajetória de vida, advindas do espaço social que ocupa e da posição que possui dentro desse espaço, o sujeito efetua escolhas que podem se verificar equivocadas ou acertadas. A repetição das situações leva às escolhas também repetidas, dado que já se verificaram serem benéficas para o sujeito ou para o campo em que atua. Nesse sentido, o *habitus* é saber prático irrefletido e estruturado socialmente. Tornam-se os “óculos” com que o sujeito observa o mundo; não apenas como percebe, mas também como age, se porta, é nele.

O *habitus* possui uma faceta dupla: é primitivo, pois estrutura-se na infância a partir das primeiras experiências com o mundo social, através das relações estabelecidas no núcleo familiar e escolar; e histórico, pois não se limita a essas primeiras interações e continua em constante formação na vida adulta através das interações estabelecidas nos campos sociais de atuação do sujeito. Esse conceito trata-se, portanto, de história individual e história grupal sedimentada no corpo, de estrutura social tornada estrutura mental. Porém, essa primeira análise sobre o *habitus* pode levar a crer que este se trata de uma imposição estrutural que dominaria o processo cognitivo e as práticas do sujeito, mas não é isso que se verifica, na verdade, é justamente o

contrário. A gênese do conceito de *habitus* representa uma crítica ao estruturalismo e ao materialismo:

Retomando a velha noção aristotélica de *hexis*, convertida pela escolástica em *habitus*, eu desejava reagir contra o estruturalismo [...], com o seu agente reduzido ao papel de suporte – *Trager* – da estrutura; [...] eu desejava pôr em evidência as capacidades “criadoras”, ativas, inventivas, do *habitus* e dos agentes (que a palavra *hábito* não diz), embora chamando a atenção para a ideia de que este poder gerador não é o de um espírito universal, de uma natureza ou de uma razão humana [...] mas sim o de um agente em ação: tratava-se de chamar a atenção para o “primado da razão prática” [...], o “lado ativo” do conhecimento prático que a tradição materialista, sobretudo com a teoria do “reflexo”, tinha abandonado” (BOURDIEU, 2010, p. 61).

Assim, para Bourdieu, o *habitus* se forma a partir do contato com as estruturas materiais, é, portanto estruturado, porém também é capaz de ser alterado e de alterar as estruturas. Na teorização sobre esse conceito, não se elimina a parcela ativa do sujeito que, mesmo possuindo categorias de percepção e de ação introjetadas, possui espaço para testar novos discursos e novas ações. As disposições são socialmente montadas, mas podem ser corroídas, contrariadas, até mesmo desmanteladas ou pela exposição a novas forças externas ou pelas disposições internalizadas no passado da trajetória individual, que podem se chocar com aquelas presentes no campo de atuação – profissional, por exemplo – em que o sujeito se insere. Assim, apesar de ser socialmente estruturado (por meios sociais), o *habitus* é também estruturante (de ações e representações presentes):

O *habitus* fornece ao mesmo tempo um princípio de sociação e de individuação: *sociação* porque as nossas categorias de juízo e de ação, vindas da sociedade, são partilhadas por todos aqueles que foram submetidos a condições e condicionamentos sociais similares (assim podemos falar de um *habitus* masculino, de um *habitus* nacional, de um *habitus* burguês, etc.); *individuação* porque cada pessoa, ao ter uma

trajetória e uma localização única no mundo, internaliza uma combinação incomparável de esquemas. (WACQUANT, 2007, p. 67-68).

Assim, no jornalismo brasileiro da década de 50, verifica-se a formação de uma cultura profissional que estrutura um *habitus* jornalístico, que se caracteriza por aquilo que Traquina (2005, p. 121) chama de “modo de ser/ estar”, “modo de agir”, “modo de “falar” e “modo de ver” o mundo. A padronização da linguagem jornalística a partir do ideal da objetividade e as representações que os jornalistas passam a ter de si mesmos como guardiões da verdade e da liberdade democrática constituem esse *habitus*. Porém, com relação ao “modo de falar”, ou seja, com relação à forma de se escrever as notícias, não foi partilhadas por todos os agentes do campo. A trajetória individual de alguns jornalistas e o *habitus* pessoal daí decorrente fez com que as categorias de percepção dos jornalistas engajados na reformas não fossem compartilhadas por todos os outros jornalistas. É aí que verifica-se o aspecto criador, ativo e inventivo do *habitus* ressaltada por Bourdieu (2010, p. 61).

Ribeiro (2010, p. 232) chama a atenção para o movimento contrário às reformas redacionais representado pelo colunismo: “espaços enunciativos que produziam efeito inverso, favorecendo a subjetividade e a afirmação de alguns nomes no mercado jornalístico. Era o caso das colunas e das seções especializadas”. Interessante notar essa referência a “alguns nomes” porque esses espaços controversos eram concedidos para os agentes que detinham capital simbólico, logo poder simbólico para afirmar seu nome e um lugar diferenciado dentro do campo: “para o jornalista, assinar uma coluna era ter um espaço nobre na imprensa. Significava adquirir prestígio e notoriedade perante o público e reconhecimento por parte dos seus pares”. Logo, verifica-se a hierarquia e a luta simbólica no interior do campo jornalístico e, consequentemente, o aspecto arbitrário das reformas (RIBEIRO, 2010, p. 232).

A opinião, o estilo literário, a crítica e o humor não sumiram das páginas do jornais. O que ocorreu foi uma separação, uma divisão entre espaços restritamente informativos e espaços opinativos. A valorização e a concessão de espaços opinativos ocorreram devido à necessidade de uma construção de vínculo com o leitor. Segundo Samuel Wainer (apud RIBEIRO, 2010, p. 233), “para o leitor é muito

mais fácil identificar-se com pessoas em termos individuais do que com as instituições”.

Outro gênero opinativo que ganhou destaque na década de 50 foi a ilustração de humor (caricatura, charge, cartum etc). Uma série de artistas que contribuíram enormemente não apenas para a revolução no uso das ilustrações nos jornais, mas também para a valorização do humor, logo, da opinião crítica.

A eficácia da destrutividade cômica talvez se ancore na relativa incontrolabilidade da observação cômica. Esta é relativamente incontrolável na medida em que é uma ruptura, uma descontinuidade com o pensamento razoável, com um saber lógico ou científico estreitamente comprometido. [...] A comicidade é também incontrolável no sentido de que não conhece (ou conhece muito pouco) interditos; tematiza áreas proibidas ou sacralizadas para outros tipos de conhecimentos, invade-os e os descentraliza (NEVES, 1974, p. 37 apud RIBEIRO, 2010, p. 252).

Percebe-se uma diferença entre o *habitus* dos jornalistas que trabalhavam com humor e o *habitus* profissional do jornalista então em formação. Isso porque as categorias de percepção e de ação, baseadas no ideal da objetividade, são opostas a essa tendência ao irracionalismo, à “descontinuidade com um saber lógico e científico”, à manifestação de opinião por parte do humorista que polemiza temas e valores delicados.

Um dos colunistas de humor, que ganhou fama na década de 50, foi Millôr Fernandes. Utilizando o sobrenome de Vão Gogo, assinou durante 18 anos (de 1945 a 1963) a seção *Pif-Paf* na revista *O Cruzeiro*. A seção terminou e Millôr foi demitido justamente por abordar, de forma satírica, um assunto sacralizado: a visão católica sobre a criação do mundo. As diferentes práticas e visões de mundo dos jornalistas ocasionam embates simbólicos dentro do campo. Se alguns agentes conseguiam manter seu estilo dentro da grande imprensa, outros não tinham a mesma sorte ou efetivamente não queriam seguir as regras do jogo. Verifica-se, portanto, segundo Traquina (2005, p. 125), a divisão do campo jornalístico em dois pólos dominantes: o pólo comercial (no qual as notícias são consideradas mercadorias e produzidas em esquemas de produção capitalistas, em que se verifica a valorização da

padronização da escrita a partir do ideal da objetividade) e o pólo ideológico ou intelectual (no qual o jornalismo é visto como serviço público basilar do sistema democrático que concede espaço para a crítica, a interpretação e a opinião).

Veremos a seguir, como a partir do golpe militar, em 1964, ocorre o crescimento da produção de jornais considerados alternativos, justamente porque não se inseriam no pólo comercial do jornalismo. Em um primeiro momento, pode-se pensar que esse *boom* está ligado à repressão exercida pelo regime militar. Porém, uma análise da história do jornalismo e da estruturação do campo jornalístico permite perceber que práticas “alternativas” sempre estiveram presentes neste campo, visto que este se caracteriza por um espaço de lutas simbólicas que visam à legitimação de práticas que estão longe de obter unanimidade.

3.3 O JORNALISMO ALTERNATIVO NO BRASIL

A distinção entre o pólo comercial e o pólo ideológico dentro do campo jornalístico não é dicotômica. Entre os dois extremos há gradações e hibridações. Parto do pressuposto de que as práticas alternativas estão mais próximas do pólo ideológico, dado que, como veremos, o sistema de produção das publicações alternativas é diferente daquele da grande imprensa. Porém, é preciso ressaltar que o aspecto anticapitalista, antiempresarial ou anti-industrial desse tipo de jornalismo não o define, ou melhor, não é sua característica mais marcante, apesar de compor um de seus elementos.

É alternativo todo meio que, num contexto caracterizado pela existência de setores privilegiados que detêm o poder político, econômico e cultural – nas diversas situações possíveis, desde o sistema de partido único e economia estatizada (Cuba) até regimes capitalistas de democracia parlamentar e as ditaduras militares – implica uma opção frente ao discurso dominante, opção a qual confluem, em grau variável, os sistemas de propriedade, as possibilidades de participação dos receptores na elaboração das mensagens, as fontes de financiamento e as redes de distribuição, como elementos complementares (GRIBERG, 1987, p. 18 apud BECKER, 2009, p. 173).

Porém, tratando-se especificamente do caso brasileiro, verifica-se que o discurso dominante está intrinsecamente vinculado ao sistema capitalista. Vimos anteriormente como o processo de modernização da grande imprensa se pautou pelo acúmulo de capital e o desenvolvimento tecnológico daí advindo. Nos anos 50, a concentração de capital se acentuou e o trabalho jornalístico passou a se pautar por uma racionalização do processo produtivo baseado na divisão do trabalho, na promoção publicitária, na agilidade tecnológica etc. Assim, considero importante a conceituação de imprensa alternativa operada por Caparelli (1986, p. 45): “[...] esse conceito sugere imediatamente referência ao contexto de seu aparecimento. Alternativo indica uma relação com o outro, um *alter* que chama a si os que desviam de um caminho inicial, no caso, a imprensa tradicional”. Pedroso (1990, p. 151) também considera o jornalismo alternativo, por ela denominado de “jornalismo de oposição”, como um tipo de publicação que segue um sistema de produção diferente: “O jornalismo de oposição é uma prática não alinhada ao modelo convencional de produção de informação. Contém elementos alternativos que o definem como de oposição e/ou popular por optar por um modelo politizador e participatório de comunicação”.

O jornalismo alternativo não surgiu no Brasil apenas na década de 60. Ao longo da história da imprensa no Brasil verifica-se a presença de publicações que se opunham ao discurso político, econômico ou estético dominante. Porém, ao se posicionar de forma contrária a esse discurso, o jornalismo alternativo acaba por se opor à grande imprensa, lugar em que a visão hegemônica de mundo circula. E a grande imprensa, como foi visto a partir da pesquisa de Barbosa (2010), se estrutura no final do século XIX a partir de um modelo modernizador que a conecta ao sistema capitalista internacional. Assim, Bahia (2009) verifica nesse momento histórico a presença de práticas alternativas no jornalismo brasileiro representadas, principalmente, pela atividade dos chamados pasquins:

Não é a imprensa influente como o *Diário do Rio de Janeiro* ou o *Jornal do Commercio*, a exhibir neutralidade e indiferença olímpicas diante dos acontecimentos, que abala o governo e o questiona. Esse papel cabe ao jornalismo de oposição, desde o *Aurora* de Evaristo aos panfletos, folhetos, pequenos títulos

depreciativamente chamados de pasquins. São incontáveis. Editados no Rio, reimpressos nas províncias; fechados em uma cidade, ressuscitam em outra. Perseguidos, processados, condenados, voltam com nomes diferentes (BAHIA, 2009, p. 66).

Além dos pasquins, paralelamente à modernização da grande imprensa, desenvolve-se uma imprensa que se propõe a organizar, politicamente e ideologicamente, os trabalhadores brasileiros, chamada imprensa operária, produzida por lideranças operárias formada, principalmente, por imigrantes. O conteúdo desses jornais era notadamente influenciado pelas ideias do anarquismo. Segundo Becker (2009, p. 277), desde os anos 80 do século XIX até as três primeiras décadas do século XX, são editados 343 títulos em todo o território brasileiro. Segundo a autora, esse fator representa a existência, na história do jornalismo brasileiro, de uma imprensa de classe: “ou da classe dominante, ou da classe dominada, com todos os reflexos que essa divisão proporciona à atividade dos periódicos e do periodismo” (SODRÉ, 1977, p. 370 apud BECKER, 2009, p. 278).

A afirmação de Sodré, de que não apenas as classes subalternas participaram desse jornalismo alternativo, é corroborada por Romancini & Lago (2007), ao verificarem – paralelamente ao desenvolvimento da grande imprensa – o surgimento, na década de 20, de periódicos ligados ao campo literário e das artes plásticas, que era formado, primordialmente, por agentes oriundos das camadas intelectuais da elite e da classe média.

A relação entre imprensa e literatos foi comum, como vimos, porém, os modernistas, além de colaborarem em jornais criaram uma série de revistas, dedicadas a propagar suas ideias, durante toda a década de 20, entre outras, *Klaxon* (1922), *Revista de Antropofagia* (1927), em São Paulo, *Estética* (1924) e *Festa* (1927), no Rio, e *Verde* (1928), de Cataguazes. Tais revistas tiveram vida efêmera, mas alcançaram repercussão nos meios intelectuais. (ROMANCINI & LAGO, 2007, p. 87).

Portanto, o jornalismo alternativo produzido no Brasil durante as décadas de 60 e 70 não era uma novidade, estava inserido em uma

tradição histórica de práticas oposicionistas na imprensa brasileira. A peculiaridade dos jornais alternativos nesse contexto se deve a alguns fatores fundamentais: em primeiro lugar, o golpe militar que instaurou uma ditadura totalitária em 1964; em segundo, a efervescência cultural e política advindas (no Brasil e no mundo), respectivamente, da implementação da indústria cultural e do debate intelectual das esquerdas e, em terceiro, a consolidação das reformas na grande imprensa, vistas anteriormente.

Muitos estudos sobre o jornalismo alternativo brasileiro ocorrido nas décadas de 60/70 tendem a periodizar este ciclo por intermédio de marcos do desenvolvimento do próprio regime militar, instaurado em 1964. Considera-se então o período de 1968 até 1978 como o que agrupou esse movimento, indo, portanto, do AI-5 até a Anistia. Ou seja, levando em consideração a reverberação dos atos do regime sobre os intelectuais, jornalistas e ativistas políticos. É claro que pontos marcantes como o AI-5 e a campanha pela Anistia provocaram mudanças de atitude na produção do jornalismo alternativo, mas esses atos por si só não dão conta de explicar esse movimento justamente pela sua complexidade. Kucinski (2003, p. 16) frisa essa questão metodológica lembrando que, além das mudanças provocadas pela ditadura, deve-se levar em consideração as mudanças no imaginário dos protagonistas: “À medida que se modificava o imaginário social e com ele o tipo de articulação entre os jornalistas, intelectuais e ativistas políticos, instituíam-se novas modalidades de jornais alternativos”. É nesse sentido que o autor verifica a divisão entre os jornais em três “linhagens”: política, existencial e satírica.

As duas primeiras receberam influência direta da revista *Realidade*, criada em 1966 por Paulo Patarra. Era uma publicação que fazia sucesso por suas reportagens sociais e pela discussão crítica da moral e dos costumes. Teve forte influência do *new-journalism* norte-americano, que utilizava uma técnica narrativa literária e expunha as opiniões e as sensações do jornalista sobre o fato que estava sendo relatado. Chegou a vender 400 mil exemplares. Apesar de pertencer ao grupo Abril, a revista funcionava como uma redação alternativa: jornalistas membros de células políticas, igualdade de discussão entre os membros – não hierarquização da redação –, uma grande preocupação política, não no sentido partidário e sim no sentido de debate democrático de ideias. *Realidade* é considerada por Kucinski (2003, p. 37) uma grande matriz do ciclo alternativo brasileiro dos anos 60.

Em 1968, ocorreu um cisma na redação da revista. O grupo de movimento político-social *Ação Popular* (AP), influenciado pela revolução cultural chinesa, orientou seus militantes a caírem na clandestinidade, se misturarem ao povo, se possível no meio operário. Vários jornalistas que trabalhavam na publicação eram membros da AP. Aqueles que recusaram a seguir essa diretriz deram origem a jornais alternativos antidoutrinários; surgia a linhagem existencial, representada principalmente por *Bondinho* (1970), *Jornalivro* (1971), *Grilo* (1971), *Fotochoq* (1973), *Viver* (1975), *Mais Um* (1976), *Extra-Realidade Brasileira* (1976) e *Domingão* (1976).

Os jornalistas da base da AP que aceitaram a orientação montaram projetos jornalísticos de frente política, surgidos em torno do *Amanhã* (1967), de Raimundo Pereira. Da equipe original desse jornal originaram-se ramificações e dissidências que criaram publicações de cunho estritamente político-ideológico: *Opinião* (1972), *Movimento* (1975), *Assuntos* (1976), *Amanhã* (1977), *Em Tempo* (1977) e *Bloco* (1979).

A terceira linhagem, por coincidência ou não, é essencialmente carioca: a dos jornais satíricos. Formada principalmente por humoristas e cartunistas, essa linhagem foi fortemente influenciada pelo estilo de vida boêmio, por aspectos da contracultura como a desobediência civil, o uso de drogas, a crítica ao moralismo e a valorização do amor-livre, enfim, pela visão da política como algo ligado ao cotidiano, ao corpo, a esfera privada, distante do dogmatismo das esquerdas. Seus principais agentes – Ziraldo, Henfil, Jaguar e Millôr Fernandes – deram origem a uma das vertentes mais importantes, populares e inovadores do jornalismo alternativo brasileiro. O primeiro jornal alternativo do período da ditadura militar já nasceu satírico: *Pif Paf*, publicado por Millôr em 1964. O mais duradouro também: *O Pasquim*, que foi lançado em 1969 e publicado (apesar de idas-e-vindas) até o final da década de 80. Além de ser o alternativo mais longevo, era extremamente popular: segundo Braga (1991, p. 28), o primeiro número teve tiragem de 20 mil exemplares e seis meses depois chegaria a 200 mil. A *Pif Paf*, de Millôr, também alcançou número notável: no lançamento teve tiragem de 40 mil²⁴ exemplares (cf. Kucinski, 2003, p. 48).

O surto alternativo na imprensa brasileira nos anos 60 e 70 está relacionado com a ditadura militar e com o esvaziamento crítico da

²⁴ A título de comparação, publicações da grande imprensa, como *Veja* e *Manchete* vendiam nas bancas, em 1977, respectivamente, 60 mil e 25 mil exemplares (cf. Gaspari, 2002[b], p. 219).

esfera pública representada pelos jornais. O Estado tornou-se condutor de um processo excludente das massas e silenciador das oposições. “O processo de acumulação da empresa jornalística brasileira passou pelo Estado, pelos seus subsídios, empréstimos favorecidos, verbas publicitárias, isenções fiscais e não pela esfera pública e seus leitores” (KUCINSKI, 2003, p. 23). Segundo o autor, os jornais alternativos exerceram uma função social de espaço público reflexivo e contra-hegemônico.

Assim, o surgimento de uma produção jornalística alternativa intensa nesse período deve-se à “articulação de duas forças igualmente compulsivas: o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa.” (KUCINSKI, 2003, p. 16). Ou seja, além do combate à ditadura e ao capitalismo, os jornais alternativos se contrapunham ao sistema organizacional da grande imprensa, seu discurso e seu formato. Foi visto no item anterior deste capítulo, que, durante a década de 50, a imprensa brasileira reformulou-se: efetivamente modernizou seu sistema de produção e instituiu uma padronização na linguagem. Apesar de ter aberto espaços opinativos nos jornais, esses não foram suficientes para exprimir a efervescência crítica e o debate social e político que ocorreram em campos específicos da sociedade. Em resumo, é difícil operar uma crítica à ditadura, ao sistema econômico ou aos valores culturais e morais vigentes a partir de um formato de relato lacônico e objetivo: “na origem de toda aventura alternativa havia a liderança de jornalistas, ansiosos por se libertarem das restrições da grande imprensa.” (KUCINSKI, 2003, p. 24).

A imprensa alternativa das décadas de 60 e 70 se colocou, portanto, não apenas como uma alternativa para se poder dizer o que a censura barrava nos veículos da grande imprensa, mas também como uma alternativa às estruturas organizacionais, econômicas e aos formatos linguísticos desta mesma imprensa. No ano de 1964, quando foi lançada a revista *Pif-Paf*, além de uma ditadura recém-instaurada, havia uma imprensa organizada como empresa e um formato linguístico padronizado que passava a ser cada vez mais dominante, que vinha sendo estruturado desde a década de 50. Esta imprensa caracterizada por uma racionalidade capitalista era, portanto, no Brasil, um fenômeno recente. A imprensa alternativa de humor pode ser considerada uma resposta não apenas ao contexto político (a ditadura militar), mas também ao contexto econômico, organizacional e discursivo do campo jornalístico, mais precisamente, da grande imprensa. Para Braga (1991,

p. 228): “A imprensa alternativa se vê como jornalismo de oposição. Sua estrutura, sob forma de pequena empresa, tenta evitar a dualidade entre proprietários e jornalistas, para superar o controle da palavra pelo poder econômico”.

Pif-Paf indica diretamente esse posicionamento. Na página 10 da edição de número 8 há um espécie de tutorial para compreender o que a grande imprensa está realmente querendo dizer em suas manchetes. O título é “*How to read a Newspaper*”, e segue a explicação: “Colaborando no esclarecimento dos leitores desavisados, o Pif-Paf ensina como se deve ler as manchetes de um jornal”. Alguns exemplos: “Agrava-se crise entre FAB e Marinha” deveria ser lido como “É normal a situação nas Forças Armadas”; “Governo vai estudar o desemprego” seria, na verdade, “O desemprego vai aumentar”; “China sugere levante de negros americanos” vira “Agora vai ser simples: todo negro é comunista”; “Alteração na lei de remessa de lucros agrada americanos” deve ser lida como “Alteração na Lei de Remessa de Lucros”; e “Reforma Agrária vai ao congresso pela mão do PSD” se torna: “Pra vocês verem como é que é a coisa”.

O uso do humor – e sua consequente manifestação explícita de opinião – não é aceito na padronização da linguagem implementada pela organização empresarial de jornalismo²⁵. Porém, ao mostrar o que está por trás das manchetes da grande imprensa, *Pif Paf* coloca em dúvida esse modelo e mostra que, mesmo sendo o mais objetivo possível, a característica opaca da linguagem, por si só – ou conjuntamente com influências econômicas e políticas sobre a atividade jornalística – pode fazer com que questões importantes da notícia não sejam expostas, na verdade, justamente o contrário: fiquem escondidas.

A opinião e o humor não desapareceram da grande imprensa com a padronização da linguagem a partir do ideal da objetividade. Ribeiro (2010) constatou a existência de espaços reservados a esse tipo de texto. Porém, ainda assim, colunistas e humoristas, apesar da liberdade a eles concedida, estavam imersos em uma organização empresarial que possuía interesses políticos e econômicos que restringiam o raio de ação temática e estilística dos jornalistas. Um bom exemplo foi a demissão de Millôr Fernandes, da revista *O Cruzeiro*, por publicar uma sátira de uma história bíblica. Os jornais alternativos, a partir de uma estrutura não hierarquizada e de uma relação diferente com o capital e com o lucro, ao

²⁵ E quando é aceito, fica em uma área restrita, como as sessões de humor (como o caso da sessão *O Pif-Paf*, dentro da revista *O Cruzeiro*), de quadrinhos e crônicas.

contrário da grande imprensa, eram espaços de liberdade total para jornalistas e humoristas. Podem ser considerados como produtos do pólo mais autônomo do campo jornalístico, onde a adesão à padronização da linguagem não se verifica.

Mesquita (2005), a partir da perspectiva de Hallin (1989, p. 28), verifica três zonas de atuação dos jornalistas, com reflexos na sua atitude de distanciamento ou de adesão à objetividade: a “esfera da controvérsia legítima”, em que operam os princípios de distanciamento e de neutralidade; a “esfera do consenso e dos valores partilhados”, onde os jornalistas tendem a adotar um comportamento reverencial; e a “esfera do desvio”, na qual os jornalistas “desligam-se com frequência do compromisso de neutralidade e adotam atitudes irônicas ou críticas em relação a comportamentos ou grupos que constituem objeto de reprovação social”.

As três linhagens do jornalismo alternativo brasileiro operaram na “esfera do desvio” de formas diferentes. No âmbito da linguagem, nota-se uma diferença entre os jornais de linhagem política e os de linhagem existencial e satírica. A primeira, baseada nas ideologias marxistas, publicava textos longos, densos, dogmáticos e pedagógicos:

Tanto a linguagem dogmática da maioria dos jornais políticos, formulada de modo canônico, como sua postura pudica, refletiam o marxismo de cunho religioso e os preceitos morais do Partido Comunista do Brasil (PCdoB), predominante durante a maior parte do ciclo alternativo (KUCINSKI, 2003, p. 14).

Já os jornais de cunho existencial e satírico possuíam características semelhantes às aquelas verificadas na revista *Pif Paf* (a primeira publicação da linhagem satírica), no primeiro capítulo: textos humorísticos ou produzidos a partir de recursos estilísticos ligados aos gêneros literários, amplo uso de imagens (ilustrações, charges, cartuns, fotomontagens etc.), crítica dos costumes e de valores morais etc. Kusinski (2003, p. 14-15) verifica a influência da “contracultura norteamericana dos anos 50 e 60” sobre esse jornais. No final dos anos 60 e nos anos 70 (com o movimento Maio de 68 e o *hippismo*), essa influência tende a ser mais nítida, principalmente, pela divulgação de uma cultura *underground* vinculada ao experimentalismo do uso de drogas, como a maconha e o LSD. Porém, o não atrelamento às ideologias e práticas da esquerda tradicional não significa que esses

jornais não atuassem no plano político de oposição ao regime militar e ao capitalismo:

Nesse plano, mantinham-se nos marcos de uma cultura convencional de esquerda e da crítica intransigente. Seus protagonistas, muitos deles antigos militantes de esquerda, haviam adotado o existencialismo como fuga instintiva do dogmatismo das esquerdas e da própria realidade opressiva do que como adesão a uma nova acepção de ser. Não criticavam a cultura estabelecida das esquerdas; apenas não mais a adotavam como filosofia de vida (KUCINSKI, 2003, p. 15).

A valorização da perspectiva humorística pode ser considerada a base dessa filosofia de vida. Os gêneros de ilustração de humor e as técnicas literárias da sátira e da ironia estão praticamente em todos os jornais das linhagens satírica e existencial. Segundo Ortiga (1992), a sátira é construída sobre uma premência no apuramento da natureza humana e da sociedade, e se processa através de inversões e deformações que manifestam, indiretamente, a sua intencionalidade agressiva e destrutiva. Já com relação à ironia, Kierkegaard (1991) a define sinteticamente como a técnica de se dizer o contrário do que se pensa:

Ou o irônico se identifica com a desordem que ele quer combater, ou ele assume frente a essa uma relação de oposição, mas naturalmente, sempre de tal modo que esteja consciente de que a aparência dele é o contrário daquilo em que ele se apoia, e que saboreie essa inadequação (KIERKEGAARD, 1991, p. 217).

Ora, nos dois recursos estamos lidando com formas discursivas altamente opinativas e que transmitem informações a partir de uma linguagem opaca, não objetiva (no sentido de “ir direto ao ponto”, facilitando o acesso do receptor ao fato que se pretende reportar; ou, como afirma Fontcuberta (1998), no sentido de eliminar os ruídos da comunicação). Porém, de acordo com algumas proposições sobre o jornalismo – como aquela implementada nas redações dos grandes jornais da década de 50 – o formato do texto jornalístico informativo é

refratário à opinião e às técnicas redacionais que complexifiquem o acesso ao sentido do relato: “Os jornalistas têm obrigação de escrever de uma forma fácil de compreender, por simplificação, portanto, entendemos tornar a notícia menos ambígua, reduzir a natureza polissêmica do acontecimento.” (TRAQUINA, 2008, p. 91).

Com o uso do humor, verifica-se uma personalização do relato operada através de escolhas que produzem formas de apreensão diferentes sobre um mesmo fato. Formas essas que promovem reações também diferenciadas – e muitas vezes inesperadas – no receptor.

O riso, portanto, não é da alçada estética pura, pois persegue (de modo inconsciente e até imoral em muitos casos particulares) um objetivo útil de aperfeiçoamento geral. Tem algo de estético, todavia, visto que a comicidade nasce no momento preciso em que a sociedade e a pessoa, libertas do zelo da conservação, começam a tratar-se como obras de arte (BERGSON, 2001, p. 15).

Uma ampla visualização do campo jornalístico pode nos remeter a objetos, assim, híbridos, fronteiriços entre a objetividade factual e a subjetividade estética. O campo jornalístico, em geral, possui uma fraca autonomia e se deixa interferir pelas lógicas de outros campos. *Pif Paf* pode ser localizada no pólo de maior autonomia do campo no que concerne à influência das forças do capital, porém, é digno de nota como a publicação estava imersa na movimentação de outro campo, o artístico-literário. Indícios disso é a forte presença de artistas plásticos, desenhistas, escritores e humoristas na publicação, além, é claro, da intensa convivência entre jornalistas e artistas através da vida boemia carioca. A própria figura de Millôr Fernandes remete a este vínculo entre o jornalismo e o mundo artístico, já que, em sua trajetória, verifica-se uma produção tanto no campo jornalístico quanto no campo literário e artístico.

Como vimos anteriormente, o *habitus* é o princípio gerador das formas de ver (categorias de percepção), agir (práticas) e estar no mundo social e nos campos sociais específicos. O *habitus* presente no campo jornalístico é diferente daquele compartilhado por agentes de outros campos. Mesmo dentro do campo jornalístico, também se verifica *habitus* específicos de cada agente. No item a seguir, será analisada a trajetória *milloriana* na tentativa de vislumbrar a formação do seu *habitus* profissional, que forma-se na interação entre campos distintos.

3.3.1 Millôr Fernandes: jornalista ou artista?

Em uma entrevista²⁶ feita com Millôr, o jornalista Alcino Leite Neto diz que, aparentemente, Millôr sempre manteve distância tanto da imprensa quanto da arte, tanto dos “profissionais da profissão jornalística” quanto do *establishment* artístico, sendo artista demais para o jornalismo ou jornalista demais para a arte, e pergunta se Millôr concorda com essa visão. A resposta, ao invés de esclarecer, confunde ainda mais os dois campos e indica que, para Millôr, esse hibridismo é algo intrínseco, natural:

Não gosto de classificar. Faço o que meu útero manda. Sou visceral – de vísceras mesmo. Detesto “princípios”, sempre castradores. E ideologias, então, cáspite! A verdade é que isso – que não é conquista minha, é, de novo, visceral, e minha permanente saúde [...] me fazem indecentemente feliz.

Porém, essa sensação por parte de Millôr nada mais é do que característica do *habitus*. Segundo Barros Filho & Martino (2003, p. 134), o *habitus* é produto da interiorização de condições objetivas de existência e da prática profissional, ou seja, “é a transposição em forma de estruturas internas (personalidade) das estruturas sociais externas”. Se Millôr tem uma representação sobre si mesmo que rejeita classificações como jornalista ou artista e vê essa característica de sua personalidade como algo puramente interno, isso se deve, na verdade, às experiências com que teve contato ao longo de sua trajetória de vida e de sua prática profissional em ambos os campos.

A data de nascimento de Millôr Fernandes é incerta. Segundo Cordovani (1997), Millôr nasceu dia 16 de agosto de 1924. Já segundo a biografia do autor, no site Releituras²⁷, o humorista nasceu dia 16 de agosto de 1923, mas em sua certidão de nascimento consta a data 27 de maio de 1924. A autobiografia de Millôr, presente em seu site²⁸, descreve essa confusão e informa, ironicamente, que os familiares não chegaram a uma conclusão sobre a data. O próprio autor escolhe a data que consta em seus documentos como a sua verdadeira data de

²⁶ Caderno *Ilustrada*, Folha de São Paulo, 21 de julho de 2000.

²⁷ http://www.releituras.com/millor_bio.asp

²⁸ <http://www2.uol.com.br/millor/aberto/biografia/index.htm>

nascimento: 27 de maio de 1924. E é nesta data que também me pautarei quando indicar a sua idade.

Millôr nasceu em uma família de imigrantes. Do lado materno, ascendentes italianos; e do lado paterno, espanhóis. A família morava no subúrbio do Rio de Janeiro, no bairro do Meyer. Era o mais novo de 4 filhos. A mãe era dona de casa e o pai era proprietário de uma loja de instrumentos fotográficos. Em termos econômicos, a família vivia razoavelmente bem, porém, a morte do pai em 1925 levou a um empobrecimento substancial. A mãe passou a costurar para garantir o sustento da família, mas morreu em 1934. Segundo Millôr: “Sozinho no mundo tive a sensação da injustiça da vida e concluí que Deus em absoluto não existia. Mas o sentimento foi de paz, que durou para sempre, com relação à religião: a paz da descrença”.²⁹

A família se desestruturou: cada filho foi morar com um parente. Millôr foi morar com um tio da parte materna, no bairro pobre carioca de Terra Nova. Millôr (1981, p. 213) descreve essa fase difícil como “período *dickenziano*”: “Vendo bife ser posto nos pratos dos primos, sem que o órfão tivesse direito”.

No mesmo ano da morte da mãe, Millôr conseguiu publicar seu primeiro trabalho na imprensa. Com apenas 10 anos de idade, ganhou um concurso de desenhos promovido pelo *O Jornal* e recebeu como prêmio a publicação de seu desenho e 10 mil réis. Neste mesmo ano, o garoto passa a ler as histórias em quadrinhos do super-herói *Flash Gordon*, do norte-americano Alex Raymond. Segundo o jornalista Sérgio Augusto (1975), o trabalho de Millôr sofreu forte influência do estilo de Raymond:

[...] é nas histórias em quadrinhos que está a origem da simplicidade do estilo de Millôr. [...] descobriu que um rabisco podia resultar numa obra de arte ao ler as primeiras aventuras de *Flash Gordon* desenhadas por Alex Raymond, de quem passou a imitar até a assinatura (apud KUCINSKI, 2003, p. 46).

Aos sete anos, Millôr entrou para o ensino primário na Escola Enes de Sousa, uma escola pública no bairro do Meyer. O crescente fascínio pela imagem o leva, aos 14 anos, a ingressar no Liceu de Artes e Ofícios, onde, de acordo com Kucinski (2003, p. 46), Millôr entrou em

²⁹ *Idem*

contato com a produção de pintores impressionistas franceses, como Degas e Toulouse Lautrec, e de outros pintores que possuíam um estilo crítico, como Brueghel e Durer.

Um ano antes, o tio de Millôr, Geraldo Viola, então chefe da gráfica da revista *O Cruzeiro*, levou o sobrinho para trabalhar como *office-boy* e encarregado de serviços gerais da publicação. Nesse ambiente, Millôr deu os primeiros passos no mundo do jornalismo, aprendendo técnicas de paginação, linotipia, fotografia, composição etc.

Em 1940, tem o conto *A vingança de Júpiter* publicado na revista *A Cigarra*³⁰ e um ano depois passa a assinar a coluna *Poste escrito* na mesma revista, sob o pseudônimo de Vão Gogo. Essa seção era produzida juntamente com Péricles Maranhão, responsável pelas ilustrações.

Millôr, na verdade, não é o verdadeiro nome do humorista. Até 1941, seu nome era Milton. Porém, ao precisar de uma cópia do registro de nascimento, descobriu que a grafia do nome, devido ao erro (ou má letra) do escrivão do cartório, era Millôr. O humorista gostou e passou a adotar como nome verdadeiro. Vão Gogo, então, pode ser considerado o segundo pseudônimo de Milton Fernandes.

Conforme me explicou em entrevista, Millôr adotou Vão Gogo porque seu trabalho era um entretenimento, coisa “vã”, passageira, e Gogo se refere ao nome da doença que afeta a língua das galinhas e as faz cacarejar sem descanso. Além disso, Vão Gogo é brincadeira sonora, ligada a Vincent Van Gogh (1853-1890), famoso pintor holandês tido como louco na época em que viveu, só reconhecido e valorizado após a morte. Mais tarde, Millôr completaria o pastiche com o prenome Emmanuel, de Emmanuel Kant (1724-1804), filósofo alemão por ele admirado (CORDOVANI, 1997, p. 21).

O sucesso do *Poste escrito* leva a dupla para a revista *O Cruzeiro*. Vão Gogo e Péricles passam a assinar a seção *Pif-Paf* no dia 20 de janeiro de 1945. A seção era uma espécie de revista dentro de outra revista, ou pelo menos assim consideravam seus autores, segundo a apresentação de estreia:

³⁰ Publicação que fazia parte do mesmo conglomerado de comunicação que a revista *O Cruzeiro*: os *Diários Associados*, de Assis Chateaubriand.

Muito a contragosto da direção de O CRUZEIRO que sabe de antemão que a folha que inicia aqui a sua publicação destina-se a apagar-lhe todo o brilho, PIF-PAF, de Péricles e Vão Gogo, surge hoje e surgirá todas as semanas à venda nas nossas bancas de revistas. Simples é compreender porque este jornal se chama PIF-PAF – ele arruinou O CRUZEIRO. E arruinou porque publica, nas suas vastíssimas duas páginas, a mais completa série de assuntos: medicina, rádio, esporte, cinema, poesia, filosofia, teatro, anúncios, guerra e, quando sobrar espaço... humorismo. Portanto, não se esqueça – peça em qualquer ponto, PIF-PAF – e receberá O CRUZEIRO como suplemento.

Essa proposta de se diferenciar do resto da revista também se fazia presente da brincadeira de colocar, propositadamente, a seção de cabeça para baixo. O chiste leva a pensar quem estaria “certo” ou “errado”: a revista ou a seção. Cordovani (1997) mostra como a seção tinha uma postura de crítica não apenas social, mas também política. Como, por exemplo, o texto “O tempo”, da *Pif-Paf* do dia 24 de março de 1945, que trata das transformações políticas “que passou o Brasil [*e que*] levou-o daquela vida agitada à vida sem opinião do Estado Novo.” (apud CORDOVANI, 1997, p. 37).

Das cinco seções de humor d’*O Cruzeiro*, Millôr assinava três. Duas com o pseudônimo Vão Gogo (*Pif-Paf*, com Péricles; e *Garotas*, com Alceu), e uma com pseudônimo de Adão Júnior (*Eva Sem Costela*).

A influência de Millôr na publicação é nítida. A partir de 1946, *O Cruzeiro* efetua uma série de modificações no conteúdo e no planejamento gráfico. Millôr, juntamente com outros profissionais, como seu irmão Hélio Fernandes (que viria a se tornar um dos diretores da revista), Samuel Wainer, Carlos Lacerda, Freddy Chateaubriand, Franklyn Oliveira, Péricles Maranhão, Jean Manzon e David Nasser, entre outros, modernizaram a publicação e contribuíram diretamente para o aumento de vendas.

Essa equipe redistribuiu, reprogramou o campo imagético, aumentando o volume de ilustrações e fotografias, acrescentou mais páginas de humor. A página do índice foi alterada, de modo a exibir seções que alcançassem todo tipo de leitor, o que

contribuiu para seu êxito editorial. De 11 mil exemplares em 1945, a revista passou, em 1946, para 200 mil por semana. Em 1954, saltou para 750 mil exemplares, tendo atingido, em 1957, 887 mil, se for considerada a soma dos 580 mil da edição nacional com os 307 mil da edição internacional, em espanhol, distribuídos na América Latina e no sul dos Estados Unidos (CORDOVANI, 1997, p. 24).

Não foi à toa que, em 1954, Millôr comprou uma cobertura no bairro nobre de Ipanema, onde reside até hoje. Segundo Kucinski (2003, p. 45), em 1950, após uma disputa salarial, Millôr saiu da *O Cruzeiro* e continuou produzindo a *Pif-Paf* como colaborador. Em outubro de 1955, Millôr passou a produzir e assinar a seção sozinho. Em outubro de 1963, após 25 anos de *O Cruzeiro* e 18 de *Pif-Paf*, Millôr foi demitido da revista. O motivo: a publicação de *A Verdadeira História do Paraíso*, uma história ilustrada sobre a origem do mundo que satirizava o livro do *Gênesis* da Bíblia. A ala religiosa da sociedade demonstrou indignação e a diretoria da revista, pretendendo resolver a repercussão negativa, demitiu o humorista por meio de um editorial na primeira página:

[...] matéria insultosa às convicções religiosas do povo brasileiro, [...] prometemos aos nossos leitores agravados de forma brutal que isso não mais se repetirá, [...] confiamos na honestidade intelectual de nosso colaborador. Confiamos e erramos. [...] Esta revista sempre deu a seus leitores, com autenticidade, seu testemunho de cristianismo. É perante Deus que nos penitenciamos (apud FERNANDES, 2005, p. 9).

A trajetória *milloriana* mostra como o humorista galgou espaço dentro do jornalismo até alcançar o reconhecimento do público e de seus pares. Millôr é autodidata, nunca cursou faculdade e, tirando o que aprendeu no Liceu de Artes e Ofícios, tudo mais foi por conta própria, devido à curiosidade e à necessidade: “Apesar da escola, sou basicamente um autodidata. Tudo o que não sei sempre ignorei sozinho. Nunca ninguém me ensinou a pensar, a escrever ou a desenhar, coisa que se percebe facilmente, examinando qualquer um dos meus trabalhos” (FERNANDES, 1976, p. 161).

Vimos anteriormente, segundo Barbosa (2010), como o diploma confere capital e poder simbólicos ao seu detentor. Mas essa não é a única forma, principalmente no meio jornalístico e artístico. No caso de Millôr, o reconhecimento e a consagração de sua produção se deram pelo público e pelos pares: pelos agentes dentro do campo jornalístico. Foi olhando como se faz e fazendo – forma de aprendizado tão valorizada pelo jornalismo – e contribuindo para o aumento de vendas da revista que Millôr conquistou o seu espaço. O sucesso financeiro é uma prova disso, mas o acúmulo de um outro tipo de capital, que proporciona reconhecimento propriamente cultural – o capital simbólico – também demonstra o *status* de Millôr Fernandes não apenas no campo jornalístico, mas no campo artístico-intelectual brasileiro.

Para ter uma ideia desse reconhecimento, fiz uma pesquisa no Banco de Dados do jornal *Folha de S. Paulo*³¹. Procurei pela aparição do nome “Millôr Fernandes” e pelo pseudônimo “Vão Gogo”, nas edições do jornal *Folha de S. Paulo* (que, no período em questão, era dividido entre *Folha da Manhã* e *Folha da Noite*), no período entre 1945 (ano em que Millôr começa a assinar a seção *Pif-Paf*, como Vão Gogo, na revista *O Cruzeiro*) e 1964 (ano em que é lançada a revista *Pif Paf*). Foram encontrados 31 textos sobre Millôr Fernandes e Vão Gogo, entre 1951 e 1959.

ANO	Nota	Matéria	Entrevista	Crítica	Coluna Social	Crônica	TOTAL
1951	–	1	–	–	–	–	1
1952	–	–	–	–	–	–	–
1953	5	2	–	1	1	–	9
1954	1	–	1	1	–	–	3

³¹ A escolha desse jornal se deve à agilidade de pesquisa proporcionada pelo sistema digital do seu banco de dados, que possui um recurso de buscas por palavras-chave. Além disso, visto que essa dissertação não se propõe a verificar a diferença de tratamento dada ao trabalho de Millôr em veículos distintos, considerou-se que não seria necessário pesquisar a aparição de seu nome em outros jornais. A escolha por um jornal paulista também se deve à possibilidade de verificar o alcance extra-Rio de Janeiro da produção de Millôr já que, se analisássemos apenas um jornal carioca, poderíamos considerar a sua fama como algo puramente regional.

1955	6	-	-	1	1	-	8
1956	1	-	-	1	-	-	2
1957	1	1	-	1	-	1	4
1958	-	1	-	1	-	-	2
1959	2	-	-	-	-	-	2
TOTAL	16	5	1	6	2	1	31

Desses 31 textos, 11 eram sobre o trabalho de Millôr Fernandes e 10 faziam apenas referência a ele, como o texto de columnismo social, de 20 de março de 1955, que fala sobre a festa de lançamento da revista *Módulo*, de arquitetura e artes plásticas, e se refere à presença do “humorista Vão Gogo” no evento; ou a nota, do dia 18 de março de 1956, sobre a recém-lançada *Revista de Música Popular*, que recebia contribuição de Vão Gogo. Na crítica literária do dia 8 de setembro de 1957, o pseudônimo Vão Gogo está presente no título do livro analisado: *Antologia de Humorismo e Sátira (de Gregório de Matos à Vão Gogo)*. A matéria, do dia 25 de fevereiro de 1951, sobre a filmagem do carnaval carioca feita pela produtora *Cinematográfica Maristela*, informa que as imagens captadas serão usadas em futuros filmes carnavalescos, entre os quais, um que possui argumento escrito por Vão Gogo. O humorista é elogiado na coluna social que trata de um coquetel oferecido pela atriz Cacilda Becker. Segundo o columnista, a TV brasileira estaria ganhando com a contribuição do trabalho de grandes nomes do teatro e das artes, como o da própria atriz e de Vão Gogo que, na época, produzia um programa na TV Record chamado *Canal da Mancha*³².

Apenas por essas referências, constata-se que Millôr Fernandes circulava (produzindo, avaliando, sendo avaliado ou convivendo com os artistas) por praticamente todo o universo artístico brasileiro: da música

³² Com relação aos trabalhos para a TV, Millôr também apresentou, em 1961, o programa *One man show*, na TV Itacolúmi, de Belo Horizonte; e em 1965, juntamente com Luís Jatobá e Stanislaw Ponte Preta (pseudônimo de Sergio Porto), apresentou o *Jornal de Vanguarda*, na TV Record.

ao teatro, passando pelo cinema e pela TV, até a literatura. É recorrente nos textos analisados a referência à popularidade de Vão Gogo. Presume-se que isso se deva ao fato da fama alcançada pelo humorista por meio da coluna escrita na revista de maior circulação do país. Porém, Millôr também transitava por outras zonas do mercado de bens simbólicos, mais afastadas do campo restrito da indústria cultural, como o campo de produção erudita³³.

Millôr aparece, sobretudo, vinculado à área teatral. Os anos de 1953 e de 1955 são os que possuem mais textos referentes a ele devido à estreia de três peças de sua autoria. Em 1953 estreia a primeira peça, *Uma mulher em três atos*, no Teatro Brasileiro de Comédia, em São Paulo. Em março de 1955, estreia *Do tamanho de um defunto e Diálogo da mais perfeita compreensão conjugal*, no Teatro de Bolso, no Rio de Janeiro; já em novembro do mesmo ano, *Do tamanho de um defunto e Bonito como um Deus* são apresentadas no Teatro Maria Della Costa, em São Paulo. O grande número de notas encontradas se deve ao fato da produção teatral *milloriana* estar recorrentemente presente na agenda cultural do jornal.

Mas não é apenas no teatro que Millôr, ou Vão Gogo, estão presentes. Na coluna de crítica literária *Binário*, de 19 de agosto de 1956, dentre os livros comentados está *Tempo e Contratempo*, de Vão Gogo, que recebe crítica elogiosa:

[...] as deliciosas páginas de caricatura verbal (digamos assim) parodiando o “estilo telúrico” de Raquel de Queirós, o “estilo metafísico” de Austregésilo de Ataíde, são outros tantos antídotos contra a neurastenia, ao mesmo tempo que revelam a agudeza intelectual do popular humorista, que parece desenvolver entre nós o surrealismo de Jarry e de Steinberg.

Millôr também obtém reconhecimento no âmbito das artes plásticas. Em 1956, conquista o primeiro lugar na Exposição Internacional do Museu de Caricatura de Buenos Aires. Ele divide o prêmio com um ídolo seu, o desenhista norte-americano Saul Steinberg. Ziraldo (2005, p. 14) diz que ele, Millôr, Jaguar, Claudius e Fortuna se viam como artistas e mostra como o trabalho de Steinberg inspirava o

³³ Veremos a diferenciação entre esses dois campos de forma aprofundada, a partir da análise de Pierre Bourdieu, no próximo capítulo.

grupo: “Nossos mestres eram Steinberg, André François e Ronald Searle, desenhistas que faziam de cada cartum uma obra de arte definitiva, um desenho tão bom quanto o de um Paul Klee ou de um Grosz. A gente gostava de se chamar de Desenhistas de Humor”.

No dia 6 de setembro de 1957, a *Folha da Noite* informa a inauguração da exposição de desenhos de Vão Gogo, no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. Segundo a nota, estiveram presentes embaixadores, escritores, atores, críticos de teatro e artistas, entre os quais, o consagrado pintor Cândido Portinari, que assim comenta a exposição: “Millôr Fernandes, como pessoa e como artista, é digno da maior consideração de minha parte. Grande Iniciativa do MAM, esta de oferecer uma exposição de tão bom nível, fadada a um êxito absoluto”.

Segundo Cordovani (1997) e Ortiga (1992), no ano em que a revista *Pif Paf* foi lançada (1964), a trajetória de Millôr já incluía os seguintes trabalhos: os livros *Eva sem costela* (sob o pseudônimo de Adão Júnior), lançado em 1946, *Tempo e contratempo* (sob o pseudônimo de Emmanuel Vão Gogo), lançado em 1949, *Lições de um ignorante* e *Fábulas Fabulosas*, ambos lançados em 1963; as traduções das peças *O prodígio do mundo ocidental*³⁴, de John Syuge, em 1961, *A fábula de Brooklin*, de Irwin Shaw, em 1961, *A megera domada*, de William Shakespeare, e *Marat Sade*, de Peter Weiss, ambas em 1963; para o teatro, já havia criado *Uma mulher em três atos*, em 1953, *Do tamanho de um defunto*, *Diálogo da mais perfeita compreensão conjugal* e *Bonito como um deus*, as três de 1955, *A Gaivota*, em 1959, *Um elefante no caos ou Jornal do Brasil ou, sobretudo, Por que me ufano do meu país*, em 1960, e *Pif, tac, zig, pong*, em 1962.

O material jornalístico coletado e a pesquisa bibliográfica demonstram que, até 1964, Millôr teve uma intensa produção artística que foi acompanhada – logo, consagrada – pela imprensa, pelos produtores culturais e pelas instâncias elevadas de consagração (como os museus). Paralelamente à formação do *habitus* profissional de jornalista – forjado durante os 25 anos de trabalho na revista *O Cruzeiro*

³⁴ Porém, segundo Millôr, essa não foi a sua primeira tradução: “Passei boa parte da minha vida traduzindo furiosamente, sobretudo do inglês. Para ser mais preciso, até os vinte anos, quando traduzi um livro de Pearl Buck para a José Olympio. O livro se chamava *Dragon Seed*, foi publicado com o nome de *A Estirpe do Dragão* e, como eu não tinha contato com o editor, foi assinado pelo intermediário, o escritor Antônio Pinto Nogueira de Accioly Netto, diretor da revista *O Cruzeiro*, mediante 60% dos direitos”. Disponível em: <<http://prismonteiro.wordpress.com/234-2/millor-fernandes/>> . Acesso em 12 maio. 2011, 23:05h.

e na contribuição para outros veículos da grande imprensa –, há um *habitus* ligado ao mundo das artes, à “vida de artista”. O próprio Millôr, em entrevista publicada na *Folha da Noite* no dia 26 de abril de 1954, expõe a diferença entre o universo do jornalismo e o das artes, constatando que o primeiro impõe restrições à criatividade. À pergunta “Porque você resolveu fazer teatro se já era conhecido como humorista e ganha extraordinariamente bem?”, Millôr respondeu:

Porque nem só de pão vive o homem. [...] entre as minhas preocupações fundamentais não está realmente a do dinheiro. Teatro é o resultado natural de uma série de experiências que vim fazendo em vários setores da atividade – cinema, rádio, televisão e imprensa. Mesmo esta, em que pretendo trabalhar mais algum tempo, não me satisfaz em absoluto. Cada vez mais o intelectual encontra seu último refúgio no livro (único elemento onde um homem ainda pode exprimir suas ideias com total liberdade, sejam elas a vã vontade de escrever com palavras ou a mística pregação contra a sociedade constituída) e no teatro.

A fala de Millôr expõe o processo de diferenciação dos produtos e dos produtores no mercado de bens simbólicos. Processo que coloca, de um lado – no pólo econômico –, o campo de produção da indústria cultural (no qual se insere o jornalismo), que visa o lucro imediato a partir do alcance de um vasto público consumidor, e de outro – no pólo intelectual, o campo de produção erudita, que visa o reconhecimento propriamente cultural por meio do consumo e da aprovação dos pares-concorrentes (artistas e críticos). Esse cisma é fundamental para se compreender a posição de Millôr e da revista *Pif Paf* no campo jornalístico porque, como veremos no capítulo a seguir, parece que essa publicação expõe os trânsitos e embates entre os dois campos de produção de bens simbólicos; uma espécie de hibridismo que se vislumbra nessa faceta dupla, de jornalista e de artista, do *habitus* profissional de Millôr Fernandes.

4 FORMAÇÃO DO CAMPO JORNALÍSTICO E FORMATAÇÃO DO RELATO

Para conceituar a atividade jornalística, muitos pesquisadores buscam suas origens históricas. Não há uma visão unânime sobre o que é o jornalismo ou sobre o período exato em que surge o campo da prática jornalística; o que se tem é uma luta simbólica no campo acadêmico visando a legitimação de determinada teoria ou análise. Sousa (2008, p. 2) situa a origem dessa atividade no período histórico da Antiguidade Clássica e vai além, chegando a considerar as pinturas rupestres do período da pré-história como indícios de jornalismo:

Assim, pode-se dizer que o jornalismo vai buscar a sua origem mais remota aos tempos imemoriais em que os seres humanos começaram a transmitir informações e novidades e a contar histórias quer por questão de necessidade (nenhuma sociedade, mesmo as mais primitivas, conseguiu sobreviver sem informação), quer por entretenimento, quer ainda por preservação da sua memória para gerações futuras (o que, simbolicamente, assegura a imortalidade).

Discordo completamente dessa visão. Há aí uma confusão entre jornalismo e comunicação. Nem tudo o que é comunicado é jornalismo, ou por outra, nem tudo que é comunicado é feito em um formato jornalístico.

A necessidade em si que o ser humano tem de informação, não faz com que toda e qualquer informação seja jornalística. Muitos animais transmitem informações extremamente necessárias para a sua sobrevivência, através de sons, alterações na cor da pele etc., e nem por isso podemos dizer que essa produção de informação é jornalística. Caso contrário, até uma placa de trânsito poderia ser vista como jornalismo, já que transmite uma informação necessária ao motorista e ao pedestre.

O segundo e terceiro pontos levantados por Sousa também não são muito esclarecedores. A literatura cumpre função de entretenimento e de preservação da memória, mas nem por isso é um material jornalístico. Creio que o mais indicado para perceber o surgimento do jornalismo não seja notar o que há de jornalístico em produtos existentes antes da formação do campo jornalístico (ou em outros campos), mas

sim analisar a formação do campo para aí constatar algumas peculiaridades do texto produzido por esta atividade. Por isso, os materiais produzidos nos dois campos (o literário e o jornalístico), apesar de lidarem com informação, comunicação e entretenimento, possuem lógicas e formatos diferenciados.

4.1 CAMPO DE PRODUÇÃO ERUDITA E CAMPO DE PRODUÇÃO DA INDÚSTRIA CULTURAL

Quando falo em campo, refiro-me ao conceito de Pierre Bourdieu. Ao explicar as motivações da gênese desse conceito, ele fala do incômodo que sentia em relação às vertentes teóricas que buscavam abordar os sistemas simbólicos (arte, religião, ciência, jornalismo etc.) a partir de explicações ou puramente internas (como a tradição kantiana, o estruturalismo linguístico e a semiologia) ou puramente externas (tradição materialista e marxista). O conceito de campo é, na verdade, uma tentativa de superar a oposição entre duas posturas teórico-metodológicas:

A oposição entre um formalismo nascido da teorização de uma arte que chegara a um alto grau de autonomia e um reducionismo empenhado em relacionar diretamente as formas artísticas com as formas sociais [...] encobria o que as duas correntes tinham de comum, a saber, o fato de ignorarem o campo de produção como espaço social de relações objetivas (BOURDIEU, 2010, p. 64).

Assim, o conceito de campo busca abordar os produtos simbólicos a partir da articulação de movimentos externos e internos ao próprio campo. Um campo é o espaço no qual os agentes ocupam posições que, estatisticamente, determinam as atitudes que assumem com relação ao campo e as visões que os agentes têm deste mesmo campo; sendo que essas tomadas de posição destinam-se a conservar ou transformar a estrutura das relações de forças que é constitutiva do campo. O campo é formado a partir de pressões e estímulos oriundos da estrutura material (econômica) sobre determinado grupo ou classe social que passa, assim, a compartilhar categorias de percepção em torno de interesses comuns. Porém, a via entre as estruturas e as categorias de percepção não é de mão única. Os sistemas simbólicos compartilhados

pelos agentes são capazes de alterar a estrutura do campo e de formar novos campos. Portanto, um determinado campo social é, ao mesmo tempo, lugar de constrangimentos e limitações de ordem material e de cumplicidade – e de divergência – simbólica, linguística e discursiva. É um palco de lutas travadas no sentido tanto de manutenção do *status quo* quanto da quebra de determinados paradigmas vigentes no campo, e de construções de novas estruturas organizacionais e modelos mentais.

The field (...) is comparable to a field of physical forces; but it is not reducible to a physical field – it is the site of actions and reactions performed by social agents endowed with permanent dispositions, partly acquired in their experience of these social fields. The agents react to these relations of forces, to these structures, they construct them, perceive them, form an idea of them, represent them to themselves, and so on. (...) they are able to act upon these fields, in ways that are partially preconstained, but with a margin of freedom (BOURDIEU, 2005, p. 30).

Essa margem de liberdade é proporcional ao grau de autonomia do campo. Os campos podem ser considerados como uma expansão, para outros setores sociais, do que acontece dentro do mundo político, ou melhor, do microcosmo político. Ao usar o termo microcosmo, Bourdieu (2005, p. 32) está sugerindo uma relação com algo maior, um universo, que seria o macrocosmo social. Isso sugere que o campo político, com suas instituições, partidos, regras de funcionamento, seus agentes selecionados de acordo com determinados procedimentos (eleitorais) etc., é um mundo autônomo, um “microcosmo no interior do macrocosmo social”. O mundo político seria um pequeno mundo ligado às leis de um universo mais amplo, no entanto, dotado de uma autonomia em relação a este mesmo universo, obedecendo às suas próprias leis.

Para trabalhar com o conceito de campo é fundamental, portanto, analisar o grau de autonomia, ou seja, o quanto de pressão ele recebe do mundo externo a ele. No caso dos campos de produção cultural, essa característica se verifica naqueles que ainda estão no início do seu processo de formação, como o campo de produção literária ou das artes plásticas do século XIX, na Europa. Bourdieu (2005, p. 35) mostra, por exemplo, que um estudo sobre a música francesa do século XIX que

tentasse relacionar a música de Fauré com as greves na cidade de Fourmies e com outros dramas sociais da época veria o trabalho do compositor como uma forma de escapismo, ou seja, um meio de fugir da dureza das condições sociais, de esquecer das revoltas da classe trabalhadora etc.

Essa forma de analisar a produção e o funcionamento de determinados campos, relacionando-os estritamente ao contexto político-social, é extremamente reducionista porque o campo em questão – o da música erudita francesa do século XIX – estava em um momento de forte autonomia, ou seja, sua lógica de funcionamento era regida pelas leis internas do próprio campo. “O montante que pode ser explicado pela lógica do campo varia de acordo com a autonomia do campo” (BOURDIEU, 2005, p. 34).

Bourdieu (2007) analisa a história da transformação da função do sistema de produção de bens simbólicos (em que se insere o jornalismo, a literatura, as artes etc.) e demonstra que essa história é correlata à constituição, a partir do final do século XIX, de um campo intelectual e artístico que se forma a partir de um processo de autonomização. A autonomia dos campos de produção cultural se configura a partir de uma oposição aos campos político e religioso, os quais, até então, legislavam a esfera cultural a partir de um poder que não é propriamente cultural. Com a constituição do campo intelectual e artístico, o princípio unificador, gerador e explicativo da produção cultural e das tomadas de posição se concentra exclusivamente sobre os agentes específicos do campo, no caso, sobre os intelectuais e os artistas.

Dentre os fatores que contribuem para esse processo de autonomização, Bourdieu (2007, p. 102) identifica três: a constituição de um público consumidor extenso e socialmente diversificado; a constituição de um corpo de produtores e empresários de bens culturais a partir da profissionalização desses agentes e a multiplicação de instâncias de consagração (academias, salões, concursos) e de difusão (editoras, revistas especializadas, jornais).

Percebe-se, portanto, que a autonomização dos campos de produção cultural se relaciona com o desenvolvimento do capitalismo e da indústria cultural. Até a queda do Antigo Regime, quem atribuía posição e função à fração dos artistas e intelectuais era a Igreja e o Estado. O capital, portanto, libera a produção simbólica desses dois campos e faz com que as regras, os valores e as práticas sejam regidos por uma outra lógica, a lógica interna do campo artístico e intelectual. Com a expansão do público leitor (proporcionada pela generalização do

ensino elementar), com a expansão de uma classe assalariada (por meio da ampliação dos postos de trabalho nas cidades devido a industrialização), com a especialização e a profissionalização promovidas pela divisão social do trabalho e pelas universidades, os artistas e intelectuais puderam, assim, prescindir do incentivo do Estado e da Igreja e da consagração concedida por eles. Os ganhos financeiros e a consagração dos produtores culturais passaram a ser concedidos ou pelo público (pelo mercado) ou pelo grupo de pares produtores e suas instâncias de consagração especializadas. É aqui que a teoria de Bourdieu alia, à análise estruturalista, a perspectiva construtivista que observa, no sistema discursivo (simbólico), a capacidade de desvio das imposições de ordem estrutural. Se o desenvolvimento capitalista fosse preponderante na organização do mercado de bens simbólicos, este seria regido apenas pelas leis do mercado, mas não é isso o que se verifica. A formação do campo de produção cultural é concomitante à configuração de um sistema dentro deste mesmo campo.

O desenvolvimento do sistema de produção de bens simbólicos é paralelo ao processo de diferenciação dos produtos. Assim, as obras passam a ser produzidas, baseadas, de um lado, nas demandas de uma clientela selecionada, e por outro lado, nos vereditos imprevisíveis de um público anônimo. No primeiro caso, encontram-se as obras produzidas no campo de produção erudita, e no segundo caso, temos a produção do campo da indústria cultural. O campo de produção dos bens simbólicos se divide, assim, em dois subcampos que possuem as seguintes características fundamentais:

Campo de Produção Erudita:

1. Produz bens culturais e instrumentos de apropriação destes bens a um público de produtores de bens culturais.
2. Ruptura com o público dos não-produtores (frações não-intelectuais das classes dominantes e demais classes).
3. Lei da concorrência pelo reconhecimento simbólico (propriamente cultural) pelo grupo de pares (clientes privilegiados de concorrentes).

Campo de Produção da Indústria Cultural:

1. Produção de bens culturais destinados a não produtores de bens culturais (o “grande público”).

2. Vínculo estreito entre a produção e o público de não intelectuais das classes dominantes e das demais classes (a produção se ajusta à demanda).

3. Lei da concorrência baseada nas vendas (reconhecimento propriamente econômico) visando a conquista do maior mercado possível.

O campo de produção erudita é, portanto, fechado em si mesmo; é uma construção efetuada pelos atores do campo, que visa a proteção de categorias de percepção específicas compartilhadas entre eles. Ao romper com as frações não intelectuais das classes dominantes e com as demais classes, esse campo se transforma em uma arena de concorrência pela consagração propriamente cultural e pelo poder de consagrar. Essa característica do campo de produção erudita revela que ele possui um alto grau de autonomia, que nada mais é do que o poder para definir as normas de produção e os critérios de avaliação dos produtos, e para retraduzir e reinterpretar as determinações externas de acordo com seus próprios princípios de funcionamento. Nesse jogo entre pares, o papel da crítica torna-se fundamental para o fechamento de campo em si mesmo. Bourdieu (2007, p. 106-107) indica a formação de uma “sociedade de admiração mútua”, baseada em uma nova solidariedade entre crítico e artista.

Neste sentido, os progressos do campo de produção erudita em direção à autonomia caracterizam-se pela tendência cada vez mais marcada da crítica (recrutada em grande parte no próprio corpo de produtores) de atribuir a si mesma a tarefa, não mais de produzir os instrumentos de apropriação que a obra exige de modo cada vez mais imperativo na medida em que se distancia do público, mas de fornecer uma interpretação “criativa” para uso dos “criadores”.

A relação circular entre crítica e artistas protege o campo de interferências externas e afasta do jogo o grande público de não produtores, que ficam em uma posição passiva, já que os críticos detêm o monopólio das categorias de percepção que garantem a inteligibilidade das obras. Assim, obras e produtores que fazem sucesso (vendem) no grande público são vistos com suspeita pelos agentes do campo de produção erudita porque esse público ameaça a pretensão do campo ao

monopólio da consagração propriamente cultural. A hierarquia dos produtores difere, portanto, em cada campo. No campo de produção erudita, a hierarquia se baseia no reconhecimento (consagração) propriamente cultural pelos pares-concorrentes; no campo da indústria cultural, a hierarquia segue o sucesso de público.

O jornalismo se insere no campo de produção da indústria cultural, já que é uma atividade na qual os produtos são direcionados para o grande público, logo a recepção é mais ou menos independente do nível de instrução. Além disso, o jornalismo é produzido em “amplas unidades coletivas de produção de bens culturais” (BOURDIEU, 2007, p. 153), nas quais o trabalho intelectual é coletivo e especializado – com unidades de produção diferenciadas e hierarquizadas técnica e socialmente – e produzido através de instrumentos de produção dispendiosos. Assim, o trabalho intelectual do jornalista se desvencilha da aura do escritor e do artista tradicional (propagada pelo campo de produção erudita através das teorias da arte pura e da arte pela arte), daqueles pequenos produtores independentes, donos dos instrumentos de produção e de um capital cultural percebido como um “dom”.

O jornalismo, portanto, se configura enquanto campo específico ao mesmo tempo em que a literatura também se autonomiza e afirma seu lugar no campo de produção erudita. Foi visto, no capítulo anterior, que um fenômeno similar ocorreu na imprensa brasileira, mais especificamente na carioca, durante a década de 50. Nesse contexto, o jornalismo passa a ser pensado através da lógica de seus agentes específicos e sua função passa a ser delimitada por esses mesmos agentes, ou seja, pela lógica interna do campo jornalístico que passa, assim, a ter maior autonomia. É por isso que os discursos contrários à lógica empresarial da produção jornalística e à padronização do relato proferidos por alguns agentes naquele momento têm como base argumentos vinculados ao campo literário (campo erudito), como a crítica à eliminação da autoria e da criatividade do jornalista pelo *copydesk*, a valorização do profissional que possui um “dom” que não pode ser aprendido por intermédio de cursos profissionalizantes etc. O campo jornalístico estava se autonomizando em relação ao campo literário nesse momento, sua normatização ainda estava em andamento, daí o discurso de alguns “dromedários”³⁵.

³⁵ Segundo Ribeiro (2007), assim eram chamados os jornalistas veteranos que, geralmente, possuíam velhos vícios da profissão, da época em que esta ainda era intimamente ligada ao meio literário.

Segundo Bourdieu (2007, p. 138), essa oposição entre campo erudito e campo da indústria cultural é uma “construção-limite” do campo de produção de bens simbólicos. Ambos subcampos constituem o grande campo e apenas demonstram que, dentro deste, há gradações, produtos intermediários entre os pólos de maior (o erudito) e menor autonomia (o da indústria cultural). Logo, dentro do campo de produção da indústria cultural, há produtos e produtores com maior e menor grau de autonomia. No caso do jornalismo, o grau de autonomia de um jornalista depende, para Bourdieu (1997, p. 103), da posição de seu jornal no espaço dos jornais, isto é, se está mais ou menos perto do pólo intelectual (mais autônomo) ou do pólo comercial (menos autônomo). Assim, verifica-se que a grande imprensa carioca dos anos 50 se posiciona mais próxima do pólo comercial e que os jornais alternativos dos anos 60, mais especificamente a revista *Pif Paf*, se encontram mais próximos do pólo intelectual.

Millôr Fernandes está mais próximo da imagem daqueles pequenos produtores independentes, donos dos instrumentos de produção e de um capital cultural percebido como um “dom”. Seu produto, a *PifPaf*, não é direcionado para o grande público (a linguagem não é simplificada e o uso constante de figuras de linguagem, inversões lógicas, referências a figuras proeminentes do campo erudito revelam a necessidade mínima do domínio de códigos específicos para a compreensão do relato); a crítica aos costumes e à moral vigente, vinculada ao imaginário de uma comunidade específica (o “ponto de vista carioca” da boemia artístico-literária, como visto no primeiro capítulo) denota a especificidade intelectual do público da revista; a produção não era feita em unidades coletivas de produção e não exigia instrumentos dispendiosos.

Ao ser demitido da revista *O Cruzeiro* e receber um jantar de desagravo oferecido por agentes eminentes do campo artístico e intelectual – como vimos no capítulo anterior – Millôr demonstra que muito de seu capital cultural (apesar do sucesso popular de sua coluna *Pif Paf* na revista) advinha também da consagração promovida pelo grupo de artistas pares-concorrentes (alguns dos quais, inclusive, incentivaram a sua publicação independente e foram colaboradores). Assim, *Pif Paf* fazia parte do campo jornalístico, porém, no pólo intelectual do campo da indústria cultural, mais próximo do campo de produção erudita.

A própria demissão de Millôr revela a gradação dessa força que caracteriza os produtos culturais a partir do princípio da autonomia. A

revista *O Cruzeiro* era um veículo já estabilizado na imprensa nacional, possuía enormes tiragens e abrangia todo o território nacional. Millôr, além de possuir um espaço fixo com liberdade criativa dentro da revista, ainda participou da equipe editorial que produziu uma série de mudanças na publicação que contribuíram, significativamente, para seu sucesso. Mesmo assim, após décadas de trabalho, foi demitido devido a uma sátira sobre a criação do mundo que atingia diretamente alguns pilares do catolicismo. Ou seja, por maior sucesso de público e poderio econômico de *O Cruzeiro*, esta publicação não possuía autonomia em relação a outros campos, como o religioso. O grau de autonomia da publicação era baixo em relação ao de seu funcionário que, meses depois da demissão, lançou uma publicação própria na qual, aí sim, poderia produzir com maior autonomia, já que estava desvinculado de uma instituição da grande imprensa ainda fortemente ligada a outros campos sociais.

O princípio da autonomia serve como balizador geral dos produtores de bens culturais e de seus produtos porque, segundo Bourdieu (2007, p. 142), o mercado de bens simbólicos é dominado pelas normas do campo de produção erudita, principalmente, por meio de um sistema de ensino, que dá acesso aos bens consagrados e tende a impedir – através da imposição generalizada da legitimidade da cultura dominante, a formação de contralegitimidades culturais. Essa classe dominante não é homogênea: divide-se entre as frações intelectuais e não intelectuais. Os agentes do primeiro grupo seriam aqueles que deteriam um acúmulo maior de capital cultural do que de capital econômico e o inverso ocorreria com o segundo grupo. O poder econômico puro e simples não constitui necessariamente um fundamento reconhecido de prestígio social já que as dissensões dos rendimentos simbólicos obtidos com determinada competência cultural separa as diferentes frações da classe dominante.

Até mesmo a própria fração intelectual das classes dominantes não é homogênea. Há uma hierarquia de legitimidades culturais que depende da quantidade de capital cultural, da posição na hierarquia dentro do campo e do nível atribuído aos diferentes tipos de competência cultural. Assim, há agentes que possuem mais capital cultural ou que acupam posições dotadas de mais poder de consagração; há objetos dignos de serem discutidos e investigados, outros não. Novamente, de acordo com Bourdieu (2007, p. 150), é o sistema de ensino que assegura o consenso acerca de uma definição minimal do legítimo e do ilegítimo e é assim que esta hierarquia arbitrária escapa à

tomada de consciência e à contestação porque as diferenças produzidas são vividas como se estivessem inscritas na própria natureza dos objetos, em uma espécie de “promoção ontológica”.

Mas essa hierarquia de legitimidades não é essencial, natural, muito menos ontológica. Ela encobre, na verdade, o fato de a oposição entre o campo erudito e o campo da indústria cultural ser um sistema de defesa, construído discursivamente para a proteção do campo erudito, que deixa bem guardada a verdade por trás das teorias puras da arte: o forte vínculo de dominação subjacente entre elite econômica e elite intelectual e a presença do interesse propriamente econômico também no campo erudito.

Totalmente impregnada e governada por problemas técnicos, a arte pura assume o contrato tático pelo qual as frações dominantes da burguesia concedem ao intelectual e ao artista o monopólio da produção da obra de arte concebida como instrumento de fruição (e como instrumento de legitimação simbólica do poder econômico ou político) contanto que ele se afeste das coisas sérias, a saber, as questões políticas e sociais. Destarte, a oposição que se estabelece entre a arte pela arte e a arte média que se retraduz, no plano ideológico, na oposição entre o idealismo do devotamento à arte e o cinismo da submissão ao mercado, não deve dissimular o fato de que a vontade de opor uma legitimidade propriamente cultural aos diretos do poder e do dinheiro (expressa no culto da arte pela arte), também constitui uma maneira de reconhecer que negócio é negócio (BOURDIEU, 2007, p. 142).

Mediante esse mecanismo, o sistema das instâncias de conservação e consagração tem o poder de “salvaguardar uma ortodoxia cultural” (BOURDIEU, 2007, p. 120), de defender a esfera da cultura legítima contra mensagens concorrentes produzidas tanto pelo campo de produção erudita quanto pelo campo da indústria cultural. Apesar de não se basear na ortodoxia³⁶, o campo de produção erudita está sempre às voltas com a questão da ortodoxia. Ou seja, apesar da autonomização

³⁶ No caso do campo de produção de bens culturais, são os critérios que definem o exercício legítimo de determinado tipo de prática intelectual ou artística.

levar a uma maior liberdade criativa, esta nunca pode deixar transparecer a verdade do campo e é por isso que mesmo as ações contralegitimadoras acabam se baseando nos mesmos princípios que regem o campo erudito (a denegação do grande público e do econômico). Até mesmo os produtores da indústria cultural vivem nessa tensão entre a ortodoxia e as práticas “heréticas” e, buscando uma legitimação propriamente cultural, acabam sempre fazendo referências à tradição e aos princípios do campo de produção erudita. É o que Bourdieu (2007, p. 144) chama de “cultura símile”, que propicia, para o grande público, a ilusão de ser digno de um consumo legítimo (efeito de “allodoxia cultural”), como por exemplo as valsas de Strauss (que tornam mais palatáveis os códigos da música erudita de câmara), adaptações de dramas do teatro grego para telenovelas etc. Desta forma, as ações acabam levando, paradoxalmente, à conservação e ao reforço das hierarquias mais conhecidas e reconhecidas.

No caso do nosso objeto, a *PifPaf*, apesar de ser uma revista, vê-se que sua construção está baseada em elementos ligados ao campo erudito. Interessante notar que, mesmo tendo durado apenas 8 números, recebeu uma edição fac-símile 41 anos depois. O conceito de atualidade, caro ao jornalismo e ao objeto jornal (que, depois de lido, serve apenas para “embrulhar peixe”, segundo o ditado popular), torna-se de certa forma irrelevante visto que a *PifPaf* pode ser consumida e apreciada mesmo anos após sua publicação (não apenas com objetivos acadêmicos). Há algo nessa publicação que escapa à temporalidade volátil do jornalismo e a insere em um campo em que os produtos são mais duráveis: o campo da produção erudita. Não que a informação atual não estivesse presente na revista; sim, estava, mas não era tratada da mesma forma como na grande imprensa. Além de ser mais elaborada esteticamente (na linguagem, nas imagens e no projeto gráfico), buscava-se sempre a interpretação da informação e a sua inserção em uma perspectiva existencial mais ampla, a ponto de se tornar atemporal. Além disso, os jornais alternativos – principalmente os de humor – possuem características (produtores independentes, valorização da autoria, denegação do econômico etc.) que os aproximam do campo de produção erudita e boa parte da sua consagração cultural advém justamente daí.

A própria grande imprensa, estritamente ligada ao campo da indústria cultural, não pode deixar de legitimar a hierarquia produzida pela lógica do campo erudito justamente porque precisa da sua legitimação. Afinal, como foi visto, o princípio fundamental do mercado

de bens simbólicos é a consagração propriamente cultural (mesmo nos pólos mais dominados pela lógica comercial). De acordo com Bourdieu (2007, p. 156), o que ocorre é uma troca desigual: os jornais trocam a publicidade que podem oferecer pela segurança (caução) que os membros das “instâncias consagradas de consagração” podem dar com exclusividade e, assim, se verifica a conservação e o reforço das hierarquias. No caso da grande imprensa carioca dos anos 50, como vimos no capítulo anterior, Ribeiro (2007, p. 344) mostra que a afirmação da hegemonia da informação objetiva não significou a eliminação do espaço opinativo literário no interior dos grandes jornais, muito pelo contrário.

O contraste entre cultura erudita e cultura de mercado pode ser visto, portanto, como uma relação de poder que se expressa sob uma configuração de caráter propriamente político. Vejamos, por exemplo, a crítica de Baudelaire ao Salão de Artes de Paris de 1859: “Nesses dias deploráveis, uma nova indústria se produziu, que não contribuiu pouco para confirmar a tolice da multidão e para arruinar o que restava de divino no espírito francês” (apud ORTIZ, 1998, p. 73).

O poeta francês estava criticando a fotografia e como ela poderia cometer o sacrilégio de insultar a pintura. Porém, o que se vê exatamente é uma crítica às camadas populares da sociedade (“multidão”). Crítica essa que, segundo Ortiz (1998), estava presente de forma intensa no imaginário tanto das frações não intelectuais como intelectuais das classes dominantes. A tônica conservadora dominante era a ideia da invasão da sociedade parisiense por novos atores sociais, em particular a classe operária, por intermédio da revolução francesa e da industrialização. A movimentação das classes populares era percebida como um risco a uma hierarquia socialmente instituída e a criatividade artística estaria, assim, pressionada pela mediocridade das massas. Como se, ao se democratizar, a sociedade francesa e o ideal ocidental de civilização estivessem se degradando. Daí a necessidade de se erguer fronteiras contra esse perigo eminente.

O pensamento conservador percebe a consolidação da sociedade industrial como uma ameaça, e a especificidade da arte, nesse caso, reinterpreta em termos estéticos uma discussão ideológica. Os privilégios de alguns devem ser mantidos no interior de um círculo fechado, da mesma forma que as regras artísticas são

iminentes ao universo modal das artes (ORTIZ, 1997, p. 77).

Assim, as teorias da arte pura, o fechamento do campo de produção erudita em torno de si mesmo, a hierarquização de instâncias consagradoras, enfim, a oposição entre o campo erudito e a indústria cultural ao mesmo tempo que autonomizam o campo de produção de bens simbólicos em relação ao Estado e à Igreja, acabam produzindo outros mecanismos que corroboram à hierarquização entre as classes sociais.

A visão conservadora não era a única. Porém, os partidários de uma “democratização da cultura” também acabam validando indiretamente uma visão moralista que vê na ascensão das classes populares uma degradação. A arte e a educação cumpriram um papel estratégico junto às classes populares, amortecendo conflitos e diminuindo a tensão social a níveis compatíveis com a ordem estabelecida. Essa valorização populista e essa vontade disciplinadora buscam enquadrar as classes perigosas dentro de padrões seguros para o desenvolvimento industrial. “A ideologia do progresso prescreve uma ação para integrá-los no interior da nova ordem social. (...) uma concepção progressista que substitui a repressão pela cura, o julgamento ideológico pelo discurso científico.” (ORTIZ, 1997, p. 82). Tanto a postura conservadora quanto a democrática acabam por perpetuar um julgamento moral sobre as classes populares e a hierarquização social.

O conflito entre o campo erudito e o campo da indústria cultural também possui uma dimensão propriamente artística. O tema da invasão se mantém, mas agora interpretado em linguagem estética e não mais política. Ortiz (1997) analisa duas manifestações da indústria cultural, na França da segunda metade do século XIX: a fotografia e o folhetim. Mostra que as críticas a essas duas manifestações possuíam em comum uma certa resignação e não tinham a intenção real de eliminar as duas práticas. O que ocorria era um esforço da crítica na construção de obstáculos que garantissem a existência de um espaço específico traçado pelos artistas. O perigo não seria a existência do campo da indústria cultural, mas a interpenetração dos produtos deste campo com os do campo erudito.

Surge assim uma série de argumentos que tenta dividir o grupo de fotógrafos entre profissionais e artistas. Os primeiros se contentavam apenas com a reprodução fidedigna dos objetos. Os do segundo grupo teriam estudado pintura, arquitetura, gravura e trabalhariam

tecnicamente o suporte fotográfico a tal ponto de conseguirem transmitir sua subjetividade através de jogos de luz, cores³⁷, enquadramentos etc. O argumento é o apelo à genialidade do criador, à valorização do conhecimento técnico mais específico e da tradição. Intenções que, no fundo, possuem o desejo de apresentar o trabalho comercial em termos artísticos.

Há uma similaridade entre essa diferenciação analisada por Ortiz (1997) e o que ocorre no campo jornalístico brasileiro dos anos 50. Com o processo de autonomização do jornalismo e a incorporação de uma série de regras estilísticas baseadas na funcionalidade da notícia e na racionalização empresarial, muitos jornalistas acabaram tomando partido de adesão ou de recusa a essas reformas. A divisão entre eles se assemelhava à divisão entre os fotógrafos. O jornalista que valorizava sua capacidade criativa, seus conhecimentos literários, sua subjetividade (em contraposição à ditadura da objetividade) possuía um discurso semelhante aos fotógrafos que afirmavam que não eram meros copistas e que sua arte não se restringia à mera imitação da realidade.

Essa comparação mostra como o mercado de bens simbólicos como um todo é regido pelo princípio legitimador do campo erudito. Além disso, demonstra que o processo reformador da imprensa carioca nos anos 50 foi pautado em uma autonomização do jornalismo não apenas em relação ao campo político, mas também ao campo de produção erudita. Ao instituir códigos, regras, práticas próprias para a cobertura e a para elaboração das notícias, o jornalismo de certa forma saía de um círculo fechado em si e conseguia atingir um público mais amplo.

O escritor ou jornalista³⁸ do século XVIII partilhava do mesmo gosto das pessoas para quem se dirigia. A tiragem pequena de livros e jornais fazia com que os produtos girassem em torno de grupos que dispunham do mesmo capital cultural, das mesmas inclinações estéticas e ideológicas dos escritores. Pode-se fazer aqui um adendo e perceber que a revista *Pif Paf* se vincula mais a essa tradição da imprensa do que àquela da grande imprensa, que separa o escritor/ jornalista do seu público (no sentido de um produtor anônimo que escreve para um maior número de pessoas com as quais não necessariamente compartilhe um imaginário específico ou uma ideologia).

³⁷ Apesar da fotografia colorida ainda não ter sido inventada, era comum a técnica de pintura desse material.

³⁸ Ver-se-á no próximo item como, para alguns autores, o jornalismo surge com a Revolução Francesa e não apenas na segunda metade do século XIX.

Com as transformações na imprensa provocadas pelo incremento de uma indústria cultural e pela construção discursiva que opunha o campo erudito e o campo de bens ampliados, ao escritor restavam duas alternativas divergentes: escrever para não ser lido (ou melhor, para seus pares) ou ajustar sua produção a expectativas do mercado. Ortiz (1997, p. 101) fala que, no início, as esferas de bens restritos e ampliados, apesar do antagonismo, se tocavam, “havendo passagens entre esses compartimentos”. Porque as fronteiras eram diluídas, os produtores sentiam a necessidade de precisá-las melhor. Para fazer isso, os agentes passam a travar uma luta simbólica que visa o poder de delimitar as fronteiras, legitimar práticas, padronizar relatos, classificar estilos e criar códigos deontológicos que visem a formação e a proteção de cada campo.

4.2 OBJETIVIDADE: UM IDEAL CAMBIANTE

Tradicionalmente a formação do campo jornalístico implica na delimitação do estilo de relato e na estipulação de determinada função social do jornalismo. Segundo Bourdieu (2007), a distinção de qualquer campo social se dá através da ênfase discursiva ao aspecto mais específico e insubstituível do ato de produção e dos produtos do campo. Assim como o campo erudito fundamentou teorias como a da arte pela arte e valorizou ideologias como a do artista como gênio criador, o campo jornalístico também buscou explicar as suas práticas, mediante teorias e ideologias, e delimitar padrões estilísticos que fossem restritos aos produtos desse campo.

Para Chalaby (1998), no final do século XVIII havia uma intensa atividade na imprensa europeia, gerada principalmente pelas conquistas proporcionadas pelas revoluções burguesas, notadamente a Revolução Francesa, porém, não havia uma unidade, uma padronização desse tipo de material. Artigos filosóficos se misturavam com textos panfletários político-ideológicos. Além disso, e principalmente, essa imprensa dependia fundamentalmente de partidos políticos, de facções ideológicas ou do próprio Estado. A imprensa da época não possuía autonomia em relação aos outros campos da sociedade (políticos, econômicos etc.), não produzia, conseqüentemente, suas próprias regras de funcionamento organizacional e suas limitações discursivas. Isso só ocorrerá na Inglaterra, no ano de 1855, com a retirada, pelo Estado, dos tributos cobrados aos jornais, que encareciam sobremaneira o preço final deste produto, e com a retirada gradual do incentivo de capital

vindo de partidos políticos. Percebe-se que, para Chalaby (1998), o capital tem um papel preponderante na formação do campo jornalístico. O capital liberta esta atividade das mãos da política, do partidarismo, do Estado. Porém, a aparente liberdade novamente sofrerá coerção do mesmo mercado que a libertou.

Das amarras dos impostos e do “mecenato” partidário, a atividade da imprensa se atrela ao capital, ao livre comércio e às regras da livre concorrência. Na leitura de Chalaby (1998), esse movimento faz com que surja uma atividade específica de comunicação com sua própria estrutura organizacional, ética profissional e regras discursivas chamada jornalismo. Os mecanismos competitivos de que as incipientes empresas jornalísticas precisam se valer para se manter no espaço do livre mercado provocam uma série restrições na atividade jornalística que levam à padronização do relato. Essas lutas travadas no campo econômico definem os limites da linguagem jornalística.

Por serem empresas, jornais e revistas passam a racionalizar seu processo de produção, o que significa encontrar formas de ganhar espaço no mercado, e para isso os agentes devem investir uma grande quantidade de energia e de capital nesse processo. O nível de investimento necessário para ganhar espaço se desenvolve continuamente porque os competidores, para conquistar uma vantagem perante os seus rivais, precisam incrementar incessantemente suas ferramentas de produção. A busca por essa dianteira no mercado, por lucros cada vez maiores, induz as empresas tanto a melhorar o produto oferecido ao consumidor quanto a produzir com um mínimo de custo possível.

Chalaby (1998) afirma que o jornalismo apenas se define como campo quando a atividade atrela-se ao capital e surge a empresa jornalística, e mostra como os dispositivos econômicos vão pautar tanto o trabalho do jornalista quanto o que ele diz e como o diz. A partir dessa análise, é possível compreender quando Bourdieu fala que o campo jornalístico possui uma autonomia relativa. É um campo que possui regras de conduta internas compactuadas pelos agentes, porém, ao mesmo tempo, é um campo que permite interferência de outros campos (político e econômico, principalmente).

Dizendo por outra forma, o jornalismo conquista independência com a entrada no mundo capitalista, porém, este mesmo mundo provoca restrições e padronizações ao trabalho e ao texto jornalístico, que escapam à vontade de muitos agentes deste campo. Uma das normas discursivas do campo é a objetividade, que seria, segundo Chalaby

(1998), uma forma sucinta de se referir a um agrupamento de normas discursivas, tais como neutralidade, imparcialidade, equilíbrio, equidade e factualidade.

A causa primeira da aplicação dessas normas na formatação do texto jornalístico seria que, com a desvinculação dos jornais dos grupos políticos, inicia-se uma política de não engajamento na esfera pública, o que – em última instância – significa que o jornalismo se recusa a estar diretamente envolvido nas disputas político-partidárias e ideológicas:

It indicates the attempt by several newspapers in the 19th century to dissociate themselves from a partisanship and portray themselves as news providers. The pretence to truth betokened a commitment to factuality, a preference to facts over opinions (CHALABY, 1998, p. 132).

Seguindo essa lógica, o pressuposto da objetividade se enquadra perfeitamente na necessidade econômica de aumento do número de leitores (consumidores). A competição por público leitor, segundo Chalaby (1998), é o fator mais importante para o desenvolvimento da regra da objetividade, afinal, porque excluir indivíduos que podem ser futuros leitores devido ao partidarismo? Os donos dos jornais não querem que opiniões políticas sejam um motivo para que pessoas não comprem seus jornais: “the norm of objectivity allowed editors to accommodate a politically eclectic audience under one roof.” (CHALABY, 1998, p. 136).

Assim, a objetividade funciona como padronizador do relato, fazendo com que ocorra um certo esvaziamento da dimensão subjetiva do jornalista, o que contribui para a divisão social do trabalho aos moldes industriais: se qualquer um tecnicamente treinado pode realizar a função, se não há diferença entre os textos de jornalistas diferentes, pressupõe-se que estes são facilmente substituíveis para que a engrenagem da empresa jornalística continue funcionando.

A análise de Chalaby (1998) evoca a relação direta entre as regras discursivas do campo jornalístico com as transformações observadas nos âmbitos econômico e tecnológico da sociedade, mais precisamente nas sociedades inglesa e norte-americana da segunda metade do século XIX. O autor parte de uma premissa estruturalista, na qual as estruturas econômicas e materiais influenciam os relatos que os agentes fazem da realidade. Interessante notar, como em contextos diferentes, o relato jornalístico também se altera. Ou seja, a objetividade

e demais regras de linguagem empregadas nos textos jornalísticos não são universais e estão sujeitas às características históricas, sociais, culturais, econômicas e políticas dos lugares onde são produzidas.

Por exemplo, no século XIX era nítida a diferença entre os jornais franceses e os anglo-americanos. A principal diferença era que os jornais franceses continham mais análises aprofundadas e opiniões acerca dos fatos, sem contar um estilo mais próximo ao literário; já os jornais ingleses e norte-americanos continham um maior rigor de apuração e um estilo mais sintético, objetivo e imparcial. Segundo Chalaby (2003), este contraste possui diversas causas, uma delas está na esfera cultural: na França, os jornais e os jornalistas estavam muito mais vinculados ao campo literário do que no mundo anglo-americano, onde a imprensa desenvolveu-se rapidamente como um meio de informação. Outra causa seria econômica: nos EUA e na Inglaterra os jornais adquiriam a capacidade de canalizar importantes receitas de vendas e de publicidade que contribuíram para autonomizar a imprensa da esfera política. Uma terceira causa seria, justamente, a diferente formação da história política de cada país:

Numa perspectiva histórica é de referir que a repressão governamental em França foi intensa até queda do governo da Ordem Moral, em 1877. As novas relações entre o governo e a imprensa foram legalizadas em 1881 com a nova lei de imprensa (...). Até 1877, os governos franceses usaram numerosos meios de coação para controlar a imprensa. (...) Em contraste, o governo americano nunca exerceu qualquer espécie de caução sobre a imprensa. Em Inglaterra, a repressão governamental contra a imprensa, principalmente contra os trabalhadores ilegais dos jornais, terminou em meados de 1830 (CHALABY, 2003, p. 43).

Porém, esse tipo de análise, que vincula a padronização do relato estritamente às estruturas materiais da sociedade, encobre o fato de que muitos outros fatores de ordem cultural são importantes para as escolhas relativas ao formato do texto jornalístico. Shudson (2010, p. 13) percebe que a objetividade é uma estranha exigência a se fazer às instituições jornalísticas justamente porque essas são instituições comerciais, que

dedicam-se, sobretudo, à obtenção de lucro econômico, e porque são instituições que, “por tradição ou código explícito”, são órgão políticos; além disso, editores e repórteres não contam com o aparato técnico-profissional – como advogados, cientistas e médicos – que garantam a objetividade. Mesmo assim, em algum momento histórico, o problema da objetividade foi colocado ao jornalista e até hoje essa questão é tida como um ideal da atividade. Em busca das causas desse fenômeno, Shudson (2010) apresenta argumentos que veem as transformações econômicas e tecnológicas provocadas pelo desenvolvimento do capitalismo como a causa do surgimento e do estabelecimento de determinado tipo de formato textual e questiona esse tipo de explicação.

Uma dessas análises aponta a importância do desenvolvimento tecnológico (do telégrafo, no caso) e da livre concorrência capitalista para o surgimento das agências de notícias que, ao distribuir notícias de forma rápida visando o uso pelos mais variados tipos de veículo, independentemente de suas vertentes ideológico-partidárias, seriam responsáveis pela padronização, baseadas no laconismo e na objetividade, dos textos jornalísticos. O desenvolvimento do telégrafo e a ânsia pela conquista de público consumidor (lucro) seriam fatores preponderantes na afirmação da objetividade enquanto norma ou ideal.

Shudson (2010, p. 15) desconstrói essa ideia. O telégrafo foi inventado em 1840 e a primeira agência de notícias foi a *Associated Press*, criada por um grupo de jornais de Nova York em 1848. Porém, na última década do século XIX, momento em que a *Associated Press* estava crescendo, a reportagem objetiva não se tornou norma ou prática principal do jornalismo norte-americano. “O conteúdo dos jornais explorava, principalmente, o sensacionalismo, em suas diversas formas. Os repórteres procuravam escrever literatura com a mesma frequência com que buscavam escrever notícias”. O momento era de *boom* do chamado jornalismo marrom e o único jornal que passou a adotar um modelo exclusivamente informativo, o *New York Times* – que, segundo Shudson (2010, p. 127), estabeleceu o padrão do jornalismo moderno –, era o que tinha a menor circulação: 9 mil exemplares³⁹.

³⁹ O *World* tinha tiragem de 600 mil exemplares; o *Journal*, 430 mil exemplares; o *Herald* vendia 140 mil; o *Sun*, 130 mil exemplares; o *Evening Post*, 19 mil; e o *Tribune*, 16 mil. Nesse momento, os jornalistas aderiam concomitantemente aos ideais da factualidade e do entretenimento ao redigir as notícias, mas alguns jornais elegeram modelos que priorizavam um ou outro tipo de relato. Os dois jornais de maior circulação, por exemplo, eram sensacionalistas e seguiam um modelo de jornalismo que Shudson (2010, p. 107) chama de “ideal literário (da narrativa)”, em contraposição ao “ideal da informação” propagado pelo *Times*.

O *Times* não possuía maior vendagem, mas a renda da publicidade que obtinha compensava a baixa circulação. Isso porque o veículo era lido pela elite nova iorquina, detentora de maior poder aquisitivo. E o *Times* fazia sucesso entre a elite porque divulgava informações sobre o mundo financeiro e porque era politicamente conservador. Mas há um fator mais importante nessa relação de homologia entre o veículo e a classe que o consumia. A valorização da informação, da concisão e da objetividade pelo *Times* contrapõe, em termos narrativos, esse veículo aos jornais sensacionalistas (populares) como o *World* e o *Journal*. Há o que Shudson (2010) chama de “divisão moral do trabalho” entre os jornais:

O *Times* escrevia para pessoas lúcidas ou para aqueles cuja vida estava bem arranjada. O jornal apresentava artigos com conhecimento útil, não como uma revelação. O *World* tinha uma consideração diferente em relação a isso. No tom e na apresentação, criava uma sensação de que tudo era novo, inusitado e imprevisível. Há todos os motivos para se acreditar que isso refletia fielmente a experiência de vida de muita gente das cidades, como os recém-alfabetizados e os recém-chegados à cena urbana, membros da classe trabalhadora, e a classe média. Para muitos, a vida era um espetáculo como nunca se vira antes, e o *World* retratava fielmente aquela experiência de muitos, como *Times* fazia em relação à experiência mais ordenada de um grupo menor (SHUDSON, 2010, p. 141).

Divisão semelhante estava presente na imprensa brasileira da década de 50. Segundo Ribeiro (2007), os grandes jornais cariocas eram divididos em matutinos e vespertinos. Os primeiros tinham um número maior de páginas, eram profundos e minuciosos no tratamento das informações; enquanto os vespertinos faziam um jornalismo mais de sensação, com grandes manchetes, além de serem mais notícias locais do que nacionais e internacionais. A análise da publicidade dos jornais cariocas, efetuada por Ribeiro (2007) também mostra essa relação de homologia entre os produtos culturais (os jornais) e as classes sociais (público leitor).

A ideia de que o jornalismo vai ficando cada vez mais informativo e objetivo de acordo com o estágio do desenvolvimento

capitalista e tecnológico não dá conta da complexidade que envolve a produção jornalística. A objetividade no jornalismo nasce de um esforço discursivo de divisão e de hierarquização das classes sociais, que também está presente no debate sobre a cultura popular e a cultura erudita, visto no item anterior deste capítulo. Se o modelo informativo tivesse como causa exclusiva o desenvolvimento das forças produtivas e da tecnologia proporcionado pelo capitalismo, a linguagem jornalística se manteria estática dentro do modelo da objetividade (já que, desde a Revolução Industrial, o capitalismo segue uma linha ascendente de acúmulo de capital e de tecnologia que reforçam o sistema da livre concorrência e a aceleração do tempo – fatores tidos como determinantes e explicativos da padronização do relato), mas não é isso que se verifica.

Shudson (2010), novamente, coloca como fatores de ordem cultural – ou seja, do imaginário que as classes têm sobre as outras, sobre si mesmas e sobre o contexto em que vivem – foram preponderantes para a afirmação do ideal da objetividade. Segundo ele, esse ideal só vai se afirmar plenamente nos EUA durante a década de 1930. O motivo é um profundo pessimismo acerca da democracia política. O ideal democrático de conceder ao povo todo o poder sobre a organização da sociedade começou a ser visto como um empecilho à governabilidade e, principalmente, à civilização. A plena cidadania passou a ser vista como um ideal inatingível e a afirmação da soberania popular teria levado à perda de autoridade. A desesperança a respeito da democracia aprofundou-se ainda mais com a consolidação de ditaduras na Alemanha e na Itália e na incapacidade do governo norte-americano em lidar com a depressão econômica da década de 1930. A vinculação do povo, do popular, com a irracionalidade⁴⁰ se tornou dominante e uma

⁴⁰ Ortiz (1998, p. 76) observa esta mesma correlação no contexto da produção artística na França do século XIX e nota como ela serve de base para a oposição entre arte erudita e arte massiva: “O debate sobre a multidão encerra certamente uma polissemia de conteúdos. Um deles é a oposição entre racionalidade e irracionalidade. O indivíduo, imerso na massa, perderia sua identidade, sendo tragado pela consciência coletiva de um ser que o transcende e o domina. (...) A classe dirigente irá, desta forma, perceber a presença e as reivindicações dos trabalhadores como uma ameaça latente: potencialidade que se efetiva por meio das greves, das barricadas, e, a partir de 1848, do voto. O preconceito contra a multidão expressa um conflito político, não é por acaso que Lê Bon vai associá-la aos inconvenientes do sufrágio universal”. Shudson (2010, p. 150) mostra como esse pensamento antiliberal era mais intenso na Europa do que nos EUA – com os europeus centrando análise nas “massas” e os norte-americanos focados em um “público” – no final do século XIX, porém, a partir da década de 20, o autor verifica que “os antiliberais europeus influenciaram diretamente o pensamento norte-americano para além da sociologia”.

desconfiança em relação não tanto à razão, mas à capacidade do público de fazer uso dela passou a crescer.

[...] a própria classe média instruída gostava de manchetes e um toque picante mais do que se gostaria de admitir. Mas, ao mesmo tempo, ela sentia uma grande necessidade de se distinguir do restante do público leitor, pois já não reconhecia na “opinião pública” [*grifo do autor*] o que poderia admitir como sendo a sua própria voz, a voz da razão. As classes profissionais agora interpretam a opinião pública como sendo irracional, e, portanto, algo a ser estudado, dirigido, manipulado e controlado. As profissões desenvolveram uma atitude proprietária em relação à “razão” e uma atitude paternalista para com o público (SHUDSON, 2010, p. 151).

Concomitante a essa desconfiança em relação à capacidade de racionalização do público, que acompanha uma postura nitidamente antiliberal, a própria ciência lidava com a autocrítica do método científico a partir das teorias relativistas que colocavam a razão e a capacidade da ciência de alcançar a verdade em cheque, já que toda pesquisa passava a ser vista como uma interpretação (construção) de dados que poderiam sofrer alteração pelo sujeito pesquisador, justamente porque este analisa o objeto a partir de seus valores e de sua cultura.

Portanto, a objetividade tornou-se um ideal não porque ela era vista como uma técnica possível de ser utilizada para se alcançar a verdade, mas porque a própria noção de verdade passou a ser tida como inatingível e porque a subjetividade passou a ser vista como inevitável. As camadas populares, antes vistas como capazes de comandar os rumos da política e da economia através do sufrágio universal e da cobrança dos poderes públicos, passaram a ser vistas como massa de manobra capaz de ser utilizada para a imposição de vontades de uma maioria que nem sempre tem razão. Na verdade, essa análise da imprensa norte-americana da década de 1930, feita por Shudson (2010, p. 187), mostra como a objetividade nasce em um nível mais profundo, na “necessidade de encobrir a decepção no olhar moderno”.

A fundamentação do jornalismo está ligada, portanto, muito mais às oscilações positivas e negativas do imaginário da Modernidade

do que à modernização da tecnologia e das forças produtivas. É isso o que Hartley (1996), ao contrário de Chalaby, enfatiza em sua análise culturalista sobre o jornalismo. Para ele, essa atividade nasce não a partir do desenvolvimento tecnológico ou econômico, mas com a entrada na cena social de pressupostos inéditos, como a valorização da soberania popular e da razão iluminista. Para o autor, o jornalismo não foi apenas uma derivação das transformações políticas e econômicas do período moderno, mas condição *sine qua non* para que ocorressem tais transformações. Isso se deve ao fato de o jornalismo não ser um mero comentador de eventos, mas uma atividade que produz e forma novos eventos. Ao proporcionar a divulgação de informações e ideias no meio social complexo que é o urbano, ao realizar o intercâmbio entre a esfera pública e a esfera privada, o jornalismo é capaz de funcionar como uma *ágora* moderna e, assim, interferir na realidade ativamente como ator e não como mero objeto.

Journalism was an essential element in the first few creative moments of the modern world, being one of the principal means by which its democratic energies were excited into existence and then diffused across the people in whose name they occurred, giving meaning, context and shape to a whole new universe of secular popular sovereignty (HARTLEY, 1996, p. 76).

Hartley (1996, p. 79) argumenta que noções como “democracia, classes médias, liberdade, igualdade, razão, virtude, modernização, conforto, utilidade, secularismo e soberania” popular tiveram condições difíceis para se estabelecer na consciência do povo e em arranjos políticos formais e que, sem o jornalismo para promover possibilidades e escolhas que eram previamente desconhecidas ou inesperadas, jamais teriam se estabelecido, não importando a determinação de tendências sócio-econômicas subjacentes. A ideia é que o imaginário (a cultura) – e a possibilidade, proporcionada pelo jornalismo, de narrar esse imaginário e de propagá-lo cotidianamente a um público – seria o fator preponderante das transformações sociais, econômicas, políticas e tecnológicas, ou seja, das transformações estruturais da esfera pública.

O autor analisa a sociedade a partir da metáfora das bonecas do folclore russo. Cada boneca é formada por várias outras bonecas de

idêntico formato no seu interior, como se fossem camadas⁴¹. A maior camada, mais externa e mais ampla, que abarca todas as outras, é a semioesfera (esfera cultural da modernidade, esfera dos significados, onde se inserem a linguagem, a cultura e o âmbito privado), dentro dela está a esfera da mídia (esfera dos suportes midiáticos como música, teatro, literatura, artes plásticas e o jornalismo) e, por último, a esfera pública (a esfera do poder econômico e político). A esfera da mídia se desenvolveu entre as duas outras esferas, conectando a semioesfera (cultural) com a esfera pública (política). Mas Hartley (1996, p. 79) deixa claro que essa perspectiva analítica da esfera da mídia se deve às características de seu objeto de estudo, no caso, o jornalismo:

Thus a different analytical project, organized around questions of art, drama and popular entertainment, for instance, would find different spheres within each other inside the semiosphere; for instance a mediasphere understood as fictional, whose characteristic form of expression is drama rather than journalism, might find within it not the public sphere but the private sphere, not the truth but desire, not linear time but cyclical time, not history but myth, not the French Revolution but television.

Revolução Francesa e esfera da mídia surgem na cena europeia juntas – elas não são uma relação linear de causa-efeito, ao contrário, são dois aspectos simultâneos da Modernidade. A reavaliação de alguns dos momentos cruciais fundadores da modernidade revela que esses momentos sempre foram eventos totalmente mediados, com o jornalismo no meio do ativismo político desde o início. Além disso, o jornalismo fez mais do que "mediar" acontecimentos políticos da elite a um público de classes mais baixas; ao contrário, utilizando os recursos da esfera semiótica, criou um elo que não existia anteriormente e que ainda é decisivo – um elo entre política, textos e leitores populares. Nesse elo não apenas a soberania popular da democracia contemporânea alcançou sua máxima expressão, mas também provou ser um dos poucos mecanismos eficazes para a aplicação de uma comunicação de mão dupla entre as instituições de controle social e as populações dos países em modernização. O jornalismo não é apenas um comentador derivado

⁴¹ Segundo Hartley (1996, p. 79), esse concentrismo puro não descreve um fato empírico, mas uma perspectiva analítica.

de eventos forjados na esfera pública, mas também um produtor e modelador desses acontecimentos; e não é apenas um distribuidor de narrativa social e do imaginário político para uma audiência de consumidores particulares, mas a condição prática da complexa modernidade democrática – “sem uma ligação entre o público e o privado, entre política e leitores, entre as decisões e significados, textualidade e poder, não haveria mecanismo diário que mantivesse a unidade da sociedade; não haveria público” (HARTLEY, 1996, p. 83).

Hartley (1996) analisa o jornalismo a partir da atividade dos jornalistas radicais que atuaram no período da Revolução Francesa. Verifica um aumento considerável no número de jornais durante esse período e algumas características. Dentre elas, a ideia de que os jornalistas não eram repórteres, mas ativistas, incitando e excitando a população; de que não eram imparciais ou observadores passivos, mas atores de todo o processo político e social. Os jornalistas não se viam como mediadores entre a esfera política e o povo, mas como parte intrínseca do povo. Na verdade, as instituições políticas e sociais eram vistas com desconfiança e como um entrave entre o povo e a sua soberania. Assim, a ideia de soberania popular propagada pela esfera da mídia dava poderes quase monárquicos ao povo. Sendo que “povo”, para os jornalistas radicais, não incluía todos os cidadãos, mas apenas aqueles que não criavam barreiras à causa popular. Os adversários eram a aristocracia, que incluía a nobreza, alto clero, grandes capitalistas, proprietários de terra e a burocracia estatal. O povo seria formado pelos revolucionários, trabalhadores, artesãos, pequena burguesia, camponeses e agricultores. Porém, interessante notar como os mais pobres, os destituídos, os desempregados e o lupemproletariado não faziam parte dessa noção de povo dos jornalistas radicais porque essa parcela da população era considerada facilmente suscetível à corrupção.

Ou seja, a divisão da sociedade implementada pelo jornalismo da época não era entre dois grupos opostos formados pelas classes altas e baixas da população, mas, a partir de uma oposição binária, delimitou-se um espaço intermediário nessa sociedade. Isso explica o fato dos jornalistas radicais incluírem, na sua ideia de povo, pequenos burgueses, profissionais liberais, proprietários de pequenos negócios e membros da classe intelectual das classes dominantes, e não os mais pobres. Hartley (1996, p. 89) coloca que, desde esse momento até hoje, o jornalismo vive às voltas com essa espécie de universalismo contraditório que, ao mesmo tempo em que se propõe a abarcar a sociedade atravessando

divisões de gênero, raça, religião etc., acaba dividindo a sociedade entre amigos (“*wedom*”) e inimigos (“*theydom*”), bons e maus.

A partir da análise desse recorte histórico-social, o autor permite perceber uma característica interessante da atividade jornalística: a capacidade de textualizar o povo. Verifica-se isso claramente na participação ativa dos jornalistas radicais na Revolução Francesa, que utilizavam uma linguagem incisiva e panfletária, mas também com a atividade indireta da linguagem informativa e objetiva dos jornalistas profissionais das grandes empresas que, como vimos, ao separar um jornalismo sensacionalista de um jornalismo sério, acaba construindo uma fronteira entre as classes, entre a cultura erudita e a cultura popular.

Os eventos públicos e políticos são eventos semióticos, assim como os desenvolvimentos semióticos são eventos políticos; a política é privatizada, assim como os significados são politizados. A esfera da mídia é onde ocorre essa fusão. Segundo Hartley (1996, p. 83), a semioesfera e a esfera da mídia são forças que determinam as mudanças históricas associadas à modernidade. Desde o início, a linguagem socialmente mediada, a retórica, as imagens, os símbolos e os textos do jornalismo, juntamente com as relações entre a mídia e seus leitores, têm tanto impulsionado quanto estabilizado as mudanças políticas.

Esse vínculo entre a semioesfera e a esfera pública pode ser reconhecido, também, na caracterização do conceito de “imaginação social” efetuada por Baczko (1987, p. 109):

[...] trata-se da orientação da atividade imaginativa em direção ao social, isto é, a produção de representações da ordem social, dos atores sociais e das relações recíprocas (hierarquia, dominação, obediência, conflito etc.), bem como das instituições sociais, em particular as que dizem respeito ao exercício do poder, às imagens do chefe, etc.

Segundo o autor, as manifestações populares durante o período da Revolução Francesa são exemplos flagrantes do papel desempenhado pelos imaginários sociais nas mentalidades e práticas coletivas que levaram ao fim do Antigo Regime. A multidão revolucionária pressupõe uma “comunidade de imaginação” onde o indivíduo sente-se apoiado e transformado pelas emoções e forças coletivas que o ultrapassa. De acordo com Baczko (1987, p. 322), o que se viu foi uma “geração espontânea de um repertório simbólico novo, acompanhado por uma

guerra de símbolos, com suas estratégias próprias”. Tratava-se, na verdade, de todo um novo sistema simbólico que impregnava não apenas a vida pública, mas também a vida cotidiana. Segundo o ativista da Revolução Francesa e jornalista Honoré de Mirabeau, a idéia era a de que “o poder deve apoderar-se do controle dos meios que formam e guiam a imaginação coletiva. A fim de impregnar as mentalidades com novos valores e fortalecer a sua legitimidade, o poder tem designadamente de institucionalizar um simbolismo e um ritual novos.” (apud BACZKO, 1987, p. 302.).

A influência dos imaginários sociais depende da difusão destes e, conseqüentemente, dos meios que asseguram a difusão e a aglutinação simbólicas dos atores sociais. Nesse sentido, a atividade jornalística se torna fundamental para assegurar a constituição de uma “comunidade de imaginação”.

It is necessary to recognize that news itself is *cultural* [*grifo do autor*]; it is not exempt from features traditionally associated with the private, textual, semiosphere. Like other genres in that sphere news is characterized by image, symbol, storytelling, fiction, fantasy, propaganda and myth – dismissed by journalists and historians alike as epiphenomenal, subjective, unrepresentative; it is at best unavailable for empirical analysis, at worst postmodernist (HARTLEY, 1996, p. 83).

Ao propagar símbolos e valores através de uma narrativa cotidiana, o jornalismo contribui para a estabilização de determinado imaginário, que pode se transformar em mito. Segundo Baczko (1987, p. 325), o imaginário da Revolução Francesa é um dos mais poderosos mitos modernos: o mito da revolução, que, a partir da queda da Bastilha – e mesmo com a queda do governo revolucionário e o retorno da monarquia na França – se espalhou não apenas pelo país por toda a cultura ocidental. Ao longo do século XX, vários foram os movimentos que se pautavam na idéia de oposição ao julgo opressor do Estado, não exatamente a partir de princípios idênticos aos da Revolução Francesa, mas que se pautavam nessa experiência revolucionária de contestação. Alguns grupos incorporaram a teoria marxista (que havia se desenvolvido no final do século XIX) – como nas revoluções populares que implantaram sistemas comunistas na Rússia, em Cuba e na China –; outros na filosofia existencialista aliada ao orientalismo – como o

movimento francês conhecido como Maio de 68 e o *hippismo* norte-americano; ou nos meandros constitucionais de nações que se baseavam no liberalismo e na declaração universal dos direitos humanos, mas que não seguiam à risca alguns de seus preceitos – como o movimento dos negros por direitos civis, também nos E.U.A.

A década de 60 do século XX pode ser vista como um terreno fértil onde o mito da revolução teve condições plenas de florescer. Baczko (1987) relata alguns estudos de casos (marcos) onde o imaginário social exerceu papel fundamental nas mudanças políticas, econômicas e sociais: a Revolução Francesa e o período da década de 30 do governo stalinista na U.R.S.S. O autor inicia o texto falando do movimento Maio de 68, de como os agentes propunham alterações no imaginário e cobravam por uma valorização política da imaginação e de elementos simbólicos de cunho individual da esfera semiótica. Interessante notar como o autor mostra que essa reivindicação não era algo novo na história, que, na verdade, a revolta dos estudantes na Paris dos anos 60 está conectada com outros movimentos sociais pelo fio do mito moderno da revolução e pelo papel desempenhado pelo imaginário social nas transformações políticas e econômicas⁴² ocorridas no mundo Moderno. Baczko (1987, p. 197) mostra que as ciências sociais sempre tiveram como preocupação a vinculação entre imaginação e poder, constatando que “esta sempre tinha estado no poder”. A questão é que, durante o movimento de 1968, a própria imaginação (e suas funções criativas) foi investida de funções simbólicas e tida como um guia, um meio, para se chegar a uma nova organização social, diferente da vigente.

Durante o Maio de 68, reivindicou-se o poder da imaginação ou a presença da imaginação no poder. Frases⁴³ como “Tomo meus desejos por realidade, por acreditar na realidade dos meus desejos” ou “O pessoal é político” demonstram a imbricação entre a semioesfera (privada) e a esfera política (pública). Ao alçar a própria idéia de imaginação ao *status* de símbolo do movimento, os agentes inventavam e difundiam um repertório simbólico que se contrapunha ao vigente, já que “a acepção corrente do termo imaginação designava uma faculdade

⁴² Segundo Hartley (1997, p. 79), há uma visão equivocada de que a esfera pública política não apenas é separada da semioesfera como também de que a política é determinada não por significados textualizados, mas pela economia, que teria prioridade sobre a cultura. A análise de Baczko (1987) contribui para desmontar essa percepção.

⁴³ Presentes em cartazes do movimento de Maio de 68. (apud HOBSBAWN, 1995, p. 325-326).

produtora de ilusões, sonhos e símbolos e que pertencia, sobretudo, ao domínio das artes, irrompia agora num terreno reservado às coisas ‘sérias’ e ‘reais’.” (BACZKO, 1987:, p. 296.).

Percebo que há uma conexão entre a “cultura adversária” dos anos 60 e a Revolução Francesa no seguinte sentido: se durante a Revolução Francesa, segundo Baczko (1987, p. 322), ocorreu a geração espontânea de um repertório simbólico novo, uma guerra de símbolos que visava a instauração de um sistema simbólico diferente, baseado em um ideal – mesmo que retórico – de liberdade do indivíduo e em uma desconfiança em relação ao poder institucionalizado, nota-se que nos anos 60 se deu praticamente a mesma coisa, obviamente, com classes e atores sociais em posições diferentes.

A Revolução Francesa expôs o poder do imaginário nas transformações políticas e o movimento de 68 reafirmou essa importância ao valorizar, enquanto imaginário, a própria noção deste, em uma espécie de metalinguagem. Além disso, a cultura ocidental, na década de 60, possuía em seu repertório simbólico o mito moderno da revolução que a Revolução Francesa ajudou a instituir. Na década de 60, verifica-se a valorização do que Habermas (1987, p. 104) denomina de energias utópicas: “Esse influxo de energias utópicas na consciência da história caracteriza o espírito da época que marca a esfera pública política dos povos modernos desde os dias da Revolução Francesa”.

Em ambos os momentos históricos, formou-se uma “comunidade imaginada” que compartilhava novos códigos, símbolos e valores contra-hegemônicos. Segundo Hartley (1997), durante a Revolução francesa, o jornalismo exerceu papel fundamental na formação dessa comunidade enquanto mediação entre poder público e privado, enquanto meio de conexão social, divulgador do novo imaginário e, conseqüentemente, como agente de transformação.

How should the actions of executive government and the unity of community belief be maintained simultaneously in the head, hearts and home, of so many individuals in all their variety and distinction? [...] In fact, the only mechanism that was available to hold the two aspects of popular sovereignty – to link de central social-political institutions with the dispersed personal practices of private sense-making – was journalism (HARTLEY, 1997, p. 81).

Nos anos 60, o jornalismo também teve função primordial. Porém, agora, não apenas em nível local, mas proporcionando a formação de uma “comunidade imaginada” que extrapola fronteiras lingüísticas e geográficas. Palácios (1995) afirma que, a partir da segunda metade do século XX, aplica-se o conceito de Giddens (1991) de “desencaixe dos sistemas sociais”. Ou seja, ocorre um deslocamento das relações sociais dos contextos locais e sua reestruturação através de extensões indefinidas de tempo e espaço. Forma-se, assim, uma relação entre ausentes. O sentimento de pertencimento à comunidade e o compartilhamento do imaginário da “cultura adversária” dos anos 60 receberam impulso dos meios de comunicação que aglutinaram, em escala internacional, os atores desse movimento. A territorialidade passou a ser definida não em termos geográficos, mas simbólicos. A cultura *rock 'n roll* e o movimento *hippie* não ficaram restritos ao espaço norte-americano, por exemplo; se espalharam pela Europa e pela América Latina. *Pif Paf*, por exemplo, foi o primeiro veículo brasileiro a traduzir e publicar os mini-contos de humor *nonsense* do músico John Lennon (ANEXO A.M), membro da banda *The Beatles*, que em 1964 começava a provocar uma verdadeira revolução na música e comportamental em jovens de todo o mundo. Vimos no capítulo anterior, como a vertente satírica do jornalismo alternativo brasileiro, a partir de 1969, passou a se vincular cada vez mais com o movimento da contracultura e com a cultura do psicodelismo e das drogas em voga nos E.U.A e na Europa. Segundo Kucisnki (2003), *Pif Paf* marca, através de uma perspectiva diacrônica, o início dessa linhagem.

Alguns pontos de intercessão entre o contexto da Revolução Francesa e o dos anos 60 podem ser percebidos a partir da atividade jornalística. Vimos anteriormente que, segundo Hartley (1996), os jornalistas radicais consideravam as instituições governamentais e jurídicas como um empecilho entre o povo e a soberania deste. Shudson (2010) mostra que, a partir da década de 60, nos E.U.A, os jornalistas passaram a desconfiar do governo e das instâncias jurídicas e a assumir uma postura adversária a essas instituições. Durante a Revolução Francesa, os jornalistas radicais não produziam textos baseados em uma linguagem objetiva e imparcial, ao contrário, tinham em mente que sua produção exercia um papel ativo, participativo, na transformação da ordem social. Jornalistas norte-americanos, durante os anos 60, efetuaram uma crítica à objetividade jornalística e passaram a valorizar um jornalismo participante, mesmo dentro da grande imprensa. Segundo

Shudson (2010), o jornalismo literário e o jornalismo investigativo são exemplos dessa crítica.

Percebe-se, portanto, que a questão da objetividade na padronização do relato jornalístico se dá muito mais pelo vínculo que esta prática mantém com a cultura – principalmente com os símbolos e conceitos vinculados ao imaginário da Modernidade – do que com as alterações na estrutura material provocadas pelo desenvolvimento capitalista. O apelo à objetividade, através da padronização de técnicas redacionais, dentro do campo jornalístico ora se impõe ora arrefece, em momentos cíclicos ao longo da história do mundo moderno, justamente porque são as disputas travadas no plano do simbólico – as oscilações dos valores da cultura moderna –, e não a estabilidade da estrutura econômica e tecnológica, que mais influenciam o discurso que os jornalistas elaboram sobre suas práticas e as formas de relato daí decorrentes.

A influência da “cultura adversária” dos anos 60 sobre a cultura da imprensa, exposta por Shudson (2010, p. 211), mostra como o jornalismo (a esfera da mídia) sofre forte influência da semioesfera e como um imaginário, transformado em tradição, condiciona tanto o estabelecimento quanto a transformação de práticas, rotinas e estilos.

[...] se uma mudança nos ideais do jornalismo ocorre, ele terá tradições submersas a apoiá-lo. Forças dentro e em torno do jornalismo jogam *contra* o ideal da objetividade e suas convenções e assim têm feito mesmo quando a objetividade parecia ter influenciado a profissão de forma mais definitiva (SHUDSON, 2010, p. 217).

Pode-se constatar, portanto, que a reformulação da linguagem jornalística ocorrida no Brasil na década de 50, demonstrada no capítulo anterior, foi baseada e se estabeleceu a partir de uma tradição jornalística oriunda do jornalismo norte-americano. Os principais implementadores, no Brasil, das técnicas de redação baseadas no ideal da objetividade foram aos E.U.A, participaram de congressos naquele país e, explicitamente, valorizavam a formatação da notícia norte-americana⁴⁴. Da mesma forma, os agentes que repudiaram essa mudança

⁴⁴ Shudson (2010) mostra que a objetividade nunca foi um ideal estável ao longo da história do jornalismo norte-americano, porém, o autor também indica que, em alguns momentos, ela foi exaltada e se consolidou como prática reconhecida, transformando-se, assim, em tradição.

– como o famoso ataque do jornalista Nelson Rodrigues (1995, p. 46-48) aos “idiotas da objetividade” – se baseavam em outras tradições e ideais, como o do jornalista-escritor, do jornalismo como atividade literária, da narrativa popular dos jornais sensacionalistas, ou do jornalismo político e participativo da Revolução Francesa.

4.3 PIF PAF: “FORÇAS EXTERNAS” AGEM SOBRE O JORNALISMO

Quando Não apenas tradições jornalísticas apóiam ou condenam as mudanças. Como vimos, Shudson (2010) afirma que há, também, “forças em torno do jornalismo” que jogam contra o ideal da objetividade. Considero que esse é o caso da revista *Pif Paf*. A linguagem e o posicionamento discursivo da publicação remetem a um vínculo com duas forças: de um lado, a dos princípios de funcionamento do mercado de bens simbólicos, oriundos do campo dominante da produção erudita; e de outro, a força do imaginário revolucionário da cultura dos anos 60.

Vimos no primeiro capítulo como o “ponto de vista carioca” reverberava toda uma tradição cultural vinculada à boemia artística do final do século XIX na Europa e à repulsa ao *l'espirit de sérieux* do existencialismo francês. Além disso, a partir da análise efetuada no item anterior, constata-se que o caráter artesanal e independente de muitas das publicações do jornalismo alternativo – e o fato de muitos dos humoristas da linhagem satírica da imprensa alternativa serem desenhistas, logo artistas, e valorizarem essa posição – remete à idéia, presente no campo de produção erudita, do artista como “gênio criador”, dotado de um “dom”, que não se deixa consumir pelas mesquinhas do mundo material.

Os textos da *Pif Paf*, em sua maioria, não seguem os princípios estilísticos dos produtos da grande imprensa recém reformulada, na década de 50, a partir do padrão norte-americano da objetividade e dos princípios organizadores do campo da indústria cultural. A informação é passada através de textos vinculados ao universo literário, como o conto de ficção, o poema, a crônica, o diálogo teatral. E mesmo quando é utilizado o formato jornalístico noticioso, não há uma relação de correspondência factual entre o que está representado no texto e a realidade, como no texto da página 2 da edição de nº 2 (ANEXO A.N):

Numa conferência secreta no Kramlim, nosso fotógrafo x-2 conseguiu sorrateiramente se meter sob a mesa dos líderes russos e fotografar a mão de Krushev nesse flagrante estupefaciente. Como se vê na foto, enquanto ouvia as notícias sobre os bombardeios americanos no Viet-Nam, o supremo mandatário russo não bobeia: está sempre com o dedo no disparador automático da Bomba Atômica, pronto para qualquer eventualidade.

A notícia se refere à foto em *close* de uma mão masculina pronta para apertar o botão de um mecanismo não identificável. A revista nunca teve um fotógrafo contratado, muito menos atuando no exterior. Obviamente, não se trata da mão do presidente russo, mas a revista a trata como se fosse. Superficialmente, não há vínculo entre texto e realidade factual, logo, a notícia de que Krushev está sempre a postos para apertar um botão e disparar a bomba não é verdadeira. Mas o contexto político da década de 60 está presente na notícia. O foco é a tensão da Guerra Fria, provocada pelo enorme arsenal atômico das duas grandes potências que travavam um embate ideológico. Além disso, a referência aos “bombardeios americanos no Viet-Nam” é extremamente atual, visto que a primeira interferência direta dos E.U.A na Guerra do Vietnã ocorreu no início de agosto de 1964⁴⁵ e a edição da revista é de 28 de agosto daquele ano. Assim, a informação atual sobre acontecimentos reais – matéria prima da produção jornalística – está presente na publicação, mas é trabalhada de forma irônica e com elementos ficcionais.

Esse tipo de notícia está ou atrelada à retranca *Notícias e informações do Pif-Paf* ou presente na seção *Mundo Cão*, único lugar da revista onde há o anonimato do produtor do texto. Com exceção da *Mundo Cão*, toda produção é assinada. Além disso, outra diferença em relação à formatação da grande imprensa é o projeto gráfico da publicação, que não é estático. Tipologia das letras, cores, dimensão das colunas de texto e suas disposições são reorganizadas a cada edição, o que denota um trabalho criativo incessante e corresponde à idéia de que, segundo Kucinski (2003, p. 450), mais do que como um jornal, Millôr concebia *Pif Paf* como um “projeto gráfico orgânico”.

⁴⁵ O ataque de navios americanos na costa do Vietnã (Golfo de Tonkin), em resposta a um possível ataque de forças *vietcongs*, em 4 de agosto de 1964, foi utilizado como pretexto, pelo presidente Lyndon Johnson, para a entrada efetiva dos E.U.A na guerra, em janeiro de 1965.

Citações ou publicação de textos de escritores e filósofos consagrados no campo erudito, como George Bernard Shaw, João Guimarães Rosa, Sean O’Casey, Allan Levy, La Rochefoucauld, Jonathan Swift, Voltaire e Confúcio permeiam as edições da revista. A vinculação ao universo erudito também se verifica na crítica aos símbolos da indústria cultural. Meios massivos de comunicação representantes dessa indústria, como a televisão e o jornalismo da grande imprensa, são atacados ironicamente. A postura crítica de Millôr Fernandes (2002, p. 551; 552; 553) contra a televisão é contundente: “Mesmo o pior jornal, até em interesse próprio, algumas vezes se arrisca, tem atitudes corajosas. No Brasil a televisão já nasceu pusilânime”; “A televisão foi inventada pelo Homem Medíocre para ser utilizada pela Mediocridade para Mediocridade. Deveria se chamar Médiotv”; “Como a televisão – pressões do sistema, *merchandising* e incapacidade pura e simples – só pode comunicar trivialidades, de repente somos surpreendidos pela realidade não-televisiva”.

A televisão é vista como um meio corrupto que só produz mediocridades, onde apenas o lucro econômico interessa. Visão esta que se coaduna com a postura elitista do campo de produção erudita, fechado em si mesmo, que condena as práticas culturais massivas por que estas, ao se subordinarem às pressões do capital, produzem apenas produtos menores, sem conteúdo crítico e com formatos padronizados desprovidos de criatividade. Na página 17, da *Pif Paf* nº 7 (ANEXO A.O), há um texto intitulado “À maneira dos anúncios de televisão”, que expõe claramente essa concepção:

[...]. Sem televisão, sua mulher não sentirá a necessidade inadiável de comprar todas as besteiras do mercado.

Sem televisão você não terá mais que perguntar toda hora a seu filho: “Onde, diabo, você aprendeu isso, menino”?

Sem televisão você diminuirá muito a área de atrito em sua casa pois sempre que você liga o aparelho e diz: “Esse idiota está agora ganhando seis milhões” alguém responderá do seu lado “Mais ele é muito popular”.

Por essas e outras inúmeras vantagens, caro amigo, mande-nos hoje mesmo seu aparelho de televisão e nós o destruiremos completamente, ou o transformaremos em algo útil. [...]

No contexto onde se insere a *Pif Paf*, outra força externa ao campo jornalístico que age sobre ele é o imaginário revolucionário. O contexto da ditadura militar, aliado à “cultura adversária” dos anos 60, levou à crítica das instituições governamentais e religiosas, à desconfiança em relação às autoridades, à crítica da moral sexual vigente e à exaltação de ideais democráticos como a valorização do indivíduo e da liberdade.

As charges de Fortuna, com a figura estilizada dos generais, criticavam diretamente a perseguição ideológica promovida pelo governo militar. Na contra-capá da edição de nº 4 (ANEXO A.p), um militar desenhava uma espada e a utiliza para apontar um lápis. A charge expõe, assim, a censura à imprensa e à produção artística imposta pela ditadura. *Pif Paf* também critica diretamente figuras políticas ligadas ao governo militar, como na fotomontagem dos rostos do presidente Castelo Branco e do governador do Rio de Janeiro, Carlos Lacerda, em corpos de mulheres de biquíni, na edição de nº 8 (ANEXO A.K). O coronel Fontenelle, responsável pela fiscalização do tráfego de automóveis na capital carioca, também foi alvo de várias críticas. Na última edição da revista, foi publicada uma série de charges criticando o coronel, acompanhada de um texto irônico sobre a atuação do militar, intitulado “Jaguar e o coronel Fontenelle ou o Nazismo revisitado” (ANEXO A.Q):

Com pretensões científicas e métodos revolucionários, o coronel implantou na cidade o regime do terror e com isso resolveu o problema do estacionamento – isto é, ninguém tem mais onde estacionar, nem de noite, nem de dia, nem onde pode nem onde não pode. Pois, onde pode agora, pode não poder daqui a meia hora, e onde não pode, não pode mesmo porque o homem esvazia, enche, reboca com gente dentro e insulta, sobretudo se é gente “importante”, e em especial se são representantes de países estrangeiros, para mostrar que aqui não há privilégios como se o privilégio legítimo não existisse e não devesse existir.

Não apenas os militares e os órgãos públicos do governo eram alvo da *Pif Paf*. O posicionamento crítico também se dirigia à moral sexual vigente, como vimos no primeiro capítulo. A figura da Igreja

Católica, como símbolo de um moralismo considerado ultrapassado por uma parcela da sociedade que começava a se vincular ao imaginário da “cultura adversária” dos anos 60 – que teve como um dos pilares a liberação sexual – era constantemente atacada. O cartunista Jaguar publicou uma série de cartuns intitulada “Os Grandes temas Bíblicos” (ANEXO A.R), onde passagens do texto sagrado dos católicos eram satirizadas. Millôr Fernandes também, recorrentemente, se refere aos temas católicos em tom jocoso. Na página 7 da edição de nº4 (ANEXO A.S), há um cartum representando Adão e Eva, cercado por vários tipos de árvores frutíferas, e o texto “O sexo que nós perdemos”, que faz a paródia de uma história séria, vinculada ao campo religioso, contada de forma cômico-satírica:

Por mais que os homens de batina tentem tapear, o fato é que a maçã, na história sagrada, significa essa palavra por tanto tempo oculta, escamoteada, falada em voz baixa ou dita na língua do P quando há crianças por perto (se-pê-quissô-pô): **Sexo** [*grifo do autor*]. Agora, perguntamos nós que tanto entendemos do assunto: por que a maçã, entre tantos frutos insípidos provavelmente o mais insípido, foi logo servir para símbolo de coisa tão mais saborosa e suculenta? [...] Mas está visto que o Senhor, que fez tantas com seus filhos, tapeou-os aí também – todas as árvores do paraíso eram igualmente sexuais. Proibindo a macieira ele levou o homem fatalmente a escolher o pior dos sexos.

Segundo Kucinski (2003, p. 47), “o *mito do Paraíso* [*grifo do autor*] está no centro da elaboração artística e da linguagem metafórica de Millôr”. Para o autor, Millôr recorre regularmente a esse mito não para criticar diretamente à Igreja, mas para refletir sob a condição humana. De fato, a paródia do texto bíblico, em Millôr, remete a uma reflexão existencial, porém, não se pode negar que a idéia de humanidade propagada pelo humorista choca-se diretamente com os preceitos da Igreja Católica. Ortiga (1992, p. 182) vê na paródia recorrente sobre os mitos católicos uma postura crítica em relação ao autoritarismo: “[...] o discurso da ‘Gênese’ é o mais parodiado por Millôr, talvez por deixar transparecer um estilo autoritário, o que provoca a reação contestatória do escritor”.

Vimos no capítulo anterior como se verifica, na *Pif Paf*, um aspecto de crítica à grande imprensa. Na seção *Em Resumo*, da edição de nº 3 (ANEXO A.T), Millôr trata da decisão da Suprema Corte dos Estados Unidos sobre uma denúncia feita contra o jornal *The New York Times* pelo comissário de polícia da cidade de Montgomery, L.B. Sullivan⁴⁶. O policial acusou o jornal de difamação e a Suprema Corte decidiu a favor do jornal:

[...] enquanto a suprema corte americana, através de grande número de seus membros, declara o direito do jornalista de dizer o que bem entende, absoluto, definitivo, total “e não precisar ser baseado em provas senão as de boa fé”. O debate público deve ser sem inibições, robusto, amplo, e pode e deve incluir observações veementes, algumas vezes cáusticas e mesmo desagradáveis com respeito “às pessoas dos homens públicos ou seus atos”. Segundo a memorável decisão, o espírito do jornalismo está em que, na pressa, ânsia ou necessidade de sua profissão, o jornalista, se fosse se deter em busca de provas definitivas, jamais escreveria coisa alguma. A sanção contra o jornalista deve ser a da própria opinião pública e, através da lei, quando ficar provada de maneira irrefutável a intenção dolosa. Fechando a questão declarou o Presidente da Corte, Black: “O direito incondicional de cada um dizer o que bem entende é o mínimo que se espera da Lei americana. Pois, segundo todos os juízes e o mais liminar bom senso, os críticos devem possuir total imunidade, principalmente porque os homens públicos têm sempre igual senão maior, acesso às tribunas populares, podendo com isso neutralizar imediatamente qualquer mal que lhes atinja a reputação”.

⁴⁶ Em março de 1964, o *The New York Times* publicou um texto em formato de anúncio para angariar fundos para a defesa de ativistas negros, entre eles, Martin Luther King. O texto dizia que o movimento era baseado na não violência e que, mesmo assim, a polícia combateu violentamente várias manifestações. O comissário L.B. Sullivan entendeu que a força policial estava sendo difamada e acusou o jornal. Porém, como se pode ver pelos trechos da decisão da Suprema Corte citados por Millôr, a justiça compreendeu que o jornal tinha o direito de fazer as acusações. (para mais detalhes, cf.

<http://en.wikipedia.org/wiki/New_York_Times_Co._v._Sullivan>)

A decisão da corte marcou a jurisprudência norte-americana em processos semelhantes contra a imprensa e ratificou a Primeira Emenda da Constituição dos Estados Unidos que aborda a liberdade de expressão, tanto no conteúdo dos discursos quanto na forma com que eles são expostos⁴⁷. Millôr utiliza a decisão para mostrar a sua própria visão sobre o jornalismo, que seria, para ele, o espaço da liberdade total inclusive nas formas com que expõe as informações: “veementes”, “cáusticas”, “desagradáveis”.

De acordo com o que verificamos no primeiro capítulo, e como também atesta Kucinski (2003, p. 48), em todas as edições de *Pif Paf* enfatiza-se o termo “liberdade”. A crítica ao governo, às instituições religiosas e ao moralismo parece ter como pano de fundo a valorização desse símbolo. “Liberdade” foi palavra de ordem da Revolução Francesa e fazia parte do imaginário contestador dos jovens dos anos 60. Nas páginas 8 e 9 da edição de nº 3 de *Pif Paf* (ANEXO A.U), Millôr publica um grande texto que aborda o tema e visa explicar, ao leitor, o que é a liberdade. O autor realiza a explicação a partir de uma metáfora com a estátua da liberdade norte-americana, que foi doada pelos franceses em 1886.

Detalhe importante: tendo sido ofertada aos americanos pelos franceses, a ilustre senhora que preside a inviolabilidade do lar e o *habeas corpus* não deve ser chamada de *Liberty*. Seu nome verdadeiro é *Liberté*. (Na verdade, fracassou na França e os franceses a deportaram). É irmã da *Egalité* e da *Fraternité*, duas outras senhoras que morreram na primeira guerra mundial. Morreram sem deixar descendentes. Morreram virgens. [...] A LIBERDADE BRASILEIRA [*grifo do autor*] tem uma diferença fundamental dessa aí, franco-americana. [...] A diferença, meus amiguinhos, é que a Liberdade Brasileira tem asas! Durante cinco anos vocês aprenderam isso, diariamente, cantando: Liberdá-aaade, Liberdá-aaade, abre as asas sobre nós! [...] Em suma, amigos, aqui está a Nossa Liberdade, melhor do que todas as outras,

⁴⁷ O caso do reverendo Falwell contra a revista *Hustler*, do editor Larry Flint, decidido pelo Supremo Tribunal a favor do editor, também é representativo. No caso, Larry Flint publicou, na revista de pornografia, *Hustler*, um texto que dizia que o religioso havia feito sexo com a mãe dele, em formato de anúncio publicitário de bebida alcoólica (*cf.*

<http://en.wikipedia.org/wiki/Hustler_Magazine_v._Falwell>.

porque é alada e eletrificada. Só tem um defeito: detesta Brasília.

Millôr faz referência à origem do conceito moderno de liberdade, vinculado à Revolução Francesa, ao relacioná-lo ao lema do movimento, de autoria do filósofo Jean-Jacques Rousseau: “*Liberté, Egalité, Fraternité*”. Porém, o autor percebe como o valor da liberdade é cambiante através da ironia com que afirma que esse princípio fracassou na França. Pode-se cogitar que esse “fracasso” está relacionado tanto ao período da Revolução conhecido como Terror, durante o governo Jacobino, como ao Golpe do 18 do Brumário, que pôs fim à Revolução e instaurou a ditadura de Napoleão Bonaparte, que ficou no poder por 16 anos (1799-1815). A primeira guerra mundial também é citada como causa da queda dos ideários da Revolução Francesa. Interessante notar que Millôr afirma que a primeira grande guerra matou a Igualdade e a Fraternidade, porém não a Liberdade, que está presente inclusive na sociedade brasileira, apesar de uma certa peculiaridade. Aqui, através de uma nítida ironia, o humorista faz referência ao Hino da Proclamação da República do Brasil, cantado nas escolas. A conclusão de que o que difere a liberdade brasileira da dos outros países é o fato dela possuir asas, apesar de poético, remete à instabilidade desse ideal em terras brasileiras, afinal, um ser alado não é estável, fixo; assim como pode pairar sobre a sociedade, pode escapar rapidamente. O início do texto faz referência aos direitos constitucionais que seriam protegidos pela liberdade. No Brasil, alguns desses direitos haviam sido cassados pelo Ato Institucional Número Um (AI-I), decretado pela ditadura militar em 9 de abril de 1964. Millôr sugere que a liberdade brasileira, ao invés de segurar uma tocha, segure uma lâmpada elétrica, “mais moderna e potente, que ilumine melhor os nossos caminhos”. Constata que nossa liberdade é melhor dos que a dos outros países porque é eletrificada (mais moderna) só que possui o defeito de detestar a capital federal, sede do poder governamental. Uma metáfora que sintetiza bem um aspecto peculiar da sociedade brasileira, aquele de convivência de aspectos modernizantes com práticas arcaicas, autoritárias e elitistas.

Essa peculiaridade cultural, ou seja, esse aspecto do imaginário social brasileiro influencia diretamente as práticas jornalísticas. Vimos no capítulo anterior como a reforma da imprensa brasileira a partir de uma tradição do jornalismo norte-americano na década de 50 não se deu por completo justamente devido à manutenção de práticas culturais vinculadas ao clientelismo e à visão patrimonialista do Estado brasileiro.

Segundo Ribeiro (2007), as reformas se deram muito mais no campo da linguagem e da cultura profissional do que nas relações de poder com o Estado e com o capital. O jornalismo alternativo, vinculado a uma “cultura adversária”, a um imaginário revolucionário, efetua uma ruptura com essas instâncias de poder através de um esquema de produção semi-artesanal e de uma linguagem crítica – logo opinativa – ora panfletária, como nos jornais vinculados ao modelo ideológico marxista, ora humorística, como no caso das publicações da linhagem satírica, onde se insere a revista *Pif Paf*.

A análise da linguagem e do conteúdo dos textos da *Pif Paf* remete à importância da semiosfera nas práticas, nos discursos e nos estilos do jornalismo. Ou seja, confirma o peso de uma série de tradições, de “forças” segundo Shudson (2010:217), que, apesar de externa ao campo jornalístico, interfere diretamente na produção do campo porque faz parte do sistema simbólico, da cultura, das sociedades modernas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A revista *Pif Paf* foi uma publicação da década de 1960 caracterizada por uma série de elementos que a distancia da prática jornalística estabelecida na grande imprensa brasileira durante a década de 1950. As análises sobre a revista e sobre a grande imprensa brasileira, efetuadas no primeiro e no segundo capítulos, respectivamente, levam a constatar, em *Pif Paf*, algumas das principais características das publicações alternativas, segundo Pedroso (1990). São elas: um projeto editorial que garante espaço à subjetividade (pontos de vista, críticas, opiniões e idéias) do jornalista; uma linguagem extremamente incisiva, decisiva, convicta e adjetiva; análise, denúncia e crítica pluralista na busca da complexidade e não da simplificação dos processos e das estruturas sociais, para que se estabeleça (ou se reconheça) a existência de contrastes no interior da sociedade; informações (conteúdos e textos) ligadas à perspectiva de mudança e renovação social, política ou cultural; espaços para o debate de idéias e de realidades consideradas malditas, marginais ou imorais; relação de proximidade e de forte identificação entre emissor/ produtor e o público leitor; ausência de hierarquização no processo produtivo; ausência ou pouca presença de publicidade; dificuldade (ou negação) na obtenção de lucro.

A partir da investigação de Ribeiro (2007), vimos que, mesmo com as reformas implementadas durante a década de 1950, os espaços crítico-opinativos não desapareceram da grande imprensa, apenas foram rigidamente separados dos espaços dos textos informativos baseados em técnicas redacionais vinculadas ao ideal de objetividade, como o *lead* e a pirâmide invertida.

O estudo da relação entre a grande imprensa brasileira e as práticas alternativas a este modelo, representadas aqui pela revista *Pif Paf*, nos leva a enxergar a atividade jornalística através do conceito de campo social, que se caracteriza justamente pelo embate simbólico entre os agentes e os grupos visando a legitimação de práticas e de discursos sobre as práticas.

Evidencia-se a existência de zonas dentro do campo jornalístico nas quais os jornalistas aí inseridos possuem visões diferenciadas (às vezes até antagônicas) sobre o mundo social e sobre sua própria atividade. Ou seja, não há unicidade e universalidade nas formas como o jornalista deve ser/estar ou falar/escrever. Ao longo da história do jornalismo, no Brasil e em outros países, verifica-se esse embate

constante entre o que é e o que deixa de ser jornalismo, entre as técnicas que merecem ou não legitimação.

As disputas não se verificam apenas através das gerações, mas em um mesmo contexto histórico e cultural. A transformação no fazer jornalístico da grande imprensa nas décadas de 1950 e 1960 não foi aceita de forma unânime por todos os agentes do campo. Na verdade, as reformas baseadas no modelo empresarial de jornalismo e no ideal da objetividade se estabeleceram de forma efetiva no pólo comercial do jornalismo, aquele fortemente ligado aos imperativos do campo da indústria cultural do mercado de bens simbólicos.

Já o pólo intelectual, representado nesta pesquisa pelas práticas alternativas às da grande imprensa brasileira na década de 60, não seguiu as reformas descritas por Ribeiro (2007) e se baseava em outros ideais e tradições do mercado de bens simbólicos, não vinculados à racionalidade capitalista. Algumas características da *Pif Paf* – como a produção artesanal, a ausência de divisão do trabalho e de hierarquização do processo produtivo, a valorização da autoria do jornalista, a denegação do econômico etc. – nos levam a localizar essa publicação – e demais periódicos alternativos – no pólo do campo jornalístico localizado mais próximo do campo de produção erudita, com todas as contradições inerentes a esse posicionamento, vistas no terceiro capítulo.

Além disso, as publicações alternativas demonstram o papel da semioesfera, conceitualizada por Hartley (1996), na produção jornalística. Ou seja, não apenas as transformações econômicas e estruturais da sociedade afetam e influenciam as práticas jornalísticas, mas também a cultura – através de mitos, de símbolos do imaginário social – interfere nas práticas. O jornalismo participante e crítico da Revolução Francesa, por exemplo, baseava-se em uma série de princípios e símbolos revolucionários inéditos na cultura ocidental. O imaginário social da revolução levou o jornalismo a atuar de forma oposta aos princípios da objetividade e da imparcialidade, que se imporiam posteriormente, em momentos diferentes, nas práticas jornalísticas de vários países. Na década de 1960, verificou-se algo similar. Shudson (2010) demonstra a importância da “cultura adversária” dos anos 60 na crítica operada por jornalistas norte-americanos sobre o ideal da objetividade, e Kucinski (2003) verifica o mesmo vínculo nos jornais alternativos das décadas de 60 e 70 no Brasil.

A influência do imaginário revolucionário no jornalismo também expõe uma faceta importante dessa atividade: a de possuir poder simbólico e, assim, ser capaz de construir e/ou alterar a realidade. A premissa construtivista de análise do campo jornalístico – que permite verificar como as estruturas e as práticas são elaboradas (construídas) discursivamente através de relações de poder entre os agentes – também se aplica ao campo social mais amplo, macrosocial. Os jornais, assim como os agentes, se localizam em posições com maior ou menor capital simbólico, com maior ou menor autonomia e, assim, produzem discursos diferenciados que são capazes tanto de manter as estruturas como de desestabilizá-las.

A análise de Hartley (1996) demonstra como o jornalismo teve papel ativo fundamental na revolução política e cultural que se tornou referência para a implementação do ideário moderno, ou seja, para o autor, sem o jornalismo não haveria Revolução Francesa nem Modernidade. No caso brasileiro, não se pode afirmar que os jornais alternativos derrubaram a ditadura militar, mas, segundo Kucinski (2003), a repressão sofrida por esses periódicos denotam o perigo que estes representavam para o Estado totalitário. A revista *Pif Paf* durou apenas oito números, mas influenciou diretamente a linhagem satírica da imprensa alternativa brasileira. Fez parte das lutas simbólicas, travadas pelos setores da sociedade brasileira, que visavam a crítica e o fim da ditadura militar. Para além do embate político, a publicação também teve papel ativo na crítica da cultura, dos costumes e da moral sexual vigente e, assim, se tornou um dentre tantos outros agentes que contribuíram para a revolução cultural verificada nos anos 1960 em grande parte do mundo ocidental. Esse aspecto participante do jornalismo, principalmente do jornalismo alternativo, pode ser verificado no discurso presente no texto publicado na contracapa do último número da *Pif Paf* (ANEXO A.V), com a chamada “Advertência!”:

Quem avisa amigo é: se o governo continuar deixando que certos jornalistas falem em eleições; se o governo continuar deixando que determinados jornais façam restrições à sua política financeira; se o governo continuar deixando que alguns políticos teimem em manter suas candidaturas; se o governo continuar deixando que algumas pessoas pensem por sua própria cabeça; e, sobretudo, se o governo

continuar deixando que circule esta revista, com toda sua irreverência e crítica, dentro em breve estaremos caindo numa democracia.

O discurso do texto de despedida da aventura *pifpafiana* remete ao potencial dos produtos simbólicos de construírem a realidade social. Segundo Bourdieu (1990), o mundo social apresenta-se como uma realidade objetivamente estruturada, porém, esta pode ser percebida e expressa de diversas maneiras. O espaço social funciona, portanto, como um espaço simbólico, onde os agentes e os grupos se enfrentam visando legitimar práticas e categorias de percepção. É neste sentido que, para Bourdieu (1990, p. 156), os grupos e as classes sociais estão por fazer, não estão dados na realidade social. Segundo o autor, o espaço social é formado por lutas simbólicas que podem se dar objetivamente – através de ações individuais ou coletivas de representação destinadas a mostrar e fazer valer determinadas realidades – ou de forma subjetiva:

[...] pode-se agir tentando mudar as categorias de percepção e apreciação do mundo social, as estruturas cognitivas e avaliatórias: as categorias de percepção, os sistemas de classificação, isto é, em essência, as palavras, os nomes que constroem a realidade social tanto quanto a exprimem, constituem o alvo por excelência da luta política, luta pela imposição do princípio de visão e divisão legítimo, ou seja, pelo exercício legítimo do efeito de teoria (BOURDIEU, 1990, p. 162).

Porém, assim como na realidade objetiva material, as lutas simbólicas são baseadas em uma distribuição desigual de capital simbólico. Há agentes e/ou grupos na sociedade dotados de poder simbólico, que, para Bourdieu (1990, p.166), é justamente esse poder de conservar ou transformar princípios objetivos, de conservar ou transformar as classificações através de palavras que são utilizadas para designar ou descrever os indivíduos, os grupos e as instituições. O autor deixa claro que “o poder simbólico é um poder de fazer coisas com palavras”. Porém, a descrição só é eficaz na construção de coisas/grupos quando há coisas/grupos que se reconheçam na descrição. Ou seja, o poder simbólico é o poder de construir, mas também o de revelar o que já existe. O que Bourdieu (1990, p. 168) afirma é que “a classe (ou o povo, ou a nação, ou qualquer outra realidade social de outro

modo inapreensível) existe se existirem pessoas que possam dizer que elas são a classe, pelo simples fato de falarem publicamente, oficialmente no lugar dela [...]”.

Ora, o jornalismo é o lugar da fala pública, é o lugar da nomeação das coisas, dos acontecimentos envolvendo agentes e grupos da realidade social, logo, é uma atividade detentora de poder simbólico, de poder de consagração, de revelação, de constituição. Nesse sentido, pode ter papel ativo em processos de lutas simbólicas entre agentes, classes, comunidades etc., que, recorrentemente, se dão no mundo social. Bourdieu (1990, p. 168) diz, por exemplo, que o dirigente de um sindicato é o grupo de profissionais – os quais ele representa – feito homem: “o porta-voz é substituto do grupo que existe somente através dessa delegação e que age e fala através dele”. Faço aqui uma comparação com o jornalista ou com determinada publicação, que também são capazes de serem porta-vozes, de representarem, ou de darem visibilidade a determinados grupos. Nas colunas assinadas dos grandes jornais ou nas publicações alternativas, verifica-se essa capacidade performativa da linguagem que possibilita a aglutinação social em torno de determinados temas e, até mesmo, a mobilização social efetiva com vistas à transformação das estruturas. O recado final de Millôr, no último número da *Pif Paf*, expõe esse potencial simbólico de construção social do jornalismo, que, segundo Hartley (1996, p. 83), é rejeitado por jornalistas e historiadores como um epifenômeno, subjetivo, não representativo.

Essa perspectiva de análise leva Bourdieu (1990, p. 156) a utilizar aspas no termo “realidade social” justamente porque esta também é um objeto de percepção e de narração. Os objetos do mundo social podem ser percebidos e expressos de diversas maneiras. Há uma parcela de indeterminação, de fluidez, de elasticidade semântica, que leva a uma pluralidade de visões de mundo. Logo, a “realidade social” pode ser entendida como uma “ficção social” (BOURDIEU, 1990, p. 168).

Neste sentido, noções como a de objetividade – e a busca pela verdade daí decorrente – no jornalismo estão, a todo momento, sendo descritas e analisadas de formas diferentes pelos agentes do campo. O jornalismo tem sua ligação com a realidade material, com os fatos, porém, é impossível desconsiderar os filtros interpretativos do sujeito – no caso, do próprio jornalista – e a pluralidade de visões de mundo. Além disso, deve-se levar em conta o fato de que as técnicas redacionais baseadas no ideal da objetividade podem, muitas vezes, mascarar uma opinião, que pode ser a do dono do jornal, de um partido político, de um

anunciante etc. Isso porque a linguagem é, por natureza, opaca e possui um caráter dialógico e performático. Desconsiderar essas características e confiar estritamente nas técnicas de produção do relato baseadas na objetividade como forma de expor a verdade pode, ao invés de livrar o jornalismo da contaminação ideológica, ser uma ferramenta para que determinada ideologia seja mais amplamente divulgada de forma implícita.

Uma tal persistência da noção de verdade como representação não-distorcida, verdade, das coisas, implica o risco permanente de reconstrução de uma visão da sociedade na qual a “verdade” vem antes da liberdade, isto é, na qual onde pode existir alguém cuja visão do verdadeiro não é distorcida e que, portanto, tem o direito de “revelá-lo” aos outros, talvez mesmo impô-la para o próprio bem deles. (VATTIMO, 2003, p. 16)

Vimos, na introdução desta dissertação, que, para Kraus, a distorção da realidade é a representação mais verídica sobre a realidade. Millôr Fernandes (2005:205) também possui dificuldade em aceitar uma noção de verdade por correspondência com a realidade:

Não adianta toda a minha racionalização, não adianta eu olhar no olho de todo e qualquer interlocutor e saber que cada palavra dele – um imenso código sempre mais complicado – não corresponde a nada do que ele é. O sentido de humor, que me faz vê-lo sempre falho – porque a mim não me vejo de outro modo – me mostra toda comédia das relações humanas como uma coisa extraordinariamente engraçada, mesmo quando dramática, mesmo quando odiosa, mesmo quando mesquinha. Pois fora do ser humano não há salvação. Fora do ser humano a vida não tem enredo.

Para o criador da *Pif Paf* é impossível alcançar a verdade sobre os atos e os discursos dos seres humanos. Porém, isso não é considerado um problema, dado que o jornalista/humorista enxerga a humanidade e a realidade social como uma ficção (enredo) que, apesar de dramática, pode ser narrada de forma cômica. Tanto Kraus como Millôr

vislumbram a realidade como um texto, logo, a verdade sobre essa realidade é sempre passível de distorção, ou melhor, de criação e de interpretação por parte de quem a escreve ou a lê.

REFERÊNCIAS

Livros, teses e artigos:

- ADGHIRNI, Zélia Leal. O Jornalista: do mito ao mercado. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2, nº 1. Florianópolis: Editora Insular, 2005.
- ARENDDT, Hannah. **Compreender – Formação, exílio e totalitarismo (ensaios)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- BACZKO, Bronislaw. Imaginação Social. In: **Einaudi**. V. 11. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1987.
- BAHIA, Benedito Juarez. **História, jornal e técnica: história da imprensa brasileira**. V. I. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa: Brasil, 1800 - 1900**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.
- BARROS FILHO, Clóvis de & MARTINO, Luís Mauro Sá. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.
- BAUDELAIRE, Charles. **Paraísos Artificiais**. Porto Alegre: L&PM, 2001.
- BECKER, Maria Lúcia. Mídia alternativa: antiempresarial, antiindustrial, anticapitalista?. In: WOITOWICZ, Karina Janz (org). **Recortes da mídia alternativa: histórias e memórias da comunidade no Brasil**. Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2009.
- BENJAMIM, Walter. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- BERGSON, Henri. **O riso**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. **Coisas ditas**. São Paulo: Braziliense, 1990.
- _____. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- _____. **Razões Práticas: sobre a teoria da ação**. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- _____. The Political Field, the Social Field, and the Journalistic Field. In: BENSON, Rodney & NEVEU, Erik. **Bourdieu Journalistic Field**. Cambridge: Polity Press, 2005.
- _____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- _____. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2008.
- _____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.
- BRAGA, José Luiz. **O Pasquim e os anos 70 – Mais pra epa que pra oba**. Brasília: Ed. UnB, 1991.

CAPARELI, Sérgio. **Comunicação de Massa sem Massa**. São Paulo: Sumus, 1986.

CASTRO, Ruy. **Chega de saudade: a história e as histórias da Bossa Nova**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CHALABY, Jean. **The Invention of Journalism**. London: Macmillan Press, 1998

_____. O jornalismo como invenção anglo-americana: comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano (1830 – 1920). In: **Media e Jornalismo**, nº 3. Portugal: Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ), 2003.

CLAUDIUS. O Pif Paf... In: **Pif Paf Quarenta anos depois: coleção fac-similar das 8 edições da Revista Pif Paf de Millôr Fernandes**. Rio de Janeiro: Argumento, 2005.

CORDOVANI, Glória Maria. **Millôr Fernandes – uma voz de resistência**. Tese de doutorado. Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da FFCH – USP, São Paulo, 1997.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**. São Paulo: Summus, 1987.

ECO, Umberto. **O nome da rosa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1983.

FERNANDES, Millôr. **Trinta Anos de Mim Mesmo**. São Paulo: Círculo do Livro, 1976.

_____. **Millôr Fernandes: desenhos**. Rio de Janeiro: Raízes, 1981.

_____. **Millôr definitivo: a bíblia do caos**. Porto Alegre: L&PM, 2002.

_____. O Pif Paf – quarenta anos depois. In: **Pif paf Quarenta anos depois: coleção fac-similar das 8 edições da Revista Pif Paf de Millôr Fernandes**. Rio de Janeiro: Argumento, 2005.

_____. **Todo homem é minha caça**. Rio de Janeiro: Record, 2005[b].

FONTCUBERTA, Mar de. **La Notícia – Pistas para percibir el mundo**. Barcelona: Paidós, 1998.

FREITAS, Jânio de. Oito rodadas de Pif Paf. In: **Pif paf Quarenta anos depois: coleção fac-similar das 8 edições da Revista Pif Paf de Millôr Fernandes**. Rio de Janeiro: Argumento, 2005.

FREUD, Sigmund. O Humor. In: **Obras Psicológicas Completas**. V. XXI. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

GASPARI, Elio. **A ditadura envergonhada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

_____. **A ditadura escancarada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002[b].

- GAVA, José Estevam. Momento Bossa Nova: arte e modernidade sob os olhares da revista *O Cruzeiro*. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2, nº 1. Florianópolis: Editora Insular, 2005.
- HABERMAS, Jürgen. A nova intransparência: a crise do Estado de bem-estar social e o esgotamento das energias utópicas. In: **Revista Novos Estudos Cebrap**, nº 18, p. 103-114, set., 1987.
- _____. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.
- HARTLEY, John. **Popular Reality: journalism, modernity, popular culture**. London: Arnold, 1996.
- HOBSBAWN, Eric. **A era dos extremos – o breve século XX (1914 – 1991)**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- KIERKEGAARD, Soren. **O conceito de ironia**. Petrópolis: Vozes, 1991.
- KRAUS, Karl. **Aforismos**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2010.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários**. São Paulo: Edusp, 2003.
- MEDAGLIA, Júlio. Balanço da Bossa Nova. In: CAMPOS, Augusto de (org). **Balanço da bossa e outras bossas**. São Paulo: Perpectiva, 2005.
- MALARD, Letícia. **Literatura e dissidência política**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- MELO, José Marques de. **Teoria do Jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.
- MESQUITA, Mário. Teorias e práticas do jornalismo – da era do telégrafo ao tempo do hipertexto. In: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. XXVIII, nº 2, jul-dez/ 2005.
- MESQUITA, Claudia. **De Copacabana à Boca do Mato: o Rio de Janeiro de Sérgio Porto e Stanislaw Ponte Preta**. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2008.
- ORTIGA, Odília Carreirão. **O Riso e o Risível em Millôr Fernandes – o cômico, o satírico e o “humor”**. Tese de doutorado. Departamento de Letras clássicas e vernáculas da FFCH – USP, São Paulo, 1992.
- ORTIZ, Renato. **Cultura e Modernidade**. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- _____. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- PACHECO, Tânia. O Teatro e o Poder. In: NOVAES, Adauto (org.). **Anos 70 – ainda sob a tempestade**. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2005.
- PALACIOS, Marcos. **O medo do vazio: comunicação, sociabilidade e novas tribos**. Salvador: Edufba, 1995.

PEDROSO, Rosa Nívea. Por um conceito de jornalismo de oposição. In: **Revista de Biblioteconomia e Comunicação**, v.5, p. 151-157, janeiro-dezembro de 1990.

PONTE PRETA, Stanislaw (Sérgio Porto). **Primeiro Festival de Besteira que Assola o País – FEBEAPÁ 1**. São Paulo: Círculo do Livro, 1981.

RÊGO, Andréa Queiroz. **Paisagens sonoras e identidades urbanas: os sons nas crônicas cariocas e as transformações do bairro de Copacabana (1905 - 1968)**. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Urbanismo da UFRJ. Rio de Janeiro, 2006.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

RIDENTI, Marcelo. **Em busca do povo brasileiro – artistas da revolução, do CPC à era da TV**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

RODRIGUES, Nelson. **A cabra vadia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

ROMANCINI, Richard & LAGO, Cláudia. **História do Jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

SHUDSON, Michael. **Descobrimos as notícias: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis: Vozes, 2010.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O adiantado da hora**. São Paulo: Sumus, 1991.

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

SOUSA, Jorge Pedro. Uma breve história do jornalismo no ocidente. Disponível em:

<<https://bdigital.ufp.pt/dspace/bitstream/10284/1162/3/Hist%20Jor%20Ocidente%20JPS%20BOCC.pdf>>. Acesso em 10 maio. 2011, 15:32h.

SPOLNHOTZ, Liriam. **Jornalismo, Conhecimento e Objetividade: além do espelho e das construções**. Florianópolis: Insular, 2009.

TINHORÃO, José Ramos. **Música popular: um tema em debate**. São Paulo: Editora 34, 1997.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – Volume I**. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **Teorias do Jornalismo - Volume II**. Florianópolis: Insular, 2008.

VATTIMO, Gianni. Comunicação e Transparência. In: FRANÇA, Vera et al (org). **Livro da XI Compos 2002: estudos de comunicação ensaios de complexidade 2**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

WACQUANT, Loïc. Esclarecer o *Habitus*. In: **Educação & Linguagem**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Metodista de São Paulo, ano 10, nº 16, p. 63-71, julho-dezembro de 2007.

WAINER, Samuel. **Minha Razão de Viver**. Rio de Janeiro: Record, 1987.

ZIRALDO. Minha PÍFia versão (com uma certa emPÁFia). In: **Pif Paf Quarenta anos depois: coleção fac-similar das 8 edições da Revista Pif Paf de Millôr Fernandes**. Rio de Janeiro: Argumento, 2005.

Entrevistas e matérias:

NETO, Alcino Leite. Millôr Fernandes estreia coluna Domingo. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 21 jul. 2000. Caderno Ilustrada, p. E14.

Nasce uma Revista. **Folha da Manhã**, São Paulo, 20 mar. 1955. Vida Social e Doméstica, p. 5.

Revista de Música Popular. **Folha da Manhã**, São Paulo, 18 mar. 1956. Atualidades e Comentários, p. 64.

Antologia de Humorismo e Sátira. **Folha da Manhã**, São Paulo, 8 set. 1957. Atualidades e Comentários, p. 2.

O carnaval carioca filmado pela Maristela. **Folha da Manhã**, São Paulo, 25 fev. 1951. Atualidades e Comentários, p. 9.

Coquetel de Cacilda Becker aos cronistas da imprensa e rádio. **Folha da Manhã**, São Paulo, 29 nov. 1953. Vida Social e Doméstica, p. 6.

Tempo e Contratempo, de Vão Gogo. **Folha da Manhã**, São Paulo, 19 ago. 1956. Atualidades e Comentários, p. 66.

Exposição de desenhos do humorista Vão Gogo no M.A.M do Rio. **Folha da Noite**, 6 set. 1957. 2º Caderno, p. 4.

MARQUES, Eladio. Vão Gogo fala de teatro. **Folha da Noite**, 26 mar. 1954. 2º Caderno, p. 1.

ANEXO A



ENTIDADE — Sr., desejo transmitir à sua inteligente equipa de colaboradores, o meu protesto pelo uso indevido da palavra «dabilidades», que só a nós caracteriza. Como presidente da «Associação de Dabilidades Andaluzas» tenho verificado que muita gente quer se associar à nossa entidade sem a isso fazer jus. Verificando em nossos arquivos não encontrar o nome de nenhum dos seus colaboradores, significando isto, ou que eles não são dabilidos, ou que precisam regularizar sua situação perante a nossa organização. O exame de seleção é rigoroso, porém, desde lá, está aprendida que testes de compromisso e desmho. Queriam enviar três fotografias de costas, com as respectivas frentes. De frente, com os respectivos lados. Lógico, não? . . . Associação das Dabilidades Andaluzas. Recife. P. Luis Gonzalez, presidente.

R. Estamos enviando os retratos: de frente, de perfil, de costas, um negativo e de cabeco para baixo. (Não vale virar).



INCREDULIDADE — Senhor, afinal, chegou aqui em B. Horizonte, que de horizonte tem muito mais de belo nada, o terceiro número do PIF, com seu baixinho alvano. E não restei senão me congratular com todos e ouvir a pergunta que até hoje ninguém pode responder por que o expurgo do seu diretor daquela maneira tão infame (infame é a máxima que os editores podem publicar, não?) da revista («retista»)? O Crime? Foi por causa de paraiso mesmo ao aquilo lá dentro é um inferno, como muitos dizem? AULO SOUZA. B. HORIZONTE. R. Aullo, aquilo é dirigido pelo Grande Capeta.



IDOLATRA — Foi convidado pelo meu amigo e co-fundador do «CIRCULO JAZZO-EXISTENCIALISTA», Wilson Moreira, a rece-

ver-lhe umas linhas dando-lhe as curvas robustas e gráficas de deuses existencialistas, pela cortês iniciativa à frente de PIF-Pafé, a revista que já circulou nas mãos de 27 jovens existencialistas congregados do «JAZZO-EXISTENCIALISTA», entidade cultural que repousa a sombra dos ídolos jazzo-existencialistas.

JEAN PAUL SARTRE e LOUIS BARTHOLMEU ARMSTRONG.

Entre os 27 «requisitos» do CIRCULO existencialista, estava este do sexo «dilo frágil e belo», sendo no tema das que integra e moldara em questão.

Eu e Wilson Moreira, o intelectual «cujo» e «malido», integramos a Direção da entidade que lá oficialmente «PIF-Pafé», Sinceramente, sua grande admiradora e amiga.

CIRCULO JAZZO-EXISTENCIALISTA

PORTO ALEGRE

Sandra Maria Mendes de Almeida Carneiro.

E. Que condições jazzo-existencialistas nosso cumprimento de anticomuniquacionistas. Em tempo: porque tanto homem na organização?



Um Laurindo Fileres (Tumbão conhecido como Marcos de Vasconcelos).

Meu querido Laurindo Fileres: Li com satisfação a cartolina dirigida a sua manin. Meu filho, receve-lhe na certeza de que a voz de minha esportividade ajudá-lo-á em suas peripetias.

Uma excelente fórmula para o desenvolvimento de número de «rias é voç, meu menino, arrastar um pouco de carne de «crista de miça de 10 anos, misturar a carne com 1 litro de leite de mamãe da alta sociedade, um pouco de caldo de feijão «donated by the people of United States of America» e 800 de «cabeça de afeminado», cozedir um pouco («o rato quem heheir sacode depois, pulando no «cimento») e dar a cada uma das gratacias suas vitórias pela masculinidade, não filho.

Um castelo que me supria para o Cego, que vai corcê-lhe uma vez por vida: amarelo-pelo, «dê-lo de pé («esperar ou «dirigir») a uma altura de 650 metros de «do», a ameaça de «correr» o «dê-lo de «do» em duas horas («ameaça, não o corte!») ao «do» de «do» horas, pode «empir» a «ameaça» o Cego vai ficar um Anão, meu filho. Cortar as duas pernas dele também é um bom «reclamo», mas indicado apenas para os casos de rebelião latrocinjante.

Quando lhe falar «elemento humano» para uma «esportividade», quando, mando buscar um Vietnã, porque lá está «admirado».

Proceer, ler, Laurindo, a Billa, o Válio Testamento, e aplique algumas das «obedências musicais all referidas, que suas peripetias resultarão em maior benefício para a comunidade.

Complimente sua manin por mim. Atenciosamente-lhe seus paraisos, seu amigo e leitor, Klaus Christian O.P.F. (Chefe do KU KLUX KLAN, Brasil).

ANEXO B



UM PONTO DE VISTA CARIOCY

3

em resumo



Fortuna

"MULHER QUE PASSA DE UM EM DOIS NÃO FICA".
Anônimo (O maior pensador de todos os tempos).

Nota da redação.
O Círculo está aumentando. Ali à esquerda já tem três. À direita vêm cinco. Alguns cam. do cima. Outros surgem da terra. À frente um pedaleiro. O negócio é recuar enquanto o tempo e há tantas garantias de liberdade.

PENSAMENTÃO

— INCRIVEL O LADO DOSSO. NHEPUDA E COMO O LADO DOSSO.

Enquanto escrevo os generais caem (antando em casa de Leão Goulins de Oliveira, diretor da revista O Crazeiro, de cuja honestidade e cidade fala, no máximo, com discrição. É um sinal de que a revolução tem fome de glória, sede do prazer, gosto de revisitas em quatro côres, e, na hora da sobremessa, não se importa com o bicho da golaeta. É uma prova também da extrema ignorância dos líderes revolucionários até mesmo em matéria de gastronomia. Jantar por jantar os do Zé Peabro são muito melhores. Desonestidade por desonestidade a do Zé Peabro era muito mais inofensiva. Por outro lado começa a desaparecer o já parco sorriso da face do Presidente pois é impossível não reconhecer que o país vai mal. A inflação, mais terrível do que nunca, torna difícil a vida do rico e miserável a vida do pobre. Uma instabilidade social e moral permeia todos os nossos gestos e atitudes. Eu, por exemplo, aqui, há anos, separando uma negociata que não vem, já estava mes-

mo disposto a qualquer negócio quando a inflação tornou inviável até mesmo a improbidade. No mais prosseguo a guerra fria e quente em toda parte, o papa continua a exortar o mundo com um palavreado que nem eu entendo quanto mais o mundo que é muito mais ignorante do que eu, e, em sua única frase audível, diz que "a verdade é sagrada e jamais deve ser traida" o que, fica evidente, é uma mentira; a justiça inglesa condena como soldado um homem de 81 anos de idade (o que não é só uma indecência, é também um recorde) e o governo Castelo Branco parece especialmente empenhado em selvar do incêndio todo o rebotalho do PSD. Que a terra lhe seja leve. Eu, porém, que sou rendeiro, fico observando a marcha do sol cada dia mais quentinho, as Casas da Banha continuam sendo "uma família a serviço do povo", e os americanos mandam brata lá no Vietname do Norte, dizem que é por via das eleições. Se eles não bancam os machês, o pessoal todo, em outubro, vota no Água Dourada, tra-

dução de Goldwater para os mais ignorantezinhos. No mais um deputado prevaricador levantou-se e disse ao outro que sem revólver não era possível responder — com um revólver, sim, dar-lhe-ia uma resposta à quim-rupa. Portugal continua a ser o país mais português do mundo, vão aumentar mais uma vez os ônibus, os bondes, os trens, os helicópteros e as craxatas, o papa volta a falar e declara que "a verdade é sagrada e jamais deve ser traida" o que, fica evidente, é uma repetição maquiavel, e que conforme eu previa lhe errou mesmo na estratégia il-nal da Segunda Guerra Mundial (me refiro à de 1945). Devia ter chegado ao Reno e ocupado o Rhur, nos comêcos do inverno de quarenta e quatro. Não foi pras cabeceiras, como ficou assentado na reunião que tivemos, eu, ele e Montgomery e o resultado foi mais alguns meses de lutas e mais alguns milhares de vidas perdidas. Mas que são vidas perdidas semia a glória e a honra do generalato? Mais cruzes na terra, mais estrelas no peito e no céu.

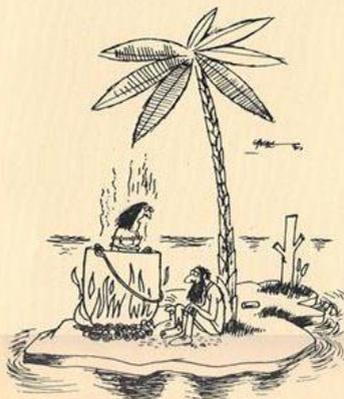
M. F.

CONSULTE UMA A 214 PERIÓDICO TRAZENDO UMA VARIADA SELECÇÃO DE VÍDEOS, ÁLBUMS DE FOTOGRAFIA, QUADROS E PINTURAS

ANEXO C

PIFFAF

Analiza Uma Piada



Confessa, Carlinhos, que você não gosta mais de mim.

evidentemente este casal não vai bem. Não por incompatibilidade física, mas por in-

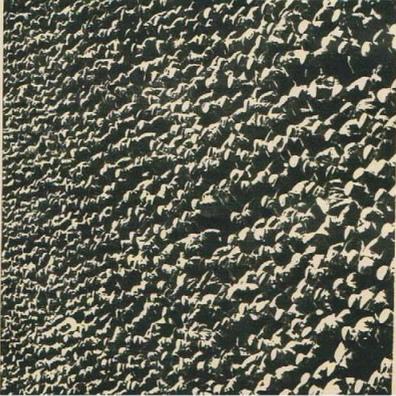
compatibilidade de ordem intelectual. Uma mulher que é levada para uma ilha deserta pelo seu amante (pois, na mão esquerda do barbudo não aparece nenhuma aliança que indique ser ele casado) que é amarrada, posta num caldeirão, começa a fumar e pergunta a seu homem se ele ainda a ama, é claro que não está à altura desse homem, que é um grande planejador, portanto um intelectual. Pois só um intelectual conseguiria arquitetar ardias para escolher uma ilha deserta, transportar para lá sobrepiciadamente um caldeirão, e não enfiar a mulher de sua vida. Ou o que se vê nesta caricatura foi motivado, por um naufrágio inicial? Mesmo assim é de se admirar o sangue frio desse homem que, ao ver o navio afundar, lembrou-se imediatamente que os naufragos de caricaturas acabam sempre em ilhas desertas; e, portanto, preveniu-se. Comida, ele tem. Corinheiro é que não é. Pois nem mesmo se preocupou em despistar a mulher; esta vai ser ensopada com Dior e tudo. Apesar das chamas altas, o nosso tranqüilo amigo ainda abana o fogo num gesto de pressa, ou de ironia. É um humorista, um sádico ou um esfomeado. Mas a mulher o ama.

ANEXO D

MURARRA
Pegar e jogar dem ólimes p-
bilizopões. Não crata pedir.

Ler

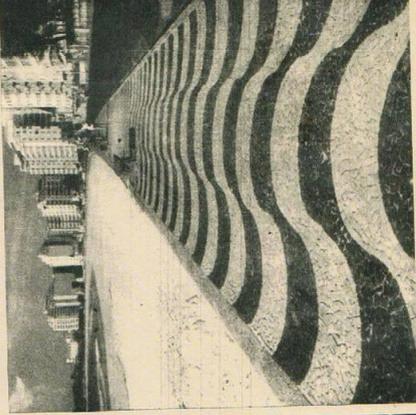
...COROA



...é Inabitável

↓

CARA E...



Copacabana em Certas Horas do Dia... ↑

15

ANEXO E

20



RELATÓRIO PERIÓDICO
DOS SUCESSOS, TEMPO-
RES E ADORESSES NO
MUNDO DOS QUATRO VIVEL
O WOMEN. L. E. O. DO. MC-
NEN.

SAO GUIDO

Um jovem músico de vinte e um anos, James Mackenzie, teve que ser recolhido a um hospital para repouso, após quebrar o recorde mundial de "twist", com um tempo de noventa e nove horas e sete minutos. O novo campeão, que havia sido aconselhado por um médico a abandonar a prova, insistiu nos requisitos ritmicos até o máximo de sua resistência, e prometeu, para o próximo ano, atingir o primado das com horas.

ARTE

A Galeria Sidney Janis, de Nova York, avalia em 4.900 dólares a última obra do artista pop Claes Oldenburg. A escultura, conside-

da das mais representativas, é a reprodução fiel, em tamanho gigante, de um tabuleiro de xadrez.

AGENDA

Em Viena, foi posto à venda um catálogo especializado que, graças a uma organização chamada Informa, pode ser recebido a domicílio pelo médico preço de dez mil cruzeiros. Contam do catálogo os nomes, endereços e telefones de aproximadamente duas mil médicas dispostas a alugar as noites de cavalheiros só. Apesar da discreção do empreendimento, a polícia recebeu a maioria dos esboços em duplicado, prometendo destruí-los.

ADMIRAVEL, MÚDO NOVO



Nos Estados Unidos, uma recente estatística revelou a existência de 61 mil abrigos antiaerômicos, completamente equipados com água, alimentos, pronto-socorro e oxigênio Geiger, capazes de abrigar um total de 54 milhões de pessoas. Segundo as previsões do Departamento de Proteção Civil, haverá, nos próximos anos, abrigos para 240 milhões de pessoas, o que representa muito mais do que o número atual de habitantes daquele país.

A VERDADE NUA E CRUA (NUA E NEGRA)



Langston Hughes, escritor e poeta negro, que acredita nos sistemas drásticos para a vitória do integracionismo, acha de supérfluo um que pode ser considerado dos mais extremos. Se pusessem em prática a idéia de Hughes, os três congressistas negros Dawson, Diggs e Powell, ficariam não diante do seu colega, enquanto Lena Horne tiraria a roupa em frente ao Metropolitan, e James Farrel, da Associação pela Igualdade Racial, se despiria no alto da escadaria da Biblioteca Pública de Nova York. Citados por este exemplo de descontentamento, milhares de manifestantes de todas as cidades dos Estados Unidos, portam à frente sua negra noiva em gigantesco strip-tease coletivo, para demonstrar que, à parte a cor, não existe realmente nenhuma outra diferença.

OLHO POR OLHO

Discutindo futebol com dois amigos, o jovem Cleonilo della Torre chegou às vias de fato, tendo sido violentamente agredido pelos companheiros. Ao medicá-lo, no hospital, os médicos constataram fratura do septo nasal, devida a dentadas.

OS MUIROS DA CIDADE

Jornais Italianos noticiam que o Conselho Municipal de Veneza não pode se reunir porque o prefeito tinha sido murado. Durante a noite, um grupo de desafetos do governador da cidade fechou as portas e janelas com tijolos e argamassa. Percebendo o emparedamento, o prefeito tentou telefonar por socorro, mas os fios, do telefone ha-

viam sido cortados. Só foi salvo quando os conselheiros, inquietos com seu desaparecimento, foram procurá-lo em casa.

AMBIENTE FAMILIAR

Numa cidadela, dos arredores de Veneza, a polícia prendeu Valentino Rossi, sob denúncia de sua irmã Maria, que o acusava de manter sequestrada a mãe de ambos. Interrogado, Valentino confessou estar mantendo a veidua octogenária prisioneira no seu quarto há mais de seis meses para apropriar-se de um usufruto ao qual ela tinha direito, e acusou sua irmã de tê-lo denunciado sómente para que a mãe passasse a morar com ela, e, consequentemente, a lhe entregar o dinheiro.

ANEXO F

12

PIF.PAF

MELHOR
FERNANDES

AGORA
DIRETAMENTE DO PRODUTOR
AO CONSUMIDOR

E era visível a má intenção daqueles negociantes. Pois o primeiro parágrafo do contrato da casa comercial dizia: "Em caso de falência, o lucro será dividido igualmente entre os sócios".

DA ENTREVISTA COM UM ESTETA

- O que é maíandragem?
- A arte de disfarçar a atividade.
- Qual a melhor maneira de evitar a insônia?
- Cair no sono.
- Que é o sono?
- O subconsciente que desperta.
- Que é o otimismo?
- O pessimismo em diluição.
- E a impossibilidade?
- A possibilidade que não chegou lá.
- O egoísmo?
- A generosidade auto-suficiente.
- O que considera o epitome da civilização?
- O convêço da barbárie.
- E a arte?
- A natureza corrompida.
- Acredita na sobrevivência do mais apto?
- Apito.
- E no fim do mundo?
- No fim do mundo.



Dizia o conquistador baroto querendo passar cativa nos ómbus — Que criança linda! Que beleza de menino! Mas estranho — ela é completamente louca e a senhora bem moçada. O pai é leproso? Dizia a jovem senhora — Infortunadamente não posso dizer. Ela não trouxeram chapéu.



E depois vem o história do menininho brasileiro que estava na Suécia fazendo compra para com a mãe. E sempre que eles paravam numa vitrina, a mãe achava as peças tão bonitas e as mercadorias tão bonitas que a certa altura o menininho perguntou: «Mamãe, será que a Suécia não tem governo?»



Perguntou o jornalista americano: A que atribui o senilizar a sua extrovertidindia longevidade?
Respondeu o texano (de Dallas) — Aíntao ter chegado aos 103 anos a vários e complexos fatores. Sempre fui homem de hábitos saudáveis e moderados, nunca abusei do álcool nem das mulheres. Mas realmente a causa principal d'eu ter alcançado esta avançada idade é a Política lanota ter conseguido descobrir quem assassinou barbaramente John Haglána, aos espózes e três filhos, na noite de 25 de junho de 1883.



Varições em torno de velhos temas.

Um louco — Adivinha o que eu tenho na mão?

Outro louco — A Orquestra Sinfônica

Um louco — Não vale: você viu o maestro!

AS PEQUENAS
SUTILEZAS
DÊSTE MUNDO:

ANTES DO CASAMENTO — "Eu adoro ver você fumar esse cachimbo!"
DEPOIS DO CASAMENTO: — "Eu quero ver você fumar esse cachimbo!"

ANEXO G

Rev. 22-64

500 CONTOS POR UMA PIADA

CONTINHO

Morreu nos vinte e oito anos e já não foi velho. Aos dezoito matara um homem pela primeira vez. E deu de enfiar completara mais mortos do que anos de idade.

O tempo foi a maseira por que obtivo a vida. Era sua casa ter dos se surpreenderam quando o amigo, que assistia a seu fim, deu a notícia:

- Morreu como um passarinho.
- Ah! Faltaram espantados.
- Todo criado de chumbo...

Jorge Cesário Alvim, R. Romão de Carvalho, 21, ap. 81 — Copacabana.

Attingia a limite da estupidez e não contenta, prosseguiu.

— Bocador (?) — Rua Almeida de Faria, 36, ap. 601 — GB

— Quando perguntaram ao padre qual o santo de sua devoção ele respondeu: Santa Coia.

— Plural é uma palavra no singular.

— Adjetivo é substantivo.

— Foi uma abreviação condenável.

— Mulher de aboboiada chamando o marido: «Querido, a minha já está na mesa!»

— Declaração de amor de um bozo: «Querida, estou são por ti».

Almir Dutra Oliveira, Capotaí 21 — Massaranduba — M. G.

Já! Mas mandem agora melhor do que as colaborações abaixo, selecionadas — como é difícil selecionar onde não há seleção! — entre mais de mil que já nos chegaram. De qualquer forma, as colaborações abaixo já estão selecionadas para o julgamento final. O concurso terminará no 10º número do PIF-Paf. O resultado será publicado no 11º número.

A correspondência deve ser enviada para: «Concurso PIF-Paf, Ritachopi, 114 — 6º andar. — GB.



— Não, Napoleão! Aqui, não: do alto dessas pirâmides querias atacar os contemporâneos! (Estréia: GB).

SEU MILHÃO É O SR. QUENTROÇA 500 CONTOS POR UMA PIADA?

Roberto de Medeiros - 4-6-64

Roberto Antônio Cruz, Universidade de Brasília — Rua Hélio, 3 — 9º andar.

UM DEFUNTO DE TALENTO

Roberto Henrique Chaves (Rua Roraima Santos, 127-300).

Era um defunto fresco e rosnado, sazes, de pernas e os braços encostados, de maneira a mostrar os tendões das mãos em um aspecto pouco nobre. A postura feroz já era bastante famosa. Serviço rápido e perfeito. Um sorriso cínico gradeceu-me nos lábios. Os olhos, semicerrados, a tons castanhos, davam-lhe o aspecto de um defunto pensativo. Na mesa, o bilhete rubricado... «Vou até ali, lá fora não vale. Belgo». O grilo de bronze da varanda não o moveu. O momento era solene. Um defunto de tradição não se amaldiçoou em gritos pela sua morte.

O médico não teve dúvida em condenar-lo morto. A pelvia confirmou o diagnóstico. O popo-defunto, com

desires, tratou dos preparativos de enterro. O cidade, de um lado sóbrio, combinava com o grito de cadáver em vódo. A fumaça das velas, misturada às lanternas incrustadas, não o perturbavam, em sua profunda premeditação. O corpo frígido de ele pela última vez. O termo da minha ciência perfeccionista: «O sapato de vermelho já passou, mas não lhe magoava o pé». A morte tem essas vantagens. O fúnebre do relógio falta o fundo musical, naturalmente.

A viagem ao cemitério transcorreu sem grandes dificuldades. Apenas alguns minutos de caminhada até a Serrana. O estado condutor foi de melancolia ou de fé. Os últimos gestos de vivaram. Aquelas faces indolentes e doídas apareceram pela terceira vez. A ligeira desce. Podia começar a apodrecer em paz.

Amigo, Atendendo ao seu pedido, envio-lhe as instruções de como trabalhar com tinta «ranquinho», as quais, se forem seguidas, dispensarão a experiência. Você verificará, ao final, que o seu trabalho saiu idêntico ao dos melhores profissionais.

Entre nas melhores casas do ramo e peça o melhor material existente. Constatará que é tudo o mesmo porcaria, só que, pedindo o melhor, pagará muito mais, o que não influencia absolutamente no trabalho.

Arranje um local adequado, de preferência, bem distante de tudo e de todos, para que você possa ter os seus acessos de raiva sem precisar enfrentar o movimento de ser obrigado a vestir uma camisa de força e ir parar junto a outros outros, em Jacarepaguá.

Com a mesa, não se preocupe muito, pois lá elas são iguais às vendidas de lá... não sempre um buraco onde não devia haver.

A roupa também não é problema, já que, por maior cuidado que se tome, não sempre encontrará tinta para borrar.

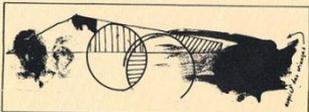
Os compassos modernos são grandes, fazem caprais com grande precisão e a trena termina sempre antes de completa a sua utilização.

Não trabalhe direito no papel definitivo, experimente, antes, em um outro, ao lado. Com isso saberá que a pena só vale, digo, só trabalha bem na experiência, e borra sempre no definitivo.

Com um pano limpo, procure limpar, apenas por dia, uma vez que até hoje nunca foi conseguido.

Se antes se lêda, não se impressione com isso, não se impressione com isso, não se impressione com isso.

Para concluir, o seu trabalho deve ficar exatamente assim:



Como complemento, enviarei, oportunamente, «Como lidar com o morfogrado».

BOA SORTE e abraços do amigo, Tullio Sérgio Baldo — Rua Gal. Pereira da Silva, 209 — Niterói

A maior parte dos leitores não acredita no nome concurso dos Quilzentos Contos. Não são acreditamos apenas nos quilzentos contos.



ANEXO H

<p>stripif/tease do</p>  <p>(v)</p> <p>Dia Quente no Castelinho</p>	<p>No banheiro seguinte houve por um momento uma troca de abituamente o diretor (estudo) e dado, de momento, de outro (estudo). PR foi o primeiro a responder. At- tendeu a pergunta e respondeu. A- resposta foi a seguinte: enquanto o PR se encontrava no final de meio PR de sua (estudo) e resposta, enquanto, ainda, e ante no palco.</p>	
		
		
		

ANEXO I

AS

GRANDES CANÇÕES BRASILEIRAS ILUSTRADAS

SE ACASO
VOCÊ CHEGASSE
LUPISCINIO RODRIGUES.



1 — Se acaso você chegasse.



2 — no meu chatô e encontrasse



3 — aquela mulher que você gostou.



4 — Será que tinha coragem



5 — de trocar nossa amizade



6 — por ela que já lhe abandonou?



7 — Eu falo porque essa dona já mora no meu barraco



8 — à beira de um regato



9 — num bosque em flor.



10 — De dia me lava a roupa



11 — de noite me beija a boca



12 — e assim nós vamos vivendo de amor.

ANEXO J



ANEXO L



ANEXO M

PIFFAF

No. 4
C\$ 200

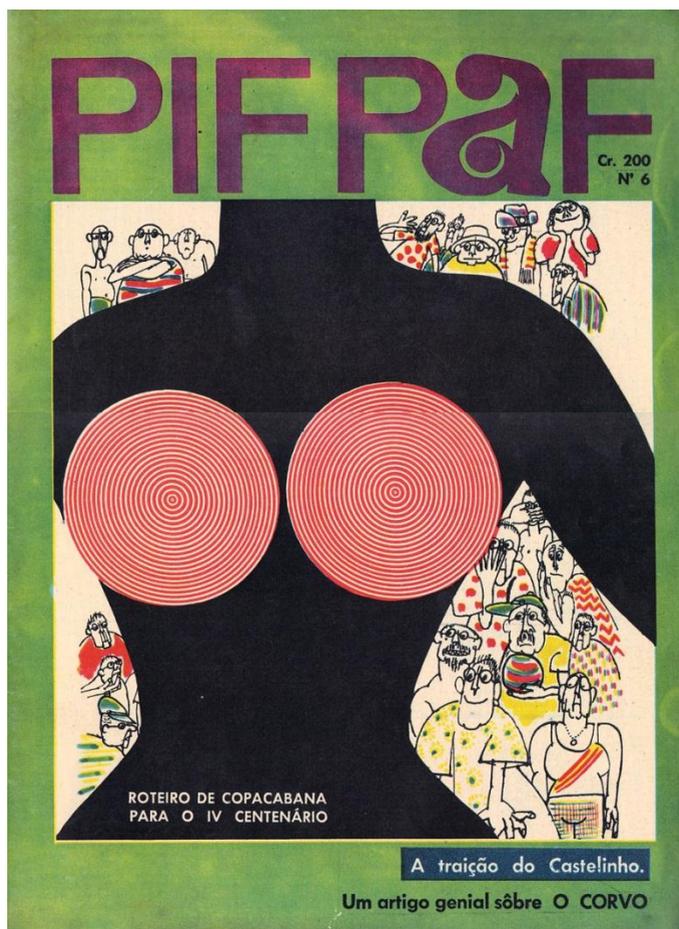
NÊSTE NÚMERO :
■ STRIP-TEASE
■ O SEXO QUE NOS PERDEMOS
■ MUNDO CAO

JULHO/6/64

ANEXO N



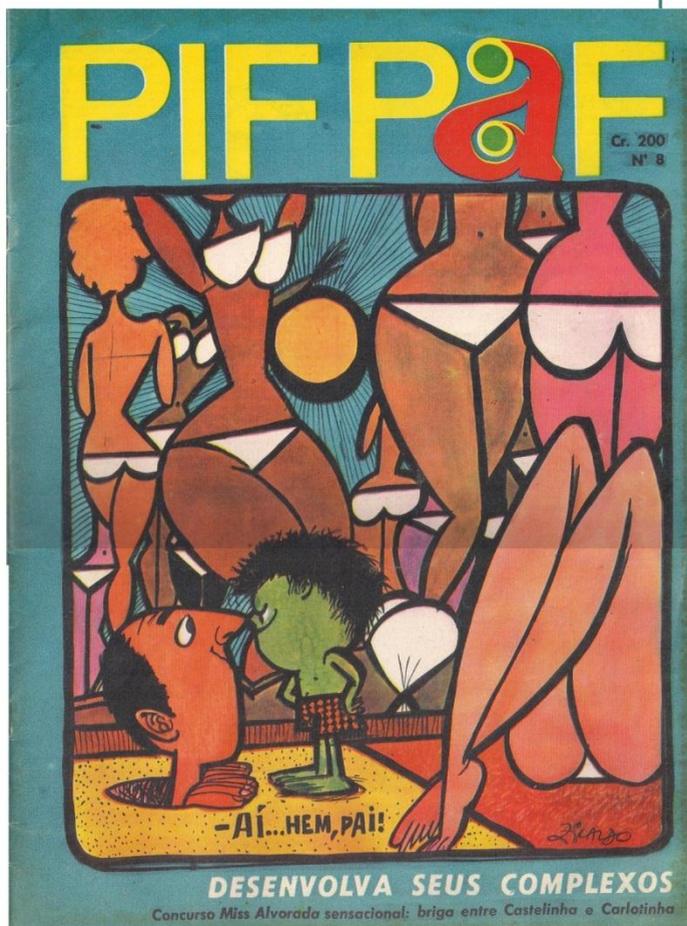
ANEXO O



ANEXO P



ANEXO Q



ANEXO R

CARA E...



Mulher depende muito...

...COROA



... de como ela se apresenta

www.paisd.10.net/pt, foto: ap/la image

ANEXO S

...COROA



Propaganda do Southern TULLIA de Rosy

Um anúncio comum

CARA E...



Marlene Dietrich em 1922

Um escândalo incrível!



SEIS QUILÔMETROS ININTERRUPTOS DE BARULHO E SUJEIRA

Como chegar a Copacabana

DE TREM — O sistema ferroviário da Central do Brasil o trará regularmente fora de horário num trem onde você, com pistólio, poderá conseguir um ótimo lugar em pé no corredor. Da estação Central a Copacabana é outra aventura inesquecível.

POR RODOVIA — Estradas estreitíssimas, onde você travará amizade inesquecíveis, durante os engarrafamentos constantes. Especialidade nacional: sinais de tráfego anunciando exatamente o contrário. Quando você chegar à praia Mauá terá de novo a sensação de estar vivo. Raramente estará

Características de Copacabana

A praia de Copacabana tem espaço para aproximadamente 35.000 guardas-sóis de praia, um dos esportes favoritos sendo a procura de local onde enfiar o seu. Vendedores obscurtos e constantes lhe oferecem Coca-Cola, sorvetes, laranjadas, mate, Coca-Cola, animais de borracha, animais vivos, Coca-Cola, fotos-sorvenir, fatias de abacaxi, Coca-Cola, Coca-Cola, panadinho, bilhetes de loteria e Coca-Cola. Se você tiver sorte poderá atravessar tranqüilamente

uma barreira de bolas de frescobol e se atirar água sem ser atingido por uma esquadra de pranchas de "surf". Qualquer criança perdida será socorrida imediatamente por um banhista prestimoso desde que consiga encontrá-lo.

Outros detalhes

Com sua superfície varrida diariamente (pelo oceano Atlântico) Copacabana tem as areias mais brancas do mundo, se você conseguir cavar um pouco mais de sessenta centímetros, livrando-se de sua cobertura normal de papéis de bala, pauzinhos de Chicabon, volantes de propaganda lançados de avião, tampinhas de Coca-Cola, páginas amarelas de suplementos dominicais antigos, pezes espedidas de maíó, sandálias japonesas abandonadas, pentes, dentaduras, garrafas de Coca-Cola e árvores de natal. Não há restrições quanto a indumentária, podendo cada um se vestir como bem lhe aprouver desde que não fira a decência do próximo ou mesmo ferindo, se o ferido é uma feridora, e jovem, bem posta, bem composta, ondulante, morna, nacarada, andivaga.

Nessa magnífica praia pode-se ouvir qualquer tipo de música que o visitante desejar, tocada pelas melhores orquestras do mundo nos inúmeros transistores ligados a todo vapor em todas as barracas. O "frisson" é dado, como em todas as praias do mundo, por encantadores mimos que volta e meia sacodem água gelada nas pessoas adorçadas.

Jogos e Esportes

Além do famoso jogo de Frescobol, que faz apenas trinta e sete canchos por semana, praticamos muito poucos esportes nessa praia, em virtude mesmo do Frescobol não permitir. Amar é o seguinte esporte mais popular, sendo que as relações interesse na praia às vezes chegam a tal ponto que os banhistas exigem a presença de madrinha e padrinho.

Diversões

As diversões são as mais variadas possíveis, em Copacabana, vindo desde assistir "surf" aos domingos de manhã, no Arpoador, até diversões mais culturais como o "show" de terceiro-sexo na Galeria Alaska. Para quem gosta de participar, existe o "trotar" em toda a orla marítima, o qual funciona dia e noite, a preços generosos.

História e Tradição

Estará Copacabana nesta na vida do Rio de Janeiro e do Brasil há pouco mais de vinte anos, todavia sua história já é densa e emocionante, infelizmente não se podendo contar a uma guia de turismo decente, como éste.

Tempo

O tempo de Copacabana equilibra-se extraordinariamente bem entre dias de calor horrível e dias infernalmente quentes.

UM TRECHO DA PRAIA, por Roland



ANEXO X

PIF-PAF — FACILITA TUDO!

Para leitores indignados com esta revista, porém preguiçosos ou incompetentes para narrarem eles próprios sua indignação, Pif-Paf oferece este formulário, já pronto. Senhores, (o leitor deverá riscar apenas o quadrinho em que sua indignação o situar) estou tomando a decisão de:

- cancelar minha assinatura de sua revista
- suspender definitivamente a leitura de sua revista
- porque fiquei horrorizada com uma fotografia (desenho ou descrição) de uma mulher que, apesar de já crecida, não parece envergonhar-se de seu corpo como o deveria fazer.
- porque suas opiniões políticas são muito variáveis e eu nunca sei a quantas ando com essa redação.
- porque fiquei escandalizada, com um desenho de caráter sexual e que ainda achet engraçado mas que toda minha vida aprendi que, versa sobre um assunto sério e desagradável e intocável
- porque tenho medo de que meu namorado (noivo ou marido) possa aprender coisas malévolas em sua revista e querer encará-las.
- Porque sua revista não deve ser vista por crianças. Pretendo que elas sejam desistecadas apenas pela televisão ...
- Simplesmente porque estou cheio de tudo.

(a) leitor .(a) indignado .(a) fulano

Espaço reservado especialmente para o leitor descansar seu copo de uísque enquanto se delicia também com nossas páginas.

as indicações da revista, coleio e armeio. Quando fui jogar, porém, verifiquei que não era possível. Os senhores imprimem o dado exatamente por trás do jogo.

Reinaldo Dias — São Paulo

R.

A idéia era você, o leitor comprar um outro exemplar.

SENHOR.

Li de fio a pavio o primeiro e o segundo número de sua revista. O fio era bom e o pavio melhor. O primeiro número era ótimo, o segundo excelente. O que é que é preciso para ser um humorista?

Zé Salgado Oltre — Rio.

R.

A sabedoria de todos os tolos. A tolice de alguns sábios. A cultura dos analfabetos. A ignorância dos eruditos. A humilhação dos pecadores. A luxúria dos santos. A coragem dos covardes. O medo dos heróicos. A delicadeza dos rudes. O coice dos gentis. A ira de Jô. E a persistência do demônio.

SENHOR.

Eu esperava mais piadas numa revista dita humorística. Parece que os senhores não são muito de piadas.

Eytor Silva Costa — Curitiba

R.

Gostamos de boas piadas. Você conhece aquela da revolução? Infelizmente nós não podemos contar. De resto pretendemos fazer uma revista séria, inteligente, digna. Vamos, conforme já dissemos, fazer uma revista feminina.

SENHOR.

Li o P. P. de P a P. E' uma porcaria, blasfêmia. Súbito, deu-me o «estalo» de Vieira, o tal que não ouvia estréus, nem falava aos peixes. Reconsiderei então e conclui: vocês são os maiores humoristas do mundo. Por quê? Só mesmo humoristas de fato lançariam uma revista

UM PONTO DE VISTA CARIÓCI



Diretor — Miller Fernandes

Diretor Comercial — Yliem Kerr

Diretor de Arte — Eugênio Hirsch

Os pontos de vista expressados aqui são de exclusiva responsabilidade dos autores e não representam a opinião da P&F.

PENSAMENTO
Todo homem de bom senso aceita o mundo como ele é. Só os loucos tentam reformar o mundo. Portanto, todo progresso depende dos loucos.

GEORGE BERNARD SHAW (Um Escritor Irlandês)

como princípio:

I / Estamos convencidos de que o pior da nossa Democracia é que ela acaba sempre na mão dos democratas.

II / Precisamos rever todos os princípios da Justiça Brasileira. Nossa Justiça ainda não conquistou a liberdade econômica. Até que ela não o faça, ninguém mais terá coragem de ser melhor.

III / Pretendemos meter o nariz exatamente onde não fomos chamados. Humorismo não tem nada a ver e não deve absolutamente ser confundido com a sórdida campanha do "Sorria Sempre". Essa campanha é anti-humorística.



V / Os comunistas são contra o lucro. Nós somos apáticos contra os prejuízos.

VI / Jamais esqueceremos o fundamental: Da Vila ninguém escapa.

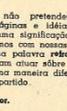
VII / Procuraremos mostrar que este país não pode melhorar sem que o povo venha gastar todo o seu dinheiro na política.

paganda da rêsca e a oposição colocar toda seu esforço na condenação do futuro.

VIII / Esta revista será de esquerda nos números pares e de direita nos números ímpares. Naturalmente, reacionárias, e as em preto e branco populistas e nacionalistas. Todos os comerciantes e industriais que não anunciarem serão olhados com suspeitas pois "quem não anuncia, se esconde".

IX / Devemos rever tudo pois estamos seguros que daqui a dois meses, quando o que ladra só não morde enquanto ladra, e, se o hábito não faz o monge, con-

ANEXO A.A

<p>Sr. Redator, afirma uma revista inteligente near te infante mor de burrice em que "transformamos o país" (Casta lan- tando o fango, naturalmente.) Sem, desde já, am compreender E- zo. A que peço ler, eu comoro. E a que custo ler, aqui, na oite do serco, eu vou defendê-lo a sua pu- blicação a mesmo abrir um cur- so para ensinar a como mais retor- dinhão. Meus parabéns!</p>		<p>trações de notórias maluquinhos desta praça, e como todo malu- quinho entende muita de psicoan- lises e eu sou psicoanalista dos bons (já só) o senhor conselhar minha tabela de preços e ficar certo dizão) gostaria de me aconselhar convesso abra alguns clientes, casos meus, sabe? São como psí- côplicas, empílicas e hamodér- tica, mas o senhor desculpe, não desculpe? Não vou esclarecer na dr. Mondoibe as fichas e o senhor me dá o que pensa dos casos. Desde já infinitamente obrigado, agui fico, e seu indiadgr, para qualquer conselha grãfia, o</p>	<p>Ficha n.º 4 Vivinho, 24 anos incompleti- nhos. Um metro e sessenta e dois desculpe, um e sessenta e quatro, medida do nariz aumentada) de de cultura. Bem feita de corpo, bu- sibih, ubih, bem festiçaim! Bem parentes para chobor. O linco deixou alguma, gacha que não chega a ser uma bomba, mas dá para um apartamentinho da 950 metros quadrados em cima do Castelinho. Temperamento erier- le. Comportamento ardente. Apagardite. Pela convoscoção até onde puste ver. Dentas bonitas. Boca (presumivelmente) deliciosa. Sem preconceitos rarais. Sem preconceitos.</p>
<p>Mércio Lella Lina. Pizut R. Izo, Mércio, alfabetização ná- liss! Vamos lutar as classes di- rigentes pois o público entende huito. E só conseguimos chegar até ele. Vamos convencer o par- nosol da que inteligência não dá noção. E logo escreva para o nos- ro segundo milhão de leitores. (Estamos esperando o primeiro.)</p>	<p>tegro, apartadário, j... ser lido por todos. Vamos fazer, agora, um humor realmente isento de qual- quer pornografia — isto é, sem envolver no mesmo páginas de "O Cruzeiro".</p>	<p>Ficha n.º 1 Hipertrofia hepática, por não utilizar suas virtudes megalo- menticas Garganta séca, leita passagem de três mil poteros (e alguns poteroses, mais difíceis de passar) por hora. As paredes do estômago também se encontram ar- ranhadas porque o paciente de vez em quando tenta engolir gros- sas inutilos.</p>	<p>Dr. Hélio Palearina. O senhor está numa engrenha que não tem mais tamanho. Com tata poteroses e senhor não vai senhor pro café. Acordite mesmo com sua modestíssima tabela de preços a seu apgo e determinar dos clientes, sobretudo o Vilmo do fícbrio e senhor vai morrer de fome, sede e desaios insustentá- bles, dentro em breve. Pela assaa contas o senhor não está lutur- do mil por semana, o que, para um psicoanalista botete, é de lucro, ou seja, um fracasso abor- tado. Por que o senhor não con- sultar outro psicoanalista? De quel- ques horas damos aqui nossos respostas às suas fichas.</p>
<p>Sr. Redator, As noventa e cinco anos de idade não vi nada que se aser- melhasse, em todo o meu tempo de Brasil, isto é, todo meu tempo. As noventa e cinco anos de ida- de já vi revistas de trocodilha, de caricatura, de fofocina e de moralina. Não tinha, até agora, nada uma revista verdadeiramente humorística, isto é, terrível! Co- mo ela e garotada agora: esse re- vista é a melhor, inteligente e hu- mora. Humor limpo e grande. Exce- lente. Meu amigo, Fátimo Palear- to, se fosse vivo aderaria a sua revista.</p>	<p>Jodo Telles — S. Paulo. </p>	<p>Ficha n.º 2 Roupa muito apertada, pintu- ras excessivas, alburns segurados para todos as lados a fim de ver- sificar se está sendo seguida. Cri- se nervosa quando percebe que não está. Atitudes, de vez em quando, incompatíveis mesmo com a elevada moral de nossos um- por idade: 30 anos.</p>	<p>Ficha n.º 1 — Recatite: Longo o pôto de líder do mi- noria. Ficha n.º 2 — Recatite: Mozido. Ou detestive, dêsse bem ruins para que não se sinta seguida o tempo todo. Ficha n.º 3 — Recatite: Desses ditos de Cláudia Car- dinalde em cinematopgo, isto por- horroroso! Se é funcionário do In- terior, conseguir ser aprovado como especialista em direito inter- nacional para a ONU, que nada fina concepção brasileira!, fica no Crazy Horse Saloon.</p>
<p>Dr. Joachim, nossa intenção sempre foi esta e nossa linha sem- pre foi a mesma. Apreço, no tempo em que o Pif-Paf era apenas uma seção de outra revista, a linha não podia ser tão evidente. Mas agora, agora o sr. vai ver que o Pif-Paf é uma re- vista realmente do mais seguro objetivo e perfeita confidência. Vou nos fazer um humor inteiramente limpo, sólido, divertido, juvenil, in-</p>	<p>Joaquim Sargus, Rio. </p>	<p>Ficha n.º 3 Hipocôndrico. Incompetência de suportar os mais íntimos. Gôsto obscuro por boleros. Pedagogia incoerente por programas de ter- levino. Gôsto do mutismo. Apar- tia. Ineptância.</p>	<p>Ficha n.º 4 — Recatite: Inútil! Essa senhinho está se divertindo à sua custa, meu caro doutor. Sobre de uma senda irri- tante.</p>

ANEXO A.B

como princípio:

I / Estamos convencidos de que o pior da nossa Democracia é que ela acaba sempre na mão dos democratas.

II / Precisamos rever todos os princípios da Justiça Brasileira. Nossa Justiça ainda tão complicada, tão cheia de burocracia, que dentro em breve ninguém mais terá coragem de ser malfeitor.

III / Pretendemos meter o nariz exatamente onde não fomos chamados. Humorismo não tem nada a ver e não deve absolutamente ser confundido com a sórdida campanha do "Sorria Sempre". Essa campanha é anti-humorística por natureza, revela um conformismo primário, incompatível com a alta dignidade do humorista. Quem sorri sempre ou é um idiota total ou tem a dentadura mal ajustada.

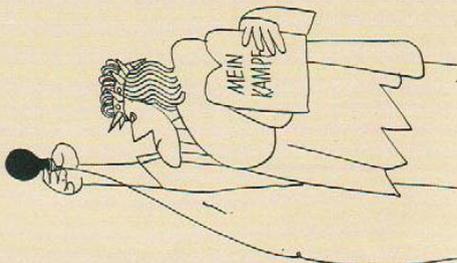
IV / Nossa intenção básica é fazer com que os homens de hem se arrependam.

MF

V / Os comunistas são contra o lucro. Nós somos apenas contra os prejuízos.

VI / Jamais esqueceremos o fundamental: Da vida ninguém escapa.

VII / Procuraremos mostrar que este país não pode melhorar enquanto o governo gastar todo o seu dinheiro na pro-



paganda da rêsca e a oposição colocar todo seu esforço na condenação do furo. VIII / Esta revista será de esquerda nos números pares e de direita nos números ímpares. As páginas em cor serão, naturalmente, reacionárias, e as em preto e branco populistas e nacionalistas. Todos os comerciantes e industriais que não anunciarem serão olhados com suspeitas pois "quem não anuncia, se esconde".

IX / Devemos rever tudo pois estamos seguros de que mais vale um pássaro voando do que dois na mão, cão que ladra só não morde enquanto ladra, e, se o hábito não faz o monge, contudo fê-lo parecer de longe. Por isso a cavalo dado deve-se olhar os dentes com atenção redobrada.

X / TODO HOMEM TEM O SAGRADO DIREITO DE TORCER PELO VASCO NA ARQUIBANCADA DO FLAMENGO.

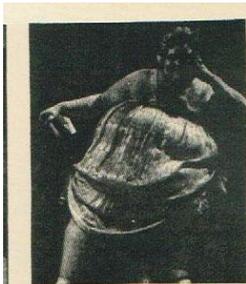
ANEXO A.C

PIF-PAF — FACILITA TUDO!

Para leitores indignados com esta revista, porém preguiçosos ou incompetentes para narrarem ães próprios sua indignação, Pif-Paf oferece este formulário, já pronto. Senhores, (o leitor deverá riscar apenas o quadrinho em que sua indignação o situar) estou tomando a decisão de: — Risque nestes quadrinhos.

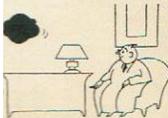
- cancelar minha assinatura de sua revista
- suspender definitivamente a leitura de sua revista
- porque fiquei horrorizada com uma fotografia (desenho ou descrição) de uma mulher que, apesar de já crescida, não parece envergonhar-se de seu corpo como o deveria fazer.
- porque suas opiniões políticas são muito variáveis e eu nunca sei a quantas ando com essa redação.
- porque fiquei escandalizado com um desenho de caráter sexual e que aliás achei engraçado mas que toda minha vida aprendi que, versa sobre um assunto sórdido e desagradável e intocável porque tenho medo de que meu namorado (noivo ou marido) possa aprender coisas malévolas em sua revista e querer executá-las.
- Porque sua revista não deve ser vista por crianças. Pretendo que elas sejam deseducadas apenas pela televisão ...
- Simplesmente porque estou cheio de tudo.
- (a) leitor .(a) indignado .(a) fulano

ANEXO A.D



anúncios estrondosos que a "Empresa continua fazendo, afirmando a venda de livro Calorias não engordam, o livro, publicação no Brasil, estava sabidamente de origem, os Estados Unidos. As augeguram provar que as calorias concrias das prescrições de Herman Taller, s. Taller envolveu-se num esquema vender seu livro, mas, sobretudo, para aconselhados nele. Está sendo acusado, conspiração e violação do Código lógicas Americano. Pena mínima para são. E para os editôres nacionais?

MUNDO-CÃO



PUBLICIDADE MUNDO CÃO.

**TODO HOMEM
TEM SEU PREÇO.
DIGA-NOS QUAL É O SEU!**



**QUER VENDER A SUA CONSCIÊNCIA?
DESEJA TRAIR A PÁTRIA?**

QUER SE DESFAZER DE SEUS VELHOS IDEIAS?



Consulte-nos sem compromisso.

Mandamos um *salatra* especializado visitá-lo imediatamente. Líderes de esquerda, de direita, militares, civis, prelados — **NÓS COMPRAMOS TUDO.** Compramos em rublos qualquer segredo do IBAD. Pagamos bem qualquer delação. Adquirimos também informações comunistas pelos melhores preços da praça.



INTERNATIONAL PURCHASING AGENCY.

Powers, Pontecorvo e Fuchas não usaram nossos serviços e se arrependem amargamente. Von Braun jamais foi apanhado.

ANEXO A.E

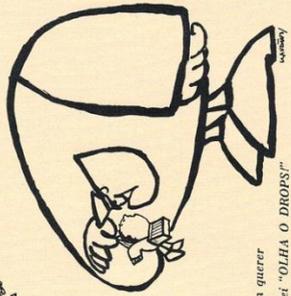
ainda há algumas. Eu, porém, que sou rendeiro, como carne de canhão e fogueira, não tenho nada a dizer. De qualquer modo, um bel tempo não entrar nunca briqui, e uma bolada para sair. Espodga me amedronta até a minha lavoi. Mas há muito tempo que não vou lá. Meus irmãos por brezas Lacerda também tem os dentes, agora em frangida: "bravidade", De Gaulle que se vultu. Romaz que aparece de repente, e não dá tempo de se despedir. Que o homem é poliglota. No mais agora cité nós, jornal-

ALGUNS TEM A INGENUIDADE DE ACEITAR O MUNDO COMO ELE É. É COMO AMAR UMA SENHORA. ALEM DE BOFE, DE MA FÉ.

— E, com muito amor, querê estemas. Amor filial, amor de pai. E, sobretudo, amor de pai. Amor de pai. Que a vida é breve e a conjuntura grave. De alto do veludo "Correio da Manhã", Cony manda breza. Não sabemos se o Cony está certo, mas a breza está. É sempre importante que alguém diga a verdade. E sempre importante que alguém diga a verdade. Enquanto alguém grita que não há liberdade no país,

**em
re
su
mo**

tas, a mais desprezível classe do país — pois os jornais apóiam qualquer reivindicação, a menos, é claro, a dos jornalistas. Não vai haver mais privilégios. O governo já assinou decreto disso. E os jornais já estão cheios de matérias subversivas, sobretudo a própria palavra impressa. Lembre, chega e dinossauros. A imprensa é o estômago do clã de sua extraordinária capacidade construtiva e o governo vai criar um Departamento de Informação. O país está mais apressado em ensinar aos mais retardadinhos que inteligência quer dizer informação. Informação é que nem sempre se dá. O país está mais apressado em ensinar aos retardadinhos que inteligência quer dizer informação.



Aizei sem querer
— Só gritei "OLHA O DROPS"

Desenho de Claudia Wandy

magnífico exemplar de espírio evidentemente a Guerra de

ANEXO A.F

Claudius em cana.



OBRIGADO À DOPS
Ou
Nós também
somos presos

PEDIMOS perdão aos nossos leitores por gastar este espaço em assunto pessoal. Estávamos escrevendo as regras do Jôgo da Democracia, aí na coluna ao lado, quando soubemos da prisão de Claudius Ceccon, nosso jovem companheiro, amigo e colaborador. Por isso paramos de escrever as regras do Jôgo da Democracia e começamos a redigir esta nota, pois, a cada dia que passa, parece que mais e mais vão-se tornando inúteis regras para essa espécie de jôgo.

Claudius, junto com Ziraldo, Jaguar, Fortuna e Millôr, encontravam-se, num domingo, em casa do último, quando Claudius recebeu um telefonema da sogra exigindo sua imediata presença em casa. Tratava-se apenas de uma falsificação tola de um funcionário da DOPS (tola porque Claudius pode ser encontrado a qualquer hora, sendo um homem de hábitos domésticos e previsíveis) que na certa descobrira a tradicional ligação humorista x sogra, e resolvera explorá-la contra o humorista.

Assim, acabam de prender também um humorista! Assim, estamos desagravados. Pois parece que até agora só mesmo a nossa pretensiosa classe não tinha seu mártir. Pouco a pouco a engrenagem vai-se desgastando, à medida que se enreda em inocentes, em independentes, em simples inconformistas. Obrigado à DOPS, que afinal também se lembrou de nós. Esperamos que a família de Claudius — mulher, filho, pais, irmãos — possa ver com a mesma sábia compreensão e o mesmo sorriso de satisfação que hábito a nossa imprensa.

ANEXO A.G



Engelbrecht! O grupo de Engelbrecht Birdorus em

algumas vezes os cientistas se excedem em sua ciência. Quando o grupo de cavaleiros — observando o que? Escrevendo pássaro que arrebatou — deveriam fazer todos os seus a salvação do ilustre professor o com que o trata o outro cientista (indumentária) chamando a atenção dos postos de escola de radar ou técnicos que existem para detectar cientistas auxiliares (por isso escolheu exatamente o detector com a vida de Engelbrecht coisa que lhes parecia imo o pássaro, denominando-o já). É possível que isso corresponda perderam um minuto para descer à vaidade de Engelbrecht, mente, dedicado a vida inteira e pouco lhe importe desde que a idade. E por isso, então, que lhe comunica a boa nova — chamado «Engelbrecht Birdorus» quanto tempo durou o ataque surgiu ele? A vinda dos cientistas de binóculos, significaria a existência dessa fera anti-ditador e facilmente chamado muito quando foram surpreendidos na forma em grupo estavam e apenas o pássaro que se afastaram denominaram-no e mandaram ser que o agrupamento se — ao serem atacados se não, estão todos muitos calmo e não houve defesa porque não raro (estranho e belo, por sinal) o nosso professor. Para onde? e nós não sabemos responder. A cara do passarinho e verdadeiramente feroz, nem carnívoro: sua e feminina. O pássaro vai le-Rússia. Pois trata-se, é evidentemente especialmente para raptar

POLTRONA É A DA **oca**

oca

Um passo a mais além do bom gosto. Em estética. Em conforto. Em função. OCA. Uma projeção da praça general Osório para o mundo. Jangadeiros — 14/C. Rio

NO PRÓXIMO NÚMERO
CLÁUDIUS
O 1º HUMORISTA-MÁRTIR

ESCREVE E DESENHA
SUA HILARIANTE
EXPERIÊNCIA INTITULADA

**RIGOROSAMENTE
INCOMUNICÁVEL!**

**NÃO PERCAM:
PRISÃO, ALIMENTAÇÃO,
INTERROGATÓRIO E SOLTURA
DE UM VERDADEIRO
E PERIGOSO HUMORISTA.**

N. R. O PIF-PAF faz questão de lembrar ao leitor menos avisado, que não é uma revista política.

ANEXO A.H

8

CLAUDIUS, o primeiro humorista-mártir do Brasil

Se você nunca pensou em dinamitar um porta-avizes, mandar pelos ares patáia de município, metralhar o Palácio do Governo, destruir a ponte Rio-Niterói ou esvaziar os pneus do Diretor de Trânsito, cuidado! Você pode vir a ser preso (1) a qualquer instante.

Da nada adiantando seus protestos de inocência — todo culpado faz o mesmo — sua vida progressista ilibada — Hitler era vegetariano — e seu diabo inalienável, provando que não participou da Intendência Comunista porque ainda não havia nascido — outros, alegando o mesmo, acabaram «confessando». Você será pásto em rigorosa incommunicabilidade (2) no Xadrez Especial (3).

Entregas da sua própria elocubração, logo perceberá, entre várias, três coisas principais:

1ª. — Nem você nem eles sabem por que você foi preso. (4)

2ª. — Nem você nem eles sabem por ordem de quem você foi preso. (4)

3ª. — Num esforço para solucionar essas duas coisas insalváveis e desoladoramente finais, por que diabo logo você que não se chama Manuel nem mora em Niterói entrou nessa, começará a catalogar as possíveis motíves. Já na primeira madrugada de insônia, apesar do bom tratamento (5) que lhe dispensaram, você ficará estarelecido com a quantidade de motíves terríveis que certamente motivaram tudo: aquela sueter vermelha, os papos no Zapellu, a torcer pelo América (o nome é pra distorcer, e a cêr?) e o número errame de amigos subversivos (6) que você possui. Daí para frente um esquadrista negativo, um peritoso agente comunista, adepto de ideologias exóticas, incompatíveis com o nosso véi ol baio e as nossas tradições cristãs e ocidentais é apenas um passo.

E agora, Isá? E agora Joaquim? E agora, Zuzu? De nada valentando os amigos influentes, a certidão de batismo, o voto no Biquelino, o Marcha com a Família pela Propriedade. Você afinal caiu nas malhas da Lei, seu crime é daqueles que não compensam, a Lei é feita pra não dar e o Felix Pacheco possui em seu Instituto suas impressões digitais, que coincidem exatamente com as que você deixou ao assinar, com letra ilegível, aquela lista do JK.

Você, meu chapéu, está no papoi! Não há novena, pai-de-santo ou promessa de não comer nada adormecido que o salve desta! O jeito é colaborar com os autoridades (7) e confessar tudo.

E confessar direitinho. Vai ter de explicar pra que jogou todos os Cadetes do Povo da avenida Nieméyer, logo da única que teve direitos políticos cassados por 10 anos, por que escondeu todos os li-

RIGOROSAMENTE INCOMUNICÁVEL

!



vros de capa vermelha atrás da geladeira, por que não denunciou a prima do amigo do cunhado de seu vizinho, cujo nome era (dê!) só lá última hora! Por que não participou da Campanha Cívica «Dado Duro Parabéns ao Brasil»? E as curvas? Onde estão as curvas? E os Barões? Coniessa! Aterrorizado, sentindo aquele vazio no estômago e a mesma tremedinha que a gente sente num exame oral de odontologia, você perceberá que não se lembra de nada. Seu cérebro se transformará num liquidificador onde se misturam dentes, nomes, lotos, seu primeiro beijo, aquele tombo da bicicleta, o mádo de dentista e o filme impróprio para 18 que você viu com quinze. Sua falta de objetividade e natural confusão mental chegam a um ponto em que a única solução é acordar, porque só pode ser um pesadelo. Arrastado, você conclui, ao deixar o interrogatório (8), que sua pena deve variar entre cento e vinte e trezentos meses do trabalho forçado. Bem feito, quem mandou ter nascido?

Bem, é aí que você é sóto.

Sem entender nada, enfrentará a desconfinça de parentes que leram o que o GIGABLU publicou e acreditarão firmemente que você é irmão de criação de Khrushchev e agente comunista chã-dizido.

Também sem nada entender, será carregado em triunfo, homenageado, parabenejado, saudado e adotado pela firmeza de seu caráter, da sua convicção e pela lealdade inabastável que a tudo resistiu sem revelar nada.

Mas o pior mesmo é explicar o quê, como e por que o negócio aconteceu. Você conta, repete, trepeta e peralhe finalmente, aterrorizado de compreensão, mesmo sóto, você continua a nada revelar. É aí que você começa a se convencer de que, realmente, você é um sujeito formidável.

1. Priso — Priso para Averiguações — Chamado a Priso Subterreito. Priso que significa de 15 dias a 2 anos e ao final classifica pelo subterreito quanto.

2. Rigorosamente Incommunicável. Ficar sóto num cela onde já está 80 presos.

3. Xadrez Especial: Um Xadrez inteiro com uma tabuleta na porta, dizendo: «Xadrez Especial».

4. Não foi o Sablino Comandante, nem o Conselho de Insegurança, nem o Droup, an o Sapo, a Caca, e Dretu ou mesmo a Spékta. Com muita insistência, fazendo várias perguntas, percebe-se que se foi preso pelo Italo da Revolução, coisa bastante vaga, discutida e ainda não definida.

5. Bom Tratamento: Dormir no chão, sem lençóis e com uma única refeição diária consistente fe elementar não identificadas.

6. Subversivo: Não revolucionário.

7. Autoridade: Quem não está dizendo.

8. Interrogatório: Processo através do qual cinco sujeitos o convencerá de que o Ilmo do Mafureira deve ser a base do Subterreito em 60.

ANEXO A.I

NOTÍCIAS E INFORMAÇÕES DO PIFPAP²³**Miss Alvorada 65**
ou melhor
Miss Alvorada 66
se Deus quiser

Publicamos hoje a nossa segunda candidata ao título de MISS ALVORADA 1965, de acordo com a sugestão do leitor Carlos Kubitschek de Barros Pinto. Infelizmente temos que pedir desculpas pelo pequeno adiantamento que houve para a data final do concurso, mas é que o membro mais importante do Júri, a senhorita Costinha, achou que o prazo era realmente demasiado curto para tão importante decisão. Assim sendo passaremos a chamar nossas candidatas, de agora em diante, de MISS ALVORADA 66, SE DEUS QUIZER. Esperamos que o sucesso de nossa primeira apresentação exclusiva (quando retratamos a senhorita Ademarina Urnamarajoara) seja seguido pelo de hoje, em que apresentamos outra encantadora concorrente ao esperado título.

Senhorita Magalhães Boa Pinto, Representante de Minas Gerais



ANEXO A.J

MISS**CARLOTA
CORWINA****REPRESENTANTE
DA GUANABARA**

Para os nossos milhares de leitores que seguem, ávidos, a apresentação das candidatas ao título de «Miss Alvorada 66, se Deus quiser» aqui está uma das maiores concorrentes ao título: Senhorita Carlota Corwina, representante da Guanabara. Como notarão os leitores mais atilados, esta Miss, de extraordinária convergadura intelectual, se apresentou de imediato exibindo seus magníficos dotes, certa de que é dona do páreo. Para nosso fotógrafo exibiu o talhe de sua figura envolta num maiô de pele de tigre, pois faz questão de mostrar que é uma fera. Querla mesmo, com a audácia que lhe é peculiar, apresentar-se de monoquini, coisa que foi impedida de fazer. Insistindo, porém, dizendo que estava sendo cerceada na sua liberdade de expressão, tivemos que apelar para a letra do estatuto geral do Concurso Miss Alvorada 66, estatuto esse como se sabe, que poderá ser alterado à vontade pelo júri que militar no dia do julgamento final. A senhorita ameaçou rasgar a sua fantasia, mas afinal cedeu, diante dos apelos da razão e do bom-senso, ficando o rompimento para outra ocasião. Como notará o leitor mais atilado a senhorita Carlota Corwina, corre sério risco de não ser eleita — em que pese suas pretensões — pelo fato de ser mal proporcionada — vê-se que a parte superior do corpo é sensivelmente maior que o restante. Deve-se isso ao fato de que o talento lhe subiu à cabeça.



Que é que vocês acham melhor? Distribuímos os quinhentos contos do prêmio ou embarcamos pra Europa?

ANEXO A.K

CONCURSO MISS ALVORADA

Briga e reconciliação da detentora do título com a principal candidata

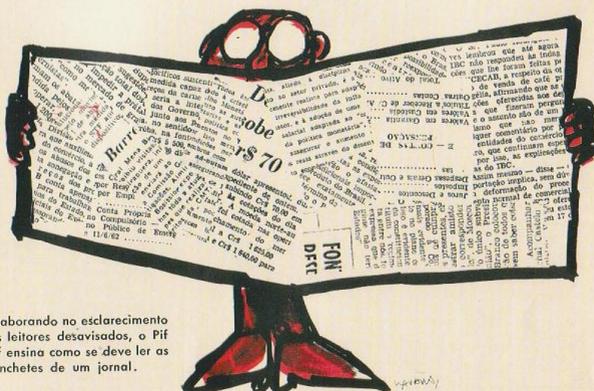
21



Nosso concurso exclusivo, sugerido inicialmente por Carlos Kubitschek de Oliveira, continua cada vez mais sensacional. Apresentamos hoje à cena, por todos os títulos incontestáveis, tomada na ocasião, de uma obra atual do cobice págio de Miss Alvorada, investida a dentista, contra a representável candidata Miss Carlota Corwina Realmente Carlota se excedeu nas críticas à ocupante do cargo, apesar de anteriormente tê-la ajudado na posse do título. O grito de que o concurso foi machucado ecoou amargamente nos ouvidos de Miss Castelinho, a detentora resistiu e agrediu-a na presença de inúmeras testemunhas.

ANEXO A.L

How To Read a Newspaper



Colaborando no esclarecimento dos leitores desavisados, o Pif Paf ensina como se deve ler as manchetes de um jornal.

Feijão sobe Cr\$ 40,00 em quinze dias

Menos grãos por mais cruzeiros

Agrava-se crise entre FAB e Marinha

E' normal a situação nas Forças Armadas

Gôvêrno vai estudar desempêgo

O desemprego vai aumentar

Papa lutará em favor da paz

Papa vai fabricar também suas bombas atômicas

China sugere levante de negros americanos

Agora vai ser simples: todo negro é comunista

Carne só voltará ao normal mais cara

Carne voltará ao normal

Alteração na lei de remessa de lucros agrada americanos

Alteração na Lei de Remessa de Lucros

Reforma agrária vai ao congresso pela mão do PSD

Pra vocês verem como é que é a coisa

ANEXO A.M

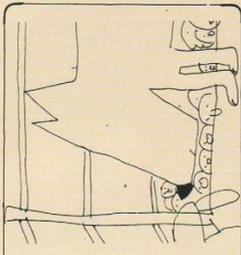
**Ank, Ank,
Ank, Ank.** PIFPƏF TEM A
HONRA E O FRENESI
DE, PELA PRIMEIRA
VEZ NO MUNDO,
TRADUZIR O
INTRADUZIVEL,
HUMOR BEATTLE).

YÉ YÉ YÉ
YÉ YÉ
YÉ

**Ank, Ank,
Ank, Ank.**
YÉ YÉ YÉ
YÉ YÉ
YÉ

Um cão bacão

Essa era uma festa muito distante longínqua, lá afastada de qualquer lugar, muito além das montanhas, do mar e de outros lugares, onde se celebrava o aniversário de um dia, ou dia do pai, ou dia do filho, ou dia do aniversário de alguém que nasceu há 30 anos, ou dia do aniversário de alguém que morreu há 30 anos. Quando o tempo não vinha e chegava a época das festas boas pœas. Pereira (pœira era o prefêito, Pereira era o prefeito, Pereira era o prefeito) nunca esqueceu uma festa assim, e sempre mostrou ao fim sempre uma multidão, quase sempre molhar nos. Mas desta vez, lá no distante que ficou, Pereira ultra-ultrapassou o programa e fez uma festa diferente. Uma festa diferente é que lá, lilar com esse colchete? Eu, nunca!



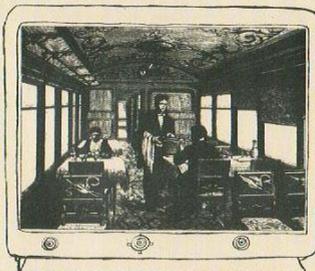
ANEXO A.N

NOTÍCIAS E INFORMAÇÕES DO PIF-PAF



Numa conferência secreta no Kramlín, nosso fotógrafo x-2, conseguiu secretamente se meter sob a mesa dos líderes russos e fotografar a mão de Kruschev neste flagrante estupefaciente. Como se vê na foto, enquanto ouvia as notícias sobre os bombardeios americanos no Viet-Nam, o supremo mandatário russo não bobeia: está sempre com o dedo no disparador automático da Bomba Atômica, pronto para qualquer eventualidade.

ANEXO A.O



Magnífico aparelho de televisão modelo 1704

À MANEIRA DOS ANÚNCIOS DE TELEVISÃO

Caro amigo, sente-se cansado, desmoralizado, abatido, achando que a vida não vale mais nada? Não desespere:

Mande-nos seu aparelho de televisão e sentir-se-á um homem inteiramente novo.

Sem televisão sua mulher não sentirá a necessidade inadiável de comprar todas as besteiras do mercado.

Sem televisão você não terá mais que perguntar toda hora a seu filho: "Onde, diabo, você aprendeu isso, menino"?

Sem televisão você diminuirá muito a área de atrito em sua casa pois sempre que você liga o aparelho e diz: "Esse idiota está agora ganhando seis milhões" alguém responderá do seu lado "Mais ele é muito popular".

Por essas e outras inúmeras vantagens, caro amigo, mande-nos hoje mesmo seu aparelho de televisão e nós o destruiremos completamente, ou o transformaremos em algo útil.

Honestos martelos, simples talhadeiras, delicadas frigideiras, fabricadas por nós, já foram antes terríveis e perigosos aparelhos de televisão.

Basta você pagar uma módica prestação mensal e nós nos encarregamos do resto.

Seja uma das milhares de pessoas que nos procuraram e agora afirmam satisfeitas: "Sou um novo homem. Agora em minha casa só entra quem eu quero".

Se você, porém, for desses que não têm coragem para enfrentar a sinistra família, consulte a nossa seção sigilosa, encarregada de enguiçar discretamente qualquer marca de aparelho. Colocamos em seu aparelho toda espécie de ruídos sibilos, manchas e choques, espazas de desencorajar o mais débil mental dos telespectadores.

Sem televisão você poderá de novo conversar tranqüilo.

Sem televisão sua casa será de novo um verdadeiro lar.

ANEXO A.P



ANEXO A.Q

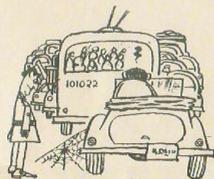
JAGUAR E O CORONEL FONTENELLE

OU

O NAZISMO REVISITADO



Pois acho pouco, senhor padre! Se eu pudesse transformar em sacola todos os carros infelizes!



Nestas 10 caricaturas, Jaguar procura encerrar com bom-humor o misto laraz-mau-humor jamais apreendido na Guanabara e do coronel Fontenelle. Com pretensões classicistas e métodos revolucionários, o coronel implantou na cidade o regime do terror e com isso resolveu o problema do estacionamento — isto é, ninguém tem mais onde estacionar, nem de noite, nem dia, nem onde pode nem onde não pode. Pois, onde pode agora, pode não poder daqui a meia hora, e onde não pode, não pode mesmo porque o homem esvoaça, euche, reboca com gente dentro e inulato, sobretudo se é gente importante, e em especial se são representantes de países estrangeiros, para mostrar que aqui não há privilégios como se o privilégio legítimo não existisse e não devesse existir. Homem anterior ao século o coronel viu um dia que a sua cidade era bela. Homem anterior ao século o coronel viu um dia que havia o automóvel. E tomou-se de ódio pela máquina. E, ao invés de encará-la como um acontecimento natural — embora complexo — dentro da época em que vivia, resolveu tratar a máquina como inimiga terrível e os automobilistas como criminosos empedernidos. Da o coronel acaba com o automóvel ou o automóvel acaba com o coronel — pensou e disse alto. E meteu mãos à obra. Apoiado pelo governador, que tantas vezes justificou seus inimigos pelas honras que escolhe para assessorá-lo, ignorou códigos e leis (ora, se ele vai esperar modificar códigos e leis, jamais se faz nada), é o pensamento do coronel) e mandou:

brasa. Dentro em pouco morria de satisfação: seu nome aparecia em todos os jornais, e as ruas, patrulhadas por um exército arbitrário e violento, que não via bom-dia nem exploração, foram realmente limpas das melancólicas maquinárias. E o coronel viu que isso era bom. E bem verdade que não pode dormir em paz, nem deixar que seus auxiliares o façam. Pois basta darem uma cochiladzinha e logo, por uma necessidade individual bastante mais forte do que todo o seu apuro, alguém pára para tomar um sorvete, para entrar numa loja, ou até mesmo para saltar de carro, coisa que o coronel também proibiu terminantemente. De qualquer forma, por um pequeno período de tempo parece que o coronel ganhou a batalha e resolveu o problema da não-estacionamento. E bem verdade que, se estamos bem lembrados, esses vitórias são sempre parciais, quando não obtidas dentro de um critério humano e racional. Hitler também resolveu inúmeros problemas da Alemanha. Falar verdade resolveu quase todos. Mas o coronel não vê meios, vê fins. Quando postos, subindo em ação, ele pratica o mesmo esquema: cada qual quer tende mesmo resolver outros problemas nosso: é propósito que o governo lhe dê dando o mão forte. Agora mesmo falou que foi apontado para superintender o SUNAB. Dizem os intimos que também o grave problema do estacionamento, o coronel Fontenelle está preparado para resolver em três tempos. Já tem mesmo preparado uma lista com o nome de todos os comerciantes insolentes desta trecoia.



Limpando a grade escuradora o papa d'Uca encorajava os para do graú.



Sim, aqui é o ônibus para a Soca Sol. Mas para ir chegar até o fim da fila tem que parar entre os ônibus.

ANEXO A.R

JAGUAR *apresenta*

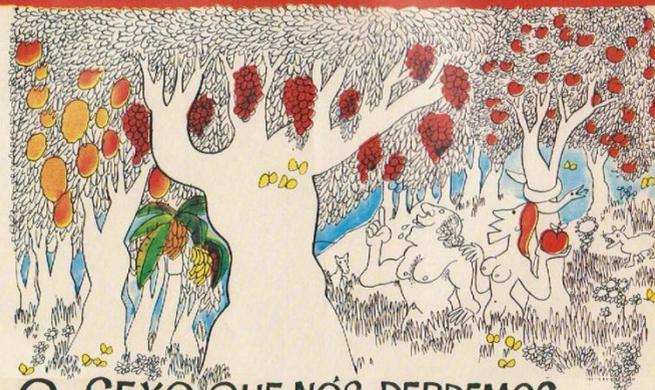
Os Grandes Temas Bíblicos
II — O PECADO ORIGINAL



ADÃO!!!

ANEXO A.5

O DEPARTAMENTO DE PESQUISAS DO PIF-PAF
FAZ MAIS UMA SENSACIONAL DESCOBERTA



O SEXO QUE NÓS PERDEMOS

Por mais que os homens de botina tentem tapar, o fato é que a maçã, na história sagrada, significa esse por-lavaiz por tanto tempo oculto, escamoteado, falado em voz baixa ou dita na língua do P quando há crianças por perto (se-pê-quê-mô-pô): **Sexo**. Agora, perguntamos nós que tanto entendemos do assunto: por que a maçã, entre tantas frutas insípidas provavelmente o mais insípido, foi logo servir para símbolo de coisa tão mais saborosa e saudável? Nunca enquanto que fazemos aqui na redação a votação foi unânime — nosas trinta e oito redatores (em sua maioria violentos) declararam peremptoriamente que, se estivessem no Paraíso no lugar de Adão, e se fossem tentados por uma maçã, até hoje o homem conservaria seu primeiro e florido lar, não teria havido expulsão, não guerra, nem dor e lá fora essas outras coisas que se atribuem originadas pelo gesto de desobediência do primeiro Homem. **Evidentemente** (como diz lá o nosso redator chefe de piquete) devia haver outras frutas bem melhores no paraíso. E ao pensar nissa coisa nós de ilustração não imaginai o sexo que perdemos. Sim, pois se a maçã, lá insípida, corresponde ao sexo que temos, vocês já imaginaram o sexo que teríamos se o pri-

meira dama nos tivesse tentado com um tamarindo bem maduro, daqueles de dar água na boca?

Poderia objetar os mais sensíveis que o sexo — i.e. o fruto — não foi escolhido por Eva, nos determinando a priori pelo Todopoderoso, que exigiu a seus filhos não tocarem naquela árvore porque exatamente aquela árvore era a — ah! — perdição. Mas está visto que o Senhor, que lê tanto com seus filhos, topou-se aí também — lá fora em árvores do paraíso eram igualmente sexuais. Proibindo a moçoleta ele levou o homem fatalmente a escolher o pior dos azarés. Disse que em Marte, plâneta melhor arborizada, pelo Senhor, a serra é algo muito ainda mais sensacional. Sem falar em Vênus, onde dizem, o primeiro homem e a primeira mulher foram expulsos do paraíso de lá, porque comaram de lá fora os devores, misturaram seus sucos, fizeram experiências terríveis sobre as folhas, botânicas, malhas, convidando para participar do desrespeito todos os animais presentes, em sodomias incômodas. Deve-se a essa extraordinária perversidade o espírito experimental dos primeiros seres de Vênus, a fantástica variação e a incrível intensidade de práticas sexuais que possuem hoje os habitantes daquela notável planeta.

M. F.

ANEXO A.V

ADVERTÊNCIA!

QUEM AVISA, AMIGO É: SE O GOVÊRNO CONTINUAR DEIXANDO QUE CERTOS JORNALISTAS FALEM EM ELEIÇÕES; SE O GOVÊRNO CONTINUAR DEIXANDO QUE DETERMINADOS JORNAIS FAÇAM RESTRIÇÕES À SUA POLÍTICA FINANCEIRA; SE O GOVÊRNO CONTINUAR DEIXANDO QUE ALGUNS POLÍTICOS TEIEM EM MANTER SUAS CANDIDATURAS; SE O GOVÊRNO CONTINUAR DEIXANDO QUE ALGUMAS PESSOAS PENSEM POR SUA PRÓPRIA CABEÇA; E, SOBRETUDO, SE O GOVÊRNO CONTINUAR DEIXANDO QUE CIRCULE ESTA REVISTA, COM TÔDA SUA IRREVERÊNCIA E CRÍTICA, DENTRO EMBREVE ESTAREMOS CAINDO NUMA DEMOCRACIA.