

# O *Amigo da Onça* entre as Fronteiras do Público e do Privado (1956 – 1961)

Ana Flávia Dias Zammataro

Graduada em História pela Universidade Estadual de Londrina (2007) e mestrado em História Social pela Universidade Estadual de Londrina (2010). Tem experiência na área de História, com ênfase em História contemporânea e História do Brasil República, trabalhando com fontes imagéticas como charges, caricaturas e cartuns. Atualmente, é graduanda do curso de Arquivologia pela Universidade Estadual de Londrina.

## RESUMO

A partir de bibliografias específicas, debatem-se, neste trabalho, os conceitos de público e privado, a delimitação de seus domínios bem como a fusão destes. Essa discussão teórica permite o embasamento necessário para a análise imagética do cartum *Amigo da Onça* enquanto manifestante do imaginário de seu tempo e espaço. Encontramos, pois, nos cartuns de Péricles Maranhão, seu artista criador, temáticas primeiramente ocorridas em espaços públicos. O recorte temporal, todavia, (1956-1961), período do governo JK, no qual a busca pelo progresso, modernização e consequentemente a cultura de consumo estavam em evidência no país, possibilita o encontro do público e do privado, em uma invasão mútua destes espaços. Assim, o *Amigo da Onça* é tomado como símbolo do imaginário de seu período, manifestando em suas abordagens essas premissas, evidenciando diferentes domínios e/ou sugerindo o seu encontro.

**Palavras-chave:** público/privado; *Amigo da Onça*; cartum.

## ABSTRACT

From specific bibliographies, are discussing in this work, concepts of public and private, the delimitations of its domains as well as merging them. This theoretical discussion allows the necessary basis for the cartoon's analysis imaging *Amigo da Onça* the imaginary's protester time and space. We find, therefore, in Péricles Maranhão's cartoons, his creative artist, theme first occurred in public spaces. The time frame, however, (1956-1961), JK government's period in which the pursuit of progress, modernization and consequently consumer culture, were in evidence in the country, enables meeting public and private, in a mutual invasion of these spaces. Thus, *Amigo da Onça* is taken as an imaginary's symbol of its period, expressing in these assumptions their approach, highlighting different spaces and/or suggesting their meeting.

**Keywords:** public/private; *Amigo da Onça*; cartoon.

Recebido em: 13/04/2010

Aprovado em: 22/06/2010

## O *Amigo da Onça* entre as Fronteiras do Público e do Privado (1956 – 1961)

### Introdução

Criado pelo artista Péricles Maranhão em 1943, o *Amigo da Onça* foi publicado na revista *O Cruzeiro*<sup>1</sup> por mais de 30 anos quase que ininterruptos. Percorrendo espaços sociais plurais, tratava de temas diversos, fazendo críticas à sociedade, aos vícios humanos, satirizando a corrupção política, as mazelas do governo. O personagem principal que deu nome ao cartum<sup>2</sup> – “Amigo da Onça” – justificava o seu deboche pela própria carga simbólica que carregava o seu nome: um “amigo” pronto para entregar o outro em seus deslizes físicos e psicológicos, colocando-o na mais deplorável situação enquanto enaltecia a si próprio. O *Amigo da Onça* muito mais que cartum, virou jargão entre os leitores que adquiriam a revista *O Cruzeiro*, muitas vezes para acompanhá-lo. E, devido ao seu grande sucesso, foi mantida sua publicação mesmo após a morte de Péricles Maranhão, em 1961. Primeiramente, por meio de alguns originais inéditos do artista,

até 1965, depois, pelas mãos de Carlos Estevão, até 1975, artista de grande talento que já trabalhava na revista com memoráveis publicações.

O recorte temporal deste artigo tem como base a dissertação de mestrado<sup>3</sup> desenvolvida com esse mesmo objeto: 1956 a 1961. Trabalhamos com conceitos do período que nos são caros para compreensão daquele imaginário e para entender o *Amigo da Onça* como parte daquele costume e cotidiano. Assim, perspectivas específicas do governo de Juscelino Kubitschek que se difundiam com cada vez maior frequência, faziam-se presentes também nas abordagens do cartum. Deste modo, tomamos a imagem como manifestação do imaginário daquele momento. Questões como a modernização e o desenvolvimento do país, difundidos e buscados nesse governo, mostravam-se nos temas do *Amigo da Onça*, no qual se enaltecia o progresso, o moderno, o rico, em detrimento do ultrapassado, da pobreza, – esta considerada um empecilho

<sup>1</sup> A revista *O Cruzeiro* foi um periódico de grande sucesso no Brasil que em seu primeiro número, publicado em 10 de novembro de 1928, teve uma tiragem de 50.000 exemplares. Dita como “a primeira revista semanal ilustrada do Brasil”, ela fundou e fundamentou valores, ditando regras de comportamento, modos de se vestir contando com a imprescindível presença das imagens, desde fotografias, pinturas até caricaturas. Seus temas variavam entre assuntos políticos até festas da alta sociedade carioca, *Cassino da Urca*, moda e culinária. Pertencia ao *Diários Associados*, rede de comunicação de propriedade do jornalista Assis Chateaubriand.

<sup>2</sup> Por tratar de temas dirigidos à coletividade e com abordagens cotidianas, o *Amigo da Onça* é considerado como cartum. Sua tendência é de abordar assuntos de conhecimento universal, por isso seus personagens representam indivíduos particulares em suas problemáticas coletivas. Pode fazer uma crítica à sociedade como um todo, ironizar crises existenciais de sujeitos individuais e coletivos de um modo satírico e mordaz e, nessa medida, a-históricos. Suas temáticas transcendem a temporalidade podendo ser compreendidas e estudadas como objeto histórico atual, na medida em que trazem assuntos que até hoje pairam no imaginário coletivo. Concordamos, nessa medida, com Camilo Riani, para quem o cartum é: “Desenho humorístico sem relação necessária com qualquer fato real ocorrido ou personalidade pública específica. Privilegia, geralmente, a crítica de costumes, satirizando comportamentos e o cotidiano [...]” (RIANI, 2002, p. 25).

<sup>3</sup> Esse artigo é parte da dissertação de mestrado em História Social pela Universidade Estadual de Londrina, de título: *O imaginário em traços: Progresso, Modernização e Cultura de Consumo no cartum Amigo da Onça (1956-1961)*, defendida no ano de 2010.

para o desenvolvimento do país. Em meio a estas questões, enaltecia-se a cultura de consumo que vinculava o bem-estar dos indivíduos à aquisição de bens e produtos. A publicidade, neste sentido, teve papel imprescindível ao associar a imagem do belo e do *status* social à aquisição do produto que divulgava. Essas propagandas tendiam a adentrar nos lares dos indivíduos como parte de uma autoconstrução destes, criando uma atmosfera propícia à compra por meio da divulgação do universo privado dos consumidores.

Para a compreensão desse universo, e, conseqüentemente, desta transformação, analisamos uma imagem do início da década de 1950, corroborando a frequência do privado em detrimento do público no decorrer destes anos. Nas análises das imagens do começo desta década, percebeu-se o grande número de anedotas dirigidas ao universo público, no ambiente das ruas, passando, ao longo dos anos a dirigir-se a âmbitos privados. E, embora seja uma transformação que já vinha ocorrendo, ela se torna muito mais expressiva no governo JK, no qual temos premissas difundidas que colaboram para isso. É, pois, a partir disso que se delimita a temporalidade deste artigo: 1956-1961.

Seja nos anúncios publicitários, seja nas imagens de humor, a privacidade se torna expressiva como modo de chegar ao cotidiano particular dos indivíduos, como modo de despertá-los para o que se pretendia. Assim, o *Amigo da Onça*, que tinha suas anedotas antes basicamente dirigidas a universos públicos, passa a abordar o cotidiano das famílias, sua privacidade. A revista *O Cruzeiro* também colaborou para a construção desse pensamento pela publicidade e pelas reportagens, como as quais vinculou à trajetória política de Juscelino Kubitschek, sua vida particular. Neste artigo, optamos por essa

discussão por ser significativa nas abordagens do *Amigo da Onça*. Nesse aspecto, foram analisadas 5 imagens, sendo uma delas, um anúncio publicitário, com o qual a temática de um dos cartuns se aproxima, difundindo uma cultura de consumo que se voltava para a exaltação do indivíduo em sua subjetividade. Discutem-se, também, a partir de bibliografias específicas, os conceitos de público e privado, apontando para a diluição de suas fronteiras para nos dar o respaldo teórico necessário no que diz respeito à compreensão dos cartuns como simbólico destes conceitos. E, nesse sentido, a revista *O Cruzeiro*, em seu próprio conteúdo, foi também difusora deste processo ao publicar reportagens de JK e sua carreira política como extensão de sua vida particular.

### **Os conceitos de público e privado e sua historicidade**

Na passagem da Monarquia para a República, as fronteiras entre o público e o privado começam a se fundir. Os muros que separavam a vida cotidiana vivida no interior dos lares, caracterizando costumes, modos, ritos, gestos e símbolos passam a ser de ordem pública, principalmente com a intervenção do Estado nos limites do privado. A busca pela urbanização do país nos moldes das nações europeias passavam por uma regularização da vida privada dos indivíduos. O governo interfere em questões de saneamento e higiene visando à modernização e o progresso do país. As reformas urbanas no Rio de Janeiro na gestão de Rodrigues Alves, e, na mesma medida, a Revolta da Vacina, foi um significativo fato que demonstra a interferência do poder público na vida cotidiana da população. A vacina obrigatória e, junto com ela, a invasão das casas, colabora para uma mentalidade em

que se diluem as fronteiras entre o público e o privado e na qual, principalmente, primava-se por uma expulsão da miséria e da pobreza. Neste sentido, nos diz Paulo César Garcez Marins:

Agindo tanto no controle dos espaços públicos e privados como no dos logradouros públicos, as reformas urbanas cariocas expulsariam grande parte da pobreza e da miséria, das manifestações populares e das atividades tradicionais visíveis nas ruas e nas casas modestas da cidade (MARINS, 1998, p. 143).

Podemos notar que a interferência pública na vida privada é uma via de mão dupla: na intenção de urbanizar, eram proibidas manifestações cotidianas em espaços públicos, no entanto, ao fazê-lo acabavam por interferir no universo privado dos indivíduos, ditando regras e formas de vivência. A privacidade era sim estimulada por aqueles que estavam no poder, porém, desde que não extravasasse os interesses da esfera pública. Desse modo, concorda-se com Antonie Prost (2009), para quem a delimitação de fronteiras entre o público e o privado é um fenômeno histórico construído a partir de determinadas sociedades e de diversas maneiras. Assim, apesar dessa intervenção do poder público em questões da esfera privada, a burguesia da *Belle Époque* fazia por separar esses dois domínios, no qual o âmbito privado deveria ser definitivamente separado do público, donde a burguesia se encontraria afastada das vivências da pobreza. Conforme Prost:

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

A fronteira entre o público e o privado é mantida, e muito mais que isso, é uma ordem natural da sociedade aristocrata do início do século XX, na *Belle Époque*, manter, sob os domínios reservados, assuntos da vida particular da família. Era a burguesia tentando se preservar dos camponeses ou dos operários das classes mais baixas das cidades que, por seu turno, não faziam separação entre vida pública e privada pelas suas condições que não lhes permitiriam ficarem isentos dos olhares dos “de fora” à sua vida particular. Nesse sentido, a vida pública passa a ser sinônimo de clareza, acentuando a distinção entre o público e o privado e, com o tempo, aproximando-os. De acordo com Hall, Hunt, Perrot (2009):

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

A distinção entre o público e o privado é clara, porém, os universos se aproximam. A publicidade lança mão de um discurso que visa atingir os indivíduos em seus lares, sua particularidade. Do mesmo modo, as paródias, os desenhos de humor passam a adentrar, por meio de suas abordagens, na vida privada de seus personagens. No trabalho com o *Amigo da Onça*, notamos essa significativa mudança no decorrer de sua publicação. Anedotas que antes se dirigiam muito mais a âmbitos públicos, dirigem-se a âmbitos privados abordando questões familiares, crises conjugais, satirizando a convivência do gênero com a sogra. Como parte de seu meio, Péricles Maranhão incorporava no discurso de sua imagem aquilo que estava evidente na sociedade. O governo de Juscelino Kubitchek

foi retratado também pela figura do próprio presidente em sua vida privada: sua infância, toda a sua trajetória pessoal e profissional até atingir o cargo de administrador do país. Era a sua vida pública como extensão de sua trajetória pessoal.

### **A construção do governo jk pela *O Cruzeiro*: o privado no público**

Inserida no imaginário no qual os espaços público e privado se fundiam, a revista *O Cruzeiro* vinculava a imagem de Juscelino Kubitschek e de seu governo a sua trajetória pessoal. O seu sucesso profissional era então atribuído também à luta pessoal do menino de infância humilde que não hesitou em batalhar pela carreira política. Alguns dias após Juscelino Kubitschek tomar posse, *O Cruzeiro* publica uma matéria de 10 páginas, em 4 de fevereiro de 1956, de título: "*Juscelino – Nonô da mestra – o menino pobre de Diamantina é o Presidente do Brasil*", com fotos de Eugênio Silva e texto de Olavo Drummond, então deputado da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, relatando todas as dificuldades enfrentadas pelo Presidente, tanto em sua trajetória pública, quanto pessoal, trilhando sua própria estrada rumo à presidência da República. A matéria traz fotos do presidente, o quarto onde passou grande parte de sua infância. Conjugava, substancialmente, os seus hábitos simples e cotidianos com a sua determinação, persistência e capacidade de administrar o país. Conjugava-se, enfim, a sua vida privada à sua vida pública.

Muito mais que uma ação da revista *O Cruzeiro*, o próprio Juscelino Kubitschek utilizou-se de sua autoimagem para se promover enquanto político. Imagens de sua vida cotidiana emanavam uma grande aproximação com o público leitor – e eleitor

– das revistas ilustradas, trazendo-o para mais perto da realidade dos indivíduos. Em 11 de fevereiro de 1956, *O Cruzeiro* publica uma reportagem do presidente em suas viagens, intitulada: "*JK em busca de riqueza para o Brasil – O Presidente descreve a sua viagem com exclusividade para O Cruzeiro*", assinada por Eugênio H. Silva e Álvares da Silva. Essa reportagem traz, entre outras imagens, a fotografia do Presidente comprando um presente para sua 'filhinha' – momento de sua vida pessoal – trazendo o leitor para mais perto de sua intimidade e privacidade.

Observa-se que as insígnias do público passam a adentrar nos âmbitos privados e na política elas ditam a conduta de comportamentos, modos de se vestir, regras na linguagem, ultrapassando as barreiras daquilo que antes era exclusiva dos ambientes particulares, fazendo com que ambos os domínios se encontrem, um como extensão do outro. Segundo Hall, Hunt e Perrot (2009) há a "politização da vida privada": ditam-se as regras para vestimenta e para a presença de determinados objetos dentro das casas, uma invasão de símbolos públicos na privacidade dos lares. O sentido da vida privada se estende ao sentido da "vida cotidiana"

"[...] na medida em que o último se remete também, à intimidade, aos modos de vida, ao dia-a-dia da existência privada, familiar, pública, às formas de transmissão dos costumes e dos comportamentos" (ALENCASTRO, 1997, p. 8).

É nessa aproximação entre esfera pública e privada que os ambientes passam a ser um como extensão do outro. A vida pessoal se estenderia a uma boa conduta pública, assim como a imagem de JK vinculada pela *O Cruzeiro*.

A aproximação entre público e privado não seria diferente com o *Amigo da Onça*,

ele mesmo porta-voz de um discurso que poderia debochar pelas vias de seu humor “não comprometido”. Temas, antes corriqueiramente dirigidos a espaços públicos, obtêm maior frequência em espaços privados, principalmente após meados da década de 1950 em diante. Elias Thomé Saliba nos fala dessa capacidade do humor de aproximar e fundir esses dois domínios, por meio do caráter “não oficial” de seu discurso:

Se ao jogar com essa duplicidade do antigo e do moderno, o humor paródico oferecia estratégias apenas efêmeras de representação, e até de legitimidade, por outro lado, pelas suas próprias características de descompromisso, de ausência de sistematização e de fragmentação, ele acabaria por incentivar a diluição de fronteiras entre o privado e o público [...] (SALIBA, 1998, p.344).

O *Amigo da Onça* é sintomático dessa diluição: por meio dele, âmbitos familiares em seus deslizos, em sua hipocrisia social, são retratados, fazendo uma crítica com seu humor satírico e ácido.

### O público e o privado no cartum *Amigo da Onça*

Péricles Maranhão trabalhou com temas variados em seu cartum. O *Amigo da Onça* fez sátiras à corrupção política, debochou da pobreza e da feiúra, fez críticas às mazelas do governo, ironizou a convivência com a sogra e a hipocrisia social. Suas abordagens de entendimento coletivo e universal dirigiam-se, em sua maioria, a todo e qualquer político corrupto, a todos os indivíduos fora dos padrões de beleza ditados na época, a todos os pobres excluídos por suas vestimentas e moradias precárias. Circulando por ruas, praças, praias, seus temas eram tratados principalmente em âmbitos públicos.

Considerando as publicações de Péricles além do recorte temporal deste artigo, confirmamos a constância de anedotas ocorridas em ambientes públicos no início da década de 1950, havendo uma significativa transformação a partir de meados desta mesma década: o *Amigo da Onça* se faz presente com maior frequência no interior dos lares dos indivíduos retratando suas crises e conflitos.

Para Elias Thomé Saliba (1998), o surgimento do humor paródico e com ele o humor chanchada, nos anos de 1950, vem colaborar para esta mudança de mentalidade na qual o público e o privado se fundem. Conforme o autor, a chanchada era

[...] o momento máximo não apenas do impulso paródico do humor brasileiro, mas também das suas fraquezas e das suas ambiguidades na representação da vida brasileira. As referências quase obsessivas da chanchada à troca de identidades – reduzindo quase toda a representação das relações sociais à lável e esquiva questão da identidade – conduziam, não raro, à visões abstratas ou de ‘pura exterioridade’ das relações sociais, aumentando ainda mais a confusão entre os domínios públicos e privados (SALIBA, 1998, p. 357).

A imprensa, o cinema, a publicidade, o humor quebram as barreiras que dividiam o público do privado, retratando, por meio das lentes das câmeras e dos traços do humor gráfico, o lado intimista dos indivíduos. Os cartuns do *Amigo da Onça* são analisados com o objetivo de corroborar esta transformação. Para esta análise, utiliza-se a metodologia proposta por Erwin Panofsky (1976) do “paradigma indiciário”. Segundo as concepções do autor,

[...] necessitamos de uma faculdade mental comparável a de um clínico em seus diagnósticos – faculdade essa que só me é dado descrever pelo termo bastante desacreditado de ‘intuição sintética’ [...]” (PANOFSKY, 1972, p. 72).

Como esse apelo ao estudo dos indícios do documento requer algumas preocupações particulares, os historiadores devem se ocupar mais com as aspirações coletivas, com culturas e sociedades do que com as individualidades. Isso também é válido ao intuito de se definir as 'intenções' dos artistas. Em primeiro lugar, essas 'intenções' não podem ser definidas cientificamente, uma vez que estão acordadas com padrões ditados na época daqueles que produzem, ao meio em que vivem. Isso ocorrerá também com o pesquisador que analisa a imagem, na medida em que sua análise estará imbuída da bagagem cultural que possui. Portanto, há necessidade de se focar mais diretamente na coletividade que na particularidade.

Panofsky (1976) propõe etapas de análise da imagem, a qual utilizamos no estudo do *Amigo da Onça*. Teríamos, assim, em um primeiro momento, uma 'descrição pré-iconográfica', que seria a identificação das formas e dos objetos presentes na imagem, ou conforme Panofsky, "[...] o mundo das formas puras, portadoras de significados primários ou naturais" (PANOFSKY, 1976, p. 50). Secundariamente, na 'análise iconográfica', temos a identificação nas imagens de certas atitudes, características que ligam o conteúdo da obra a algum significado a que o observador faz uma ligação direta. Nessa etapa, há também a descrição e identificação da imagem – Fotografia? Charge? Cartum? Caricatura? – e seus personagens, seu significado convencional; por fim, a 'interpretação iconológica', que se liga ao conteúdo trabalhado na imagem que, conforme Panofsky,

[...] é apreendido pela determinação daqueles princípios subjacentes que revelam a atitude

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

Com o exposto, infere-se que uma interpretação iconológica eficaz advém de uma análise correta das imagens, das histórias e alegorias. Nessa, o historiador deve aferir de métodos em que haja comparação de documentos, para recuperar elementos peculiares do momento histórico do objeto, sempre tendo como base documentos que estejam imbuídos de um certo significado intrínseco que, para o historiador, será testemunho de tendências políticas, religiosas, filosóficas, particulares de uma nação ou período. Reconhecidos os elementos iconográficos e feitas as interpretações iconológicas, toma-se o *Amigo da Onça* como imagem de humor gráfico com suas especificidades. Desse modo, analisam-se nos seus elementos algumas das etapas propostas por Edson Carlos Romualdo (2000) para a análise das charges/(cartuns) enquanto imagem de humor: adereços e roupas dos personagens; lugar em que se encontram; fisionomia; dote físico; data, aplicando-as aos 'amigos da onça' aqui analisados.

A fim de que se confirmem as transformações ocorridas nas temáticas do cartum, no que diz respeito à maior frequência de ambientes privados em detrimento dos públicos ao longo da década de 1950, selecionou-se uma imagem do início desta mesma década que nos possibilita a análise destes conceitos.



Figura 1. O Cruzeiro, 04 de março de 1950

É no espaço público da rua que Péricles Maranhão tece a abordagem do *Amigo da Onça* nesse cartum. De 04 de março de 1950, início da década do recorte temporal deste trabalho, a imagem, dentre outras tantas produzidas por Péricles, demonstra a universalidade, sobretudo porque ocorrida em ambiente público e tratando de tema de entendimento coletivo. O primeiro plano da imagem é composto pelo próprio asfalto que caracteriza as ruas por onde circulam pessoas e carros – este elemento que dá o sentido central da anedota do *Amigo*. A presença do semáforo e da sombra do prédio no plano de fundo confirma o conteúdo desse espaço de uma cidade em busca da modernização. Ocupando a posição central da imagem o elemento carro, o motorista e o próprio *Amigo da Onça* dão sentido a fala do último. Este aproveita-se da presença do policial para entregar o personagem motorista

em sua falha com a lei ou como 'amigo da onça' que é, cria uma situação apenas para colocar o personagem motorista em apuros, ao dizer: "– Onde você comprou a carteira de motorista?". Com a fala inesperada e debochada do *Amigo*, o personagem motorista curva seu corpo em direção a ele, abre a boca e arregala os olhos em atitude de surpresa a indignação. Péricles Maranhão ainda denota a situação colocando traços em volta de sua cabeça que caracterizam uma situação inesperada. O sintoma de reprovação de sua fala é também confirmado pela postura do personagem policial, que denota uma fisionomia de surpresa, lançando um olhar de reprovação, haja vista o recurso dos raios que lhes saem dos olhos. O policial, ao ouvir o *Amigo*, prontifica-se para notificar o motorista que, na realidade – ou não –, não poderia dirigir por ter carteira forjada. A fisionomia de despreocupação do *Amigo da Onça* intensiona passar a sensação de sua inocência forjada em meio àquela situação que ele mesmo causou ao outro. O tema revela a constância do fato naquele período, traçado por Péricles Maranhão pelas vias permissivas do humor. O artista utiliza cores amenas e primárias, muito característica de seus primeiros desenhos, o que se soma ao traço ameno das bordas do cartum que não fazem uma divisão bem demarcada com a própria página da revista.

Ao longo da década, as abordagens do Péricles Maranhão com o *Amigo*, vão ganhando novos espaços. Na publicidade, a divulgação de produtos que vinculavam a sua aquisição ao bem-estar das famílias em seus ambientes privados colaborou para firmar essa mentalidade em que o público e o privado se misturavam. Sobre isso, versa Elias Thomé Saliba (1998):



O cinema e a publicidade – primeiro por meio do jornal, depois por meio das revistas – [...] e a televisão nos anos 50 certamente serão meios de comunicação que continuarão a expressar desconcerto e o paroxismo das relações entre o público e o privado. [...] Em lugar da lenta especialização dos lugares e momentos que, afinal, acabariam por apontar os limites do público e do privado, os meios de comunicação de massa virão apenas sobrepor novas camadas de indiferenciação, estimulando, cada vez mais, a confusão entre infixidez entre os dois domínios. [...] (SALIBA, 1998, p. 357-358).



Figura 2. O Cruzeiro, 1957

A publicidade adentraria em questões que diziam respeito à intimidade dos indivíduos, associando a compra ao melhor, ao belo. Inserido nesse contexto, o *Amigo da Onça* também fazia esses tipos de associações em seus cartuns. A próxima imagem (Figura 3), de 12 de julho de 1958, liga-se com a ideia contida na chamada publicitária de 1957 (Figura 2), também publicada na *O Cruzeiro*. Neste anúncio, a imagem

dos cavalos é o contraste da imagem da Lambretta, o que se corrobora pela legenda. A chamada do anúncio diz que “Alguém aqui é mais esperto...”, associando esperteza com imagem da Lambretta. Esta significava velocidade, economia de tempo, bons negócio e inteligência, com a Lambretta “abrindo novos horizontes de prosperidade”. Aos cavalos ficava relegada a imagem de lentidão, de atraso, de ultrapassado, ou seja, a contradição da aquisição da Lambretta.

Neste sentido, o cartum em que o *Amigo da Onça* vai até a casa da garota levando-lhe flores com a sua Lambretta – o segundo momento da imagem – contrapõe-se à figura do outro personagem que volta da casa da garota com uma fisionomia de ira, com a sua bicicleta – o primeiro momento da imagem. A bicicleta é associada à imagem dos cavalos, ultrapassado, pouco inteligente, ficando para trás.

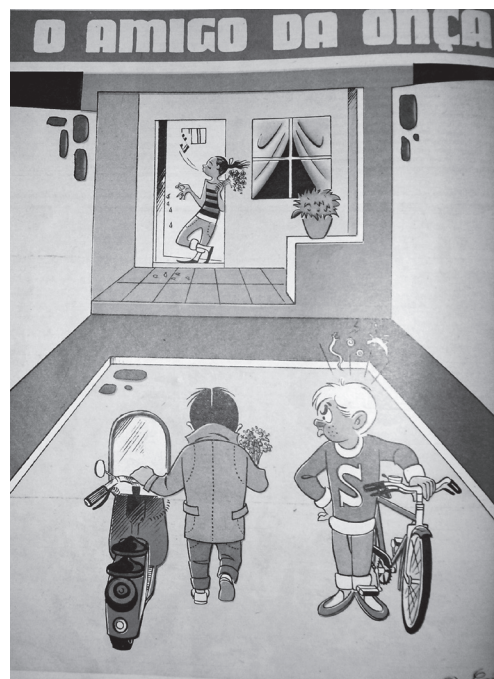


Figura 3. O Cruzeiro, 12 de julho de 1958

Todo o poder de conquista no cartum é delegado ao *Amigo da Onça*, não pela sua gentileza em levar flores à garota – o que o primeiro pretendente já o fizera – mas pelo poder de conquista simbolizado pela sua Lambretta. A rota de seu caminho é visível, uma vez que os espaços da imagem são bem demarcados por Péricles e pelas cores utilizadas. Sua vestimenta faz parte daquele cotidiano do final da década de 1950 e início de 1960, quando prevalecia a imagem do jovem de blusão de couro e *jeans*, em motos ou lambretas. A mocinha também caracteriza aquele tempo, no qual, cada vez mais, moda e comportamento se associavam, abandonando as saias rodadas para tornar-se adepta das calças tipo cigarette. Péricles Maranhão, neste cartum, apresenta o contexto histórico específico de sua época no qual fervilhava uma crescente mentalidade em torno do consumo. A sua abordagem, neste sentido, é intimista, voltada para questões que dizem respeito à vida particular dos personagens do cartum, a sua privacidade.



Figura 4. O *Cruzeiro*, 12 de março de 1960

A abordagem da Figura 4 é intimista tanto em seu conteúdo quanto no ambiente em que ocorre. Alocada no interior da casa da garota, este cartum de 12 de março de 1960 contém elementos trabalhados por Péricles que simbolizam o cotidiano, os costumes, por meio da disposição dos artefatos do ambiente. As cores fortes utilizadas, os objetos que emanam movimento, mesmo parados, como os quadros na parede, os elementos do abajur e a disposição dos vasos nas prateleiras no plano de fundo da imagem denotam modernidade. No primeiro plano, a vestimenta do *Amigo da Onça* é um dos elementos que confirmam a abordagem privada do cartum: este se sente à vontade com seu pijama. Com sua característica fisionomia de despreocupação, de descompromisso, aborda a sua sobrinha, dirigindo-lha a fala: “– *Bobagem, sobrinha, o amor vem depois...*”. O sentido de sua fala se dá pela presença do personagem sentado no sofá no plano de fundo do cartum: Péricles deu a este características boçais e um tanto grotescas, aproximando-o do animalesco. Seus dentes são salientes e saem para fora da boca, o que leva o personagem ao ato de babar, ele possui verrugas no rosto, é estrábico, suas orelhas e nariz são desproporcionais para o tamanho de seu rosto e seus cabelos estão despentados. A sua boçalidade corrobora-se ainda mais pelos traços em volta de sua cabeça e os corações que indicam um personagem apaixonado. A posição em que se encontra, com pés cruzados e mãos segurando firmemente o ramalhete de flores, acompanha as suas características psicológicas. O grotesco de sua imagem é também percebido pela sobrinha do *Amigo* no primeiro plano da imagem, que olha para o pretendente com aflição, levando uma das mãos até a boca e suando. A imagem que lhe vem à cabeça,

demonstrada por meio do balão, é a de um sapo, confirmando o seu aspecto animalesco. O seu porte físico dentro dos padrões da época – cabelos bem assentados, cintura fina, quadris e bustos largos se contrapõe à imagem de seu pretendente. A fala de seu tio lhe coloca aflita, pois haverá de tomar uma decisão. Observamos, no entanto, a segunda intenção do *Amigo da Onça* por meio dos cifrões em volta de sua cabeça colocados por Péricles: seu interesse era apenas o dinheiro do personagem/preendente.

Na privacidade de seu próprio lar, a fala inesperada do *Amigo da Onça* ironiza e debocha a convivência com a sogra no próximo cartum de 01 de julho de 1961. Em sua fala há uma quebra de sentido: primeiramente, parece procurar pela sogra que sumiu. E depois, oferece recompensa para mantê-la longe de sua casa. O cartum colabora por fortalecer o estereótipo da sogra, confirmado por Péricles Maranhão, ao associar a sua presença como sinônimo de estorvo: morar com ela, depois de casado, era comum, no entanto, não muito aceito, devido às intrigas no relacionamento com o genro.

O cartum apresenta o próprio lar do *Amigo da Onça* e de sua família. Seus elementos decorativos – móveis, tapete, planta, quadro, cortina, telefone – e as vestimentas dos personagens caracterizam uma família de classe média. Os móveis sugerem modernidade, tanto em sua forma inovadora, como a luminária no plano de fundo, que reproduz movimento, quanto em suas cores, combinando tons fortes – que prevalecem – com os claros. No plano de fundo, a mulher, que representa a esposa do *Amigo da Onça* pai, mostra-se aflita e, ao mesmo tempo, desconfiada com a atitude de seu marido. Ao seu lado, a criança, com características físicas muito próximas de seu pai – o próprio *Amigo da Onça*. Temos

então, o *Amigo da Onça* criança, cujo olhar deixa transparecer as mesmas caracterizações psicológicas de seu pai: transgressoras, debochadas, irônicas. É assim que o observa, no primeiro plano da imagem, de um modo como se entendesse a intenção de sua atitude.



Figura 5. O *Cruzeiro*, 01 de julho de 1961

O *Amigo da Onça*, muito despreocupado, acende seu cigarro e liga para a polícia dizendo: "- Alô, é do distrito? Escuta: minha sogra sumiu de casa. Seu nome é fulana de tal. Se estiver aí, agüenta uns dias que ganhas uma "nota". A quebra de sentido e perspectiva de sua fala se dá exatamente no momento em que diz que sua sogra sumiu. De um modo inesperado, refere-se a ela como "fulana de tal", sem nome e sem possibilidade de identificação. Oferece, ainda, uma "nota" para mantê-la onde está. A sua atitude, frente ao acontecimento, ajuda a formar as estereotipias da sogra que, entre outros

aspectos, era boçal e passiva diante das atitudes transgressoras do gênero e baseia a abordagem em um universo privado.

### Considerações Finais

No contexto histórico estudado, questões que diziam respeito ao progresso e modernização do país estavam evidentes e se faziam presentes em todos os meios. Com cada vez mais força difundia-se a necessidade de se desenvolver o país abrindo suas portas à indústria estrangeira, inserindo costumes aos moldes das nações europeias e norte-americanas. A imprensa teve papel crucial na difusão dessas questões que tomou conta do imaginário dos brasileiros da época, por meio de reportagens, propagandas e desenhos de humor.

A revista *O Cruzeiro* e, na mesma medida, o *Amigo da Onça* atuaram como difusores dessas propostas que se fizeram evidentes de modo significativo no governo de Juscelino Kubitschek. *O Cruzeiro* com suas reportagens que enalteciam o desenvolvimento do Brasil, menosprezando tudo aquilo que pudesse significar atraso e divulgando a imagem do então presidente do país – JK –, por meio de seus feitos políticos e pessoais. Suas páginas, repletas também de conteúdos propagandísticos, ajudavam a afirmar uma crescente cultura de consumo na qual os indivíduos em seu bem-estar eram enaltecidos, na qual se cultuava sua subjetividade e, nesse sentido, a sua privacidade. O cartum *Amigo da Onça*, como parte deste processo, difundiu no mesmo sentido a modernidade que se buscava e o consumo que vinha se tornando palavra de ordem entre os indivíduos, estendendo as suas abordagens ao cotidiano e à vivência destes.

Caracterizamos, assim, nosso período de estudo, conforme o que nos propõe Anna Cristina C. M. Figueiredo, para a qual há, neste período:

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

Péricles Maranhão como homem de seu tempo e de seu espaço, é parte deste imaginário que se consolidava. Expressava por meio dos temas do *Amigo da Onça*, questões evidentes naquele contexto, ou se aproveitava dos costumes humanos em seus vícios e deslizos para fazer uma crítica. O *Amigo da Onça* é então um símbolo, a manifestação do imaginário de seu período. Dentro do recorte temático e temporal, percebemos a frequente transformação, a passagem do público para o privado, ou a diluição de suas fronteiras por meio das abordagens do cartum – estas cada vez mais intimistas.

### Referências

- ALENCASTRO, Luiz Felipe de. Modelos da História e da historiografia imperial. 7-10. In: ALENCASTRO, Luiz Felipe de; NOVAIS, Fernando A. (org.). *História da vida privada no Brasil – Império: a corte e a modernidade nacional*. v.2. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.
- FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. *Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada*. Publicidade, cultura de consumo e comportamento político no Brasil (1954-1964). São Paulo: Hucitec, 1998.

HALL, Catherine; HUNT Lynn; PERROT Michelle. Ergue-se a cortina. 13-47. In: PERROT, Michele (org.). *História da Vida Privada: da Revolução Francesa à Primeira Guerra*. v.4. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARINS, Paulo César Garcez. Habitação e vizinhança: limites da privacidade no surgimento das metrópoles brasileiras. In: NOVAIS, Fernando A.; SEVCENKO, Nicolau (org.). *História da vida privada no Brasil*. República: da Belle Époque à era do rádio, v.3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

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

PROST, Antoine. Fronteiras e espaços do privado. 13-99. In: PROST, Antoine; VINCENT, Gérard

(org.). *História da Vida Privada: da Primeira Guerra a nossos dias*. v.5. São Paulo: Companhia das Letras, 2009

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

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

SALIBA, Elias Thomé. A dimensão cômica da vida privada na República. In: NOVAIS, Fernando A.; SEVCENKO, Nicolau (org.). *História da vida privada no Brasil*. República: da Belle Époque à era do rádio, v.3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

