

declarar que, sofrendo de uma bronquite pertinaz, fiquei radicalmente curado com o uso do *Bromil*. (a) Olavo Bilac”. O precursor dos escritores atualmente empregados em agências de publicidade foi, porém, Bastos Tigre que herdou de Emílio de Menezes o cargo de anunciante de importante cervejaria, em que chegou a aposentar-se; criou o primeiro escritório especializado em anúncios, servindo confeitarias, magazines de modas, sabonetes, cigarros, restaurantes; redigiu almanaques de fabricantes de produtos farmacêuticos; criou *slogans* que atravessaram o tempo: *Igual não há, melhor não pode haver – No vidro é remédio, no corpo é saúde – Fortifica quem o toma, quem o toma forte fica – Quem tem boca vai a Roma* – este para restaurante. Para tônico capilar muito apregoado na época, escreveu este soneto: “Bonde do Jóquei Clube, às nove e meia / De quinta-feira. Vou sentar-me ao lado / De uma jovem gorducha e nada feia. / Vestido branco, de filó bordado, / Ela vai distraída, ao mundo alheia / E nem vê que eu reparo interessado / No bucinho que os lábios lhe sombreia, / Quase bigode, um buço avantajado. / E esta hipótese simples vem à mente: / Amou alguém apaixonadamente, / O alguém fugiu-lhe e ela, ferida e louca, / Tentou matar-se e, em desespero insano, / Em lugar de veneno, astúcia ou engano, / Levou de Pilogênio um vidro à boca”.

Nos textos, porém, as alterações são mínimas, ao iniciar-se o século XX: “O jornal, na alvorada do século, ainda é a anêmica, clorótica e inexpressiva gazeta da velha monarquia, uma coisa precária, chã, vaga, morna e trivial. Poucas páginas de texto, quatro ou oito. Apenas. Começa, geralmente, pelo artigo de fundo, um artigo de sobrecasaca, cartola e *pince-nez*, ar imponente e austero, mas rigorosamente vazio de opinião; espécie de *puzzle* de flores de retórica, que foliculários escrevem com o dicionário de sinônimos a um lado e um jogo de raspadeiras afiadas noutro, literatura cor-de-rosa e que os homens mais ou menos letrados do país sorvem, logo de manhã cedo, ainda em *robe de chambre* e chinelo *cara-de-gato* no bico do pé, acavalando, nos beques estremunhados, enormes *pince-nez* de tartaruga, babando admiração pela obra-prima e a dizer: – Sim senhores, a isto é que se pode chamar artiguíssimo de fundo! Paginação sem movimento ou sem graça. Colunas frias, monotonamente alinhadas, jamais abertas. Títulos curtos. Pobres. Ausência quase absoluta de subtítulos. Vaga *cliché-terie*. Desconhecimento das *manchetes* e de outros processos jornalísticos, que já são, entretanto, conhecidos nas imprensas adiantadas do norte da Europa. Tempo do soneto na primeira página, dedicado ao diretor ou ao redator principal da folha”(199).