



O exercício do Jornalismo Alternativo nos Impressos *Pasquim* e *Bundas*¹

Caroline Gonçalves Taveira²
Maximiliano Martin Vicente³

Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação. UNESP/ Bauru.

Resumo

O presente texto tem por finalidade analisar as transformações ocorridas no jornalismo alternativo na passagem dos anos 70 para os 90 do século passado, tendo como referência algumas matérias e capas publicadas no *Pasquim* e no semanário *Bundas*. Será feita uma análise comparativa entre os dois veículos, além de serem apresentadas as possíveis definições para o termo *alternativo* para ambos os impressos.

Palavras-Chave: imprensa alternativa; grande imprensa; humor; *Pasquim* e *Bundas*.

Introdução

Antes de apresentar nosso objeto de estudo, *Pasquim* e *Bundas*, é necessário compreender a prática de seu jornalismo, o *alternativo*. Vários são os conceitos do termo, mas existem algumas diferenças entre a imprensa alternativa praticada nos 70 com a dos anos 90, como veremos adiante através dos impressos *Pasquim* e *Bundas*.

Após apresentada às definições do termo, nosso intuito será analisar as semelhanças presente entre os dois veículos impressos, ou seja, como estes praticavam o jornalismo alternativo, que tipos recursos eram utilizados e também quais eram os principais assuntos trabalhados.

As inquietações que levaram a compreensão do que seria a imprensa alternativa, e a prática do jornalismo alternativo reside no fato da chamada grande imprensa seguir uma lógica mais mediatista e comercial, deixando de lado, na maioria das vezes, o papel crítico do jornalismo. Com matérias pré-definidas fazendo com que se publiquem assuntos que especialmente servem para dar credibilidade e validade àquilo que o jornal ou revista pensam, algumas funções do jornalista acabam por se perder, notadamente a de argumentar com profundidade, sem depender da premência do

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Mestranda do Curso de Comunicação Midiática. UNESP/FAAC-Bauru, email: carol.taveira@yahoo.com.br

³ Professor Dr. do Curso de Comunicação Midiática. UNESP/FAAC-Bauru, email: maxvicente@faac.unesp.br



tempo e ir a campo para ter uma visão mais abrangente daquilo que esta sendo noticiado.

As notícias, dessa forma, muitas vezes chegam ao nosso conhecimento de maneira análoga, é como uma receita de bolo, que muda de um caderno para outro, mas a essência é a mesma. As notícias em vários veículos de informação são trabalhadas da mesma forma, pois o que está em vigor é que cheguem ao leitor da maneira mais rápida possível e não como esta matéria foi elaborada e discutida. Como afirma Ciro Marcondes Filho (2000: 36):

(...) o jornalismo tornou-se um disciplinamento técnico, antes que uma atividade investigativa ou linguística. Bom jornalista passou a ser aquele que consegue, em tempo hábil, dar conta das exigências de produção de notícias do que aquele que mais sabe ou melhor escreve.

Diante dessa constatação torna-se necessária uma imprensa preocupada com o debate e a crítica, com assuntos que interessem a todos os públicos e que não vise o lucro como principal objetivo, mas sim que traga análises dos fatos de maneira mais detalhada, em profundidade, construídos de forma a explicar e dar sentido às matérias publicadas nas suas páginas. Desta forma o estudo da imprensa alternativa se torna interessante pelo fato de ser ela o oposto da grande imprensa uma vez que visa transmitir informações relevantes ao interesse do leitor, não tendo apenas o lucro como principal objetivo ou o tratamento da informação como mera mercadoria.

Quanto ao conceito do termo *alternativo* Rivaldo Chinem (1995), assim como Kucinski (2003), caracteriza-o como uma imprensa independente, e ainda acrescenta:

O dicionarista Aurélio Buarque de Holanda acrescentou, na segunda edição de seu Novo Dicionário, a definição do termo 'alternativo' como algo que não está ligado aos interesses ou tendências políticas dominantes. (1995, p.7-8).

Paolo Marconi (1980) também expõe seu ponto de vista quanto à descrição do termo alternativo, e coloca:

Na década de 60 deu-se o surgimento da imprensa denominada independente, nanica ou alternativa. (...) O primeiro jornal desse tipo - o Pif-Paf - surgiu em 1964 e teve duração efêmera de 8 edições quinzenais sob a direção do esquerdista Millôr Fernandes. O mesmo humorista em 1969, reunindo-se a um grupo de críticos e humoristas de esquerda (Zirardo, Tarso de Castro, Henfil, Jaguar) funda o semanário O Pasquim. As características desta imprensa:



tiragem reduzida de cada impressão; repercussão reduzida, exceções como O Pasquim, Movimento, Em Tempo; falta de esquema empresarial com trabalho semi-artesanal na maioria dos órgãos; ausência de suporte financeiro adequado, caracterizada pela inexistência de anúncios comerciais, etc. p.307-309.

Segundo Abramo (1988) a imprensa alternativa buscava fazer um contraponto a imprensa burguesa, ela não tinha como intuito substituí-la, mas foi à forma encontrada de expor outros pontos de vista políticos e sociais através do meio impresso. A pauta dos alternativos tinham por base as notícias da grande imprensa, porém com novas análises e enfoque, fatores que de fato os diferia e os colocava em perspectivas diferentes.

Nos estudos sobre imprensa ou mídia alternativa também se destaca o trabalho de John Downing (2002, p. 21), que caracteriza como *mídia radical alternativa* às diversas manifestações da comunicação de linha contra-hegemônica. Esta mídia é vista como uma forma de expressão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas. Downing enfatiza em seu estudo as formas de expressão da mídia radical alternativa, como: danças, músicas, internet, jornais impressos dentre outros.

De forma geral, o conceito de mídia ou imprensa alternativa se resume a prática de um jornalismo contestador ao sistema vigente. Todos os autores mencionados acima expõem seu ponto vista ao termo alternativo como uma manifestação contra-hegemônica, crítica às matérias dos grandes impressos e forma de resistência. Cada autor trabalha o termo de acordo com seu objeto de estudo, músicas, impressos, internet, movimentos sociais e apesar de cada um ter suas particularidades a definição se resume em uma só: contestação.

A imprensa alternativa se revela como uma forma de atuação a fim de expor o que os grandes meios impressos muitas vezes não expõem, como no caso do *Pasquim*, que veremos adiante. Deste modo, assuntos que são minimizados pela grande imprensa ganham espaço nos veículos alternativos.

A seguir trabalharemos as principais características do alternativo *Pasquim*, que circulou a partir dos anos 70 e como ele expunha suas ideias, e através da análise de algumas capas será possível compreender como este exercia o jornalismo alternativo.

O alternativo dos anos 70: *Pasquim*

No ano de 1968 o Ato Institucional nº 5 (AI-5) havia sido instaurado, fazendo com que o sistema ditatorial ganhasse espaço na história brasileira, e é neste cenário que



surge em 1969 o alternativo *Pasquim*, um dos primeiros a circular na época em questão. O AI-5 acabou com a liberdade individual, sindicatos e grupos estudantis, além da liberdade de imprensa. O *Pasquim*, então, passa a circular desafiando os censores e a repressão.

Este foi criado sem muito planejamento, desta forma não havia nenhum projeto definido para sua execução. Era um jornal irreverente e não era político, como destaca Chinem:

“... era apenas um jornal debochado, de contestação, indignado, que queria sair do sufoco, um jornal que não suportava mais ver os outros jornais como a primeira página do *Jornal do Brasil*, cheias de insinuações e legendas, e o censor dentro da redação.” p.43, 1995.

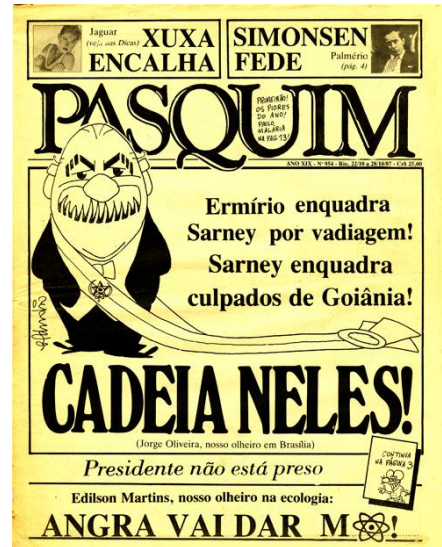
O *Jornal do Brasil* citado por Chinem, hoje disponível em formato digital, foi um jornal da grande imprensa. Este, como muitos outros de grande circulação na década de 70, estavam dominados pelos ideais do regime militar, desta forma não o contrariavam, nem o colocavam sob suspeita. Assim não divulgavam o que realmente estava acontecendo, como buscava fazer o *Pasquim*. Veículos da grande imprensa se submetiam a autocensura, os próprios editores se encarregavam de selecionar as notícias que podiam, ou não, serem divulgadas. Esta autocensura eram acordos entre os proprietários dos grandes jornais com os responsáveis pela censura a fim de que os impressos tivessem livre circulação. Segundo Aquino (1999, p. 222):

Esses acordos/ordens têm a finalidade de decidir sobre o que deve ou não ser publicado, e sua aceitação implica na contrapartida autocensura. De certo modo, embora eventuais resistências possam ocorrer, criando-se imagens figuradas que força uma leitura nas entrelinhas, ou mesmo burlando-se ordens expressas, a autocensura representa uma capitulação, uma vez que o papel censório é transferido do Estado para a direção do órgão de divulgação, que assume a função de comunicar a seus repórteres o que podem ou não escrever.

O humor combativo juntamente com a coloquialidade marcou a existência do *Pasquim*, e além de se posicionar contra a ditadura, era contra o sistema conservador que a sociedade vivia, e através do deboche em suas matérias faziam críticas a assuntos que se referiam ao comportamento das pessoas, como na capa abaixo que trata da questão da violência, além de críticas aos políticos vigentes.



21 de abril/1971



28 de outubro/1987

O *Pasquim* de 1971, ilustrado acima, circulou durante o período do regime militar, período este que tratar de assuntos como sexo e violência nos impressos, não era algo comum. A censura não ficava apenas encima de assuntos políticos, mas também dos que se referiam ao comportamento das pessoas, pois poderia colocar o regime em discussão. De forma descontraída o tabloide trouxe o assunto violência, retratado na capa de uma forma mais indireta, não querendo mostrar que isso estava acontecendo, mas sim que o jornal iria apresentar essas ações.

No *Pasquim* de 1987, os militares não estavam mais presentes, desta forma assuntos que se referiam à política passou a ser mais divulgados mesmo com o risco do veto.

A marca do tabloide foi a inovação na escrita, os outros jornais de circulação no período eram rígidos e escreviam de forma formal, já o *Pasquim* procurou inovar lançando vários neologismos como “putsgrila” e “sifu”. Jaguar¹ fala da experiência do *Pasquim*, e da linguagem empregada:

“Fotografamos e clicamos dezenas de mulheres lindas e maravilhosas. Entrevistamos um monte de gente. Foram 10 anos de

¹Jaguar Fala sobre o Pasquim. Disponível em: <http://taratitaragua.blogspot.com.br/2013/05/jaguar-fala-sobre-o-pasquim-1979.html>

teimosia, 10 anos de briga, 10 anos de oposição. O que - como dizia Groucho Marx - dá a soma de 30 anos. Tivemos pelo menos o mérito de tirar o paletó a gravata do linguajar jornalístico. Botamos em pé o ovo de Colombo da linguagem falada. O beletrismo jornalístico sifu, espero que para sempre, com seus 'outrossins' e 'destartes' (exceto nos editoriais do Globo). O fato é que os leitores desde o começo nos deram força e nunca nos deixaram na mão, pouco ligando para as espinafrações que levam na seção de cartas.”

A busca era por uma linguagem acessível, sem muita formalidade, o intuito era transmitir o que não era transmitido pelos grandes veículos de comunicação, graças à censura e repressão. E como já mencionado o humor seria um recurso chave, para camuflar a informação.



Pasquim n 105, 1971.

Na capa do *Pasquim* de número 105 é claro a sua irreverência, colocando que todo paulista é *bicha*, mais uma vez os assuntos que se referiam a comportamento estava em pauta. Com palavras minúsculas mostra que *bicha* é quem não gosta de mulher. Eram os truques utilizados para chamar a atenção no que eles queriam transmitir.

O *Pasquim* chega ao fim devido a sua má administração, com gastos exorbitantes de seus proprietários, e também devido à prisão de vários jornalistas e



ataques á bomba a redação. Nota-se que o tabloide foi muito bem ilustrado, com charges e cartuns e através do humor expunha as suas ideias, assim como fez *Bundas* no final dos anos 90, como veremos a seguir.

O alternativo dos anos 90: *Bundas*

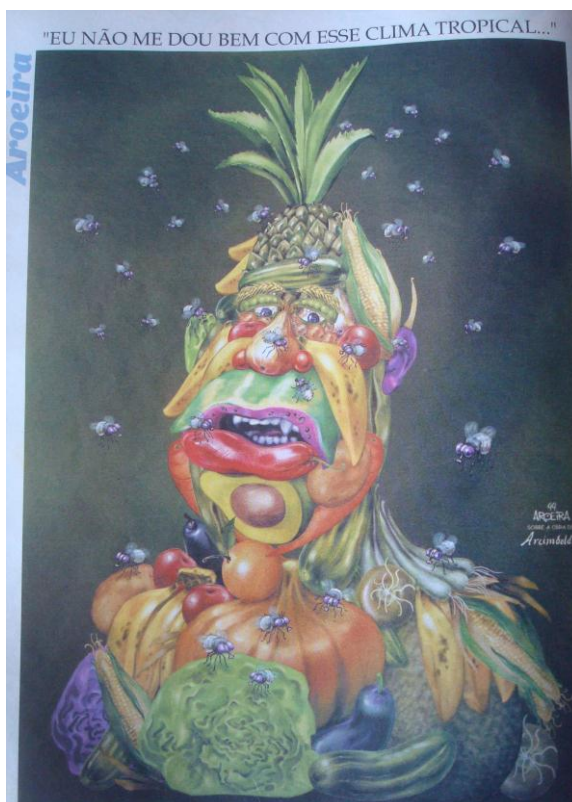
Bundas foi um meio de comunicação de tiragem semanal, em formato tabloide, criada por Ziraldo Alves Pinto, jornalista responsável pelo periódico. Circulou a partir de 1999, período do segundo mandato FHC, sendo impresso no Rio de Janeiro pela editora Pererê Ltda. O periódico se baseava numa crítica bem humorada à ostentação de personalidades e famosos que semanalmente apareciam na revista *Caras*, e circulou até o ano de 2001.

O semanário foi feito sem grandes investimentos, e possuía um título que chamava a atenção do público leitor, causando espanto e curiosidade. Ziraldo e toda comissão editorial e de colaboradores do periódico, que trazia nomes como: Nani; Millôr; Luís Pimentel; Arthur Xexéo; Tutty Vasques; Chico Caruso; Paulo Caruso; Angel; Miguel Paiva, dentre uma série de nomes que envolviam não só o meio jornalístico como também o cultural brasileiro, tentaram mostrar que era possível o resgate dos sentimentos que impulsionaram a imprensa alternativa dos anos 70, já que os anos em que a revista circulou foram marcados por crises econômicas e um aumento significativo do desemprego.

Com a intenção de recuperar algumas características do *Pasquim*, Ziraldo misturou o que motivou os impressos alternativos da época do regime militar, inclusive nomes que fizeram parte da imprensa alternativa daquele tempo, com uma nova geração de jornalistas, exercendo crítica nos campos da política, economia, costumes e comportamento.

O semanário *Bundas* se inseriu no mercado jornalístico como uma forma de regaste a imprensa alternativa dos anos 70. Em meio a uma economia considerada bem difícil para o final dos anos 90 e uma política baseada na total liberdade de comércio, o país enfrentava um dos seus piores momentos econômicos, o desemprego.

Bundas se destaca nesse período por mostrar um lado da política que dificilmente era mostrado pelos grandes veículos impressos de informação, destacando a figura do presidente FHC de forma negativa e satirizada.



Bundas. 13 a 19 de junho de 1999

Na ilustração de FHC, do cartunista Aroeira, é clara a visão negativa que queriam transmitir. De forma debochada apresentavam a figura do presidente muitas vezes detratando sua imagem. A caricatura acima é baseada na obra de Giuseppe Arcimboldo, pintor italiano que compunha as fisionomias humanas através de imagens da natureza como frutas e flores. Essas obras de Arcimboldo faziam parte de sua série de trabalho intitulado “As quatro estações”. Na imagem, o que a deixa com características humorísticas são as moscas, que rodeiam FHC e a frase “EU NÃO ME DOU MUITO BEM COM ESSE CLIMA TROPICAL...” a frase vem bem de encontro com o nome da série de trabalho do pintor.

A forma como o semanário foi editado também merece destaque, pois foi muito bem ilustrado e escrito com linguagem acessível com o uso de termos coloquiais humor, charges, caricaturas e cartuns, fato que o difere de alguns periódicos de grande circulação e se aproxima do *Pasquim*.



Bundas. 13 a 19 de junho de 1999



Bundas. 20 a 26 de junho de 1999

Na matéria de junho que trata da chegada das férias, as ilustrações feitas por Reinaldo, é nítida a coloquialidade, além do recurso humorístico. Satirizando a situação do brasileiro no período, as ilustrações nos remetem a um clima pouco favorável às férias, pois o desemprego estava cada vez mais presente.

Já na ilustração de Adão Iturrugarai, mostrando um parque aquático popular extremamente sujo, com poucas palavras e uma rica ilustração, a imagem mostra o descaso do governo para com os brasileiros.

Questões relacionadas a comportamento frequentemente faziam parte do semanário, mas diferente do *Pasquim* a divulgação desses assuntos eram livres, graças à liberdade da imprensa de expor suas ideias. Na matéria de Henrique Diniz, sobre Viagra, mostra que este assunto já não é, mas um tabu na sociedade. Através de uma história fictícia ele aborda o tema e ainda trabalha com a questão da sexualidade aos 40 anos, sem é claro, deixar o humor de lado.



Bundas. 20 a 26 de junho de 1999



Em 2001 o semanário para de circular, *Bundas* nesse período se torna Almanaque, não sendo mais em formato tabloide, até a forma como nome do semanário era escrito passou por mudanças, de *Bundas* passou a ser *Bumdas*. A substituição do N pelo M talvez tenha sido uma estratégia para não causar tanto espanto com o nome do semanário. Mas mesmo após todas essas mudanças aos poucos ele passa a perder seus leitores, chegando ao fim 2001. A justificativa dos idealizadores do semanário para seu fim foi à falta de publicidade e público, fatores que fizeram com que este saísse do mercado.

Considerações finais

Como vimos *Bundas* não circulou por muito tempo, mas impulsionou, assim como o *Pasquim* nos anos 70, a vinda de outros impressos alternativos. A análise das capas e matérias mostra a semelhança dos dois veículos ao se transmitir a informação, sempre com muitas ilustrações e humor.

Mesmo tendo circulado em períodos deferente da História, *Bundas* e *Pasquim* se assemelham por terem buscado mostrar o que estava se passando no Brasil. Com matérias de fácil entendimento no intuito de ser diferente dos grandes impressos, esses tabloides marcaram a prática do jornalismo alternativo.

As diferenças notadas nos dois veículos de informação, é vista principalmente no período de circulação, pois um circulou em período democrático e outro de repressão. A comissão editorial do *Pasquim* e *Bundas* tinham muitos nomes em comum, como Ziraldo, Jaguar e Millôr, a forma como buscavam passar informação era muito parecida, o que de fato os feria eram seus ideais. O *Pasquim* buscava combater o regime através de denúncia das medidas dos militares, já *Bundas* não tinha como proposito combater a democracia, mas sim expor de maneira clara o problema dos brasileiros. O principal objetivo de *Bundas* era ser diferente da grande imprensa e praticar um jornalismo mais crítico, já o *Pasquim* tinha como intuito buscar saídas para se tornar uma imprensa livre pra divulgar suas ideias. Mas os dois impressos tinham o caráter contestador e fora dos padrões da grande imprensa.

Através da análise dos dois veículos se torna mais evidente as diferenças entre imprensa alternativa e grande imprensa. Muito do que é publicado nos grandes veículos são notícias que muitas vezes privilegiam os interesses das associações que controlam as práticas jornalísticas como: ANJ (Associação Nacional de Jornais) e a ANER



(Associação Nacional dos Editores de Revista), em vista a conquista de seus lucros e tendências ideológicas. A chamada imprensa de oposição, ou alternativa busca reverter esse cenário de monopolização midiática, pois esta possibilitou que houvesse novas opções de fontes informativas.

A análise dos dois alternativos foi capaz de mostrar que esses não trabalham com os mesmos ideais dos grandes impressos, pois buscam algo que nem sempre é abordado por esses como: críticas ao sistema político vigente; denúncias contra algum de seus representantes; problemas sociais; crises econômicas, dentre outros assuntos que afetam diretamente os chamados donos do poder. Fato que nos leva a caracteriza-los como alternativos.

Referências

ABRAMO, Perseu. *Imprensa Alternativa: alcance e limites*. Revista Tempo e Presença, nº. 233, agosto de 1988. Boletim Periscópio Internacional.

AQUINO, Maria Aparecida de. *Censura, Imprensa e Estado Autoritário (1968-1978): o exercício cotidiano da dominação e da resistência, o Estado de São Paulo e Movimento*. Bauru: EDUSC, 1999.

CHINEM, Rivaldo. *Imprensa alternativa: Jornalismo de oposição e inovação*. São Paulo: Ática, 1995.

DOWNING, John D. H. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Senac, 2002.

JAGUAR. *Jaguar Fala sobre o Pasquim*. Disponível em: <http://taratitaragua.blogspot.com.br/2013/05/jaguar-fala-sobre-o-pasquim-1979.html>. Acesso 07/01/2013.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*, 2003.

MARCONI, Paolo. *A censura política na imprensa brasileira (1968-1978)*. São Paulo: Global editora, 1980.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação & Jornalismo - A Saga dos Cães Perdidos*. São Paulo, Hacker Editores, 2000.

Periódicos

REINALDO. *Chegaram a férias*. Revista Bundas. p. 15, n 5, 14 a 19 de junho de 1999.

AROERIRA. *Ilustração de Fernando Henrique Cardoso*. Revista Bundas. p.28, n 5, 14 a 19 de junho de 1999.

ADÃO. *Parques aquáticos populares*. Revista Bundas. Contra capa, n 6, 20 a 26 de junho de 1999.



DINIZ, Henrique. *Vovô viu o Viagra*. Revista Bundas. p. 19, n 6, 20 a 26 de junho de 1999.

Capas

PASQUIM. *Todo paulista é bicha*. 14 de julho de 1971.

PASQUIM. *Sexo, amor e violência*. 21 de abril de 1971.

PASQUIM. *Cadeia neles!* 28 de outubro de 1987.