



Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

## ***O Pasquim* e a cultura de massa: Uma análise da primeira edição do jornal<sup>1</sup>**

Antonio Hohlfeldt<sup>2</sup>

Vinícius Zuanazzi<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

### **Resumo**

Apesar de não se enquadrar nos padrões clássicos de um veículo de imprensa pertencente ao vasto campo da mídia de massa, *O Pasquim* fazia uso de elementos culturais desse universo para compor o material de suas publicações. O presente artigo busca um exercício de memória e resgate histórico da primeira edição de *O Pasquim*, cruzando as teorias sobre comunicação de massa de autores como McLuhan (1971), Eco (1984), Defleur (1993), Barbero (1997), McQuail (2003) e Morin (2011), com os elementos presentes no jornal – reportagens, crônicas, cartuns e publicidade – a partir do conteúdo de seu primeiro editorial.

**Palavras-chave:** História da Mídia Alternativa; *O Pasquim*; Cultura de Massa; Ditadura Militar.

### **Introdução**

A ditadura militar no Brasil teve seu período de maior repressão a partir de 13 de dezembro de 1968, após o general e presidente da República, Artur da Costa e Silva, assinar o Ato Institucional de número cinco (AI-5). Seis meses após esse episódio, em 26 de junho de 1969, chegava às bancas de jornal um novo periódico, humorístico e contra-hegemônico, oriundo do bairro carioca de Ipanema: era a primeira edição de *O Pasquim*.

*O Pasquim* não era menos contestador por ser humorístico. Para os militares censores, possivelmente suas brincadeiras soavam mais inofensivas que as matérias diretas de outras publicações alternativas. Dessa maneira, *O Pasquim* construiu uma

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História da Mídia Alternativa integrante do Alcar Sul 8 - 8º Encontro Regional Sul de História da Mídia.

<sup>2</sup> Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS, e-mail: [hohlfeld@pucrs.br](mailto:hohlfeld@pucrs.br)

<sup>3</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS, e-mail: [zuanazzivinicius@gmail.com](mailto:zuanazzivinicius@gmail.com)



## Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

metodologia crítica: driblava os censores pelo riso e levava aos leitores seus cartuns e textos de reflexão crítica ao regime militar. De acordo com Chinem (1995), no periódico se desenhava e escrevia de maneira livre e pessoal, o que se tornou uma das marcas da publicação. Muito irreverente, o jornal trazia forte crítica política e de costumes no momento em que a chamada grande imprensa estava calada.

Para uma melhor compreensão sobre os elementos de cultura de massa presentes na primeira edição de *O Pasquim*, foi necessário conceituar e refletir sobre esse campo. Entende-se por *cultura de massa* o processo de produção dos mais variados bens de consumo cultural em larga escala, com o objetivo final de se alcançar o maior número de receptores possível, a preços módicos. A mídia de massa está inserida na cultura de massa, que é, por sua vez, voltada para a sociedade de massa. A cultura de massa é um produto da sociedade industrial, que permite uma dimensão de quantidades de produção jamais imaginadas antes do surgimento das grandes máquinas. A massificação é o resultado da existência de uma tecnologia que possibilita uma produção em massa. Para Morin (2011), a industrialização foi uma ferramenta para a democratização cultural.

### Objetivos

Este trabalho tem como objetivo geral estudar a comunicação brasileira conhecida como alternativa, mais especificamente a de oposição à ditadura militar, em seu tempo mais repressivo. O objeto da análise se encontra nas páginas da primeira edição do jornal *O Pasquim*, datada de junho de 1969. O estudo pretende promover um levantamento do conteúdo contido naquela primeira edição, traçando uma análise crítica sobre os elementos da cultura de massa inseridos na publicação. *O Pasquim* foi uma mídia impressa crítica ao *status quo*, publicada semanalmente, no decorrer de um período de forte censura e perseguição política no Brasil. O resgate histórico da existência do jornal, nessa temporalidade, é fundamental para se compreender e valorizar a mídia alternativa do período da ditadura militar.



### Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

Como objetivo específico, pretende-se contextualizar e compreender a existência de *O Pasquim* enquanto veículo de imprensa de nicho, que se utilizava de elementos da cultura massificada para alcançar receptores em maior escala, para além da porcentagem de leitores que buscava uma mídia alternativa. Assim sendo, este artigo visa localizar narrativas ilustrativas das teorias da comunicação de massa, presentes nas reportagens, crônicas, cartuns e publicidade que estamparam as páginas do primeiro volume da coleção do referido periódico, a partir do seu primeiro editorial.

#### **Metodologia**

Este artigo propõe uma análise exploratória e qualitativa. A metodologia aplicada combina pesquisa bibliográfica e documental com a análise de conteúdo. A pesquisa documental é utilizada no processo de coleta do material de pesquisa, disponível no portal eletrônico da Biblioteca Nacional, responsável por digitalizar todo o acervo de edições de *O Pasquim*, e a disponibilizá-lo de maneira *on-line* e gratuita na internet. Posteriormente à coleta do material, a análise de conteúdo será utilizada no estudo dos elementos da primeira edição do jornal. A opção pela análise de conteúdo justifica-se pela intenção dos autores em compreender os objetivos na estreia de *O Pasquim*, observando seu contexto histórico, bem como os elementos da cultura de massa presentes na primeira edição do periódico, que surgia com a proposta de contra-hegemonia perante o governo militar que estava no poder.

#### **Resultados, discussão e análises**

Tendo em mente os aspectos das teorias da comunicação de massa aplicados para o presente artigo, observa-se *O Pasquim* como um produto avesso aos preceitos de uma tradicional mídia pertencente à cultura de massa, apesar de fazer uso de aspectos oriundos do universo massificado com a finalidade de tornar vendável seu produto, buscando a atenção de um maior número de receptores. Ainda que se pretendesse como alternativa



## Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

aos padrões da mídia hegemônica, deve-se lembrar que *O Pasquim* esteve inserido na estrutura da indústria cultural, e que a relação padronização-invenção não é algo mecanizado, pois segue uma permanente mutação. O semanário habitava um patamar definido por Morin (2011) como zona marginal da indústria cultural, localizado fora da área central, onde estão as produções de menor orçamento e destinadas a públicos de nicho.

### Considerações

Assim sendo, com base no que já foi relatado até aqui, acreditamos que *O Pasquim* pode ser considerado uma mídia alternativa segmentada e desmembrada do grande campo da mídia de massa, mas que soube se valer dos recursos daquela indústria para viabilizar sua existência à margem dos gigantes da comunicação brasileira.

### REFERÊNCIAS

- AUGUSTO, Sérgio; JAGUAR. **O Pasquim: Antologia (1969 - 1971)**. v. 1. Rio de Janeiro: Desiderata, 2006.
- BARBERO, Jesús-Martin. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: 70, 1977.
- BRAGA, José Luiz. **O Pasquim nos anos 70: Mais pra êpa que para ôba**. Brasília: UNB, 1991.
- BUZALAF, Márcia Neme. **A censura no Pasquim (1969-1975): As vozes não silenciadas de uma geração**. São Paulo: Assis, 2009
- CHINEM, Rivaldo. **Imprensa alternativa: Jornalismo de oposição e inovação**. São Paulo: Ática, 1995.
- DEFLEUR, Melvin L. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. Barcelona: Lúmen, 1984.



### Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. et FRANÇA, Vera V. (Org.). **Teorias da comunicação** - Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1971.

MCQUAIL, Dennis. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MORIN, Edgard. **Cultura de massas no século XX**: Espírito do tempo 1: Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

O PASQUIM. Rio de Janeiro: Número 1, jun. 1969. Disponível em: <http://memoria.bn.br/>. Acesso em: 9 jun. 2020.