



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

---

**Francisco Bicudo (Universidade Anhembi Morumbi)**

**Revista “Caros Amigos” – Um outro jornalismo é possível<sup>1</sup>**

**Resumo** – O artigo apresenta uma primeira fotografia da revista “Caros Amigos”, tendo como universo de análise as edições publicadas no período de abril de 1997 a abril de 2001. Tirada sob determinado ângulo e condições, essa foto identifica na publicação os elementos e características que nos permitem afirmar que se trata de uma nova proposta e representante da imprensa alternativa e independente, que consagra ainda a perspectiva da prática de um jornalismo interpretativo. O texto nos permite conhecer o mundo de “Caros Amigos”, uma publicação que combate a “mídia monodiscursiva” e o pensamento autoritário neoliberal. Interferência do jornalismo com sentido público em uma mídia cada vez mais mercantilista, como ressalta Muniz Sodré, a revista nos manda a seguinte mensagem, escrita em letras garrafais: UM OUTRO JORNALISMO É POSSÍVEL.

**Palavras-chave**- “Caros Amigos”; imprensa alternativa; jornalismo interpretativo

---

**Texto do Artigo**

A primeira edição da revista “Caros Amigos” chegou às bancas em abril de 1997. Formato tablóide, maior do que o convencional utilizado pelas revistas, trazia na capa uma foto meio desfocada do jornalista Juca Kfourri, personagem da “entrevista-explisiva”, que logo se consagraria como o carro-chefe da revista. A capa era toda em preto e branco. Tiragem inicial da revista: 50 mil exemplares. Sem perder tempo, ela já anunciava, no editorial deste primeiro número, seus princípios de atuação e objetivos de vida.

*“Caros Amigos” é uma reunião de inteligências e talentos que andam espalhados por diversos meios de comunicação, alguns; e outros que estão marginalizados por todos os meios. Têm, esses talentos e inteligências, diferentes modos de pensar e interpretar a realidade, mas se identificam, todos, num ponto crucial: a ética, preocupação primeira desta revista mensal que vai para as bancas do país inteiro com a intenção de discutir o Brasil e o mundo de hoje de um ponto de vista original, pelo menos no que se refere ao atual mercado de publicações. Outros muitos talentos e inteligências, brasileiros e estrangeiros, irão desfilar nas páginas futuras de “Caros Amigos” – a lista é enorme e cada um, como nós, tem absoluta certeza da*

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

*existência de um largo contingente de leitores, mulheres e homens, jovens e maduros, ávidos por uma publicação que lide com idéias, que seja crítica, que leve à reflexão. E que traga tudo isso sem ser aborrecida, mas com bom humor; sem academicismo, mas com linguagem cotidiana; sem partidatismo, sem vanguardismo, sem voluntarismo; na verdade, sem nenhum ismo. (1)*

A edição de estréia vendeu 20.800 exemplares, um número bastante significativo para os padrões nacionais. O núcleo inicial que abraçou a proposta e decidiu investir na publicação era formado pelos jornalistas Sérgio de Souza, Roberto Freire, Chico Vasconcellos e João Noro.

*“Caros Amigos” nasceu contra-hegemônica. A gente sonhava com a independência dos jornalistas, que eles pudessem escrever aquilo que quisessem e da maneira que quisessem. Mas a gente não queria ser ‘nanico’, que é algo marginal, desprezado; queríamos ser profissionais, com direito à venda e inserção nacional, como qualquer outro veículo. Foi uma tentativa de reedição do jornalismo da paixão, que a gente conseguiu fazer em “Realidade” (2).*

Desde seu surgimento, a revista funciona com base na crença e empolgação de diversos colaboradores mensais, que ajudam a construir e manter vivo o projeto. São todos “caros amigos”, que investem na proposta e na publicação sem remuneração fixa, adotando a perspectiva de que “se um dia der certo mesmo e a revista ganhar dinheiro, todo mundo que dela participa ou participou também vai ganhar dinheiro”. Mensalmente, aparecem em suas páginas colaboradores como Léo Gilson Ribeiro, Emiliano José, Ana Miranda, César Benjamin, Emir Sader, Frei Beto, Mylton Severiano, Guto Lacaz, Gilberto Vasconcelos, além do saudoso Aloysio Biondi, que era um dos destaques do time de “Caros Amigos”.

*A redação funciona mais de fora para dentro do que de dentro para fora, na medida em que a maior parte do material publicado vem dos colunistas, dos que*

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



*assinam seções fixas, do autor do ensaio fotográfico, e de repórteres e fotógrafos. A receita de cada edição é completada pela grande entrevista, feita pelo pessoal da redação e profissionais convidados, por reportagens e perfis, pela seção de cartas dos leitores e pelo pequeno editorial. Funcionar mais de fora para dentro não quer dizer menos trabalho. É preciso cobrar prazos desse grande número de colaboradores-cúmplices, é preciso pautar ou organizar o material, selecionar o ensaio fotográfico, é preciso editar o texto e a arte, revisar o texto, acompanhar a fotolitagem das páginas e finalmente acompanhar a impressão. (3)*

Uma boa definição do projeto de “Caros Amigos”, até mesmo porque é uma opinião de quem a enxerga “de fora”, nos é oferecida por Muniz Sodré. Quando analisa o atual momento vivido pelos nossos meios de comunicação, ele faz uma sintomática e precisa distinção entre jornalismo e mídia. No primeiro caso, afirma que se trata de uma prática comprometida com a publicização e a defesa das liberdades civis, com a liberdade de expressão, o direito à informação, o reportar e a história. *A liberdade de imprensa é a maior de todas as liberdades, garantia de todas as outras*, diz. No entanto, quando passa a fazer parte da estrutura de poder, deixando de ser um mediador social para se consolidar como agente social, o jornalismo abandona também seus ideais primeiros, e não pode mais ser chamado como tal. Seu novo nome: mídia. A reboque do mercado e do capital transnacional, dos grandes conglomerados e corporações, e organizando as informações a partir dessas relações, é ela quem agora nos oferece um mundo e valores próprios. É ela quem cria e molda suas próprias histórias. Hegemonicamente, é esse o estágio que conhecemos atualmente. E é com base nessas explicações prévias que Muniz sentencia: a revista “Caros Amigos” é uma intervenção direta do jornalismo na mídia. *O jornalismo feito pela revista garante a sobrevivência de um estilo de publicismo no interior de uma mídia que está por demais comprometida com a tecnologia, o espetáculo e o mercado. “Caros Amigos” tem compromisso com o pensamento crítico humanista, é um jornalismo de idéias e debates, sem ser panfletário. Ela se dirige a cidadãos, e não a consumidores. (4)*



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Nestes quatro primeiros anos de vida, a revista cresceu, conheceu sérias dificuldades financeiras, quase fechou suas portas, voltou a respirar, encontrou seu espaço, e, hoje, salvo acidentes de percurso e as obras do imponderável, é possível afirmar que se trata de um projeto jornalístico e empresarial estabilizado e consolidado. Em seu percurso, incorporou outros jornalistas (José Arbex Jr. e Marina Amaral, por exemplo), e acabou perdendo dois de seus mentores intelectuais – João Noro e Roberto Freire. Para setores representativos da nossa sociedade (empresários, intelectuais, professores, estudantes, dirigentes políticos, pesquisadores, artistas, militantes de movimentos sociais), “Caros Amigos” se afirmou como uma das grandes novidades em termos de jornalismo nacional, nesses últimos tempos. Embora sua fórmula não seja de fato nova ou revolucionária, ela ganha importância e repercussão pública justamente por resgatar a preocupação com os textos de autor e as narrativas bem apuradas e contadas. Além disso, abre espaço para reflexões que rompem com a perspectiva da verdade absoluta e do pensamento único neoliberal, dando contornos claros a seu viés contra-hegemônico – e, nesse sentido, ela seria uma espécie de “oxigênio revitalizador”, um contraponto à atual produção feita pela grande imprensa.

Preocupada não apenas com o presente, mas principalmente com o que vem por aí, “Caros Amigos” recupera e reafirma também um ideal e prática que há muito tempo deixou de existir na grande imprensa: o espaço para o aprendizado e a formação de novos jornalistas, que nela se encontram com as gerações mais antigas do jornalismo brasileiro. Com isso, a revista abre suas portas para uma espécie de grande laboratório, para a prática da troca de idéias e conhecimentos. Quem não gostaria, afinal, de sentar à mesa para discutir um texto com o Sérgio de Souza, ouvir uma análise econômica do sábio e saudoso Aloysio Biondi, conversar com o Arbex sobre a melhor abertura para a matéria, ouvir as opiniões do Ricardo Kotscho a respeito da reportagem que se está fazendo? Os jovens jornalistas de “Caros Amigos” têm esse privilégio e oportunidade. É esse o espírito e encontro de gerações que norteia o cotidiano da revista.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

*“Caros Amigos” tem uma característica central: ela reúne velhos jornalistas, dinossauros mesmo, ao mesmo tempo em que atrai a nova geração de profissionais. Isso é extraordinário, é o que falta no Brasil. É o encontro de uma antiga geração que passa a sua experiência, de maneira não impositiva, para esses jovens. Nesse sentido, a revista é singular. (5)*

*É uma tentativa de fazer jornalismo independente, em dois sentidos: não estar ligado a nenhum grupo econômico poderoso e poder olhar para a realidade e se dar o direito de enxergar coisas que a grande imprensa normalmente não procura. (...) O espírito da revista é diferente e se reflete no produto final. Há uma troca intensa. Todo mundo lê as matérias e dá palpite, opina nas chamadas de capa. Não é uma democracia que funciona por decreto, mas uma situação que foi construída no dia-a-dia, e que se consolida em virtude da proximidade das pessoas e de seu envolvimento com o projeto. Aquela coisa que a “Folha de São Paulo” tanto queria, de vestir a camisa, aqui acaba acontecendo naturalmente, porque as motivações são outras. (6)*

Motivados por esse espírito, os caros amigos conseguiram, nos quatro anos que foram objeto de nossa análise (abril/97 a abril/2001), publicar 49 edições da revista. Além disso, nesse período, “Caros Amigos” publicou ainda 8 edições temáticas especiais.

A análise de algumas das reportagens publicadas pela revista nos permite destacar duas características principais, que, em “Caros Amigos”, aparecem pintadas em cores bem vivas. Em primeiro lugar, há um desejo manifesto de nadar contra a corrente e fugir do discurso do mercado e de seus valores, apresentando outros temas, personagens, pautas e enfoques ao debate público. São as premissas que permitem buscar dizer o que a hegemonia não diz ou esconde, ou, em outras situações, fazê-lo de maneira diferente. É nesse sentido que ela é contra-hegemônica. Contra o individualismo consumista, oferece a possibilidade uma outra visão de mundo, coletiva e solidária; contra a imposição reducionista e autoritária do “eu sei e apenas quero comprovar minha tese com essa matéria”, surge a porta aberta para a descoberta, o “a



princípio eu não sei e quero entender melhor como é que essas coisas funcionam, o que essas pessoas têm a me dizer, como elas se relacionam e enxergam o mundo”.

Sem “gancho” ou algo muito “quente” ou factual-objetivo (por mais discutíveis e subjetivos que sejam esse conceitos), a imprensa diária dificilmente publicaria matérias sobre as mulheres do Islã, o uso da camisinha por adolescentes da periferia, a marcha dos trabalhadores rurais sem-terra. Antes de mais nada, perguntariam seus editores: “onde está o lide? Mas todo mundo já não sabe disso? Qual a novidade? Por que essa matéria deve aparecer agora?”. A lógica e percepções e preocupações jornalísticas de “Caros Amigos” são outras. O retrato e recorte social que nos apresentam também são distintos. Para eles, o que faz parte da humanidade e do mundo em transição pode e deve ser melhor conhecido e compreendido. E o jornalismo é uma das janelas que pode ser aberta e propiciar esse diálogo e encontro. Existem tantas e tantas histórias acontecendo nesse mundo...por que não contá-las? Daí se pensa a pauta e se faz a reportagem. Com isso, a revista desafia a grande imprensa a rever as limitações de seus “critérios jornalísticos”. Há, portanto, uma ampliação enriquecedora da agenda, da possibilidade de pautas e dos assuntos colocados ao debate público.

Mesmo quando “Caros Amigos” dá conta de temas já pautados e tratados pelos grandes veículos de comunicação, tem como princípio fazê-lo de maneira diferente. O exemplo dos trabalhadores sem-terra é emblemático do que dizemos. Na grande imprensa, eles são satanizados; na revista alternativa, surgem como seres humanos organizados em torno de um consistente movimento social de massas, que se mobiliza para exigir reforma agrária e a adoção de outros projetos e modelos de desenvolvimento, opostos ao neoliberal.

Em segundo lugar, a análise das reportagens faz saltar aos olhos, também de maneira muito cristalina, a capacidade singular que a revista tem de contar e narrar boas histórias. Ao invés do consumo fácil, a fruição reflexiva – e namorada, portanto, do jornalismo interpretativo. Não se trata de incursões puras ou diletantes pela literatura ou pelo romance, como desejarão argumentar alguns arautos da objetividade, na tentativa de desqualificar o trabalho da revista. O que ela faz é jornalismo. Mas esse não se deixa pasteurizar ou tornar-se monossilábico, e nos convida a um banquete plural, um



encontro com os textos e estilos de cada autor. Veja bem: “Caros Amigos” não exclui a linearidade, na medida em que, enquanto processo comunicacional e jornalístico, se propõe a transmitir informações e a responder, em algum momento, às seis perguntas clássicas (o que, quem, quando, onde, por que, como). Mas ela não acredita que essas respostas devam aparecer sempre da mesma maneira, no mesmo primeiro parágrafo; por isso mesmo, toma essa necessidade como ponto de partida e a supera por perceber, intuitiva ou conscientemente, que apenas a linearidade já não basta nem é mais suficiente para captar, compreender e narrar a universalidade e a intensidade dos sentimentos e emoções humanas. É nesse momento que entra em cena a reportagem como espaço da complexidade, tomada não como um conceito teórico, mas como um fato da vida, e que corresponde à multiplicidade, ao entrelaçamento e à contínua interação da infinidade de sistemas e fenômenos que compõem o mundo natural. (7)

As avaliações feitas pelos personagens que são os protagonistas do projeto “Caros Amigos” também são importantes para nos auxiliar nesse mergulho de compreensão que procuramos fazer em relação às reportagens publicadas pela revista.

Para Sérgio de Souza, a revista sempre teve a vocação para a reportagem. Ele diz que nem estamos publicando tantas reportagens quanto gostaríamos. Acredito que exista um público desejoso de reportagens, como em qualquer lugar do mundo. Não acredito que as pessoas não gostem ou não tenham tempo de ler, como se apregoa hoje em dia. As editoras de revista que defendem essa tese estão, na verdade, voltando seus investimentos para matérias ligeiras por duas razões principais. A primeira é ideológica: elas não estão preocupadas com a cidadania, e sim com consumidores. A segunda é de ordem econômica: como o que lhes interessa é primordialmente o lucro, não se dispõem a investir em reportagem, um gênero de jornalismo de alto custo. (8)

Na mesma linha de raciocínio, Marina Amaral não poupa críticas aos veículos da grande imprensa. Ela afirma que, antes, havia muito mais preocupação e capricho com o texto e a linguagem. Mas essas coisas se perderam. Hoje, usa-se sempre um texto curto e fácil, simplista. Muitas vezes recorre-se à “fórmula Veja”, que tanta trazer todas as informações sobre um determinado tema e encerrar o assunto. Com isso, você se torna impositivo, não questiona, e aí se cria uma única realidade possível. É por isso que a



gente investe no sentido contrário, na reportagem e nos textos de autor. E eu não estou falando apenas das grandes reportagens. Acho que um dos desafios da revista é justamente pensar pautas e reportagens pequenas e redondas.(9)

Embora admiradora declarada do gênero, mas sem conseguir publicar tantas reportagens quanto gostaria, por conta de seus custos financeiros, a revista decidiu fazer da grande entrevista o seu maior carro-chefe e marca registrada.

Sempre achei que uma das funções da imprensa seria a de colher depoimentos de pessoas que tenham um legado moral a deixar para os jovens. Para mim, o testemunho é o maior bem que se pode legar. Fico imaginando: se aqueles que vivem ou viveram perto ou no centro do centro do poder, de todos os poderes, deixassem seu testemunho, os jovens queimariam muitas etapas no caminho da consciência cidadã. Sempre cultivei a idéia de lançar uma publicação exatamente com esse título: “Testemunho”. (...) A idéia da entrevista-explosiva nasce mais ou menos perto disso. A proposta era de que o entrevistado criticasse o próprio meio em que atua. Deu e continua dando certo, felizmente. (10)

Ao cultivar a entrevista-testemunho, o depoimento, “Caros Amigos” busca inspiração, aproxima-se e encontra-se com a história oral; quando registra em suas páginas o produto dessa conversa, respeitando o jeito de ser e falar de cada um dos entrevistados, sua oralidade, a revista dialoga com a literatura; na medida em que amplia os níveis de contextualização, apresentando o entrevistado como um sujeito de um mundo complexo e envolvido por diferentes forças e conflitos sociais, ciente de que os fatos e sujeitos não existem de maneira isolada, a publicação namora com a sociologia. É essa visão multidisciplinar da contemporaneidade que chega às bancas todos os meses, instigando a nossa leitura e indicando que as sociedades precisam ser encaradas como algo muito mais refinado e sofisticado do que uma divisão entre “bons e maus, entre melhores e piores, entre aqueles que podem e os que não podem”.

As entrevistas de “Caros Amigos” são verdadeiros mergulhos na alma e no âmago dos entrevistados. Nada passa despercebido: a história, tensões, gestos, risadas, conflitos, respostas evasivas, longos fluxos de pensamento, contradições – tudo isso aparece nas entrevistas publicadas pela revista. Sem preocupar-se com o tamanho das

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



respostas, ela deixa o texto fluir, e há raciocínios que duram uma ou às vezes duas colunas inteiras. O espectro das discussões é também bastante amplo e, embora apresente alguns focos principais, não perde a oportunidade de mostrar-se abrangente e inclusivo. Na edição 45, de dezembro de 2000, por exemplo, a revista abriu espaço para ouvir o ex-jogador Sócrates. Assunto-base, claro, o futebol. Mas o “doutor”, como é carinhosamente conhecido, falou também sobre sua infância, a maneira como o futebol começou a fazer parte de sua vida, sua passagem pela faculdade de medicina, o interesse pela política, a inseparável cerveja, os sutis toques de calcanhar (sua marca registrada), a democracia corinthiana, a participação na Campanha das Diretas (1984) e sua proximidade com o PT, sua passagem pelo futebol italiano, a relação entre jogadores e jornalistas, até chegar à corrupção, desorganização e desmandos que marcam a atual fase vivida pelo futebol brasileiro. Trata-se de uma divertida conversa – e ela é tão bem construída e retratada jornalisticamente que o leitor passa a ser cúmplice dela. O “doutor” Sócrates, por meio de suas frases, opiniões, conceitos, risadas, desnuda-se e revela-se diante de nós. A entrevista, assim, parece abandonar seu aspecto bipolar, e se transforma num objeto com três pontas e instâncias, onde os leitores, quase em pé de igualdade, se unem aos entrevistadores e ao entrevistado. Essa diferença não é insignificante, pois parte do princípio de que também somos sujeitos e participantes desse processo. O texto nos trata não nos olhando de cima para baixo, numa postura professoral e que pretende dizer algo **para** alguém; pelo contrário, ele nos dirige o olhar em linha reta, no mesmo plano e altura, na expectativa de estabelecer um **contato** e **con**versa.

Além do doutor Sócrates, já passaram pelas páginas de “Caros Amigos”, em suas entrevistas, Caco Barcellos falando sobre a polícia que mata os pobres; Leonardo Boff criticando o poder e as práticas da Inquisição ainda presentes na hierarquia da Igreja Católica; Oded Grajew questionando o papel e a mentalidade do empresariado nacional; Mano Brown escancarando a realidade da periferia de São Paulo e o rap como manifestação cultural e política dos guetos excluídos da sociedade; Aloysio Biondi falando sobre os processos de privatização; Roberto Romano e Marilena Chauí refletindo sobre o momento vivido pela Universidade pública e o papel dos intelectuais



e acadêmicos; João Pedro Stédile, por duas vezes entrevistado, pondo fogo no debate sobre a reforma agrária; Dráuzio Varella falando sobre saúde; Lobão questionando o poder e os jabás das gravadoras e rádios comerciais, apenas para citar alguns outros exemplos.

Sem poder contar com as anunciantes e a propaganda, que pouco se interessam em investir em uma revista de “esquerda”, “Caros Amigos” tem buscado sua sustentação e garantia de vida no contato e no diálogo direto com seu maior patrimônio – seus próprios leitores. Em julho de 2001, a revista vendia em bancas, em média, 20 mil exemplares. Sua carteira de assinantes cresceu de maneira exponencial: em dezembro de 97, eram 800 assinantes, dos quais 400 eram amigos e colegas da redação; no final de 98, o número de assinaturas já havia subido para 2.800, chegando a 5.000 no final do ano seguinte, 10.000 em dezembro de 2000, batendo finalmente na marca dos 12.300 assinantes em julho de 2001. **(Ao completar cinco anos, em abril de 2002, esse número já havia batido os 18 mil assinantes)**. Na composição total da receita da revista, eles já representavam (sempre tendo como referência julho de 2001) cerca de 36% do que a publicação arrecadava – aproximadamente 56% vinham dos exemplares vendidos em bancas, enquanto que a publicidade respondia por apenas 8% daquela receita.

Segundo Wagner Nabuco, diretor comercial da revista, esse quadro coloca “Caros Amigos” em uma situação de equilíbrio financeiro instável e precário. Há meses em que estamos no negativo, outros em que há um pequeno superávit. Mas tudo é muito difícil, nos dá pouca margem de manobra e investimentos, o que nos obriga a pensar em outras formas de receita, como os livros, os lançamentos-filhotes e os serviços editoriais. Segundo ele, para que consiga alcançar o tão desejado equilíbrio estável, a revista precisará vender, em média, 26 mil exemplares por mês nas bancas, além de consolidar uma carteira com pelo menos 20 mil assinantes. Aí sim teremos uma situação bastante tranqüila, com condições de trabalhar com capital de giro de todo o tipo. Poderemos gastar um pouco mais, fazer mais reportagens, pagar os nossos colaboradores. Nessa situação e desenho, se entrar anúncio, se vierem, por exemplo, três capas sistematicamente, em todas as edições, então nós conseguiremos nadar de



braçada. Mas todo o nosso trabalho e projeto é idealizado para que a gente consiga sobreviver apenas por conta das vendas e assinaturas. (11)

Pesquisa realizada pela revista no final de 1997 revelou, naquele momento, o perfil do leitor que sustentava “Caros Amigos”. Esse levantamento, feito e tabulado por meio de questionários encartados na edição de outubro de 1997, mostrou que seis em cada dez leitores eram homens; oito em cada dez tinham idade entre 20 e 49 anos. Em relação ao grau de instrução, 87% tinham nível acima de superior incompleto, sendo 17% deles de pós-graduados. A distribuição pelas classes econômicas mostrava que 6% pertenciam à classe A, 54% à B e outros 31% à C. Pouco mais da metade dos leitores (51%) eram solteiros; 47% daqueles que liam “Caros Amigos” trabalhavam, enquanto que 35% estudavam e trabalhavam. A pesquisa apontou também a visão que os próprios leitores tinham da revista: para 87%, “Caros Amigos” era uma publicação “independente”; 79% a avaliavam como “verdadeira”, 76% como “objetiva”, e 55% como “indispensável”.

Nós temos notado que esse perfil já se modificou um pouco, a pesquisa já tem quase quatro anos, por isso mesmo estamos preparando uma nova versão dela. Mas já é possível dizer, por exemplo, que “Caros Amigos” deixou de ser uma publicação essencialmente paulista e se nacionalizou. Em 97, São Paulo representava 55% das vendas em bancas; hoje (em julho de 2001), esse número caiu para 21%. É uma revista que já tem uma inserção nacional consolidada. O coração dela, claro, ainda é universitário. Mas esse público também está se ampliando e diversificando, principalmente nas assinaturas. Elas têm aumentado basicamente entre os advogados, juízes, promotores, médicos, engenheiros e pessoal da área de informática. (12)

São esses os elementos e características que nos permitem afirmar que a revista é uma recriação criativa, inovadora e recontextualizada das experiências e propostas consagradas na década de 70 pela chamada imprensa alternativa e independente. “Caros Amigos” é, atualmente, a principal representante dessa vertente, na medida em que recupera *a função social de criação de um espaço público reflexo, contra-hegemônico*.(13) Nossas análises olham ainda para “Caros Amigos” como um espaço de reconquista para a grande reportagem e o texto de fôlego e de autor, as entrevistas-

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



testemunho e o debate de idéias. É nessa perspectiva, creio, que ela também rema contra a corrente e se coloca contra a “mesmice” de vozes e linguagens da grande imprensa, aproximando-se daquilo que é conhecido como **jornalismo interpretativo**.

Nos textos e reportagens da revista “Realidade”, ela busca uma referência ainda etérea; para a grande imprensa e suas matérias pasteurizadas e reducionistas, diz um sonoro “não”; com a imprensa alternativa, participa de um (re) encontro e oferece um fraterno abraço e acolhida. Junte nesse mesmo caldeirão as expectativas individuais e as experiências coletivas trazidas por cada um dos protagonistas e personagens que fazem a revista. Misture tudo isso e ferva em forno brando. Assim é “Caros Amigos”, ao menos na minha visão.

Trata-se de uma publicação que combate aquilo que José Arbex define como “mídia monodiscursiva”, abrindo espaço para a “memória dos fatos narrada por outras vozes”, e recusando o discurso único. (14) Interferência do jornalismo com sentido público em uma mídia cada vez mais mercantilista, como ressalta Muniz Sodré, a revista nos manda a seguinte mensagem, escrita em letras garrafais: UM OUTRO JORNALISMO É POSSÍVEL.

Depois de enfrentar difíceis obstáculos e de conseguir consolidar seu projeto, a revista se vê agora diante de novos e talvez mais difíceis desafios que se anunciam no horizonte.

José Arbex reconhece essa situação e as dificuldades vindouras. Ele diz que “Caros Amigos” marcou posição e foi capaz de ocupar seu espaço ideológico, apresentando-se como contra-hegemônica e opositora do pensamento único neoliberal. Sob esse aspecto, fincou seus alicerces e deixou crescer suas raízes. Agora, continua o jornalista, é preciso investir cada vez mais na diferenciação estilística da publicação. Tradução: é preciso garantir, em escala cada vez maior, o espaço para a grande reportagem nas páginas da revista. *Não precisamos de grandes emoções, novidades ou inovações. É manter a entrevista como carro-chefe e investir em reportagem. Acho que devemos ter pelo menos um ou dois trabalhos desse tipo por edição. Os prêmios que a revista ganhou foram por conta das reportagens. O potencial diferenciador do discurso contra o neoliberalismo se esgotou. É preciso criar outros diferenciais. E a revista tem de fazer render o capital humano que ela possui para desenvolver essas reportagens. Se isso não existir, não vai rolar. Sem reportagens, a revista corre o risco de naufragar.* (15)

Ele vai um pouco além nessa análise e afirma que a conjuntura política e ideológica vivida pelo Brasil e pelo mundo tornou-se bastante complicada, cheia de nuances, o que, na opinião dele, obriga “Caros Amigos” a adotar uma posição muito mais clara no campo da esquerda. Não é possível tergiversar. *Essa é a minha opinião. O*



*único espaço que a editora Casa Amarela tem para trabalhar é esse. O resto está ocupado. As reportagens, acho, devem ter um cunho marcadamente de esquerda, mostrar como a mídia é autoritária, como o governo FHC é autoritário, como as inovações tecnológicas atuais são usadas contra os trabalhadores. E se engajar em campanhas, levantar bandeiras, intensificar as análises de conjuntura. Se for capaz de produzir reportagens de esquerda e também de adotar uma postura mais militante e ofensiva, a revista vai explodir e se transformar num ponto referencial para toda a América Latina. Isso permitiria ainda que a editora conquistasse o status de um pólo gerador e aglutinador de idéias e propostas de esquerda. (16)*

Solidariamente participando do debate que se dispõe a pensar sobre alguns caminhos possíveis para a publicação, Muniz Sodré sugere que “Caros Amigos” aproveite sua porção alternativa e a tome como ponto de partida para atingir as raias, as montanhas e as potencialidades do **alterativo**. Não se trata apenas de uma brincadeira ou de um jogo desprezioso com as palavras. Ele está pensando muito além disso e trabalha com valores e propostas muito definidos. Teríamos uma mudança e inflexão bem mais profundas do que a simples supressão de uma letra “n”. Esse movimento certamente traria novos horizontes e diferenciais para a publicação, além de combater outro dos problemas crônicos de nosso jornalismo contemporâneo: o espírito negativista, aliado a uma espécie de “síndrome do bizarro”.

Para Muniz, o alternativo precisa sempre acompanhar o que a grande imprensa faz para então realizar seu contrário. Essa seria, na visão dele, uma limitação imposta a “Caros Amigos”. *Por isso que digo que gostaria de ver a revista não mais como imprensa alternativa, mas como um veículo alterativo. Nossa tradição jornalística ainda está muito presa à notícia apenas como novidade, como tudo aquilo que é negativo, esquisito e sensacional. Esse jornalismo alterativo precisa virar essa concepção de ponta cabeça, de pernas para o ar. É preciso fazer emergir a força de afirmação de uma outra sociedade, daquilo que é positivo, mas ainda está obscuro no país, seja na produção cotidiana das universidades, no trabalho das comunidades, nas estratégias práticas e coletivas dessas populações. Tem muita coisa boa acontecendo. Há uma outra realidade discursiva pública que não é mostrada. “Caros Amigos” pode ocupar esse espaço. (17)*

Sem pretender interferir ou promover ingerências no funcionamento e rotina de “Caros Amigos”, este trabalho também deixa para os seus protagonistas algumas sugestões, que pretendem contribuir com o projeto e somar idéias. Eis aqui um resumo da ópera: manter firme e bem acesa a chama da entrevista-explosiva como seu carro-chefe e forma de garantir os testemunhos que registram a história; investir nas reportagens para consolidar o diferencial estilístico e apresentar respostas bem feitas e bem acabadas a um público ávido e ansioso por boas histórias e narrativas; embrenhar-se de maneira mais efetiva em seus dilemas urgentes e aprofundar as discussões sobre temas como engajamento político ou não e sustentação financeira para buscar com urgência o consenso e o entendimento possíveis, para que a revista não pare no tempo



nem perca o bonde da história; usar o trampolim do alternativo para alcançar o patamar transgressor e afirmativo do alterativo; olhar com carinho e atenção para sua organização interna e a necessidade de uma certa centralização que faça avançar; viabilizar uma “colorida” reforma gráfica (*que foi concretizada na edição de quinto aniversário da revista, em abril de 2002*); continuar a acreditar em seus leitores e assinantes como o maior patrimônio de que dispõe.

Se a grande imprensa pisa fundo no acelerador, usando e abusando da velocidade e levando-a às últimas conseqüências, como se “chegar antes” fosse o único princípio a ser respeitado, “Caros Amigos” aparece no meio do caminho para colocar o pé no freio, dar tempo ao tempo, e permitir que se possa usá-lo para pensar e refletir. Respirar é preciso. Se a grande imprensa fragmenta e desconstrói as realidades e significados do mundo em pílulas cada vez menores, produzindo uma espécie de efeito narcotizante que anestesia e paralisa, “Caros Amigos” se apressa em recolher os cacos para reagrupá-los e colá-los, na tentativa de oferecer interpretações mais amplas, que levem às ações rebeldes e transformadoras. Compreender também é preciso.

E, como bem lembra e ressalta Muniz Sodré, “Caros Amigos” faz isso ensinando à mídia o valor, a vocação e a importância de ser pequeno, sem que seja necessário ter vergonha ou constrangimento por conta dessa característica ou condição. No mundo dos conglomerados financeiros, na disputa do local x o global, um grão de areia diz a que veio, ocupa seu espaço. E incomoda. *A revista aprendeu a disputar o mercado e assumiu uma tiragem que é ainda relativamente pequena, mas qualitativa e multiplicadora. Isso pode ser inclusive útil para as emissoras públicas de TV, que vivem preocupadas com os números do Ibope e entram em pânico quando não alcançam os índices desejados. Que outras revistas apareçam, nesse mesmo caminho e sentido!* (18)

Compartilhamos do desejo manifestado por Muniz Sodré. A possibilidade de consolidação da democracia brasileira está diretamente ligada à garantia efetiva da liberdade de expressão e de opinião – e à existência de veículos de informação que possam dar vazão a essa multiplicidade de vozes, jeitos, sotaques, anseios, correntes ideológicas e visões de mundo. Somente um país que preserva sua diversidade e pluralidade, em todos os sentidos e a todos os instantes, pode ser chamado de nação democrática. Daí a necessidade e exigência de que outras revistas surjam – e também de que esse movimento se espalhe pelos jornais, emissoras de rádio e de TV, internet. Utopia? Claro que sim. Mas quem, afinal, é capaz de sobreviver sem as referências que elas criam e os sonhos que inspiram?

---

#### Referências Bibliográficas

- (1) Editorial “A Que Viemos”. In: **Revista “Caros Amigos”**, ano I, número 1, abril 1997, pp. 3
- (2) Roberto Freire, em entrevista ao autor
- (3) Sérgio de Souza, em entrevista ao autor
- (4) Muniz Sodré, em entrevista ao autor
- (5) José Arbex Jr., em entrevista ao autor
- (6) Marina Amaral, em entrevista ao autor
- (7) Humberto Mariotti. **Complexidade e Pensamento Complexo (Texto Introdutório)**. Artigo retirado da internet. [www.geocities.com/complexidade/introd.html](http://www.geocities.com/complexidade/introd.html)
- (8) Sérgio de Souza, em entrevista ao autor
- (9) Marina Amaral, em entrevista ao autor
- (10) Sérgio de Souza, em entrevista ao autor



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- (11) Wagner Nabuco, em entrevista ao autor
- (12) Wagner Nabuco, em entrevista ao autor
- (13) Bernardo Kucinski. **Jornalistas e revolucionários- Nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo, Scritta Editorial, 1991 - pp XXI
- (14) José Arbex Jr. **Showrnalismo**. São Paulo, Casa Amarela, 2001. – pp 270 e 271
- (15) José Arbex Jr., em entrevista ao autor
- (16) José Arbex Jr., em entrevista ao autor
- (17) Muniz Sodré, em entrevista ao autor
- (18) Muniz Sodré, em entrevista ao autor

#### **Bibliografia**

ABRAMO, Perseu. **Um trabalhador da notícia – Textos de Perseu Abramo**. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 1997

ALTMAN, Fábio. **A arte da entrevista – Uma antologia de 1823 aos nossos dias**. São Paulo, Scritta, 1995

AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística**. Porto Alegre, Sagra/DC Luzzatto, 1996

ARBEX JR., JOSÉ. **Showrnalismo – A notícia como espetáculo**. São Paulo, Casa Amarela, 2001

**BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1996**

BRAGA, José Luiz. **O Pasquim e os anos 70 – mais pra epa que pra oba...** Brasília, Editora da Universidade de Brasília, 1991

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo, Companhia das Letras, 2000

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

DANTAS, Audálio (org.). **Repórteres**. São Paulo, Editora SENAC, 1997

FARO, J. S.- **Realidade 1966-1968- Tempo da reportagem na imprensa brasileira-** São Paulo, ECA/USP, 1996

FONSECA, Francisco César Pinto da. **Divulgadores e vulgarizadores: A grande imprensa e a constituição da hegemonia ultraliberal no Brasil**. Tese de doutorado apresentada ao Departamento de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Maio de 2001

HALIMI, Serge. **Contra o jornalismo de mercado, incentivar a dissidência**. Texto retirado da internet. [www.diplo.com.br/9912/times.htm](http://www.diplo.com.br/9912/times.htm)

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo, Ática, 1989.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários- Nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo, Scritta, 1991

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

KÜNSCH, Dimas Antônio. **Maus pensamentos – Os mistérios do mundo e a reportagem jornalística.** São Paulo, Annablume/FAPESP, 2001

MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos.** São Paulo, Hacker Editores, 2000

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista – O diálogo possível.** São Paulo, Ática, 1990

REVISTA “CAROS AMIGOS” – Edições 01 a 49 – abril de 1997 a abril de 2001  
\_\_\_\_\_ - Edições temáticas especiais – outubro de 1997 a março de 2001

RIBEIRO, Jorge Cláudio. **Sempre alerta- Condições e contradições do trabalho jornalístico-** São Paulo, Brasiliense/Olho D’Água, 1994

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura – A comunicação e seus produtos.** Petrópolis, RJ, Vozes, 1996