



A bandeira da esquerda levantada no jornalismo:

Uma análise da revista “Caros Amigos”

Flávio Augusto Vieira Christo¹
Universidade Federal de Juiz de Fora
Faculdade de Comunicação Social
Juiz de Fora, MG.

Resumo

Este trabalho pretende trazer uma análise do posicionamento político e do conteúdo do periódico “Caros Amigos”, um dos expoentes do jornalismo de esquerda no Brasil, através da análise de alguns de seus artigos, seu conteúdo e sua aparência gráfica. A revista passou por uma reforma gráfica através dos anos em que foi publicada, para adaptação de mercado. No entanto, esta adaptação, não diminuiu a vocação da revista, que manteve seu posicionamento político e ideológico. No início do ano, no entanto, foi contra os ideais que sempre pregou em seus textos e demitiu todos seus colaboradores após uma greve, o que gera questões sobre a credibilidade da publicação.

Palavras-chave

Caros Amigos, Jornalismo de esquerda, Demissão dos colaboradores.

Introdução

Mostrando desde o início sua vocação política de esquerda, a revista Caros Amigos se tornou um expoente nesse segmento de publicações. A revista tem publicação mensal e foi fundada em abril 1997 por um grupo de jornalistas, publicitários, escritores e intelectuais, liderado pelo jornalista Sergio de Souza, editor desde a fundação até 2008, quando faleceu.

O projeto editorial original consistia na publicação de uma grande entrevista com alguma personalidade de destaque, reportagens, ensaios fotográficos e artigos de colaboradores com total liberdade de opinião, com conteúdo mais denso, a maioria com visão crítica ao pensamento neoliberal e no campo da esquerda.

No início deste ano, após uma crise financeira, todos os colaboradores da revista declararam greve, na sexta feira, dia 08 de março. O motivo foi o anúncio de corte de

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.

Trabalho feito sob a orientação da Professora Doutora Claudia Regina Lahni, para a disciplina Técnica de produção em jornalismo impresso.

¹Graduando em Comunicação Social pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.
flaviochristo@hotmail.com



50% da folha de pagamento. Na segunda feira seguinte, dia 11 de março, o editor Wagner Nabuco, demitiu todos os colaboradores da revista, declarando quebra de confiança.

1- Metodologia

Este trabalho visa analisar a revista “Caros Amigos”. Como objeto de análise, usaremos o conteúdo da revista em sua generalidade, focando no enquadramento comumente dado em seus artigos. Também analisaremos alguns artigos específicos, como “Publicidade - Cada vez mais os anunciantes utilizam de recursos sutis para enganar crianças e pais”, de Paula Salati, publicada na revista nº186 (pag. 37 a 39); e “Esquadrão da morte – Investigações comprovam a existência de grupos de extermínio na PM paulista”, de Tatiana Merlino, publicação nº186 (pag. 10 a 13).

Vale ressaltar que a análise não será feita do conteúdo dos artigos, mas sim de seu enquadramento e do assunto tratado. Nesses casos veremos que há um posicionamento crítico sobre questões polêmicas ou até mesmo perigosas como comprovação de um compromisso com a informação acima de tudo. De acordo com PEREIRA FILHO a revista Caros Amigos “surge como uma das grandes novidades em termos de jornalismo nacional [...] [e] seria uma espécie de ‘oxigênio revitalizador’, um contraponto à [...] produção feita pela grande imprensa” (PEREIRA FILHO, 2004, p. 25).

2- Referencial teórico

A Teoria do Espelho explica que as notícias são como são porque retratam a realidade. Nesse conceito, o jornalista é uma pessoa sem interesses específicos e que, portanto, nada pode desviá-lo de informar, procurar a verdade, contar o que aconteceu, relatar o fato. A realidade determina a notícia que o jornalista irá contar para seu público (apud TRAQUINA; PENA, 2005). Visto isso, tentaremos analisar o enfoque dado pela revista a determinados assuntos, e verificar no que ela se difere das demais publicações.

Analisaremos também os elementos gráficos da revista, usando como base, suas mudanças através dos anos e a adaptação visual do mensário para que atingisse um maior público e pudesse se manter, mas sem perder a identidade (FIORUCCI, 2008).



3- Histórico

A revista Caros Amigos tem publicação mensal e foi fundada em abril 1997 por um grupo de jornalistas, publicitários, escritores e intelectuais, liderado pelo jornalista Sergio de Souza, editor desde a fundação até 2008, quando faleceu.

O projeto editorial original consistia na publicação de uma grande entrevista com alguma personalidade de destaque, reportagens, ensaios fotográficos e artigos de colaboradores com total liberdade de opinião, com conteúdo mais denso, a maioria com visão crítica ao pensamento neoliberal e no campo da esquerda. De acordo com FIORUCCI “Publicada com o objetivo de impactar o mercado nacional de revistas, apresentou desde o primeiro número conteúdo crítico e alternativo, com textos caudalosos e pesados para a grande maioria da sociedade brasileira” (FIORUCCI, 2008, pag. 1).

A revista é publicada pela Editora Casa Amarela, que é dirigida por Wagner Nabuco. Após a morte de Sérgio de Souza assumiu a função de editor o jornalista Milton Severiano, de abril de 2008 a janeiro de 2009. A partir de fevereiro de 2009 a revista passou a ter como editor-chefe o jornalista Hamilton Octavio de Souza, que já colaborava com Caros Amigos desde 2004.

Atualmente a revista tem um projeto editorial focado em reportagens investigativas, entrevistas com personalidades e artigos com análises sobre os principais assuntos da atualidade. Procura desenvolver um trabalho jornalístico independente, crítico e opinativo de cunho esquerdista.

Em março de 2013, por motivos financeiros, o editor-chefe da revista, Wagner Nabuco, anunciou o corte de 50% da folha salarial da redação, que reduziria de R\$32 mil para R\$16 mil. Sob reclamações de redução dos já baixos salários, os jornalistas entraram em greve na sexta feira, dia 08. Na segunda feira, 11, após os 11 colaboradores receberem um email convocando para uma reunião, todos foram demitidos. A justificativa para isso foi a “quebra de confiança” entre os colaboradores e o periódico.

4- Análise

A publicação já demonstra seu posicionamento político e ideológico em seu slogan “A primeira à esquerda”. Os textos publicados são geralmente críticos, e trazem, muitas



vezes, enfoques outros aos dados pela grande mídia a determinados fatos. Geralmente não é fonte primária de informação, e sim o desdobramento da notícia, uma análise crítica e de enquadramento mais social.

É importante observar que, ao contrário desses periódicos mais leves, *Caros Amigos* não pode ser tomada como fonte primeira de informação, como leitura rápida e passa-tempo. (...) Deste modo deve-se levar em conta o tipo de publicação de que se trata, pois não se revelou periódico convencional, que pode completar a mesa do café da manhã para a ingestão de notícias rápidas. (FIORUCCI, 2008, p. 7 e 8).

O conteúdo principal da revista consistia em uma entrevista, com determinada autoridade. Estas entrevistas, no entanto, não traziam pessoas conhecidas da população, pois não eram personagens vistos na grande mídia. Isso atravancava as vendas do mensário e atingia apenas um grupo muito seletivo (FIORUCCI, 2008). Isso promoveu uma mudança na diagramação, principalmente da capa da revista, com maior presença de chamadas e de destaques. Esta mudança foi promovida pela ex-editora de arte do periódico Michaela Pivetti. De acordo com ela:

Tal como o design tem sua origem na Arte e encontra sua razão de ser na sociedade industrial – assim o jornalismo vem de uma tradição literária e também constrói sua história no advento dos meios técnicos de reprodução em série. (...) Ambos, design gráfico e jornalismo, têm seus fatos históricos diretamente relacionados àqueles dos avanços tecnológicos. O que significa, também, que os dois são diretamente afetados pelas influências das linguagens das novas tecnologias. (PIVETTI, 2006, pág. 13).

Esta mudança, no entanto, não deixou de lado a conservação da identidade da revista, que ainda hoje tem suas páginas internas monocromáticas, sem presença de anunciantes e com pouco ou nenhum elemento gráfico (foto ou infográficos) em suas matérias. A intenção é de manter a sobriedade da publicação, evitando que se desviasse do propósito inicial, que era o de se manter como uma opção ao que é visto na grande mídia.

As páginas são divididas em três colunas, e os artigos geralmente vem sem ilustrações. Em alguns casos, uma pequena foto do colunista é colocada no canto superior direito.

O conteúdo dos textos geralmente são críticos, e demonstram um posicionamento político claro. O de luta contra as desigualdades. No entanto, os textos são de difícil interpretação para o leitor médio. Isso dificulta o acesso de minorias, que é geralmente o foco da revista (FIORUCCI, 2008).

Trata-se de uma publicação que veicula textos ensaísticos e de cunho sociológico, o que não atrai pelo entretenimento. Apesar de ter como objetivo denunciar as injustiças sociais às quais estão expostas as camadas esquecidas da população, isso não significou que esse segmento social em algum momento tenha se tornado leitor da revista; pelo contrário, esse público manteve-se afastado por conta de alguns fatores que devem ser considerados, como a alta



exigência intelectual da revista e o preço de capa que não condiz com a realidade desse segmento.

(FIORUCCI, 2008, pag. 1).

A liberdade de escrita de seus colunistas pode ser observada nos temas abordados. Na edição de setembro de 2012 do mensário, o artigo “Esquadrão da Morte – Investigações comprovam a existência de grupos de extermínio na PM de São Paulo”, de Tatiana Merlino, trás como título secundário a frase “Em cada batalhão da PM tem um grupo de extermínio”. Este título é uma citação da fala de um policial civil que investiga os esquadrões da morte, o policial não é identificado durante o texto, mas afirma de forma a não deixar dúvidas a respeito do que está dizendo. Esta reportagem é precedida por um dos poucos elementos gráficos presentes na publicação, um desenho, com vários policiais enfileirados, e entre eles, uma caveira vestida com uma farda. A imagem é forte e ajuda ao leitor a entender de antemão o quão pesado pode ser o texto. No decorrer do artigo, ele afirma que os policiais militares se organizam de forma a punir pessoas que eles não conseguem repreender por meios legais. Ressalta ainda que até mesmo quem não executa os assassinatos faz parte do esquema, e que, dentro dos batalhões, este esquema faz parte de uma espécie de hierarquia.

A escolha de analisar este artigo em específico foi feita por critério de peso da reportagem e das afirmações nela contida. As afirmações feitas não poderiam ser facilmente identificadas em outros periódicos de posicionamento mais de direita, tais como *Veja* (Editora Abril) e *Época* (Editora Globo), visto que a censura e a linha editorial dessas publicações não permitem.

Outro artigo de relevância a ser analisado nesta mesma publicação é “Publicidade – Cada vez mais os anunciantes utilizam de recursos sutis para enganar crianças e pais”, escrito por Paula Salati. Neste texto, conhecemos a fundo os métodos usados pela publicidade para influenciar crianças e para torná-las consumidores fiéis no futuro.

A escolha desse artigo se deu pelo fato de que talvez apenas nessa revista ele pudesse ser publicado, afinal, uma revista que depende da publicidade dos mais variados meios, não poderia publicar algo que iria contra seu interesse financeiro. Publicar uma reportagem como essa na grande mídia seria o mesmo que decretar a morte do meio de informação.

Através da teoria do espelho, podemos analisar que o conteúdo apresentado na publicação é um reflexo do que é a realidade (apud TRAQUINA; PENA, 2005), no



entanto, não sem a interpretação e o enfoque diferenciado dado por quem assina a coluna.

Caros Amigos representa, no cenário jornalístico brasileiro, uma bandeira de esquerda, onde críticos do neoliberalismo e do capitalismo podem se agrupar. Os posicionamentos críticos e realistas demonstram um compromisso com a ideologia, e não com uma lógica de mercado. Mesmo passando por adaptações através de sua existência para que pudesse abranger um maior público, Caros Amigos não abriu mão de sua veia intelectual, e algumas vezes até “sisuda” (FIORUCCI, 2008), para chamar novos leitores. A intelectualidade de seus colaboradores e de seu público é uma marca do mensário, tentar mudar isso seria retirar a essência do que é a revista.

Apesar de tais medidas, nunca houve o objetivo de se mudar a face da revista. Ainda que tenha investido em mais cores, imagens e humor, *Caros Amigos* mostrou-se como uma revista de crítica social e política, que se diferenciou exatamente por sustentar conteúdo analítico e aprofundado. Atente-se, no entanto, que a entrada de mais cores não significou sua aproximação às características gerais do mercado de revistas, pois o mensário continuou se diferenciando claramente quanto à diagramação. (FIORUCCI, 2008, p. 3).

Naturalmente não podemos deixar de falar do compromisso social expressado em suas páginas. A exposição dos fatos de forma a mostrar ao leitor uma outra face de um acontecimento, diferente daquela exposta pela grande mídia - entende-se por grande mídia os veículos de massa e de posicionamento político de centro/direita como a revista *Veja* e o jornal *Folha de São Paulo* (MARQUIONI, 2008) – garante um contraponto no que geralmente é noticiado no país.

5- Conclusões:

A revista *Caros Amigos* pode ser vista no cenário nacional com uma das mais bem sucedidas experiências do jornalismo de esquerda na atualidade. Atuando em um segmento não muito comum na imprensa brasileira, ela busca sempre trazer temas sociais e de relevância para a população. O senso crítico é parte de sua linha editorial, sempre trazendo textos ácidos e entrevistas reveladoras, sem a censura geralmente observada na grande mídia. A liberdade de expressão de seus colunistas é o grande trunfo da revista, já que geralmente são pessoas engajadas politicamente e que sempre trarão textos de qualidade ao leitor.



Mesmo se adaptando ao mercado de publicações brasileiras, ela não perdeu sua identidade e sua vocação. Para alguns, a Caros Amigos é vista como um dos maiores expoentes do jornalismo esquerdista no país, despontando desde sua primeira publicação, em 1997, como um contraponto ao que é produzido no país em questões jornalísticas.

Referências bibliográficas

AMARAL, Márcia F. **O Enquadramento nas catástrofes: da interpelação da experiência ao relato da emoção.** Contracampo, Niterói, 2011.

FIORUCCI, Rodolfo. **A evolução na diagramação da revista caros amigos (1997-2008): entre o mercado e a ideologia.** São Paulo, 2008

MARQUIONI, Carlos E. FARAH, Ângela M. MEISTER, Gisela S. **Parábola da mulher, do índio e do nordestino: uma análise da cobertura da posse de três presidentes sul-americanos nas publicações Caros Amigos, Folha de S. Paulo e Veja.** São Paulo, 2008.

MERLINO, Tatiana. **Esquadrão da morte: investigações comprovam a existência de grupos de extermínio na PM paulista.** Caros Amigos, ano XVI nº 186 p.10. São Paulo, 2012.

PEREIRA FILHO, Francisco J. B. **Caros Amigos e o resgate da imprensa alternativa no Brasil.** São Paulo: Annablume Editora, 2004.

PIVETTI, Michaela. **Planejamento e representação gráfica no jornalismo impresso.** São Paulo, 2006.

SALATI, Paula. **Publicidade: Cada vez mais os anunciantes utilizam recursos sutis para enganar crianças e pais.** Caros Amigos, ano XVI nº 186 p. 37. São Paulo, 2012.

TAVARES, F. SCHWAAB, R. **O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista.** Compós. Belo Horizonte, 2009

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são.** Volume I. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005. (apud MARQUIONI; FARAH; MEISTER.)