

MARANHÃO, Carlos. *Roberto Civita. O dono da banca. A vida e as ideias do editor da Veja e da Abril*. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

Carla Luciana Silva¹

Uma pessoa que escreve na sua agenda “*coitus interruptus: FHC phone call*” tem a certeza de que esse registro vai figurar em sua biografia. Tem também um ego inflado, e uma grande satisfação na vida, aquela de quem tem certeza de que é influente e que, portanto, seus objetivos de vida foram atingidos. Ajudou a eleger o presidente. Recebe suas ligações e atende em qualquer momento, mesmo que isso interrompa seu ato sexual, afinal, as ligações sempre vêm atrás de um conselho. É isso que se depreende no livro: “os políticos e o presidente da República vivem me chamando” (MARANHÃO, 2016, p. 406).

À historiadora couberam páginas e páginas tentando mostrar essa simbiose entre o presidente e o editor, sempre com cuidados e senões (SILVA, 2009), para agora, em poucas linhas, aparecer essa síntese brilhante: Roberto Civita amava FHC e tudo que ele representava no Brasil. Mas dito por um historiador, pode ser acusado de teoria da conspiração. Contado como uma bela biografia, talvez seja levado mais a sério como indício das relações entre imprensa e poder no Brasil.

A biografia de Roberto Civita nas suas primeiras dezenas de páginas parece que não vai passar de uma hagiografia. Elogios e admiração transparecem a todo momento. Mas o texto surpreende. Não que passe a ser crítico, mas por ser um trabalho bem feito, muito rico, de grande valor para qualquer pesquisador da história da imprensa brasileira recente. É uma leitura envolvente, sobretudo para quem conhece um pouco do universo sobre o qual a trajetória do biografado vai se desenvolver, a história da revista *Veja*, seus bastidores, suas

¹ Professora da Universidade Estadual do Oeste do Paraná.

relações de outra forma apenas suspeitas, são desvendadas na biografia. A relação de fundo é com a editora Abril. Mas a menina dos olhos, o centro de tudo, era a revista *Veja*. Civita recebia seu exemplar e rabiscava-o totalmente, apontando erros e discordâncias aos editores. O autor da biografia nos jura que ele não interferia nas matérias antes de serem publicadas, a não ser em situações excepcionais narradas no livro. Em todo caso, atesta que a linha editorial era acertada por Civita previamente, e era conferida sempre: “eu não mudo capa. Eu mudo diretor!” (MARANHÃO, 2016, p. 414) Essa frase de Civita é comprovada ao longo da obra.

Além disso, Civita não deixava lugar a dúvidas: “em termos de opinião, seguimos uma linha. Do contrário, fãremos uma revista anódina, sem cor, sem posição. Os leitores sabem o que pensamos. Não preciso agradar a todo mundo” (IBID., p. 420). É uma frase ambígua. Para quem se coloca sempre ao lado “dos fatos”, a questão de uma revista não é agradar, e sim, estar correta diante dos fatos. Mas, mais fundo que isso, aqui é a negação de ser portadora de um programa de ação, o que é contraditório ao indicar que a revista deve “ter posição”, e isso não é uma questão de gosto, e sim de identidade política.

Biografia oficial, cronológica, previa 37 entrevistas com a finalidade de formular uma autobiografia. Oito foram realizadas, veio a morte do biografado. O autor, que fora funcionário da Abril por mais de quarenta anos, teve que usar a sua experiência jornalística e contatos que só ele (como escolhido pelo biografado) teria para sair atrás da história. Sorte dos leitores que não vão ler o relato de alguém que se achava o melhor em tudo que fazia, e sim, o relato que está longe de ser imparcial, mas que permite na leitura o exercício da reflexão histórica.

Como alertara Bourdieu (2006), uma biografia não é uma história de vida, mas uma trajetória, relacionada com uma história. A primeira reflexão dessa história, que salta aos olhos, é que o mundo que envolveu na constituição da editora Abril foi um mundo de ricos. Milionários. Que não hesitavam em gastar milhões em férias com amigos no Caribe, ou mais de 200 mil em um jantar no restaurante Fasano. Riqueza inatingível para os mortais leitores, mas parcialmente compartilhada com seus executivos, diretores, sócios. Seria eventualmente jogada em pílulas através de matérias que mostravam e exaltavam a riqueza nas páginas das revistas do Grupo Abril. Tudo isso era

necessário para criar um campo de proximidade e unidade entre eles. Uma unidade que pegava a todos, especialmente aqueles jornalistas que tinham uma origem de esquerda, mas que se renderiam ao pensamento da revista. Eurípedes Alcântara, um dos diretores da revista, diria que ele mesmo fora no passado militante de esquerda (chegou a editar a revista *Teoria e Debate* do PT), mas que era “a UDN dos trotskistas (...) já era conservador quando era de esquerda” (MARANHÃO, 2016. p. 416).

O autor não tem qualquer problema em identificar “um pensamento” de *Veja*, um conjunto restrito de ideias, a defesa do capitalismo incontestado, o anticomunismo, o “livre mercado” formavam a essência dessas ideias. Nas palavras de Civita, tudo isso se somava a um desejo de “fazer algo para o Brasil”. Diante disso, a tese da criação de um “sujeito *Veja*” (SILVA, 2009) fica confirmada e atestada. Esse sujeito era o porta-voz das posições da grande empresa que se tornou a Editora Abril. O autor insiste ao longo da obra em uma autonomia editorial, mas absolutamente amarrada aos princípios do capitalismo. O anticomunismo não é um simples discurso, mas uma prática sistemática. Entretanto, há uma falta, provavelmente proposital, que é o silenciamento absoluto sobre as relações de classe, as relações de outros centros formuladores de políticas e pensamento por parte da editora Abril. Está certo que Roberto centralizava, mas é equívoco fazer supor que isso vem apenas de sua cabeça. O livro silencia sobre isso, mencionando a formação que ele teve ainda na década de 1950 no Estados Unidos. Isso pode ajudar a explicar um sentido de posição, mas não as alterações que vão sendo feitas ao longo das décadas para se readaptar às mudanças do capitalismo no Brasil.

As relações sociais burguesas são amplas: Banco Safra, Banco Itaú, editora Abril, presidente FHC, sentados à mesa ou conversando ao telefone. Uma simbiose de quem sabe o que é gastar dinheiro. O espírito empreendedor, a criação do impossível arriscando o que não tinha, o homem que se faz, não sozinho, mas com seus parceiros de fé. Mas como formulam “o que fazer”? Sobre isso não há nada dito. Além disso, há, em profusão, conflitos intraclasse. São vários os conflitos com a Globo e com o Grupo Folha apontados na obra e que merecem maior estudos. Algumas dessas questões são sempre passíveis de desconfiança para os pesquisadores, mas podem ser facilmente atestadas por quem está lá, degustando seu uísque e seu iate no Mediterrâneo. Reuniões em

Nova York ou Londres aparecem a todo momento, sempre que algo muito importante precise ser decidido. Qual o contexto das reuniões e quem é consultado? Não sabemos.

Faz sentido mostrar Roberto Civita como um norte de sua empresa. Ele agia como uma espécie de manual de redação, embora não houvesse um oficialmente. Definia princípios para os jornalistas, muito reverberados desde os cursos Abril de jornalismo, até a criação de um MBA na área.² Há uma passagem em destaque sobre “como se lidera o mercado de revista”, atribuída a Civita. Dentre os itens em destaque, ressalta-se “localize sua empresa em São Paulo, de preferência na década de 1950”, o que explicita que a Abril era um caso único, e também “conheça seu mercado”. Essa tecla é rebatida como a chave do sucesso, tanto que o subtítulo do livro é “o homem da banca”. Isso se deve ao fato de que ele dizia sempre que é necessário “conhecer o leitor”, saber o que ele queria, conversar com os jornaleiros, fazer pesquisas. Uma fórmula nova. Mas uma fórmula muito questionável, na medida em que nos parece que a segmentação sempre foi uma forma de ajudar a formar o próprio leitor (SILVA, 2008), atingindo todos os aspectos da sua vida.

O livro mostra bem os momentos de crise da editora Abril. Inicialmente a crise gerada pela criação da revista *Veja*, que já era conhecida, mas é bem esmiuçada na obra. E posteriormente, nos anos 2000, quando o Grupo Abril investe na televisão, com a TVA, que quase levou a empresa à falência. No primeiro caso, insistência e perseverança; no segundo, choque de gestão, enxugamentos, remodelação estrutural, mantém-se o grupo. A narrativa nos permite perceber que os caminhos diante da reestruturação produtiva que se construía nos anos 1990 também atingiram em cheio o Grupo Abril. Há detalhes desse processo que tem a ver com o alto custo da tecnologia para a instalação de televisão paga, o que levou a uma dívida que beirava um bilhão de reais! (MARANHÃO, 2016, p. 377) A saída foi a venda de capital para grupos estrangeiros, processo esse que foi facilitado no final do Governo de Fernando Henrique Cardoso.

Um dos elementos bastante tocados na obra é a “troca de guarda” de *Veja*. Chave do sucesso da editora, sempre foi difícil lidar com o nome à frente da

² Dirigido por Eugenio Bucci, o curso formou 79 alunos (MARANHÃO, 2016, p. 431).

revista. Inicialmente, o problema se relaciona a Mino Carta, há uma vasta discussão sobre ele, uma espécie de história passada a limpo para responder ofensas que Mino teria feito ao longo da vida contra Roberto. Mas o mais interessante são os conflitos nos anos 1990. Primeiro o conflito envolvendo Mario Sergio Conti, que foi o diretor da época de maior alavanca da revista, aquela do impeachment de Fernando Collor. Conti em sua obra (CONTI, 2012) insinua que a *Veja* recebia dinheiro para publicar matérias, o que evidentemente foi imperdoável para a imagem da editora. Entretanto, a troca de favores entre revista e anunciantes não é uma relação direta, ela mereceria um estudo mais aprofundado, com acesso a informações de bastidores que são difíceis ao historiador. Houve momento de discordância editorial, por exemplo, na Exame, quando foi dirigida por Rui Falcão, que viria a ser presidente do PT. Há um reconhecimento da existência de profissionais de esquerda. Alguns deles mudam de posição (seria o caso, mais à frente de Reinaldo Azevedo). Ao mudarem de posição, eles têm necessariamente que se adequar à linha editorial. Se não o fizerem, estão fora do projeto como ocorreria com Falcão. Se o fizerem, mostram como as ideias de direita seriam superiores. As revistas não são em nenhuma medida um “terreno em disputa”.

Algo curioso, que já fora percebido, mas que não tínhamos certeza das motivações, foi a opção durante o período de Tales Alvarenga à frente da revista por uma linha editorial mais “de serviço”, de comportamento, de “sociedade”: “a revista passou a publicar reportagens sobre problemas conjugais, o poder do cérebro, viagens à Disney, dietas, o crescimento dos carismáticos na Igreja católica e perfis de personagens como o apresentador Ratinho e o escritor Paulo Coelho” (MARANHÃO, 2016, p. 360). Foi um período apenas, logo substituído pela volta à política na capa da revista. Essa postura seria sempre necessária para manter o poder de Roberto Civita já que *Veja* era “um corpo à parte da empresa. A república da *Veja*”, (IBID., p. 361) E por isso precisa “ter dentes”: “não pode ser um leão desdentado”, nas palavras do diretor que substituiria Tales, Eurípedes Alcântara. Mesmo assim, o livro atestava a fidelidade de Tales: “na redação era de conhecimento geral que ele, simpático ao liberalismo e ao sistema capitalista, não gostava da esquerda, defendia as privatizações do governo Fernando Henrique e se opunha à presença do Estado na economia” (IBID., p. 359).

Do ponto de vista político, há um conflito claramente colocado. Já havíamos percebido que no primeiro momento do governo Lula a revista não fez oposição direta. Pelo contrário, apoiou as medidas econômicas que estavam sendo seguidas pelo PT da “Carta aos Brasileiros” (SILVA, 2006). Maranhão mostra que “naquele primeiro ano, não foi dada nenhuma capa contra o presidente em início de mandato” (MARANHÃO, 2016, p. 412). É preciso que nos debruçemos mais sobre esse período mais recente, mas o livro aponta um caminho frutífero.

A ojeriza ao PT e seu projeto seria corporificada em uma figura, José Dirceu. A admiração teria levado a uma tentativa de acordo mais explícito? Maranhão relata que “em pelo menos uma ocasião, Roberto se impressionou com o que José Dirceu lhe expôs. ‘Ele fala como se fosse um de nós’, disse”. E em seguida o autor explicita as palavras do novo Presidente do Grupo, Maurizio Mauro: “José Dirceu, não Lula, é que deveria ser o alvo de suas preocupações. ‘Se ele for o sucessor, estamos fritos’” (IBID., p. 394). São enigmáticas essas palavras, mas há uma admiração e uma tentativa de transformá-lo em seu interlocutor? Ou há um medo que justificaria acabar com seu possível crescimento?

De qualquer forma, há aqui uma sinalização importante para a cristalização do antipetismo que se aprofunda após o Mensalão. Não é à toa que José Dirceu seria alvo de campanhas que ‘permitiram punição contra ele no processo do Mensalão. É um tema a ser aprofundado.

Roberto Civita morreu em 2013. A Abril seguiu o processo de reestruturação imposta às empresas de comunicação nos anos 2010. Mas, contra prognósticos, *Veja* segue existindo.

Claro que esse livro vai servir, em grande medida, como uma espécie de autoajuda para empresários, que irão admirar o homem que do nada criou um quase império. Muito criativo, muito corajoso, pronto para os grandes desafios que ele mesmo criava. De outro lado, para historiadores que se preocupam com as formas da dominação burguesa no Brasil, sem querer ter sido isso, o livro é uma grande leitura.

Referências bibliográficas

- BOURDIEU, P. A ilusão biográfica”. In.: Figueiredo, J.; Ferreira, M. (orgs.) *Usos e abusos da história oral*. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- CONTI, M. S. *Notícias do Planalto*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- MARANHÃO, Ca Roberto Civita. *O dono da banda. A vida e as ideias do editor da Veja e da Abril*. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.
- SILVA, C. L. O “admirável mundo” de Veja: influências sociais de uma revista de informação”. *Historia Actual On Line*, n. 15, p. 89-105, 2008.
- _____. A Carta ao Leitor de *Veja*: um estudo histórico sobre editoriais. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 32, n. 1, p. 89-107, jan.-jun. 2009.
- _____. *Veja e o PT: do “risco Lula” ao “Lula light”*. *Lutas Sociais*, n. 15-16, 2006.
- _____. *VEJA: o indispensável partido neoliberal*. Cascavel: EDUNIOESTE, 2009.