

José Reis Filho

Doutor em Comunicação pela Universidade
de São Paulo.

E-mail: josereisfilho@uol.com.br

Mino Carta: O jornalismo e um rascunho semanal da história

ENTREVISTA

O jornalista e editor Mino Carta morreu recentemente, no dia 2 de novembro de 2025, aos 91 anos, em São Paulo. Nascido em Gênova, em 6 de setembro de 1933, Demetrio Giuliano Gianni Carta (nome de batismo) migrou para o Brasil com os pais Giovanni “Giannino” Carta e Clara Becherucci, em 1946, após o fim da Segunda Guerra Mundial. Aqui, em 1950, seguindo uma tradição familiar – o pai e o avô eram jornalistas – começou a escrever notícias, na verdade alguns textos sobre a Copa do Mundo daquele ano, que estava sendo realizada no país, para jornais italianos. Depois disso, nunca mais parou e fundiu sua história profissional e de vida com a do próprio jornalismo brasileiro. Trabalhou em diversos veículos, como Jornal da Tarde, IstoÉ, Quatro Rodas, Carta Capital, entre outros. No entanto, foi com a criação da revista Veja que ele pensou, praticou e reinventou o jornalismo no Brasil.

Para sua tese de doutorado, intitulada A Sintaxe Visual nas Revistas Semanais - Análise Comparativa – (Veja, IstoÉ e Época) e defendida na Escola de Comunicação da Universidade de São Paulo (USP), em 2005, o professor José Reis Filho entrevistou Mino Carta. A conversa foi realizada no dia 5 de maio de 2003, na redação da revista Carta Capital. Gentilmente, o professor Reis cedeu o texto da entrevista à Revista Comunicação & Sociedade, que publicamos os principais trechos na sequência, como uma forma de homenagem ao jornalista. Nela, Mino Carta faz uma espécie de registro histórico, descrevendo como foi todo o processo de criação de Veja.

José Reis Filho: Como o projeto de *Veja* começou?

Mino Carta: Encontrei pronto, esse nome de Projeto Falcão, não tinha nada com a ave, até porque eles não conheciam o falcão e nem imaginavam é claro que o Falcão viraria Ministro da Justiça muito tempo depois. Esse projeto remonta ainda 1967. Eles partiram para uma descoberta de talentos quando eu ainda não tinha sido chamado. Eles realizaram uma chamada longa e geral no País, em vários pontos, fizeram uma triagem e escolheram 100 pessoas que se reuniram em São Paulo e foi só aí que eu entrei na história, porque essa operação toda, que já se chamava Operação Falcão, era eles que estavam fazendo. E, chegando lá, encontrei essas 100 pessoas escolhidas para serem experimentados e que depois seriam reduzidos a 50. Essa já foi uma das minhas tarefas. No dia 11 de setembro de 1968, das oficinas da Editora Abril, o maior parque gráfico da América Latina, saem 700 mil exemplares de uma revista chamada *Veja*. Seu objetivo? Oferecer aos leitores uma seleção ordenada e concisa dos fatos essenciais da semana em todos os campos do conhecimento, explicando seu significado, fornecendo seu pano de fundo e servindo como uma espécie de rascunho semanal da história desse mundo efervescente e aparentemente inexplicável... Para a Revista Imprensa, dos 700 mil exemplares impressos, *Veja* vendeu cerca de 650 mil.

JRF: Mas, antes de seu lançamento oficial, sabemos que a revista passou diante da mirabolante expectativa criada em torno de uma campanha publicitária gigantesca, além de diversos testes, incluindo a produção de 13 números "zero". Era um planejamento ousado para a época?

MC: Nós vivíamos com alguma dificuldade porque estávamos em uma ditadura militar e isso não animava muito em relação à prática do jornalismo independente e, ainda assim, os donos da Editora Abril, até por ignorância, se fossem mais atentos à situação brasileira e compreendessem melhor o que era o País e o momento político que estava se vivendo, acho que talvez tivessem adiado o projeto. Eles seguiram em frente e queriam fazer um semanário de informação como *De Stil*, de inspiração americana, algo que ficasse próximo ao modelo de *Time* ou da *Newsweek*, haja visto que em janeiro de 1968 eu fui fazer um estágio na *Time*, na *Newsweek*, na *Der Spiegel* em Hamburgo, na Alemanha, e na *L'Express*, em Paris. Mas o objetivo era fazer, sobretudo, um *newsmagazine*, um semanário de informação no estilo americano que depois, evidentemente, fosse feito com o máximo possível de originalidade usando a língua portuguesa, mas o modelo era aquele do *newsmagazine*.

JRF: Então, o projeto era dos Civita? Como você se inseriu nele?

MC: A princípio os Civita estavam sintonizados com uma ideia que já circulava no mundo há muito tempo. A *Time*, na verdade, foi fundada em 1923, e a *Newsweek*, em 1933, mas o mundo todo estava começando a produzir revistas semanais de informação já há algum tempo, desde o fim da década de 50. Os Civita estavam mais ou menos sintonizados com uma ideia que se espalhava pelo mundo, quer dizer, fazer um semanário pequeno de informação, muita leitura, fotos pequenas e contrabalançando, digamos, o semanário que até então tinha vingado com muita força, que era o semanário ilustrado *Paris-Match*. Isso era uma mudança forte e eles queriam fazer. Agora, a situação política brasileira não era tão fácil e publicações desse tipo têm implicações políticas muito fortes, obviamente. De sorte que talvez um outro tipo de editor brasileiro, conhecendo bem a situação, tivesse adiado o projeto. Não foi o que eles fizeram. Eu

fui chamado para realizar o projeto, achei que a oportunidade era ótima, embora percebesse as enormes dificuldades que nós iríamos enfrentar e aí saiu a revista, em setembro de 1968. A primeira capa já causou problemas porque tinha a foice e o martelo. Na quinta edição, a primeira página era o congresso dos estudantes de Ibiúna e foi apreendida nas bancas. Logo, saiu o AI-5 [Ato Institucional nº 5], no dia 13 de dezembro de 1968 e, com isso, tivemos um longo período de censura. A verdade é que a censura só saiu quando eu saí da revista. Enquanto eu estive no comando não teve jeito. Então essa é a história.

JRF: E como era sua relação com os donos da revista?

MC: Eu como conhecia os Civita porque já tinha trabalhado na Editora Abril para fazer a revista *Quatro Rodas*. Exigi um tipo de autonomia grande. Estava dirigindo o *Jornal da Tarde* e recebendo meu salário normalmente e podia me dar ao luxo de fazer algumas exigências. O que eles me ofereceram de dinheiro era um pouco mais do que eu ganhava no jornal, que não seria o motivo de não vir para a direção de *Veja*, pois o que me interessava era o projeto em si. Agora eu disse: venho se definido o modelo de *newsmagazine*. Tudo bem, agora vocês serão os leitores da revista. Eu não quero que vocês me passem pauta, isso é comigo, é com o diretor de redação. Vocês são os donos da empresa, e, portanto, eu reconheço a vocês o direito a *posteriori*, ou seja, uma vez que a revista está nas bancas, venham discutir comigo aquela edição. Mas nunca antes e, sim, depois. Eu tive na revista uma autonomia enorme e depois se revelou brutal, porque eles realmente não conheciam a política brasileira, não entendiam bem os mecanismos que atuam na política brasileira, acho até que eles não conheciam a alma nacional.

JRF: Qual a grande preocupação de *Veja* no início?

MC: A revista, naquela época, não tinha a preocupação de competir com outros meios de comunicação, já que isso não estava no nosso DNA, da parte de quem fazia aquilo, a começar por mim. Evidentemente, havia uma convicção de que a escrita é insubstituível num certo ponto de vista, embora estivesse na moda o Marshall MacLuhan, reconhecendo que a força da imagem é extraordinária, mas, ainda assim porque o *newsmagazine*, tinha sentido. Hoje acho que está em xeque aquela forma, tem que se inventar outra, mas a escrita ainda é insubstituível e porque isso era interessante? Porque você poderia ter um resumo dos fatos principais da semana com as informações principais e algum tipo de interpretação dos fatos, que é algo que, por mais que sejam perfeitos, o rádio e a televisão não conseguem explicitar".

JRF: Como foi a repercussão inicial de *Veja* com os leitores?

MC: Essa que é a verdade, e a revista não saiu bem. Ela saiu muito mal, havia uma dificuldade enorme e existia um confronto com os semanários ilustrados. A *Manchete*, que tinha um modelo da *Paris Match*, destacava a greve com muitas fotos. Existia O *Cruzeiro*, que já não vivia os seus tempos melhores, mas era uma revista que também abordava as greves com bastante fotos. Os leitores tinham uma dificuldade muito grande para entender uma publicação de formato pequeno, com fotos pequenas, muitos textos, era uma coisa muito nova e isso representaria já uma dificuldade, mas havia uma outra: nós não sabíamos realmente fazer aquilo, dávamos muitas cabeçadas e acabamos aprendendo no fazer, sendo um processo não muito rápido. A editora fez uma campanha de lançamento brutal, gastou bastante dinheiro, mas essa campanha levou

o público a pensar que vinha aí mais uma *Manchete* e era o oposto. Nesse caso, a revista *Veja* era uma ilha cercada de textos por todos os lados. Era uma proposta de modelo muito diferente da que o público estava acostumado, pois ele estava acostumado com *Manchete*, *O Cruzeiro*. Quando aparece uma coisa diferente, e ele é obrigado a ler muito, muda tudo. Isso foi um trabalho muito lento, não só para a conquista do leitor, já que de qualquer maneira seria um trabalho muito difícil, pois a proposta era um trabalho diferente, mas porque a gente mesmo aprendeu a fazer fazendo. Aplicar a experiência adquirida no *Jornal da Tarde* em *Veja*, não poderia funcionar bem porque iria ferir o projeto gráfico. Eles queriam um *newsmagazine* e eu não poderia fazer uma coisa diferente. Não que eu subestimasse o valor da imagem e da diagramação ousada e estimulante. Ao contrário, só que eu tinha que me ajeitar ao projeto. Esse projeto tinha, inclusive na minha opinião, uma conotação política muito forte e me interessava muito. Porque o *Jornal da Tarde* tinha uma autonomia técnica imensa e total, já que os membros da família Mesquita chegaram para mim e falaram: faça o que você quiser, e eu tentei fazer. Mas, politicamente, o espaço de atuação era zero, já que a linha do jornal já estava definida e não tinha jeito. Na *Veja* era o oposto, eles diziam: você tem que fazer o meu *newsmagazine*, mas a liberdade política era total.

JRF: Por que, inicialmente, o nome *Veja* e *leia*?

MC: O projeto nutria a ideia de um semanário ilustrado para concorrer com a revista *Manchete* e que não seria *Veja*, mas ele insistia, porque nos Estados Unidos tinham duas revistas; uma se chamava *Look* e a outra era *See* (que significava olhar), e ele estava pensando em fazer uma revista que se chamaria *Veja*. Por que? Uma revista que seria diagramada com grande arrojo, muitas fotos e pouco texto. Aí ele desistiu, mas ficou com essa ideia na cabeça e um dia ele me chamou na sala dele e disse: sabe qual é o título da revista? É *Veja* e o logotipo já estava pronto. Eu disse: seu Victor, o logotipo está ótimo, mas *Veja* é uma revista que vai iludir o leitor, porque ela não é para ver e sim uma revista para ler, e então ele falou para colocar a palavra "leia" pequena [Na edição de 4 de junho de 1975, a palavra *leia* deixa de aparecer nas capas de *Veja*].

JRF: Como foi a preocupação com criação de uma linguagem própria para a identificação da revista perante aos leitores?

MC: No meu tempo, devo dizer com toda sinceridade, assim como eu disse que nós não começamos bem. E aprendendo a fazer fazendo, da mesma maneira eu falo que eu tinha uma enorme preocupação com a qualidade dos textos e essa é uma responsabilidade que eu tenho até hoje. Quer dizer, tratar bem a língua, ela é como diz o Caetano Veloso, "ela é, a nossa Pátria". Agora, tínhamos que dar ao nosso leitor a ideia de que a revista para ser fiel ao nosso projeto, era escrita pela mesma pessoa desde o seu início até o fim. Esse era o projeto, então existia uma grande preocupação em usar uma língua pura, bem escrita e, ao mesmo tempo, manter uma uniformidade dos textos. Eu tinha uma preocupação muito grande com o uso de palavras chulas e palavras corriqueiras, muito usadas naquela época – um exemplo a palavra "gabarito", que todo mundo falava. Então foi proibido o uso de determinadas palavras para que mantivéssemos uma unidade de linguagem para escapar dos "vícios". Isso acabou gerando uma espécie de pasteurização dos textos e acabou sendo algo que se espalhou pelas revistas semanais de informação. Acho que inicialmente a revolução foi muito boa, mas acabou criando "cacoetes" nas reportagens".

JRF: Se tivesse que lançar uma nova revista *Veja*, hoje, seguiria os mesmos passos e critérios?

MC: Eu gostaria de fazer algo diferente, e estou tentando fazer em *Carta Capital*, que é uma revista que eu faço hoje, uma revista semanal de informação. E não precisaria buscar modelos no exterior. Isso envolve tanto a parte editorial como a parte gráfica. Naturalmente, com mais dinheiro e mais pessoas. Só para ter uma ideia, na *Veja* nós tínhamos 150 profissionais e na *Carta Capital* somos 10. Eu não tenho mais vontade de fazer um projeto, porque no *Jornal da Tarde* em grande parte eu fiz o projeto, mas não precisaria ir ao exterior buscar, principalmente um projeto gráfico. Nos dias atuais, as mudanças que ocorreram foram absolutamente inevitáveis e admito, tranquilamente, todas as mudanças físicas foram feitas porque a nossa revista era relativamente pobre em relação às revistas de hoje, de um modo geral. Houve avanços técnicos que envolvem a questão do papel, da impressão e outras coisas que não se discute. A mudança física está tranquila e acho até que pode, no caso de uma revista semanal de informação, acontecer essas mudanças. Mas acho que esse tipo de modelo está em xeque. Tem que se criar uma coisa diferente. Na *Carta Capital* de hoje, estamos fazendo uma coisa diferente e se estamos no bom ou no mau caminho ainda não dá para ter uma ideia. Acho que estamos no caminho bom, pois não estamos fazendo um resumo semanal de informação. Agora eu olho a atual revista *Veja* por um outro ângulo. Quando saí, a coisa já estava com cartas marcadas e, evidentemente, os Civita se livraram de mim, porque eu sou uma pessoa que incomodava, já que a minha linha política não interessa aos patrões do Brasil. Desde então, tenho que inventar os meus empregos. Não seria em nenhum lugar, porque o patrão sabe que quando chego lá quero fazer uma coisa que na opinião dele vai contra os seus interesses".

11 DE SETEMBRO, MAS DE 1968: O primeiro editorial de *Veja*

PREZADO LEITOR

Onde quer que você esteja, na vastidão do território nacional, estará lendo estas linhas praticamente ao mesmo tempo que todos os demais leitores do País. Pois VEJA quer ser a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros. Há quase vinte anos, a Editora Abril lançava sua primeira publicação, O Pato Donald, apresentando – para jovens de todas as idades – as histórias maravilhosas das personagens de Walt Disney. Nos anos seguintes, com o sucesso de uma série de lançamentos (e o insucesso de alguns), crescemos e aprendemos muito.

Publicações foram surgindo. Entre outras, Capricho, em 1952, Manequim, em 1952. Em 1960 – junto com a implantação da nossa indústria automobilística – Quatro Rodas. No ano seguinte, Cláudia. Em 1963, Intervalo. E, há pouco mais de dois anos, Realidade. Agora nasce VEJA. Para fazê-la, selecionamos 100 entre 1800 candidatos universitários de todos os Estados e realizamos um inédito Curso Intensivo de Jornalismo. Ao término do Curso, com cinquenta desses moços e outros tantos jovens "veteranos", formamos a maior equipe redacional já reunida por uma revista brasileira. Enviamos editores e redatores para o exterior a fim de

observar as principais revistas congêneres em ação. Abrimos ou ampliamos escritórios regionais em todas as grandes cidades do País e montamos uma complexa rede de telecomunicações para mantê-los em contato permanente com a redação em São Paulo. Para a cobertura internacional, contratamos os serviços de agências noticiosas e revistas de prestígio mundial: “Paris-Match”, da França; “Newsweek”, dos Estados Unidos; “Época”, da Itália; e “Der Spiegel”, da Alemanha. Finalmente, no decorrer dos últimos três meses, preparamos treze edições experimentais completas – com capa, texto, fotos e anúncios –, a fim de treinarmos para a grande jornada que hoje se inicia.

O Brasil não pode mais ser o velho arquipélago separado pela distância, o espaço geográfico, a ignorância, os preconceitos e os regionalismos: precisa de informação rápida e objetiva a fim de escolher novos rumos. Precisa saber o que está acontecendo nas fronteiras da ciência, da tecnologia e da arte no mundo inteiro. Precisa acompanhar o extraordinário desenvolvimento dos negócios, da educação, do esporte, da religião. Precisa, enfim, estar bem informado. E este é o objetivo de VEJA.

Devemos esta revista – em primeiro lugar – aos milhões de leitores que através dos anos têm prestigiado nossas publicações. Às classes governantes, produtoras, intelectuais que reclamaram da Abril este lançamento. Aos jornalistas, que com dedicação e espírito profissional o tornaram possível. Aos quase mil gráficos que participaram, entusiasticamente, de seu complexo esquema de produção semanal. Aos distribuidores, jornaleiros e transportadores que aceitaram o desafio de vencer as enormes distâncias nacionais na corrida até as bancas toda segunda-feira. E às agências e aos anunciantes que tomaram todo o nosso disponível sem sequer conhecerem o projeto final da revista, numa comovedora prova de confiança. Conscientes da responsabilidade assumida ao editar VEJA, dedicamos a revista a todas essas pessoas. Ao Brasil de hoje e de amanhã.

Victor Civita