

Inesquecível Henry Luce

Construtor do maior império do jornalismo moderno, foi um ousado idealista que praticava o que pregava: curiosidade, patriotismo e a constante procura da excelência na imprensa

WILLIAM J. MILLER



LEMBRO-ME dele como era há 15 anos, descendo apressadamente a Rua 49, em Manhattan, vindo da sua suíte nas Torres Waldorf, as mãos metidas nos bolsos e cabeça baixa. Henry Robinson Luce, fundador e proprietário das revistas *Time*, *Fortune*, *Life* e *Sports Illustrated*, um dos homens mais ricos e poderosos do mundo, ia a pé para o trabalho, cedo como de costume e mergulhado nos seus pensamentos.

Com 1,80 m de altura, musculoso e cheio de vitalidade, tinha um andar ligeiramente bamboleante. As sobrancelhas hirsutas, o queixo forte e os olhos frios e azuis davam-lhe um ar de lobo da floresta. No antigo edifício Time & Life, na Rockefeller Plaza, o ascensorista levava-o direto ao seu gabinete abobadado e apainelado, na

cobertura do 33.^o andar. Quando entrava, Luce ia largando chapéu, sobretudo e paletó sobre uma grande mesa cheia de revistas. Arregaçando as mangas, deixava à mostra os braços peludos e musculosos, esticava-se na sua cadeira de couro de espaldar alto, acendia o primeiro de uma longa série de cigarros e apanhava um bloco de papel amarelo.

Rabiscava então, a lápis, o primeiro de uma rajada de recados e perguntas breves e muitas vezes enigmáticas, que mandava aos seus editores e redatores espalhados pelo prédio, juntando frequentemente recortes de notícias. Os bolsos estavam quase sempre cheios desses recortes de jornais e revistas. Aonde quer que fosse — e ia a toda a parte — lia tudo quanto lhe caía sob os olhos, sempre à cata de novidades, de fatos ou tendências até então despercebidos. Esvaziava os bolsos todas as manhãs e mandava os recortes às várias seções, para serem pesquisados.

Olho de Artesão. O que mais distinguia Luce era a sua curiosidade — interminável, incansável e insaciável. A simples menção de um fato ou fenômeno novo bastava para que as suas sobranceiras

se arqueassem e os seus olhos brilhassem como duas brasas: «O quê?» perguntava rápido, com a sua voz áspera. «Que quer dizer isso?» E todo ele era atenção até arrancar todas as informações que podia. Certa noite, irritado com uma convidada por ter chegado atrasada a um dos seus jantares, para que toda a sua cólera se evaporasse bastou à mulher perguntar: «Sabia que as companhias de aviação se recusam a transportar uma mulher depois do 8.^o mês de gravidez?» «Como?» perguntou logo Luce. «Por que não?» «Medo de um parto prematuro», respondeu a convidada, esgueirando-se elegantemente para o seu lugar. Luce esqueceu a irritação e ficou remoendo aquele fato que era novidade para ele.

Não tinha amigos verdadeiramente íntimos entre os seus colaboradores, pois obrigava todos a guardarem as devidas distâncias. Isso não impedia que muitos — e eu entre eles — sentissem um indefinível afeto por ele. Tratava-se, em parte, do respeito devido aos seus feitos e, também em parte, do conhecimento de que, apesar de todo o seu poder, qualquer um poderia ser ouvido por ele, além da consciência que sempre teve e demonstrou — o apreço de um artesão pela obra de outro artesão. «Na mosca!» garatujava às vezes, no seu papel amarelo, sobre um artigo de capa de qualquer redator. Para o autor, era como uma condecoração.

WILLIAM J. MILLER foi durante 16 anos redator e editor de Time Inc. Passou oito desses anos escrevendo os editoriais de *Life*, o que o punha em contato semanal com o seu editor-chefe, Henry Luce. Mais tarde, foi o principal editorialista do *Herald Tribune*, de Nova York.

«**Líder da Classe**». Luce nasceu na China, em 1898, filho de missionários presbiterianos, e a sua fé religiosa era tão firme e inabalável como a dos primeiros cristãos. O Deus do seu pai missionário representava uma realidade tão indiscutível no seu espírito como a certeza da vida eterna. Tive prova disto numa das suas observações inesperadas, quando ele examinava um memorando meu sobre possíveis editoriais para a revista *Life*. Nessa altura ele andava fascinado com o fato de que, embora a fissão atômica pudesse vir a captar a energia dos próprios oceanos e, pela primeira vez, abolir a pobreza, as possibilidades diárias de uma guerra termonuclear deixavam literalmente a humanidade «vivendo com a morte». Mas esta apocalíptica perspectiva não o aterrorizava em nada. «Claro que um bom cristão nunca tem medo de morrer», disse simplesmente. «Para ele, é absolutamente indiferente como ou quando o fim chega.»

Luce sempre foi um ativo e enérgico trabalhador. Depois de frequentar uma escola inglesa na China, obteve uma bolsa de estudos para a Hotchkiss School, em Connecticut. Aí, seu boletim dizia, todos os anos: «Quadro de Honra; Líder da Classe.» Continuou os estudos em Yale, onde, excetuando 500 dólares dados pelo pai para as despesas iniciais, se manteve à custa do próprio trabalho. Mais tarde, tornou-se editor administrativo do *Daily News*, de Yale, um dos

lugares extracurriculares mais prestigiosos e lucrativos da Universidade. Após um ano de estudo em Oxford, na Inglaterra, regressou para trabalhar como repórter principiante no *Daily News*, de Chicago, e, mais tarde, no *News*, de Baltimore. Nesta última cidade, nas horas vagas, ele e outro repórter, Briton Hadden, seu velho amigo da Hotchkiss e de Yale, faziam projetos do que viria a ser, em 1923, a revista *Time*.

Com *Time*, Luce ajudou a criar toda uma nova técnica de noticiário, imprimindo às notícias um ritmo espetacular e colocando-as numa perspectiva esclarecedora. Viria a ser uma das experiências editoriais mais bem sucedidas da história. Com *Fortune*, lançada em 1930, na angústia da Depressão, foi o primeiro a libertar o relato de acontecimentos comerciais da insipidez enfadonha dos fatos e dos números para retratar a emoção, a aventura, a fraude ocasional e a autêntica fascinação das suas verdadeiras dimensões. Com *Life*, lançada em 1936, criou a técnica de reportagem inteiramente nova do «ensaio fotográfico». Poucos fizeram mais do que Luce fez, com as suas revistas, para ampliar o conhecimento e a informação do público.

Física e mentalmente enérgico, Luce era também mais ousado que os seus colegas quando se tratava de correr riscos. Aprovou o lançamento de *Sports Illustrated* contra a opinião de quase todos os seus principais colaboradores, um dos quais

protestou: «Seria a primeira revista de Luce sem uma *missão*!» Mas ele, que na sua juventude fora um ardoroso tenista e caçador entusiástico, adivinhava no esporte uma futura grande indústria, numa sociedade cada vez mais orientada para o lazer. Durante quase uma década, investiu nela mais de 22 milhões de dólares, até a revista pegar finalmente. Hoje, é o quinto semanário mais popular da América.

Combustível Apenas. Luce não tinha paciência para conversas inconsequentes, brincadeiras ou qualquer desperdício de tempo. Para ele, só o tempo era insubstituível. Não tinha qualquer hobby, nada fazia «para distrair» e não tinha vícios, a não ser fumar um cigarro atrás do outro.

Por ordem médica, aos 59 anos, começou a jogar golfe, e jogava para ganhar. «Mas nunca chegou a jogar realmente bem», recorda Clare Boothe Luce, sua adorada esposa. Excetuando o trabalho, a única verdadeira distração de Luce era a leitura. «Felizmente para mim», diz a Sr.^a Luce, «ele gostava de ler em voz alta. Lia para mim durante quase uma hora, todas as noites, a maior parte da nossa vida juntos. De tudo, desde teologia ao último romance policial.»

Ninguém foi mais completamente cerebral que ele. Luce não tinha o menor interesse pelo que comia («combustível, apenas combustível»). Nos almoços com seus editores, pedia invariavelmente salsichas com feijão, comia uns dois terços de

uma salsicha e esquecia o prato, enquanto metralhava uma peroração sobre as idéias que lhe enchiam a cabeça. De vez em quando, batia na mesa com o anel de safira que usava no dedo mínimo da mão direita ou apalpava os bolsos à procura de cigarros, que geralmente esquecia de trazer. Pedia um a alguém e, distraído, enquanto falava em frases sincopadas, que às vezes deixava em meio, acabava pondo o maço no bolso.

Essas conversas ao almoço eram, na realidade, as únicas diretivas gerais — excluindo os bilhetes garantidos — que os seus editores recebiam. Nunca tínhamos a menor idéia de que misterioso assunto Luce iria buscar ou de que embaraçosa ignorância desmascararia com alguma pergunta disparada de repente, as grossas sobancelhas franzidas. «Que acha você de Dietrich Bonhoeffer?» podia perguntar a um editor desprevenido. Ou: «Jack, na sua opinião, que é que Teilhard de Chardin está querendo dizer?»

Dessas discussões podia nascer uma história de capa do *Time* ou um editorial do *Life*. De certo modo, Luce via-se como um empresário, com o mundo como palco e todos os líderes dos campos da criação, pensamento, artes ou esportes como atores que não despertavam realmente para a vida ou não atingiam a devida estatura enquanto ele não os fizesse desfilarem pela capa e pelas páginas do *Time*.

Ser Um Peregrino. Luce tivera

um ligeiro ataque cardíaco premonitório aos 59 anos. Depois disso, começou a passar mais tempo na sua casa de inverno, em Phoenix, no Arizona, mas não dava descanso ao correio, enviando memos e sugestões para Nova York. Em 27 de fevereiro de 1967 sentiu-se mal e internou-se num hospital para se submeter a um exame. Cerca das três horas da manhã seguinte, acordou com dores terríveis e chamou a enfermeira. Quando esta chegou, Luce deu um grito e perdeu a consciência.

Na cerimônia fúnebre, em Nova York, o pastor David H. C. Read, da Igreja Presbiteriana da Avenida Madison, que ele frequentava, falou de Henry Luce como «no fundo, um peregrino que não se envergonhava de, num ambiente sofisticado e numa era niilista, ver a vida como uma peregrinação, com um objetivo e uma meta». Um homem cujo patriotismo não era «barreira para o pensamento mais vasto de um mundo em peregrinação para uma paz duradoura, baseada na ordem, na lei e na justiça».



Guerra aos Ratos de Lojas

MUITOS comerciantes já não querem saber por que as pessoas roubam nas lojas, e em vez disso estão perguntando: «Como impedir que roubem?»

É difícil encontrar uma casa que empregue *todos* os conhecimentos de que hoje se dispõe para evitar os gatunos, mas uma loja de departamentos americana, a May Company, em Cleveland, Estado de Ohio, anda perto disso. Orientada pelo seu diretor de segurança, Craig Clark, a May instalou 66 circuitos internos de TV e espelhos de duas faces, protegeu sua mercadoria sob cubos transparentes de plástico, contratou uma turma de jovens detetives que patrulham a loja e fez todo o seu pessoal de segurança assistir a um curso de 120 horas de treino básico de policiamento.

Os vendedores são estimulados a participarem de vigilância por uma escala ascendente de prêmios que vão de cinco a 1.000 dólares, dependendo do que for economizado com a recuperação da mercadoria roubada.

Algumas lojas escondem seus esforços e o equipamento utilizado, mas a filosofia da May é divulgá-los o mais possível. Suas câmaras de TV estão bem à vista e ostentam avisos em letras vermelhas: «Esta Câmara é Para Protegê-lo.» Há também uma projeção de slides narrada por Clark, em que ele explica as medidas que estão sendo tomadas pela loja contra os ratos e frisa que essas precauções visam a proteger tanto a bolsa do cliente como a casa.

— J. C.