

Uma nova abordagem para o design do livro brasileiro: a experiência da editora Civilização Brasileira, 1950-1960.

Guilherme Cunha Lima, Ana Sofia Mariz

Palavras-chaves: *design gráfico, editoração, história, Brasil*

Resumo

A Editora Civilização Brasileira foi, sem dúvida, um marco na história moderna brasileira. Não apenas por ter sido um veículo de um discurso político-ideológico de vanguarda, mas também por servir de exemplo de excelência em vários aspectos da produção editorial. O que iremos apresentar neste artigo é um breve histórico do início do processo de reformulação visual da editora de Ênio Silveira, através do enfoque do design gráfico.

No transcorrer de sua existência, a editora tem passado por várias fases, mas sob o comando de Ênio Silveira, foram três períodos nitidamente distintos. O primeiro que vai de 1951 a 1959, foi a fase de estruturação do esquema empresarial. O segundo, de 1959 a 1970, foi a construção de uma identidade visual renovadora e de uma atuação política de esquerda. E o terceiro, a partir de 1970, é representado por uma produção de qualidade decrescente, quando as agruras financeiras impostas pela ditadura militar se fazem sentir na produção dos livros.

O presente artigo é o primeiro resultado de uma pesquisa que se iniciou há mais de um ano, e que em 2003 foi incorporada ao tema de mestrado em design de Ana Sofia Mariz, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, sob a orientação do professor Luiz Antonio Coelho e a co-orientação do professor Guilherme Cunha Lima.

A new approach to brazilian book design: the experience of the Civilização Brasileira publishing house, 1950-1960.

Guilherme Cunha Lima, Ana Sofia Mariz

Keywords: *graphic design, publishing, history, Brazil*

Abstract

The Civilização Brasileira publishing house was, without a doubt, a landmark in modern brazilian history. It serves as an example of excellence in several aspects of editorial production and was also as vehicle of the vanguard political-ideological discourse. What we shall present in this article is a brief historic of the beginning of a visual renewal process in the publishing house of Ênio Silveira, through the view of graphic design.

Throughout its existence this publishing house has gone through various phases, but under Ênio Silveiras's command, there were three distinct periods. The first one goes from 1951 to 1959, it was a time for the restructuring of its business administration. The second, from 1959 to 1970 was the making of a new visual identity and a left-wing political performance. The third, beginning in 1970, had a decrease in its production quality, when the financial hardships of the military dictatorship could be felt in book publishing.

This article is the first attempt in a research that began over a year ago, and in 2002 was incorporated as the subject for the masters degree course in design of Ana Sofia Mariz, in the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro, under the supervision of professor L. A. Coelho and co-supervision of professor G. Cunha Lima.

O início da editora

Para entendermos o contexto em que ocorreram as mudanças visuais na produção da editora Civilização Brasileira, é preciso retornar no tempo para a década de 1930, para conhecermos os primórdios da formação da empresa e os seus atores principais. A editora foi fundada em 1929 no Rio de Janeiro por Ribeiro Couto, poeta e diplomata, Gustavo Barroso, escritor integralista, e Getúlio M. Costa, livreiro. O período que nos interessa, no entanto, se inicia em 1932, quando as ações de Ribeiro Couto e Getúlio M. Costa são compradas por Octalles Marcondes Ferreira, dono da Companhia Editora Nacional, com sede em São Paulo. Em 1937, o irmão de Octalles, Fenício Marcondes Ferreira, diretor do Banco Português do Brasil, adquire as ações de Gustavo Barroso, ocasião em que se inicia a expansão da editora.

Nos anos 1930, a Cia. Editora Nacional já era uma das maiores editoras do país. Ao controlar a Civilização Brasileira, passou a ter uma filial e uma loja própria no Rio de Janeiro, então capital do país. A partir daí, o enfoque na área de livros didáticos e infantis foi se tornando predominante na sua produção, enquanto que a Civilização Brasileira publicava majoritariamente clássicos da literatura universal. Monteiro Lobato, um dos principais autores e colaboradores da Cia. Editora Nacional, era grande amigo de Octalles. Em 1944, a pedido de Lobato, Octalles contratou um jovem estudante de sociologia para a sua editora: Ênio Silveira.

A Cia. Editora Nacional, nas palavras de Ênio, “foi uma universidade aberta”. Lá, onde ele iniciou sua carreira de editor, conviveu com os seus primeiros autores, escreveu orelhas de livros, aprendendo tudo sobre administração com Octalles. Foi lá também que ele conheceu a sua primeira esposa, Cléo, filha de Octalles. Neste período, decidido a continuar no ramo editorial, Ênio resolveu aprimorar a sua formação como editor e viajou para os Estados Unidos, indo estudar editoração na Universidade de Columbia. Durante sua estada, além de fazer importantes contatos no meio editorial, estagiou em uma das mais importantes editoras americanas, a Alfred A. Knopf, chegando a fazer amizade com o próprio dono da empresa. Segundo Ênio, Knopf era um homem, que “tinha bom gosto e *feeling* para a coisa editorial, [...] Editava os melhores autores americanos na época.” Desta experiência, ele absorveu “técnicas de divulgação do livro e modernização dos contatos”, visitou todos os departamentos da Alfred A. Knopf e voltou ao Brasil “com uma visão bastante profunda da atividade editorial”. (Ferreira, 1992)

Em 1951, recém chegado de Nova York, Ênio é chamado por Octalles

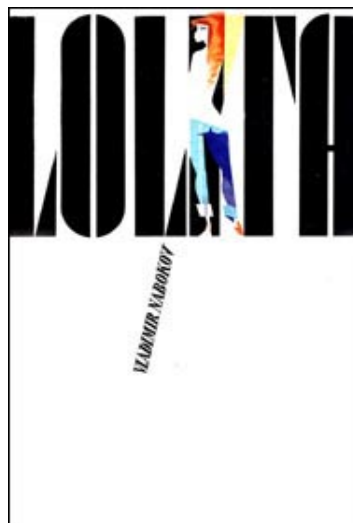
que o convidou para assumir a direção da Civilização Brasileira no Rio de Janeiro, que estava com problemas. Ênio, casado há pouco tempo e com sua casa recém construída em São Paulo, titubeou no início, mas acabou viajando para o Rio, com a intenção de ficar alguns meses, a título de experiência. Logo viu na Civilização Brasileira um campo fértil para implantar suas novas idéias editoriais. Assim, em 1952, Ênio Silveira mudou-se definitivamente para o Rio de Janeiro e gradativamente iniciou o processo de transformação da editora colocando-a, já no final da década, como uma das mais importantes do Brasil. É nessa época em que ele é aceito como sócio:

Comprei as ações e a editora Civilização Brasileira rapidamente entrou no que eu chamaria um verdadeiro *boom*, ela passou a ser uma editora em expansão [...] com uma visão não-elitista do livro [...] Subindo a galope, chegou um dado momento, em 1960, [...] em que a editora [...] já estava publicando 20 livros por mês o que significa mais de um livro por dia útil.

Movimento de transformação visual

Desde 1952, ano em que Ênio Silveira decidiu a se radicar no Rio de Janeiro, até 1963, quando ocorreu a separação definitiva entre a Cia. Editora Nacional e a editora Civilização Brasileira, houve um gradual distanciamento entre os discursos da matriz paulista e da filial carioca. Durante este período, Ênio, além de ir comprando gradativamente as ações da editora que gerenciava, a fez prosperar, ganhando mercado, com um estilo de quem apostava na ousadia, inovação, qualidade e valorização da cultura brasileira. Quando se observa esse processo, fica nítido que Ênio tinha um projeto claro sobre o que fazer da sua editora. É um projeto que

Eugênio Hirsch, 1959.



Bea Feitler, 1960.



vai além do gerenciamento da saúde financeira e do crescimento contábil da empresa. Esta premissa é fundamental para tentarmos compreender o que fez da Civilização Brasileira um marco. Na medida em que Ênio vai ganhando autonomia, ele procura se cercar dos melhores profissionais de cada ramo. Assim, no final dos anos 1950, ao se tornar acionista majoritário, as mudanças começam a ocorrer de maneira mais radical, especialmente no que se refere ao design dos livros.

O que podemos considerar como estopim da mudança visual, foi a contratação de Eugênio Hirsh, em 1959, para fazer a capa de *Lolita*, de Vladimir Nabocov. Este livro teve um grande impacto na época e foi um sucesso de vendas, tanto no exterior quanto no Brasil, em função do polêmico tema que abordava, o relacionamento amoroso do padrasto com a enteada. Além disso, podemos dizer que teve igual impacto o conceito visual dessa capa, que inaugurou uma nova forma de linguagem gráfica para o livro brasileiro.

Eugênio Hirsh, 1963.



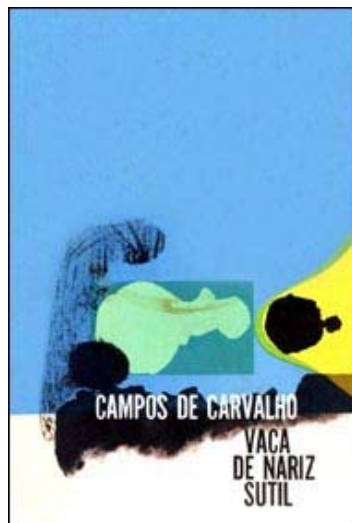
Eugênio Hirsh, 1964.



Deixando uma grande área em branco, Hirsch cria um contraste intenso, colocando um tipo anguloso e pesado no topo da página, criando um efeito de agressividade impactante. A ilustração feminina, com formas harmoniosas, único elemento colorido, ao mesmo tempo em que se integra perfeitamente ao título (substituindo a letra *l* de *Lolita*), contrasta com este pela sua delicadeza, remetendo ao conflito abordado no texto. O nome do autor, apesar de ser bem menor que o título, se destaca pois funciona como um elemento direcionador do olhar, saindo como uma seta, na diagonal, invadindo o branco. Apesar dos mais de quarenta anos decorridos, a capa de *Lolita* ainda se destacaria nas livrarias, nos dias de hoje. Se isso ocorre no presente, onde o repertório de imagens disponíveis para o público

parece dobrar a cada instante, é fácil imaginar a dimensão do impacto visual produzido por esta capa no final dos anos 1950.

Eugênio Hirsh, 1964.



Eugênio Hirsh, 1963.



Eugênio Hirsch

Nascido em Viena, sua família fugiu da Europa em 1938, indo para a Argentina, onde trabalhava no setor editorial. Monteiro Lobato, em visita a Buenos Aires, em 1945, conheceu Eugênio Hirsch que havia ilustrado a edição argentina de seus livros. Entusiasmado, Lobato logo o quis trazer para o Brasil para ilustrar as suas histórias. Mas com a morte do escritor em 1948, isso não se concretizou. Hirsch acabou vindo mais tarde para o Rio de Janeiro, em 1957, onde trabalhou em diversas agências de propaganda. Foi em 1959 que começou a fazer capas para a editora Civilização Brasileira. Seu trabalho, de grande sensibilidade e sofisticação, é marcado pela agressividade do traço e pelo movimento, expresso no uso freqüente do texto em diagonal e ainda pelo contraste forte de cores. A frase de Hirsch, "capas deveriam ser feitas para agredir, não para agradar", caracteriza bem o seu trabalho (Castro, 2001).

É preciso reconhecer que Hirsch era profundamente experimental e conhecedor das artes gráficas, conforme comenta o designer João Batista de Aguiar: "Impressionante que naquela época o Hirsch já pesquisava materiais como a tinta fosforescente, algumas texturas, coisas que hoje eu estou começando a fazer" (Leon, 1991: 113).

Este estilo de Eugênio Hirsch teve um perfeito casamento com o momento em que a editora Civilização Brasileira estava passando. A audácia e a criatividade da linguagem singular usada por ele, combinava perfeitamente com o conceito que Ênio construía na sua editora. Assim,

dando uma grande independência a Eugênio Hirsch, Ênio Silveira iniciou a construção de uma nova estrutura visual para a sua editora.

Thiago de Mello

Passado algum tempo, cerca de cinco anos, após a contratação de Hirsch, seria chegado o momento da editora Civilização Brasileira dar um novo passo na consolidação do seu projeto visual.

O golpe de 1964 provocou transformações profundas em todo o cenário brasileiro, tendo sérias conseqüências para o mercado editorial. No caso da Civilização Brasileira, gerou um enfrentamento que, como veremos posteriormente, acabou tendo resultados negativos irreversíveis para a saúde financeira da editora. Desse momento, entretanto, focaremos nosso olhar sobre um novo personagem que entra na Civilização Brasileira para dar uma base organizacional a essa nova postura visual da editora: Thiago de Mello.

Muito se conhece sobre esse intelectual amazonense como poeta e escritor, mas pouco se fala de sua atuação como “criador gráfico e diagramador”: é ele próprio que assim se intitula em entrevista concedida aos autores. Em 1964, Thiago de Mello, já detentor de um respeitável currículo na área literária, ocupava no Chile um posto de representação diplomática do governo brasileiro. Ao saber da eclosão do golpe de direita no Brasil, com a conseqüente tomada do poder pelos militares, renunciou ao seu posto e viajou de volta ao Rio de Janeiro, com a ajuda de Ênio Silveira de quem era amigo pessoal. Reuniu também seus mais recentes poemas no livro *Faz escuro mas eu canto*, e procurou José Olympio, seu editor àquela época, para a publicação imediata desses poemas de protesto. José Olympio, entretanto, tinha apoiado o golpe e não podia atender ao pedido de Thiago. Assim, conforme conta o poeta, levou seu livro para o Ênio Silveira, que tomando os originais nas mãos, escreveu “urgente, urgentíssimo” e o livro foi lançado em dezesseis dias, e, com três meses de vendas, já estava na segunda edição.

Sabendo que Thiago de Mello tinha uma experiência anterior em design editorial e que havia perdido o seu posto no Itamaraty, Ênio o convidou para dirigir o departamento de criação gráfica da Civilização Brasileira. Em 1952, Thiago havia sido fundador, juntamente com o poeta Geir Campos, da editora Hipocampo, uma gráfica experimental muito reconhecida durante os anos 1950, na qual tinha sido responsável pelo design gráfico dos livros. Motivado pela natureza do trabalho e pelo ambiente que Ênio Silveira havia criado na sua editora, Thiago aceitou o convite e começou a organizar o

recém-criado departamento.

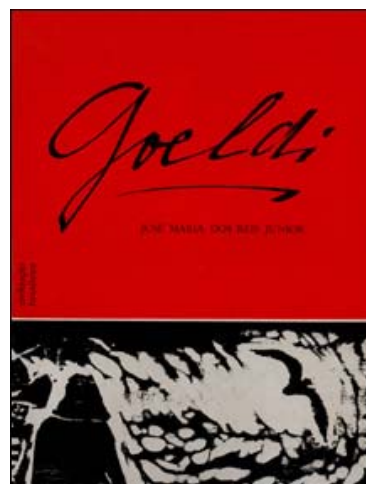
Nesta fase, as capas eram feitas primordialmente por Eugênio Hirsch. Mas nossa pesquisa tem revelado outros profissionais que também projetaram para a Civilização Brasileira, como é o caso da designer Bea Feitler, em 1960. Hirsch trabalhava no regime de *free-lancer*, mas foi ficando bastante conhecido, com muitos clientes, e, como conseqüência, nem sempre podia atender a Ênio Silveira em tempo hábil. Além disso, ele, em geral, só fazia projetos de capas. A chegada de Thiago de Mello como funcionário fixo da editora, veio a preencher esta lacuna, passando a sistematizar o projeto do livro como um todo, isto é, tanto a capa quanto o miolo. Dessa forma, Thiago teve um importante papel na definição e implantação de uma identidade visual verdadeiramente consistente para a editora, que perdurou durante anos após a sua saída.

Uma das primeiras iniciativas de Thiago foi produzir uma marca empresarial para a Civilização Brasileira. Encomendou essa tarefa a Marius Laurizen Bern, um jovem artista plástico que também atuava no campo do design e da fotografia. Entre as três opções apresentadas, foi escolhida aquela na qual as letras C e B aparecem inscritas em um quadrado, com o desenho sugerindo a forma de quatro folhas. Essa marca passou a ser usada de forma ampla e variada, muitas vezes de maneira não convencional, acoplado ou não com o nome da editora.

Marca da editora,
Marius Laurizen Bern.



Thiago de Mello, 1966.



Outra mudança foi no projeto gráfico do miolo que, segundo Thiago, tinha uma linguagem muito monótona e precisava ser revisto. Partindo da premissa de que o livro para ser projetado visualmente deve ser entendido e portanto lido -- parece óbvio mas muitos designers na época não liam os livros que projetavam -- Thiago, com o aval do Ênio, faz experimentações e estabelece uma metodologia para a diagramação do miolo dos livros:

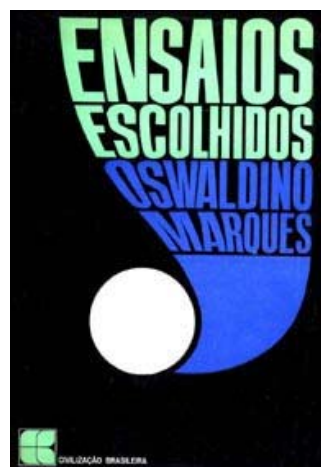
A marcação do corpo do tipo, a mancha gráfica e as suas variações, era o que dava mais trabalho de criação. Passei a usar muito versalete. Na época não se usava. Acho que a minha contribuição mais importante foi a leitura do texto. Você não podia marcar a composição aleatoriamente – isso aqui vai ser corpo 12, aquilo em corpo 10, isso em itálico –, sem conhecer o conteúdo do texto. A questão do uso bem diferenciado do versalete, usar o itálico para subtítulos e evitar o máximo possível o uso de negrito em texto corrido. Você só poderia usar o negrito para a folha-de-rosto e as páginas de abertura de capítulo no miolo.

Neste período ocorreu também uma maior sistematização do design das capas. Eugênio Hirsch sai em 1965, indo para os Estados Unidos – trabalhando durante algum tempo na *Playboy* – e em seguida partindo para a Europa. Sua ausência aumentou a necessidade de se estabelecer um padrão estético mais sólido para as capas da Civilização. Com isso, Thiago que muitas vezes tinha também a função de editor, se viu mais sobrecarregado, e procurou dividir o trabalho de capas com Marius, que sempre atuou com free-lancer, a partir de seu estúdio particular:

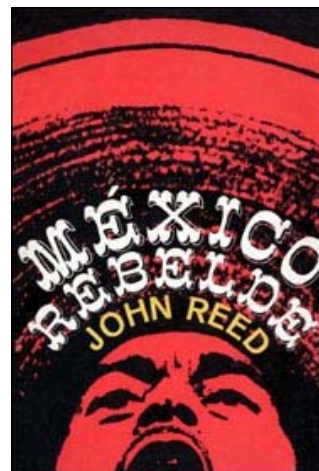
Foi um período de muita invenção gráfica, tanto na capa quanto na sobre-capas, que tornamos mais cheias de ar, com muitos espaços e menos texto. Havia uma diagramação especial para o texto da quarta capa, e passamos a repartir o trabalho de capa entre Marius e eu. Eu fiquei mais com os livros de literatura de ficção, romance, contos e de poesia. E o Marius ficou com outros tipos de livros, de ensaios e de filosofia.

Ainda segundo Thiago, um dos padrões estabelecidos neste período para as capas foi o uso das cores que "deveriam servir sempre ao tema e ao conteúdo do livro". Outro foi a tipografia do título e do nome do autor, que em princípio deveriam ser na mesma família. Quando fosse usado o mesmo tipo, o nome do autor deveria vir em minúscula. Esses critérios deveriam ser sempre adotados, sendo o título do livro o elemento principal. Embora nem sempre isso seja corroborado nos espécimes encontrados.

Marius, 1968.



Marius, 1968



Em 1966, Thiago de Mello, que, como já vimos, se viu sobrecarregado

com inúmeros projetos, e começou a treinar uma aprendiz, Lea Caulliraux. Ela aprendeu a técnica de diagramação com ele e também estagiou no escritório de Marius. Isto a habilitou, após a saída de Thiago, a manter a qualidade e a coerência visual estabelecida por ele.

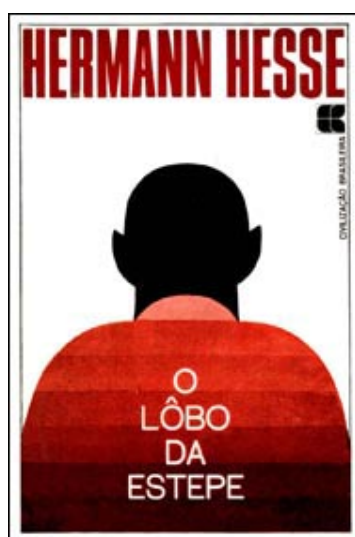
A Lea teve uma importância grande neste período porque eu ensinei a ela a metodologia da marcação do texto. Não só da escolha do tipo, mas do corpo para o capítulo e para o sub-título. Passamos a usar o Garamond e o Bodoni, privilegiando as duas famílias. E a Lea compreendeu muito bem. Assim, em vários livros, eu entreguei a ela a responsabilidade da diagramação...

O legado da Civilização Brasileira

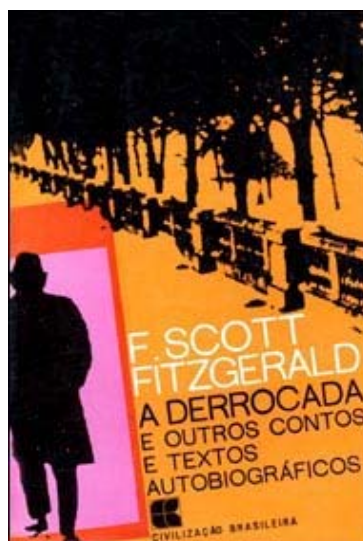
Os livros produzidos pela editora Civilização Brasileira, a partir de 1959, possuem uma grande unidade visual que os distingue até hoje. Suas capas ajudaram a criar para a editora uma identidade visual forte, fato inédito na época. Com isto os livros da Civilização tiveram um destaque maior em relação aos demais, nas livrarias, fazendo com que os leitores os reconhecessem apenas pelas capas. Thiago de Melo, em sua entrevista, conta um episódio que retrata bem isso:

Eu fiquei muito feliz no dia em que um funcionário da Civilização, o Dantas, chefe da livraria na Sete de Setembro, chegou e disse: – *Os leitores já estão sabendo, mesmo sem ver o logotipo, sem ver o nome, só pela capa, eles sabem quais são os livros da Civilização.* Isso me deixou muito contente porque eu sabia que a gente tinha criado uma identidade própria.

Marius, 1968.



Marius, 1969.



Assim, cabe ressaltar que, se a editora Civilização Brasileira conseguiu atingir um alto índice de comunicação com o público, foi devido, em grande

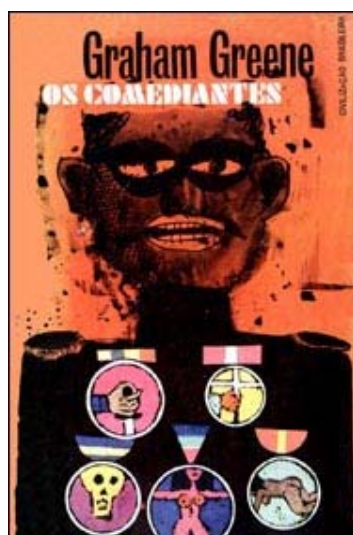
parte à importância que deu ao design de seus livros. Isso, no entanto, só foi possível graças a um intenso investimento de Ênio Silveira na execução do seu projeto editorial, apostando na cultura brasileira e rejeitando os modelos estrangeiros. A alta qualidade dos textos que foram publicados durante estes anos revela o gosto e o *feeling* que Ênio tanto apreciava em Alfred Knopf. No seu caso, a intenção do grande editor está explícita no lema de sua livraria: "Quem não lê, mal fala, mal ouve, mal lê".

Avaliando as capas da editora como um todo, a designer Moema Cavalcanti assim se expressou:

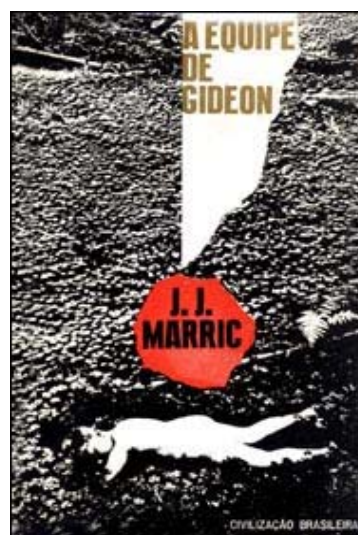
Elas chamavam atenção para os livros, sem dúvida, mas também mostraram que havia alguém que cuidava do livro, havia ali uma profissão, um pensamento, uma pessoa. O livro deixa de ser anônimo do ponto de vista gráfico. (Leon, 1991: 113)

Infelizmente após longos anos de pesados prejuízos financeiros, provocados pela ditadura militar, como forma de quebrar a força de iniciativa tão característica de Ênio na administração de seus negócios, ficou impossível para a editora Civilização Brasileira manter o mesmo vigor do início dos anos 1960. Assim, a partir da década de 1970, observa-se uma gradativa queda na qualidade visual de sua produção. Em 1982, após um acordo operacional com a Difel (Difusão Européia do Livro), 90% das ações da Civilização Brasileira foram vendidas para o banco Pinto de Magalhães, de capital português. Ênio Silveira, entretanto, continuou a trabalhar na editora até o fim de sua vida, vindo a falecer em 1995.

Marius, 1966.



Marius, 1967.



Bibliografia

Araújo, E. (1986). *A construção do livro. Princípios da técnica de*

- editoração*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Castro, R. (2001). O homem que revolucionou as capas de livros. In *O Estado de S. Paulo*, 29 set., Caderno 2.
- Cláudio, J. (1978). *Memória do Atelier Coletivo. Recife, 1952-1957*. Recife: Artespaço
- Epstein, J. (2002). *O negócio do livro*. Rio de Janeiro: Record.
- Escorel, A.L. (1974). Brochura brasileira: objeto sem projeto. Rio de Janeiro: José Olympio.
- Ferreira, J.P. (coord.). (1992). *Ênio Silveira*. (Editando o Editor). São Paulo: Edusp.
- Hallewell, L. (1985). *O livro no Brasil*. São Paulo: T.A Queiroz.
- Knychala, C.H. (1983). *O livro de arte brasileiro. 1-Teoria, História, Descrição 1808-1980*. Rio de Janeiro: Presença.
- Leon, E. (1991). Eugênio Hirsch, o cigano das capas. *Design&Interiores*, n.27, jul-ago, pp. 111-114.
- Paixão, F. (coord.). (1996). *Momentos do livro no Brasil*. São Paulo: Ática.
- Pontual, R. (1969). *Dicionário das Artes Plásticas no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Entrevistas de Thiago de Mello, Lea Caulliraux e José Elias Salomão
concedidas a Ana Sofia Mariz em 2002 e 2003