

Editora Civilização Brasileira: novos parâmetros na produção editorial brasileira.

Guilherme Cunha Lima, PhD.

Ana Sofia Mariz, MSc.

Fundação e primeiras décadas da editora Civilização Brasileira

Referência singular na história do livro brasileiro, a editora Civilização Brasileira, apesar de associada no imaginário intelectual brasileiro à figura de Ênio Silveira, tem sua fundação datada de 1929, ano em que o referido editor completava apenas 4 anos de idade. Ribeiro Couto, poeta e diplomata, Gustavo Barroso, escritor, e Getúlio M. Costa, livreiro, inauguraram a casa editorial e a livraria de mesmo nome, na elegante Rua do Ouvidor, no centro da cidade do Rio de Janeiro. De início, publicava-se principalmente literatura brasileira e estrangeira. No entanto, um dos maiores sucessos de seu catálogo foi *Pequeno dicionário brasileiro da língua portuguesa* – uma obra de referência –, de Hilberaldo Mateus de Lima e Gustavo Barroso.

A CB ficou sob administração de seus fundadores cerca de 3 anos apenas, sendo adquirida por Octalles Marcondes Ferreira, dono de uma das maiores e mais importantes editoras de livros didáticos de nosso país, a Companhia Editora Nacional (CEN), situada na cidade de São Paulo. Com o controle da CB, Octalles ganhara, além do selo editorial com seu catálogo de títulos, uma loja em local privilegiado da então capital do país e uma melhor distribuição dos livros da CEN.

Durante os anos 1930, Octalles aproveitou a CB para publicação de obras literárias, enquanto concentrava a produção da CEN nos livros didáticos e infantis. Segundo as fontes de acervo da editora, além dos clássicos da literatura nacional e estrangeira, inclusive a popular, eram recorrentes títulos nas áreas de história, política, bem como, na linha atualmente conhecida como “auto-ajuda”. Livros de orientação de saúde, sexual, comportamental etc tornaram-se então correntes, continuando a serem regularmente publicados mesmo durante a gestão de Ênio Silveira.

O nome Civilização Brasileira também foi usado por Octalles para uma filial da CEN em Lisboa – curta experiência de uma fase de câmbio favorável, que possibilitou a entrada maciça de livros brasileiros no mercado português. Segundo registro da *United Press* de outubro de 1933, as capas brasileiras, mais coloridas, seduziram o público lusitano, destacando-se das edições portuguesas de aspecto mais sóbrio (Hallewell, 1985). A farra brasileira, porém, não duraria muito tempo. As editoras portuguesas contra-atacaram na indefectível moeda financeira e, com preços mais baixos, mas sem nenhuma mudança visual

registrada, retomaram suas vendas. Com esse desfecho, já na década de 1940, Octalles não viu mais vantagem na manutenção da filial portuguesa, vendendo-a para um gerente local.

Na seqüência desses acontecimentos, a produção da Civilização Brasileira sofre declínio. Sem maior detalhamento, encontra-se, em Hallewell (1985:278), a observação de que “Octalles parece ter abandonado até certo ponto o mercado literário deixando editoras como a José Olympio [no Rio de Janeiro] e Martins [em São Paulo], que dele faziam o seu forte”.

A observação não se explica, mas se confirma nos registros contábeis da CB. O número de livros publicados nos primeiros anos da década de 1930 gira em torno de 21. Há um salto para 77, em 1934, e uma estabilização em 40 nos anos seguintes. A tendência de redução na produção é marcada por apenas 17 novas edições em 1939. Apesar do ano de 1940 ter 21 edições registradas, a média durante os dez anos seguintes é de apenas cinco, e, no ano de 1950, são contabilizadas 3 edições.

Por outro lado, em São Paulo, Octalles direciona seus investimentos com maior ênfase à área de didáticos e universitários, campo que ganha impulso no Brasil a partir do final da Segunda Guerra Mundial.

Para a editora Civilização Brasileira, o ponto de inflexão ocorre no início da década de 1950, que apresenta o seguinte cenário: Octalles tem em mãos uma empresa com baixa produtividade e com suspeitas de desvios por parte da administração local; o selo Civilização Brasileira, seu catálogo e sua localização privilegiada constituem uma bagagem nada desprezível. Na encruzilhada de decisões, dois são os caminhos postos por Octalles – extinguir o selo ou tentar desenvolvê-lo sob uma nova administração.

Ênio Silveira: iniciação profissional na CEN

Se a Editora Civilização Brasileira hoje é objeto de estudo e referência para várias áreas do conhecimento, isso se deve, fundamentalmente, à atuação de Ênio Silveira, seu principal editor. Em sua trajetória, destaca-se, como ponto de partida, a origem familiar. Nas palavras de Ênio, sua família era “de classe média, com uma longa tradição de gerações inteiras dedicadas à advocacia e à vida intelectual (...)” (Felix, 1998:20). Seu avô, Valdomiro Silveira, era escritor, membro da Academia Paulista de Letras e fora Secretário da Educação, da Justiça e da Segurança Pública de São Paulo, além de deputado estadual. Seu tio-avô, Alarico Silveira, foi secretário da Presidência de Washington Luiz e ministro do Superior Tribunal Militar. Dinah Silveira de Queiroz, premiada romancista, era prima do editor. Essa origem familiar se traduziu em uma privilegiada iniciação cultural.

O hábito de leitura e a proximidade com os livros, cultivados desde cedo, conferiram-lhe vasto repertório cultural e uma inserção privilegiada no meio intelectual. Do mesmo modo, sua origem social privilegiada foi determinante para o ingresso na área editorial. Ingresso que, por sua vez, ocorre através de Monteiro Lobato, apresentado a Ênio por Leonor Aguiar. Lobato, que havia editado o avô de Ênio, indica o jovem para ser contratado por seu ex-sócio e amigo pessoal Octalles Marcondes Ferreira (Ferreira, 1992). Em 1944, com apenas 19 anos, Ênio Silveira ingressa na CEN, onde conhece Cléo Marcondes Ferreira, filha de Octalles, com quem se casa, em 1946.

Da escolha e preparação de originais à revisão, design, produção gráfica, divulgação e venda, muitas são as etapas que devem ser conhecidas para se dominar bem a prática da edição de livros. Na CEN, Ênio teve a possibilidade de vivenciar e apreender esses processos dentro de uma das mais importantes editoras do país e de crescer intelectualmente, já que uma de suas primeiras atribuições foi a de escrever textos de apresentação dos títulos que comumente entravam nas chamadas “orelhas” de livros. Essa tarefa inicial, o editor jamais abandonou, tornando-a, ao contrário, uma forma própria de comunicação. Seus textos “de orelha” ficaram tão conhecidos que, após sua morte, foram selecionados e publicados em conjunto com outros artigos seus e textos em sua homenagem no livro *Ênio Silveira: arquiteto de liberdades*, organizado por Moacyr Félix.

A CEN, nessa época, tinha em seu corpo de funcionários e colaboradores uma parcela significativa de reconhecidos professores e intelectuais da área educacional, cujos livros eram também publicados pela editora. Atento à conjuntura educacional, Octalles cercou-se dos melhores “assessores culturais”, conforme caracteriza Ênio referindo-se a Anísio Teixeira e Fernando de Azevedo (Felix, 1998:21). Este último organizou a *Biblioteca Pedagógica Brasileira* (BPB), um dos mais importantes projetos editoriais da CEN, que se subdividia em cinco séries: *Livros Didáticos*, *Literatura Infantil*, *Atualidades Pedagógicas*, *Iniciação Científica* e a *Brasiliana* (Pontes, 1988:69). Ao contrário de Fernando de Azevedo, Anísio Teixeira não chegou a ter participação administrativa formal, tendo atuado, principalmente, como consultor, traduzindo e escrevendo livros. Entretanto, sua influência no campo intelectual, especialmente na área educacional e, por extensão, no próprio conteúdo dos livros didáticos é amplamente reconhecida. Tomemos as palavras do próprio Ênio a seu respeito:

Ai apareceu uma dessas figuras que eu chamo de seminais na minha vida: Anísio Teixeira. Este foi um dos maiores brasileiros que eu conheci, por ele tenho o mais profundo respeito até hoje, e a mais terrível saudade, porque Anísio era um desses homens maravilhosos, múltiplos. (...) O Anísio me ajudou muito, porque além de (...) sua cultura, seu desempenho

intelectual, sua criatividade de pensamento, ele era um grande leitor. E sempre foi, ao longo de sua vida, no exercício de suas funções públicas, um homem que encorajou o livro. (...) Anísio sempre me dizia que estava lendo um livro muito interessante, americano, inglês ou francês, me dava muita coisa para ler e foi me ajudando a ter contato com o que de melhor se publicava no mundo. (Ferreira, 1992: 26-28).

Desde o início dos anos 1940, Ênio já tinha envolvimento com a militância política, tendo participado de diversas atividades do Partido Comunista do Brasil (PCB): foi redator do jornal *Notícias de Hoje* editado em São Paulo pelo PCB e participante da campanha pela democratização do País do início da Segunda Guerra Mundial ao fim do Estado Novo (Ferreira, 1992:57). Sem esclarecer exatamente as circunstâncias, conta ter sido preso no ano de 1941 na Casa de Detenção em São Paulo (Felix, 1998).

Apesar da estreita ligação com o partido comunista, seu pensamento e atuação jamais ficaram restritos a uma determinada corrente ou facção ideológica. Ao contrário, desde cedo, procurava preservar sua independência intelectual de quaisquer dogmatismos partidários. Mesmo sendo comunista declarado, Ênio fazia questão de transitar nos mais diversos círculos sociais, onde se mostrava sempre disposto a debater e conhecer pessoas, independentemente da linha ou facção ideológica a que pertenciam, “com exceção dos nazistas” – dizia ele. Certamente, essa postura mais transigente lhe facilitou estabelecer uma relação de respeito mútuo com seu sogro, cuja visão ideológica divergia da sua. Octalles, pessoalmente, costumava defender posturas políticas de direita, mas, em relação à sua editora, fazia questão de destacar que não fomentava qualquer linha política. Desse modo, ao saber das ligações de Ênio com o PCB, Octalles estabeleceu um acordo informal com o rapaz, no qual a neutralidade política da CEN permaneceria resguardada (Ferreira, 1992).

A experiência nos Estados Unidos

Em 1946, Ênio Silveira viajou para Nova Iorque e, durante o ano e meio que permaneceu morando na cidade, pôde aprofundar sua formação. Fez cursos de especialização na Universidade de Columbia em *book publishing*, sociologia e antropologia cultural e estagiou na Alfred Knopf, uma das maiores editoras americanas da época, reconhecida tanto por sua qualidade literária como pelo cuidado com o design dos livros que publicava.

Uma diferença importante da indústria editorial brasileira para a norte-americana incluía a concepção do livro como objeto comercial. Apesar de alguns esforços isolados como de Plancher, no século XIX, e os de Monteiro Lobato, no início dos anos 1920, os livros publicados no Brasil, de modo geral, ainda mereciam pouco investimento em termos de

publicidade, principalmente se comparados a outros produtos comerciais. Uma das explicações para a falta de divulgação do livro no Brasil está na visão elitizada que carregava. Se o livro é mercadoria sofisticada, apenas dada a uma elite esclarecida saborear, uma campanha publicitária mais ampla seria vulgar, a banalização de um produto que se pretende nobre, perante o distinto comprador (Vieira, 1998). Contrariamente, nos Estados Unidos, o livro era tratado como mais um produto comercial, direcionado a um consumo em massa, sendo vendido amplamente e para as mais diversas camadas sociais. Para facilitar sua aquisição e ampliar as vendas, desenvolveu-se a apresentação em formato de brochura barata, o que, posteriormente, viria a ser a famosa versão em “pocket”. É ilustrativa a esse respeito a narrativa de Jason Epstein, editor por 40 anos da Random House, em seu livro de reflexões sobre o mercado editorial americano do pós-guerra até os dias atuais:

As brochuras de mercado de massa vendidas nas drugstores e nas bancas de jornais [no início dos anos 1950] eram impressas em papel barato, feito de madeira triturada, que ficava marrom ao contato com a luz, e suas capas cobertas com um tipo de celofane que descascavam com o uso. (Epstein, 2002:68).

A própria expressão “mercado de massa” já denota uma abordagem nada restritiva em relação ao objetivo comercial do produto. Desta forma, não apenas lançava-se mão de diversos recursos de publicidade como anúncios em revistas, impressos promocionais, cartazes e *outdoors*, como também se buscava uma apresentação visual mais comercial e popular para o próprio objeto. Embalando os livros de capa dura em coloridas “jaquetas” – que no Brasil são chamadas de sobrecapas – e os apresentando em versão mais barata de brochura aparada, buscava-se diversificar o produto, a fim de atender diferentes demandas. Nesse contexto, as capas funcionavam como embalagens comerciais que, sem pudor, competiam pelo olhar do comprador. A observação, de perto, desse sistema certamente contribuiu para que Ênio ampliasse os seus próprios conceitos na área editorial, vindo a se tornar, posteriormente, um dos editores brasileiros que mais ousadamente investiu no *marketing* e na apresentação visual de seus livros.

Aos aspectos editoriais, comerciais e gráficos apreendidos por Ênio nos Estados Unidos somam-se os contatos que teve oportunidade de estabelecer na área cultural. Na editora de Knopf, conheceu pessoalmente importantes escritores e intelectuais tais como Tennessee Williams, John Steinbeck, William Faulkner, entre outros, que posteriormente editaria no Brasil. Além disso, assessorou Alfred Knopf na área de literatura latino-americana, mantendo contato pessoal com o prestigiado editor.

A convivência nesse ambiente também veio a contribuir para a ampliação de seus horizontes políticos e aprofundar sua formação ideológica. Ao chegar em Nova Iorque, Ênio procurou o escritor e membro do Partido Comunista Americano Richard Wright, cujos livros já editava pela CEN, e, através dele, foi apresentado a outros intelectuais comunistas e ao próprio Partido Comunista Americano. Entre os novos contatos estão escritores judeus e negros como Howard Fast, Richard Wright e Langson Hughes e o compositor Marc Blitzstein. O Partido, no qual, como Ênio destaca, pôde treinar sua “práxis política”, também acabou norteando suas futuras publicações. Como exemplo de autores publicados ligados a essa corrente ideológica, temos: Roger Garaudy, Antonio Gramsci, Nélon Werneck Sodré, Osny Duarte Pereira e Ruy Facó (Vieira, 1998).

O retorno ao Brasil e o envolvimento com a editora Civilização Brasileira

Ênio volta ao Brasil em 1948 (ano de morte de Monteiro Lobato), retoma em seguida suas atividades na CEN e, com ânimo renovado, imprime maior dinamismo ao departamento que passa a dirigir. Entretanto, em função de sua disposição em aplicar não apenas o que experimentou na vanguarda editorial norte-americana, mas também suas próprias idéias catalisadas na viagem, sua inserção nos projetos editoriais da CEN tornou-se cada vez mais difícil. Mesmo em posição hierárquica privilegiada, Ênio tinha espaço de manobra limitado. Nesse sentido, há pelo menos dois pontos determinantes, destacados nos parágrafos abaixo.

O primeiro refere-se às diferenças ideológicas entre Ênio e Octalles, já apontadas anteriormente. Em sua viagem para os Estados Unidos, Ênio manteve sua via política acesa, ampliou sua percepção ideológica e conheceu autores importantes no campo político internacional, ainda não publicados no Brasil. Ao retornar a São Paulo com esses novos horizontes, depara-se com as restrições impostas pela cuidadosa neutralidade ideológica que Octalles mantém na direção da sua editora. A tensão ideológica entre o jovem revolucionário e o editor tradicional, como se auto-intitulava Octalles, será uma constante na relação profissional dos dois.

O segundo aspecto diz respeito às restrições impostas pelas próprias particularidades do livro didático no Brasil. Ao contrário da literatura e de obras gerais, os didáticos, mesmo nos dias de hoje, são subordinados a regras pouco flexíveis impostas por diversos setores que definem modelos na área educacional. Tais restrições são, sem dúvida, ponto sensível para um editor de perfil crítico e inovador como o foi Ênio Silveira. No depoimento que segue, percebe-se como ele deixa transparecer certa ironia, especialmente na expressão “sapiência oficial”, reforçando sua contrariedade em relação a esse aspecto:

Ela [a CEN] já era naquele tempo uma editora predominantemente voltada para os livros didáticos. O livro, didático como nós sabemos muito bem, não é muito criativo em termos de especulação. Ele tem que, mais ou menos, seguir o que é concebido ou o que é geralmente aceito pela sapiência oficial. Quem quer inovar muito não se dá bem, como um autor nosso, professor de História, que possuía um embasamento marxista e queria, portanto, fazer livros didáticos com embasamento marxista. Os demais professores perceberam logo e o livro não foi um sucesso! Eram mais ou menos aceitos os livros do Joaquim Silva e de outros; faziam, digamos, um refogado da História palatável mas não substancioso (Ferreira, 1992:25).

Não se pode especular qual seria o destino de Ênio na CEN e mesmo se ele continuaria na empresa. Havia grandes limitações, mas também existiam vantagens. Fato é que, nesse momento, surge uma nova e sedutora possibilidade para o jovem editor – a editora Civilização Brasileira. Conforme já visto, o destino incerto da CB no início da década de 50 exige de Octalles novas diretrizes. É assim que, confiando na competência de seu genro, oferece-lhe a direção dessa empresa. Após alguns meses de experiência, a estadia de Ênio na capital ganha caráter permanente e, em 1952, ele se muda de São Paulo, assumindo definitivamente suas funções executivas na CB.

Ênio e Civilização Brasileira: estruturação

A CB representava para Ênio não apenas um novo desafio profissional, mas a conquista da autonomia para a implementação de um projeto editorial próprio. Com essa perspectiva, ele propõe sociedade ao sogro e vai comprando, gradativamente, as ações da editora que agora dirigia. Como diz o próprio editor referindo-se à compra das ações da Civilização Brasileira: “foi um negócio de pai para filho”. Ênio Silveira é, para Octalles, mais que um representante de confiança à frente de uma empresa sua; é marido de sua única filha, potencial herdeiro de seu patrimônio e sucessor natural na sua atividade.

A participação de Ênio, agora como sócio, não corresponde a um imediato afastamento entre as duas empresas. Ao contrário, a CEN e a Civilização Brasileira mantêm-se bastante próximas, funcionando de maneira interligada durante a década de 1950. Um elo importante era o fato da CB ser responsável pela distribuição de livros da CEN, no Rio de Janeiro, o que representava parte importante da receita nos primeiros anos da nova administração.

Uma outra facilidade, decorrente da inter-relação entre as editoras, foi a rede de fornecedores e colaboradores. Em estrutura de gigante para a época, a CEN trabalhava com ampla rede de empresas e profissionais “terceirizados” – tradutores, revisores, designers etc. – que, já habituados com as demandas de Octalles, atendiam também a Ênio Silveira. É o caso, por exemplo, de Rubens Barros de Lima, responsável pelo projeto e produção gráfica dos

livros da CEN desde o final da década de 1940, e do artista alemão Walter Lewy, colaborador das capas da CB, relacionado por Hallewell como um dos principais artistas gráficos da CEN. Entende-se, assim, como Ênio conseguiu base logística e financeira para dar fôlego a sua editora e torná-la, rapidamente, uma das principais do país.

Na medida em que se torna sócio majoritário – e, a partir de 1963, único acionista –, os fornecedores iniciais são substituídos por outros, mais de acordo com o perfil que se pretendia dar a CB. No que se refere ao projeto gráfico, por exemplo, foi chamado o conhecido poeta Thiago de Mello, que realizou uma série de experimentações tipográficas. Depois disso, Roberto Pontual criou o padrão tipográfico de miolo e quarta-capa, seguido, após seu afastamento, por Leia Cauliraux.

No processo de reestruturação da Civilização Brasileira, Ênio adotara uma forma de gerência centralizada. Geralmente, ele acompanhava de perto todas as etapas do processo editorial, desde o contato com autores e agentes literários brasileiros e estrangeiros, passando pela escolha dos tradutores, revisores e designers e a orientação do projeto gráfico. Também tinha por costume ler no original os livros que recebia para publicação. Fazia traduções, revisões, uma grande quantidade de apresentações para os mais diversos livros, quando necessário, chegava mesmo a realizar capas, registradas em seu nome nas três entradas de pagamentos por este serviço na contabilidade da editora.

Apesar de ou, talvez, devido à centralidade da figura de Ênio Silveira, o processo produtivo da CB era relativamente versátil e não burocratizado. O editor não só tinha dinamismo e intensa capacidade de trabalho, como também possuía grande carisma e liderança entre os seus subordinados. O quadro que se pinta, assim, é de um dirigente polivalente, efetivamente envolvido com o trabalho, profundo conhecedor da prática de sua atividade e condutor de mão firme na consistência de um projeto próprio, e mesmo pessoal, de sua concepção editorial.

Primeiros desafios

O trabalho de criar uma identidade adequada e original a um selo editorial é um dos maiores desafios para um editor. A identidade pela qual uma editora é reconhecida depende de decisões editoriais e pequenos detalhes de produção que, em função de sua consistência, definirão um discurso de identidade mais claro ou ambíguo. A Civilização Brasileira é uma das editoras que conseguiu atingir, por parte do público, um grau de identificação e reconhecimento raros na história brasileira. Não é comum o leitor desavisado identificar um livro pela editora. A identidade da CB ultrapassou o limite dos *connaisseur* da área e

conseguiu atingir a disputada atenção do público comprador, especialmente no aspecto da comunicação visual. “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”.(Thiago de Mello apud LIMA e MARIZ, 2003:8).

Em princípio, o processo seria estudado pelo prisma do design gráfico. No entanto, juntando as peças do quebra-cabeça de uma extensa pesquisa, obteve-se um todo que, em respostas, ultrapassa tal recorte. O entendimento da estruturação do projeto editorial da CB fez parte dessa montagem de peças soltas que lança luz na percepção do todo.

Uma das primeiras etapas na formação da identidade de uma editora é o seu catálogo de títulos. No Brasil, ao contrário de uma empresa comum de bens de consumo, uma editora lida com a figura do cliente, presente em duas pontas opostas do processo produtivo: o autor, que, longe se ser um simples fornecedor de “matéria prima” para publicação, é agente que escolhe com quem quer publicar sua obra, acerta prazos e parâmetros mais ou menos específicos da publicação; e o leitor, que tende, em detrimento da chancela editorial, a observar mais o tipo de linguagem verbal, visual e gráfica que o livro oferece.

O que determinaria, então, a escolha do autor, ou de seu agente literário, por uma editora em detrimento de outra? A disponibilidade financeira da empresa (adiantamento de direitos autorais, por exemplo) é um fator sem dúvida importante, mas não é o único, nem, necessariamente, o que realmente determinará a escolha final. A capacidade do editor-chefe de fazer a articulação correta entre as duas pontas – o autor e seus leitores – escolhendo, produzindo, distribuindo e divulgando um objeto que não apenas chegue aos pontos de venda, mas que estabeleça a comunicação adequada através dos diversos níveis de linguagem disponíveis, parece bem mais relevante, pois exige muito mais que mero investimento financeiro. No livro *Consagrados e malditos: os intelectuais e a Editora Civilização Brasileira*, de Luiz Renato Vieira, encontra-se a questão exemplificada nas palavras de Bourdieu:

Os editores têm também total consciência de que o sucesso de um livro depende do lugar de publicação: sabem reconhecer o que é “para eles” e o que não é, e observam que tal livro “que é para eles” (por exemplo, Galimard) não funcionou bem em um outro editor (por exemplo, Laffont). O ajustamento entre o autor e o editor e em seguida entre o público é, assim, o resultado de uma série de escolhas que interferem na imagem da marca do editor: é em função desta imagem que os autores escolhem o editor, que lhes escolhe em função da idéia que ele mesmo tem de sua editora. E os leitores fazem então inferir em sua escolha de um autor, a imagem que eles têm do editor, o que contribui sem dúvida para explicar o fracasso dos livros deslocados (*déplacés*). (Bourdieu apud Vieira,

1998:123).

Ênio Silveira também se deparou com esta questão na construção de seu projeto editorial. Ao se fixar no Rio de Janeiro, logo avaliou o espaço ocupado por seus concorrentes. Em destaque, estava a editora de José Olympio, que, estabelecida na capital desde 1934, consagrara-se com a publicação de autores nacionais, especialmente nordestinos, no período em que a chamada literatura regional ganhava força impulsionada pelos ventos favoráveis do nacionalismo getulista. O editor, aliás, era pessoalmente simpatizante de Getúlio Vargas. Em sua “Casa”, porém, buscava congregiar autores de tendências divergentes, fazendo dela um espaço de conversas amenas e debates acalorados entre os literatos da capital. No início da década de 1950, sua livraria representava um ponto de encontro para uma elite de intelectuais ligada a seu editor não apenas por contratos profissionais, mas também por laços de amizade.

Apesar do espaço ocupado pela José Olympio na área literária, havia ainda, nas palavras de Ênio, “um grande vazio” onde se encontravam muitos autores que não estavam no chamado “grupo da José Olympio”, mas que poderiam ser ainda “uma vasta área de manobra” para a formação do grupo de um novo editor, que os acolheria e saberia como dar voz a suas idéias (Ferreira, 1992:52).

A formação do “Grupo Civilização” (Vieira, 1998) teve, então, como importante aspecto, a postura político-ideológica de Ênio, que, conforme já apontado aqui, era reconhecidamente vinculada ao partido comunista, mas não restrita a determinada corrente ou facção ideológica. Com isso, ele passa a aglutinar em torno da CB um grupo de intelectuais até então dispersos no mercado editorial. Mas graças à postura pluralista de seu editor, a editora Civilização Brasileira reuniu, ao longo dos anos em seu catálogo, uma variada gama de autores que, apesar de terem posições políticas diferentes, identificavam-se pela adoção de valores vinculados à “noção de transformação social” (Vieira, 1998). Em entrevista a Vieira, Leandro Konder, que se aproximou do “Grupo Civilização” após o golpe de Estado de 1964, comenta:

Outro aspecto importante é que também entram muito as relações pessoais aí. O Ênio era uma pessoa que se dava com muitos intelectuais. Muitos intelectuais brigados uns com os outros tinham em comum a relação com o Ênio e ele cuidava dessas relações, como editor e como político. E ele próprio, não sendo escritor, não tinha aquelas rivalidades literárias. (Konder apud Vieira, 1998:78).

Dessa forma, Ênio começa a colher seus primeiros frutos da Civilização Brasileira.

Assim como foi a José Olympio, a CB tornou-se pólo de encontro, debate e fonte de trabalho para um grupo de escritores, intelectuais, artistas e profissionais do livro identificados com o novo projeto editorial. Ganhando maior autonomia e segurança, o editor buscou enriquecer seu catálogo incluindo pensadores e também “todos que representassem criativamente o processo social, político e econômico brasileiro [...] autores importantes, que não eram autores oficiais, mas que o *establishment* burguês aceitava com amplo sucesso” (Ferreira, 1992:56). Além de escritores brasileiros, Ênio enriqueceu o repertório da CB com autores estrangeiros ainda inéditos no Brasil, muitos dos quais frutos dos contatos nos Estados Unidos, da experiência e conhecimento adquiridos na Alfred Knopf.

Um projeto plural

É comum a Civilização Brasileira, ao longo de sua história, ser associada genérica ou diretamente à esquerda política ou mesmo ao comunismo. Essa imagem ganha tonalidades mais fortes durante a ditadura militar. No contexto da radicalização dos discursos ideológicos, a CB virou para o regime vigente uma espécie de “bastião comunista” no Brasil. De fato, Ênio continuou publicando (ou pelo menos tentando), mesmo no período de maior repressão, obras de Marx, Lênin, Gramsci, John Reed, Leandro Konder, Nelson Werneck Sodr e e outros de linhas ideológicas afins. O perfil da CB, no entanto, está longe de ser estritamente político-ideológico. Quanto a isso, note-se que na listagem de títulos publicados entre 1959 e 1970, ao lado de cole es de cunho mais social, como a *Retratos do Brasil*, têm-se cole es de natureza mais literária, como a numerosa *Biblioteca do Leitor Moderno*, nas quais figuram obras de Herman Hesse, Scott F. Fitzgerald e Aldous Huxley. Outras cole es representativas do perfil editorial da CB são: a *Cole o Documentos da História Contemporânea*; *Novo Romance Policial*; *Biblioteca Básica de Cinema*; *Teatro Hoje* e *Cole o Universitária de Teatro*; *Poesia Hoje* e *Perspectivas do Homem* (livros de filosofia). A  rea de saúde e comportamento, presente desde a década de 1940,   mantida e atualizada com obras da cultura oriental. Como cole es e títulos mais representativos citam-se a série *Livro de Cabeceira do Homem* (e *da Mulher*) e títulos como *Nossa vida sexual*, *Homossexualismo*, *Rela es Humanas na família e no trabalho*, *Introdu o ao Zen Budismo* e *Hatha Yoga, Paz e saúde*.

A CB, na verdade, esteve mais para um perfil ecum nico do que para o político. Ênio, como nas palavras de Octalles, era mais “um editor de vanguarda”. Seu foco era o questionamento dos cânones tradicionais vigentes e a exposi o e debate de assuntos então pol micos, seja na área sexual, política, social, artística ou filosófica; base comum de discurso

editorial da CB. O editor concebia sua atividade como uma “missão”. “[...] para Ênio Silveira, o livro era um instrumento privilegiado na luta política, mas antes disso, na própria construção do homem enquanto tal (Vieira, 1998: 72). A “missão”, contudo, não pretende ser suicida do ponto de vista empresarial. Alternando entre publicações sabidamente não lucrativas, como a *Revista Civilização Brasileira*, e publicações mais populares, a editora, em sua polivalência, garantia a saúde financeira, até o período de maior repressão da ditadura militar.

Ênio advogava uma abordagem “não elitista” diante do objeto livro. Segundo ele, os livros, como outros objetos culturais, não deveriam ser feitos apenas para uma elite erudita. E em suas palavras, declara: “Nós temos um mito elitista de que cultura é coisa para nós, universitários, profissionais liberais etc. Não é. Cultura é para todo mundo. Desde que você coloque as pessoas em contato com a cultura”.(Ferreira, 1992:133).

O próprio Ênio conta ser o introdutor, no Brasil, de uma série de práticas já utilizadas em outros países, mas ainda mal vistas pelos editores mais tradicionais por aqui. Um exemplo é a brochura já aparada, que era adotada na maioria dos países desenvolvidos, com exceção da França. Outro é a propaganda agressiva, com o uso de anúncios em periódicos e *outdoors*, por exemplo. Em resposta às críticas dos editores mais conservadores, como José Olympio, que acusavam o revolucionário editor de estar transformando o livro num objeto vulgar, Ênio dizia:

– Mas ele é [...] um objeto e quanto mais vulgar melhor para os editores, se você quer saber; e quanto mais vulgar melhor para os leitores. Porque o livro só para a elite brasileira, por quê? O livro tem que ser para todo mundo. Quanto mais amplamente se divulgue o livro, melhor para a cultura brasileira, para o processo cultural. Temos de desmistificar o livro. A exibição de cultura, [...] tem que ser transformada em irradiação cultural, atingindo o mais amplo número de pessoas. É assim que a cultura avança.
(Ferreira, 1992:155)

Nesse contexto, encontra-se também a importância dada ao design gráfico dos livros. Conforme Ênio vai ganhando autonomia e amadurece seu projeto editorial, busca profissionais que possam criar uma apresentação gráfica própria que traduza visualmente o novo discurso de sua editora. A definição de recorte e, principalmente, a limitação de espaço deste artigo, não permitirão o detalhamento que este importante aspecto, no caso da produção da CB, merece. Entretanto, deve-se destacar aqui um breve comentário a esse respeito, uma vez que a nova apresentação dos livros se constituiu em uma poderosa ferramenta de comunicação institucional, através de uma linguagem visual que primou pela alta qualidade

gráfica, singularidade e expressão.

Os livros produzidos pela editora CB a partir de 1959 possuem uma grande unidade visual, que os distingue até hoje. A forte identidade visual, notada, principalmente, pelas capas, foi um fato inédito na época. Com isso, os livros da CB tiveram um destaque maior em relação aos demais nas livrarias, e isso fez com que os leitores os reconhecessem apenas pela linguagem visual. Diga-se mais: na coleta de exemplares da época, os livros da CB do período áureo (1959-1970) eram reconhecidos apenas pela lombada. Avaliando as capas da editora como um todo, a reconhecida designer da área editorial Moema Cavalcanti destaca que “*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).

Uma das perguntas importantes levantadas para esta pesquisa foi quem seria o responsável por dirigir o projeto visual da CB? Haveria um Diretor de Arte, ou melhor, um designer gráfico contratado para este fim, “alguém que cuidava do livro” como se refere Moema Cavalcanti? A pesquisa concluiu que esse “alguém” era o próprio editor Ênio Silveira, que contratou designers, os quais, guardadas suas particularidades estéticas pessoais e profissionais, foram capazes de traduzir visualmente as idéias do editor.

Os dois principais designers desse período áureo foram Eugênio Hirsch e Marius Lauritzen Bern. O primeiro foi quem iniciou o novo estilo gráfico da editora. Nascido em Viena Hirsch, veio para o Brasil em 1956, após ter morado na Argentina. Foi o principal designer de Ênio para capas e marcas de coleções entre os anos de 1959 e 1965. O segundo, que assumiu a posição de Hirsch após sua partida para a Europa, manteve o alto nível de qualidade e a identidade visual da editora. Marius também foi autor do desenho do símbolo da CB. A nova marca com as letras “C” e “B” formando páginas de um livro inscrito em um retângulo, tem especial destaque no novo design de Marius para as capas da Revista da Civilização Brasileira.

Assim, se por um lado se estabelece um discurso institucional de valores progressistas, como ousadia, inovação, disseminação cultural, liberdade intelectual e anti-sectarismo. Por outro, esse discurso se materializa visualmente através de uma linguagem visual gráfica que carrega intensidade, experimentação, diversidade e expressividade conceitual. A articulação entre as duas instâncias de projeto – conceitual e formal – resultou numa produção editorial que primou pela consistência e é referência de vanguarda até os dias atuais.

Cabe, ainda, ressaltar pelo menos mais um aspecto notável na realização editorial de Ênio e sua equipe: o cuidado e investimento feitos no texto e, em especial, nas traduções. O

fato de o editor ter inserção privilegiada entre os intelectuais lhe facilitou a contratação de especialistas que, além de serem os melhores, acima do ganho monetário, fizeram do trabalho uma missão cultural. É o caso da tradução direta de *Ulisses*, de James Joyce, para a qual Ênio contou com ninguém menos que Antônio Houaiss. Na orelha da edição mais recente (de 1998, a primeira é de 1982), sob o título de *O Ulisses de Houaiss*, Augusto de Campos já inicia sua apresentação elogiando a “excelência da tradução de Antônio Houaiss”, comparando-a com a de predecessores (Augusto Morel, Stuart Gilbert revista por Valery Larbaud e o próprio Joyce), a seu ver, menos arrojados (Campos, 1998: apresentação de orelha do livro *Ulisses*). Lamentavelmente, nesta edição, apenas dois anos após a morte de Ênio Silveira, não há qualquer menção ao editor responsável pelo festejado resultado.

Desdobramento e conclusão

O período entre 1959 e 1970 foi considerado como principal para o estudo da produção da CB. Durante essa fase, a produção da editora atingiu seu ápice não só do ponto de vista da forma, mas também do conteúdo. A radicalização política dos anos 1960, que culmina com o Ato Institucional nº 5 após instauração do regime militar, torna inviável a “pluralidade intelectual” da CB, e isso se traduz em uma série de obstáculos ao seu funcionamento. Assim, infelizmente, após longos anos de pesados prejuízos financeiros impostos pelo novo regime como forma de quebrar a força de iniciativa tão característica de Ênio na administração de seus negócios, ficou impossível para a editora CB manter o vigor do início dos anos 1960.

Ênio Silveira e a sua editora sofreram inúmeros tipos de boicote e pressões para acabar com suas atividades. O editor esteve preso por sete vezes, sua editora sofreu dois ataques a bomba, um dos quais destruiu sua livraria, a maior da cidade na época. Além disso, a editora teve tiragens inteiras apreendidas, cortes de crédito por parte de bancos e diversas outras restrições financeiras. A distribuição e venda de seus livros foram seriamente prejudicadas em função das pressões por parte do governo militar para que as livrarias não aceitassem os livros da Civilização Brasileira.

Graças a reservas econômicas, a conquistas obtidas no período anterior ao golpe militar, ao apoio de amigos e a energia e sacrifício pessoais de seu editor, a CB resistiu a esses numerosos ataques durante a década de 1960, surpreendendo o mercado com inovação e um alto padrão de qualidade na sua produção editorial. Porém, após tantas dificuldades, ao final da década de 1960 e início de 1970, a estrutura financeira da empresa não comportava mais a mesma capacidade produtiva. Some-se a isso, um derrame sofrido por Ênio Silveira, em 1970, que o deixa 4 meses fora da editora.

A partir desse período, a CB, apesar de continuar publicando livros, tem suas atividades significativamente reduzidas, observando-se também uma gradativa queda na qualidade visual de sua produção. É assim que, em 1982, após um acordo operacional com a Difel (Difusão Européia do Livro), 90% das ações da Civilização Brasileira foram vendidas ao banco Pinto de Magalhães, de capital português, e, nos anos 1990, o grupo ao qual pertencia a CB foi comprado pela editora Record. Apesar disso, Ênio Silveira continuou trabalhando como editor da CB até o fim de sua vida, vindo a falecer em 1996.

Bibliografia

ABREU, Márcia . 2003. **Os Caminhos dos livros**. 1. ed. Campinas: Mercado de Letras/ALB/FAPESP, v. 1. 382 p.

_____. 2000. **Leitura, História e História da Leitura**. 3. ed. Campinas: Mercado de Letras/ALB/FAPESP, v. 1. 640 p.

ARAÚJO, Emanuel. 2000. **A construção do livro**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

BORDIEU, Pierre. 1974. **O mercado dos bens simbólicos**. In A economia das trocas simbólicas. (org. Sérgio Miceli). São Paulo: Perspectiva, pp. 99-181.

BRAGANÇA, Aníbal . 2002. Uma introdução à história editorial brasileira. *Cultura* (Lisboa), Lisboa, v. XIV, n., p. 57-83, 2002.

_____. 1992. **Ênio Silveira, um editor ilustrado**. INTERCOM (São Paulo), São Paulo - SP, v. 15,.

_____. 2002. **Para uma nova história dos livros: contra o ocultamento da função editor**. In: Cicilia Maria Krohling Peruzzo; Fernando Ferreira de Almeida. (Org.). *A mídia impressa, o livro e as novas tecnologias*. S. Paulo ; Campo Grande (MS): Intercom ; Uniderp, v. , p. 163-173.

CHARTIER, Roger. 1999. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Editora UNESP.

_____. **Os desafios da escrita**. 2002. São Paulo: Editora UNESP, .

EPSTEIN, Janson. 2002. **O negócio do livro: passado, presente e futuro do mercado editorial**. Rio de Janeiro: Record.

FÉLIX, Moacyr, (org). 1998. **Ênio Silveira: arquiteto de liberdades**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

FERREIRA, Jerusa Pires, (org). 1992. **Editando o editor v.3: Ênio Silveira**. São Paulo:

Com-Arte, Edusp.

JUNIOR, Amaury Fernandes da Silva. 2001. **A construção de um imaginário moderno: As capas da Editora Civilização Brasileira (1960/1975)**. Rio de Janeiro,. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais) – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

HALLEWELL, Laurence. 1985. **O Livro no Brasil**. São Paulo: T.A.Queiroz.

LIMA, Guilherme Cunha. **O gráfico amador: as origens da moderna tipografia brasileira**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

LIMA, G. C.; MARIZ, A. S.. **A new approach to Brazilian book design: the experience of the Civilização Brasileira publishing house, 1950-1960**. In: Spinillo, Carla e Coutinho, Solange.. (Org.). Selected Readings of First Information Design International Conference. 1 ed.. 1 ed. Recife:: The Brazilian Society of Information Design, 2004, v. , p. 36-44.

_____. **A trajetória de Marius Lauritzen Bern na Editora Civilização Brasileira**. In: I Seminário Brasileiro sobre Livro e a História Editorial, 2004, Rio de Janeiro. Anais do I Seminário Brasileiro sobre Livro e a História Editorial. Rio de Janeiro : Fundação Casa de Rui Barbosa e UFF, 2004. v. 1. p. 1-9.

MARIZ, Ana Sofia. **Editora civilização brasileira: o design de um projeto editorial (1959-1970)**/Ana Sofia Mariz; orientador: Luiz Antonio Luzio Coelho; co-orientador: Guilherme Silva da Cunha Lima. – Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Artes, 2005.

MARTINS, Wilson. **A palavra escrita: história do livro, da imprensa e da biblioteca**. São Paulo, Atica, 1996.

MICELI, Sergio. 2001. **Intelectuais à brasileira**. São Paulo: Companhia das Letras, .

PAIXÃO, Fernando, (coord.).1998. **Momentos do livro no Brasil**. Rio de Janeiro: Ática.

PONTES, Heloísa. 1988. “**Retratos do Brasil: um estudo dos Editores, das Editoras e das Coleções Brasileiras, nas décadas de 30, 40,50**” In: BIB, Rio de Janeiro, n. 26, 2º semestre de , pp. 56 a 89.

REIMÃO, Sandra. 1996. **Mercado Editorial Brasileiro, 1960-1990**. São Paulo: Com Arte.

VIEIRA, Luiz Renato. 1998. **Consagrados e malditos, os intelectuais e a Editora Civilização Brasileira Brasília**. Thesaurus Editora.

VILLAÇA, Antônio Carlos. 2001. **José Olympio, descobridor de escritores**. Rio de Janeiro: Thex.

