

Associação Nacional de História – ANPUH

XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA - 2007

Design editorial, conceitos e processos: editora Civilização Brasileira (1959-1970).

Guilherme Cunha Lima¹
Ana Sofia Mariz²

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. Neste trabalho enfocaremos o design gráfico de seus livros publicados no período de 1959 a 1970, quando a produção da editora atingiu seu ápice de qualidade visual, gráfica e editorial. O regente deste período áureo foi Ênio Silveira, editor que ficou a frente da empresa de 1952 a 1996.

Palavras-chave: Design editorial, história, Brasil

Abstract: The Civilização Brasileira publishing house was undoubtedly a landmark in modern Brazilian history. It serves as an example of excellence in several aspects of editorial production and was also a vehicle of a vanguard politico-ideological discourse. What we shall present in this article is the graphic design of the books published between 1959 and 1970. This is the period when this publishing house reached its higher quality levels of editorial and graphic design production. The ruler of this period was Ênio Silveira who had been editor at Civilização Brasileira from 1952 to 1996.

Key-words: Design, publishing, history, Brasil

O início da editora

A editora Civilização Brasileira 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 funcionar com uma loja própria no Rio de Janeiro, então capital. A partir daí, o enfoque na área de livros didáticos e infantis foi se

¹ PPDESDI/UERJ, PhD, CNPq.

² ECO/UFRJ, MSc.

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 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 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. (FERREIRA, 1992)

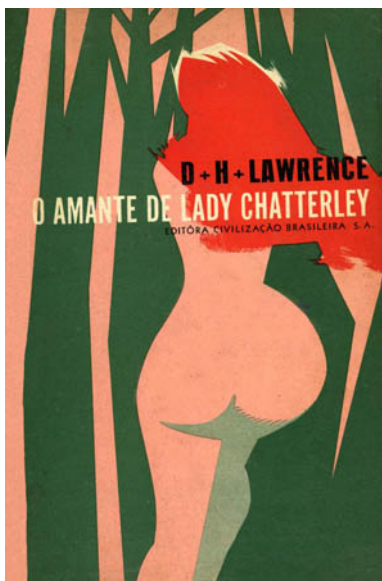
Desde 1952, ano em que Ênio Silveira decidiu se radicar no Rio de Janeiro, até 1963, quando ocorreu a separação definitiva no plano empresarial entre Octalles e seu genro,

houve um gradual distanciamento entre os discursos das duas empresas. 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 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 criar um time de colaboradores e fornecedores mais afinados com as propostas e o discurso institucional da editora.

No final dos anos 1950, Ênio se torna acionista majoritário. A partir deste momento as mudanças tanto no que se refere ao design dos livros, como no direcionamento político da editora, começam a ocorrer de maneira mais radical. Como estopim da para o novo padrão visual temos a contratação do designer Eugênio Hirsch, no segundo semestre de 1958.

Construção da identidade visual - Eugênio Hirsch

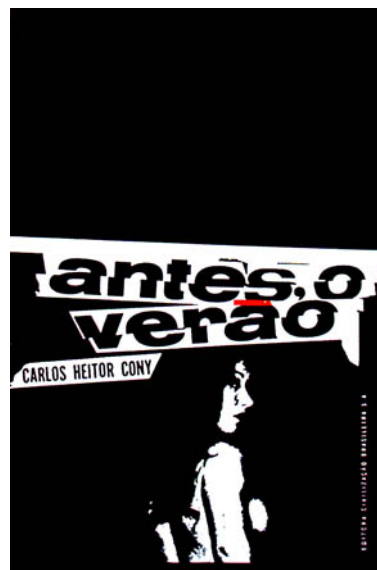
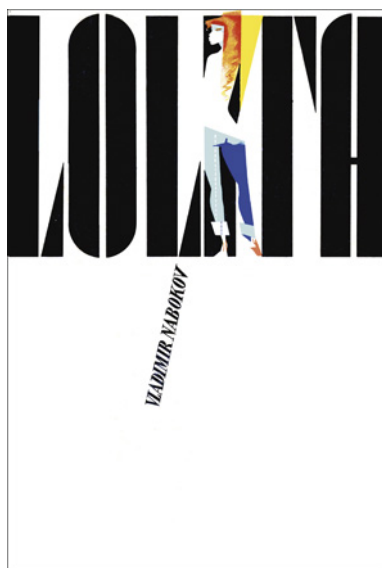
Nascido em Viena, Eugênio Hirsch foge com sua família da Europa nazista de 1938, indo para a Argentina. Em 1945, Monteiro Lobato, em visita a Buenos Aires, conhece Hirsch e que, já trabalhando no setor editorial, havia ilustrado a edição argentina de seus livros. Entusiasmado, Lobato logo o quis trazê-lo para o Brasil para ilustrar seu libreto. Mas com a morte do escritor em 1948, isso não se concretizou. Hirsch, porém acabou vindo para o Rio de Janeiro em 1957. Passou a trabalhar para diversas agências de propaganda e para a Cia Editora Nacional. Em 1958 começou a fazer capas para a editora Civilização Brasileira. Seu trabalho, de grande sensibilidade e sofisticação, é marcado pela agressividade do traço, pelo movimento, expresso no uso do texto em diagonal e ainda pelo contraste forte de cores.



Capas de Eugênio Hirsch 1959 e 1961.

A frase de Hirsch, “capas deveriam ser feitas para agredir, não para agradar”, caracteriza bem o seu trabalho (CASTRO, 2001). Seu design parece ter um efeito de choque no espectador. Hirsch era profundamente experimental e também conhecedor das artes gráficas. O designer João Batista de Aguiar comenta com admiração: "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 entrosamento com o momento em que a editora Civilização Brasileira estava passando. A audácia e a criatividade da linguagem singular usada por ele, combinava muito bem com o conceito que Ênio construía na sua editora. Assim, dando uma grande independência ao design, Ênio Silveira iniciou a construção de uma nova abordagem visual para a sua editora.



Capas de Eugênio Hirsch 1959 e 1960

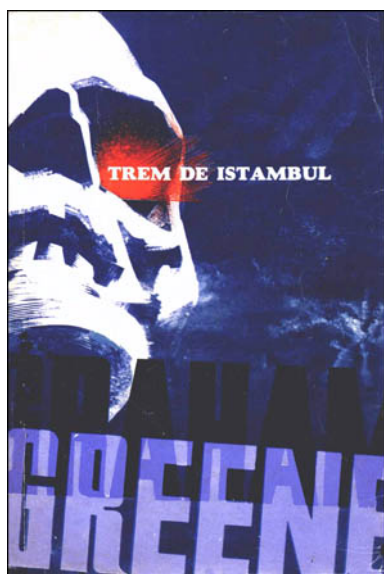
O livro que inaugurou a nova fase visual-gráfica da editora Civilização Brasileira foi *Lolita*, de Vladimir Nabokov. Tanto no exterior como no Brasil, este romance teve um grande impacto na época em função do polêmico tema que abordava – o relacionamento amoroso do padrasto com a enteada. Seu lançamento foi marcado por uma ampla campanha publicitária promovida por Ênio Silveira através da agência Abaeté Propaganda. A divulgação foi feita em duas etapas, antes e após o lançamento do livro. Durante todo o ano de 1959 foram publicados anúncios nos principais meios de comunicação de todo o país. A chamada simples “*Lolita* vem aí” e, após o lançamento, “*Lolita* já chegou” sintetiza um produto que parece ter vida própria podendo invadir o cotidiano do público leitor à maneira da sua personagem principal. A prática publicitária, por sinal, foi uma constante da administração de Ênio, e um dos aspectos vanguardistas de sua atuação como editor. *Lolita*, contudo, teve investimento ímpar destacando-se como o livro mais divulgado deste período.

De igual impacto foi o conceito visual da edição brasileira. Seu design aparentemente simples é também de forte expressão e inovação. Deixando uma grande área em branco, Hirsch consegue um contraste intenso, colocando um tipo anguloso e pesado no topo da página, criando um efeito de agressividade e impacto. A ilustração feminina, com formas harmoniosas, único elemento colorido, ao mesmo tempo em que se integra perfeitamente ao título (substituindo a letra “i” de *Lolita*), destaca-se pela sua delicadeza, remetendo ao conflito abordado no texto.

Apesar dos mais de quarenta anos decorridos, a capa de *Lolita* permanecerá ímpar nas livrarias dos dias de hoje. Se isso ocorre no presente, quando 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.

A ausência da assinatura ou qualquer outra marca da editora na primeira capa de *Lolita* é mais um detalhe que não deixa de denotar a prerrogativa da composição visual sobre a nomenclatura institucional. Até 1967 a assinatura da Civilização Brasileira não obedecia a um padrão rígido de aplicação. Seu uso é facultativo e quando aparente na primeira capa ela podia entrar em qualquer posição, inclusive na vertical.



Capas de Eugênio Hirsch 1960 e 1963

A grande capacidade de trabalho de Hirsch e, principalmente, sua abordagem visual-gráfica tornou-o conhecido em outras editoras que passaram a encomendar-lhe também projetos. Contudo, sua maior produção no Brasil foi para a Civilização Brasileira – um total aproximado de 380 capas entre 1959 e 1965 – a grande maioria da produção desta editora. Em 1965 Hirsch é convidado a trabalhar na revista *Playboy* nos Estados Unidos, porém fica pouco tem nesta revista se mudando para a Espanha onde continua a desenvolver projetos gráficos. Desfalcado de seu principal designer, Ênio Silveira, logo encontra um substituto à altura.

Identidade visual amadurecida – Marius Lauritzen Bern

Nascido em 1930 na cidade do Rio de Janeiro, Marius é filho único de pais estrangeiros. Seu pai William era húngaro e sua mãe Anna, que faleceu no parto, era dinamarquesa. Coursou por um ano a Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de

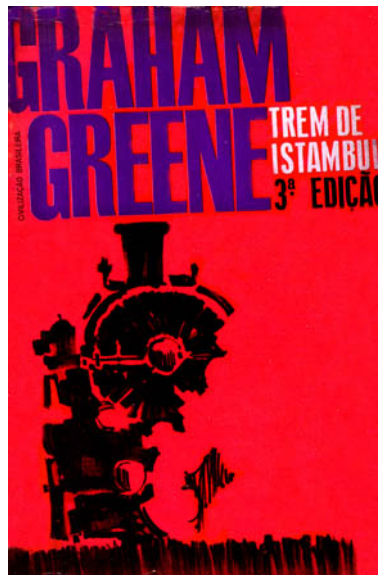
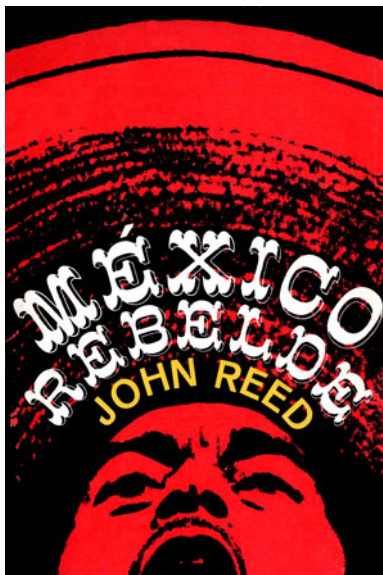
Janeiro. No entanto, sua formação se deu predominantemente de maneira informal e foi seu tio Miksa Bern, artista e fotógrafo, que o iniciou nas artes plásticas. No início de 1950 foi viver no Recife, onde tinha parentes de sua mãe, e acabou participando e tendo um certo destaque no movimento de artistas modernos de Pernambuco. Em 1953, ganha o primeiro prêmio de pintura do Salão do Museu do Estado de Pernambuco com o quadro "Agosto", óleo sobre eucatex medindo 80x65 cm. Foi também no Recife que começou a trabalhar em publicidade, na Abaeté Propaganda. Em 1954 decide abandonar o nordeste e tentar a sorte no Rio de Janeiro.

Recém chegado na então capital do País, vai trabalhar como cartunista no jornal *Tribuna da Imprensa*. Trabalha também para os jornais *Última Hora* e *Jornal do Brasil*, onde neste último é contratado como diretor de arte. No começo da década de 1960 se desliga do jornal para abrir seu próprio escritório, o Estúdio Gráfico. Nesse empreendimento teve dois sócios: Cláudio Sendim e Gian Calvi. Sua segunda esposa, Maria Minssen, também trabalhava lá junto com Martha Novo (depois Verschleiser) que começou como estagiária. Entre os principais clientes desse período estava a Rede Globo, então em fase de instalação. Após a entrada no ar da nova emissora de televisão, os três sócios são convidados a integrar em caráter permanente o corpo de funcionários da empresa. Cláudio e Gian aceitam mas Marius prefere continuar com sua atuação independente. *O Dicionário das Artes Plásticas no Brasil*, de Roberto Pontual, informa que em 1966 Marius participa do XV Salão Nacional de Arte Moderna, talvez sua última incursão no mundo da pintura.

Em 1965 a editora Civilização Brasileira já havia se estabelecido no mercado editorial como uma das melhores. Ênio Silveira era reconhecido pela sua postura ousada, tanto como ativista de idéias políticas de esquerda como pelo seu papel de editor e empresário bem sucedido. Seus livros lideravam no mercado não só pela qualidade dos textos mas sobretudo pela inovação visual de suas capas. Quando Marius faz contato com Ênio oferecendo seus serviços de design gráfico, logo o Estúdio Gráfico passa a ser o principal prestador de serviços desse gênero até os primeiros anos da década de 1970.

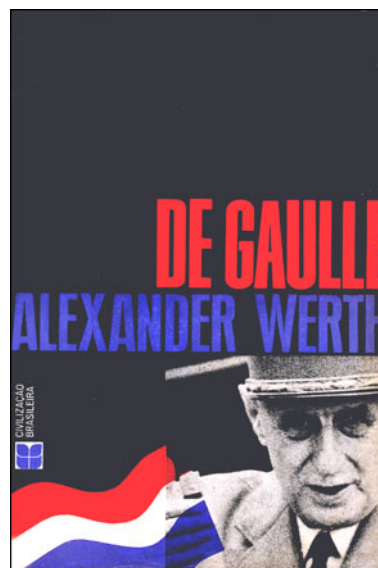
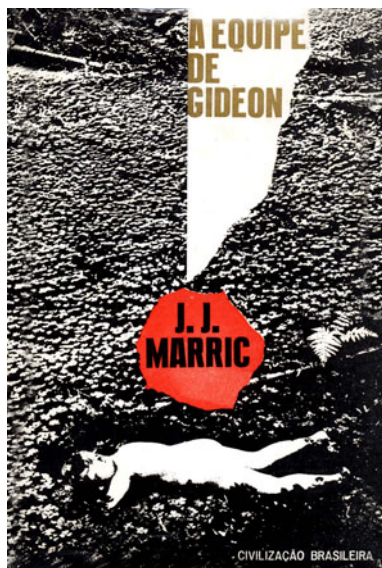
Embora bastante diferentes na sua maneira de projetar, no conjunto o trabalho de Marius e Hirsch guardam semelhanças. Um dos aspectos que merece atenção é o fato de que a tipografia das capas quando não era composta tradicionalmente, era desenhada ou fotografada de catálogos. É o caso do livro *México Rebelde*, projetado por Marius. Nesta capa a tipografia usada para o título vai ser encontrada na página 96 de *Lettera 1, a Standard book of fine lettering* um livro de 1954 que se encontra em uso até hoje. Se Hirsch tende a explorar mais a ilustração pincelada a mão livre e o *lettering* gestual, Marius prefere imagens fotográficas

especialmente em alto contraste, mas compostas como se tivessem sido carimbadas também de forma nada ortodoxa.



Capas de Marius Lauritzen Bern 1968 e 1966

No livro *A Equipe de Gideon*, é usada uma imagem em alto contraste, que domina toda a página. Essa imagem, uma reprodução parcial da foto do americano Wynn Bullock, foi tirada da página 3 do livro *The Family of Man*, catálogo da exposição criada por Edward Steichen para o Museu de Arte Moderna de Nova Iorque em 1955. O efeito do alto contraste em preto sob o fundo branco cria uma espécie de textura, que é rasgada por uma área em branco, como uma fenda, onde se inscreve o título em dourado. Logo abaixo da fenda, na qual aparece em preto o nome do autor na mesma família do título, está um ponto vermelho irregularmente redondo, como se fosse papel rasgado. O ponto e a fenda formam um sinal de exclamação. Assim, o olhar do usuário é direcionado verticalmente para baixo, onde está a figura de uma criança nua deitada de bruços, fechando a composição.



Capas de Marius Lauritzen Bern 1967.

Em outro livro, intitulado *De Gaulle*, vemos a excelente solução usada por Marius na resolução de um problema bastante comum, que é o uso de imagens de baixa resolução. Nesse caso o designer consegue compensar os cortes duros da foto do presidente francês através da diagramação. Sangrando a foto monocromática no canto inferior direito, ele adiciona pelo lado esquerdo tarjas onduladas nas cores nacionais da França – o azul, o branco e o vermelho –, que remetem ao movimento de uma bandeira que penetra na foto, atenuando o corte reto da fotografia, criando uma sensação de continuidade. Acima, a foto é cortada pelo nome do autor, que por sua vez tem por cima o título.

Durante a segunda metade dos anos 1960, quando a identidade visual da editora de Ênio já se encontra amadurecida, é Marius quem recebe a encomenda de desenvolver uma marca para a editora. O conceito desenvolvido por Marius para o símbolo, conforme ele mesmo explica, foi conjugar a forma das letras C e B com a idéia de um livro com as páginas abertas, inscritas num quadrado, o que facilita a sua aplicação no sentido horizontal ou vertical sem alterar o significado. A nova marca começa a ser usada a partir de 1967, mas sempre de uma forma bastante livre, como já foi explicado. Durante os anos subseqüentes ela tornou-se famosa junto com a luta da editora para sobreviver ao regime militar. Graças a seu desenho pregnante não apenas os livros mas qualquer material gráfico da editora passou a ter uma identificação visual mais imediata.



Capas de Marius Lauritzen Bern 1966 e 1967

Através de seu escritório, Marius produziu muito mais do que somente capas de livros para a editora. Além do famoso símbolo da própria Civilização Brasileira é de sua autoria a marca da editora Paz e Terra, também de propriedade de Ênio. Em seu Estúdio Gráfico foram projetados cartazes, anúncios para jornal e revista, e papeis em geral. Apesar dos inúmeros registros colhidos sobre esse tipo de material, a pesquisa manteve o seu foco principal nos livros produzidos. Mas vale lembrar o projeto de re-design da *Revista Civilização Brasileira* que foi usado até o final desse periódico de cultura e política.

O legado da Civilização Brasileira

Em 1968, Marius fecha seu estúdio e transfere-se para a agência de publicidade Publigráf, que segundo depoimento do próprio, pertencia à Civilização Brasileira e tinha Dias Gomes como diretor de criação. Esta é uma fase em que a produção da editora Civilização Brasileira sofre forte queda em função de sanções e confiscos de sua produção por parte do governo militar, bem como as freqüentes prisões de seu dono.

Entretanto, o legado desta casa-editora permanece. Seus livros produzidos a partir de 1959, possuem uma grande unidade visual que os distingue até hoje. As capas ajudaram a criar para a editora uma identidade visual forte, fato inédito na época. 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.

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)

Este “alguém que cuidava do livro” como se refere Moema Cavalcanti foi acima de todos o editor Ênio Silveira. Por um lado, ele construiu na Civilização Brasileira um discurso institucional de natureza progressista valorizando a ousadia, inovação, disseminação cultural, liberdade intelectual e a quebra de cânones tradicionais. Por outro, promoveu através da linguagem visual gráfica a intensidade estética, experimentação gráfica, diversidade formal e expressividade conceitual. A articulação entre estas duas instâncias de comunicação resultou num projeto editorial que prima pela originalidade e consistência.

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. Nos anos 1990 o grupo ao qual pertencia a Civilização Brasileira foi comprado pela editora Record. Ênio Silveira, entretanto, continuou a trabalhar na editora até o fim de sua vida, vindo a falecer em 1996.

Referências bibliográficas

- ARAÚJO, E. (1986). *A construção do livro. Princípios da técnica de editoração*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- ARMIN, H. e STOCKER, A. (1972). *Lettera 1, a standard book of fine lettering*. Teufen: Arthur Niggli.
- 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.
- CLUBE DOS DIRETORES DE ARTE DO BRASIL. (1967) *Anuário de Arte Visual do Brasil*. Rio de Janeiro
- COLONETTI, A. (1987). *La gráfica difusa*. In **Linea Grafica**, novembro, p. 14-27.

- 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.
- FÉLIX, M. (1998). *Ênio Silveira, arquiteto de liberdades*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- FERREIRA, J.P. (ed.). (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.
- LIMA, G. S. C. ; MARIZ, A. S. . **Uma nova abordagem para o design do livro brasileiro: a experiência da editora Civilização Brasileira, 1950-1960..** In: I International Conference of Information Design, 2003, Recife. *Proceedings of the I International Conference of Information Design*. Recife : SBDI, 2003. v. 1. p. 1-12.
- _____. **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.
- PAIXÃO, F. (ed.). (1996). *Momentos do livro no Brasil*. São Paulo: Ática.
- PONTUAL, R. (1969). *Dicionário das Artes Plásticas no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- SANDBURG, C. (1955) *The Family of Man*. Nova Iorque: The Museum of Modern Art.

As entrevistas com Thiago de Mello, Lea Caulliraux, José Elias Salomão, Martha Verschleiser e Marius Lauritzen Bern foram feitas por Ana Sofia Mariz, entre 2002 – 2004.