



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

A HISTÓRIA DAS CAPAS: A CONSTRUÇÃO VISUAL DOS LIVROS NO PAÍS

Henrique Almeida Silva Júnior

Rio de Janeiro/ RJ
2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

A HISTÓRIA DAS CAPAS: A CONSTRUÇÃO VISUAL DOS LIVROS NO PAÍS

Henrique Almeida Silva Júnior

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Produção Editorial.

Orientador: Prof. Dr. JONAS FEDERMAN

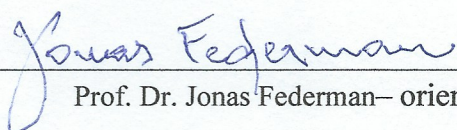
Rio de Janeiro/ RJ
2015

A HISTÓRIA DAS CAPAS: A CONSTRUÇÃO VISUAL DOS LIVROS NO PAÍS

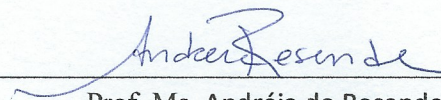
Henrique Almeida Silva Júnior

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda.

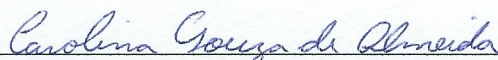
Aprovado por



Prof. Dr. Jonas Federman – orientador



Prof. Ms. Andréia de Resende Barreto Vianna



Prof. Esp. Carolina Souza de Almeida

Aprovada em: 09 DE JULHO / 2015

Grau: 9,0

Rio de Janeiro/RJ

2015

S586

Silva Júnior, Henrique Almeida

A história das capas: a construção visual dos livros no país /
Henrique Almeida Silva Júnior. 2015.
74 f.

Orientador: Prof. Jonas Federman

Monografia (graduação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro,
Escola de Comunicação, Habilitação Produção Editorial, 2015.

1. Livros – Brasil – História. 2. Capas. 3. Design gráfico. I.
Federman, Jonas. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola
de Comunicação.

CDD: 070.50981

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus avós Américo e Maria Luiza que se aqui estivessem, estariam orgulhosos de mim.

AGRADECIMENTO

Agradeço a Deus por mais essa conquista, a meu pai Henrique a quem dedico também essa obra, minha mãe pelo carinho e paciência comigo, aos professores Amaury Fernandes, Octávio Aragão, Mário Feijó, André Villas Boas, Fatima Sobral, Marcos Dantas e Lena Benz por todas as aulas, conversas, conhecimentos que de alguma forma estiveram presentes nesse trabalho, em especial ao meu orientador Jonas Federman que acreditou nesse projeto logo de cara e embarcou nessa viagem bacana sobre a história das capas, ao meu amigo e ex-chefe Victor Burton pelo capista que sou hoje e por ter orgulho de ver formar um novo capista.

EPÍGRAFE

Um país se constrói com homens e livros.

– Monteiro Lobato

SILVA JÚNIOR, Henrique Almeida. **A História das Capas: A construção visual dos livros no país**. Orientador: Jonas Federman. Rio de Janeiro, 2015. Monografia (Graduação em Produção Editorial) – Escola de Comunicação, UFRJ. 74f.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é preencher uma lacuna na identidade visual dos livros no Brasil desde a chegada da corte portuguesa, a criação da imprensa régia, passando por Monteiro Lobato, Companhia das Letras, Victor Burton e chegando às capas de hoje. A análise busca compreender a evolução da atividade pela incorporação de atributos, transformações sofridas e resultados alcançados no país, bem como descrever a importância da produção de capas, suas influências e o papel das editoras nesse breve panorama da produção e construção visual das capas de livros no Brasil.

Palavra chave: capas, livros, história, design, editorial, brasil

LISTA DE IMAGENS

Capítulo 1

Imagem 1.1 – Relação da entrada – oficina Antonio Isidoro 1747.....	15
Imagem 1.2 – Relação dos despachos – impressão régia 1808.....	16
Imagem 1.3 – O ermitão da gloria – Liv. Garnier 1895.....	19
Imagem 1.4 – Poesia de Gonçalves Dias –1896.....	19
Imagem 1.5 – Ostensor Brasileiro – 1845.....	20
Imagem 1.6 – Carta ao autor das Festas Nacionais – 1893.....	21
Imagem 1.7 – O escandalo – 1888.....	21
Imagem 1.8 – Vergastas 1889.....	21
Imagem 1.9 – A mulata 1896.....	21
Imagem 1.10 – No Japão – Laemmert 1903.....	23
Imagem 1.11 – Os sertões 1905	23
Imagem 1.12 – A menina do narizinho arrebitado 1920.....	24
Imagem 1.13 – O marques de Rabicó – 1925.....	24
Imagem 1.14 – Falsos thopheos de Ituzaingo 1920.....	26
Imagem 1.15 – Vamos caçar papagaios – 1926.....	27
Imagem 1.16 – Cacau – Santa Rosa 1933.....	29
Imagem 1.17 – Urucungo – Santa Rosa 1933.....	30
Imagem 1.18 – A luz no subsolo – Santa Rosa 1936.....	31
Imagem 1.19 – A bagaceira – Santa Rosa 1937.....	31
Imagem 1.20 – Curiango – Santa Rosa 1937.....	31
Imagem 1.21 – O paiz do carnaval – Santa Rosa 1937.....	31
Imagem 1.22 – O Abdias – 1940.....	32
Imagem 1.23 – Lampião 1952.....	33
Imagem 1.24 – Cangaceiros 1953.....	33

Capítulo 2

Imagem 2.1 – Título de segurança (1965), Rebecca (1966), O muro (1961), Seis contos da era do jazz (1962), Memórias de Lázaro (1961), Contos norte-americanos(1969),	38
Imagem 2.2 – Informação ao crucificado 1961.....	38
Imagem 2.3 – Lolita 1959.....	39
Imagem 2.4 – O macaco e a essência 1961.....	40
Imagem 2.5 – Vietnã Norte 1967, Os italianos 1966, Antes o verão 1967, Um caso liquidado 1969, Os comediantes 1966.....	41
Imagem 2.6 – Revista Senhor n. 7 – 1959.....	42

Imagem 2.7 – Capas da revista Senhor, da esquerda para a direita n. 1 1959 a 16, 1960.....	43
Imagem 2.8 – O homem nu 1960.....	45
Imagem 2.9 – Itinerário de Pasárgada 1966.....	46
Imagem 2.10 – Orfeu da Conceição 1967.....	47
Imagem 2.11 – Capitães da areia 1969; Gabriela cravo e canela 1961; Terras do sem fim 1968; O país do carnaval/Cacau/Suor 1969 – Col. Jorge Amado.....	48
Imagem 2.12 – As confissões de Frei Abóbora 1969; O meu pé de laranja lima 1968; Farinha órfã 1970; O garanhão das praias 1969; Banana brava 1969; Arraia de fogo 1969.....	49
Imagem 2.13 – Os lobos 1965;.....	51
Imagem 2.14 – Barrabás 1964; Os tries anéis 1966; Uma tragédia no Amazonas 1964; A provinciana 1962; Sertão do Boi Santo 1968; Triste fim de Policarpo Quaresma 1967.....	51

Capítulo 3

Imagem 3 – Novo dicionário Aurélio 1975.....	53
Imagem 3.1 – Col. Para gostar de ler Vol. 4 1977.....	54
Imagem 3.2 – Col. Para gostar de ler Vol. 1 1977.....	54
Imagem 3.3 – A informação esquartejada 1971 img1.....	54
Imagem 3.4 – A informação esquartejada 1971 img2.....	54
Imagem 3.5 – A informação esquartejada 1971 img3.....	55
Imagem 3.6 – Folhas das folhas de relva, col. Cantadas Literárias – 1983..	56
Imagem 3.7 – Pelos pelos, col. Cantadas Literárias – 1984.....	56
Imagem 3.8 – O destino bate à porta, col. Cantadas Literárias – 1984.....	56
Imagem 3.9 – Continental Op, Cia das Letras 1988.....	56
Imagem 3.10 – Continental Op, Cia das Letras 1988.....	56
Imagem 3.11 – O desejo, Cia das Letras 1990.....	57
Imagem 3.12 – Os sentidos da paixão, Cia das Letras 1987.....	57
Imagem 3.13 – Coleção Nosso Século 1980, img1.....	58
Imagem 3.14 – Coleção Nosso Século 1980, img2.....	58
Imagem 3.15 – Coleção Nosso Século 1980, img3.....	58
Imagem 3.16 – Coleção Plenos Pecados 1999, img1.....	59
Imagem 3.17 – Coleção Plenos Pecados 1999, img2.....	59
Imagem 3.18 – Coleção Plenos Pecados 1999, img3.....	60
Imagem 3.19 – Prêmio Design Museu da Casa Brasileira.....	62
Imagem 3.20 – 2ª Bienal de Design Gráfico	62

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1. O COMEÇO DE TUDO, OS BASTIDORES DA IMPRENSA RÉGIA.....	15
1.1 TRÊS SÉCULOS DE SILÊNCIO.....	15
1.2 TIPOGRAFIA PADRÃO FRANCÊS.....	17
1.3 ILUSTRAÇÃO, COR E ORNAMENTOS.....	20
1.4 NOVO SÉCULO, NOVOS EDITORES, NOVAS CAPAS.....	22
1.5 O REFINAMENTO DE MONTEIRO LOBATO.....	23
1.6 OUTROS DESIGNERS, OUTRAS CAPAS.....	25
1.6.1 CORREIA DIAS.....	25
1.6.2 PAIM.....	26
1.6.3 BELMONTE.....	27
1.7 A EVOLUÇÃO DO LIVRO: SANTA ROSA O ARTISTA MÚLTIPLO.....	28
2. AS CAPAS E OS ANOS 60 – “TUDO É PERIGOSO, TUDO É DIVINO, MARAVILHOSO”.....	34
2.1 E TUDO MUDOU.....	34
2.2 ENTRAM EM CENA: O LIVRO, A CAPA.....	34
2.3 EUGÊNIO HIRSCH E ÊNIO DA SILVEIRA: O INÍCIO DA REVOLUÇÃO.....	36
2.4 MARIUS LAURITZEN E O LEGADO DE HIRSCH.....	40
2.5 A REVISTA SENHOR E SEU DESIGNER.....	42
2.5.1 BEA FEITLER.....	44
2.5.2 CARLOS SCLiar.....	45
2.5.3 GLAUCO RODRIGUES.....	46
2.5.4 CLOVIS GRACIANO.....	48
2.5.5 JAYME CORTEZ.....	49
2.5.6 VICENTE DI GRADO.....	50
3. DA PRODUÇÃO PÓS MODERNA.....	52
3.1 RENOVAÇÃO: EM BUSCA DE SUA IDENTIDADE E DE SEUS MESTRES.....	52
3.2 NOVOS TEMPOS, NOVOS ARES.....	55
3.3 BURTON E O PAPEL DA IMAGEM. A CAPA E SEU NOVO DESIGN.....	58
3.4 CAPA COMO JANELA PARA O NOVO ESPAÇO.....	58

CONCLUSÃO.....	64
BIBLIOGRAFIA.....	66
ANEXO/ENTREVISTAS.....	67

INTRODUÇÃO

A capa surge com a função eminentemente prática: a de proteger o miolo do livro. A sua posição privilegiada, como face visível do livro, tornou manifesto o uso da capa para cumprir outras funções. O caráter ornamental da capa surge como uma necessidade de dotar o livro de uma aparência digna do seu valor econômico e social. A mecanização do processo de produção arranca o livro de um contexto individualizado, em que cada livro era um objeto singular, destinado a um público definido.

No Brasil não é diferente. Entretanto, muitas foram as dificuldades encontradas como o enorme número de analfabetos que habitavam o país, na maioria escravos e de comerciantes portugueses.

A relação do público com o livro enquanto objeto foi historicamente palco de várias transformações, às quais a capa também não foi imune. As primeiras capas eram executadas a pedido do dono do livro e constituíam um reflexo do seu gosto pessoal. A sua posição social manifestava-se diretamente no nível de cuidado na concepção da capa, recorrendo na sua execução a combinações de várias técnicas e ao uso de materiais preciosos.

O livro em si era objeto de coleção para inúmeros estudiosos e pensadores, não estando acessível a grande parte da população. O monopólio da imprensa régia, fez com que a produção e a criação das pequenas livrarias e editoras tardassem para começar no país. A influência dos franceses na construção do livro, não obstante a capa, também se perpetuou até o início do século XX.

Uma série de desenvolvimentos técnicos vieram a facilitar o processo de produção de livros e criaram condições para o aparecimento e expansão do mercado editorial, mas foi somente a partir de Monteiro Lobato que o livro no Brasil, ganha *status* de objeto, com o tratamento visual dado a capa. Ela absorveu parte da cultura da época e disseminou um papel fundamental de anunciante da obra. O revestimento que a ela eram conferidos foi colocado como mais uma característica fundamental, o foco em si era sem duvida o papel que a capa tinha de informar e atrair o leitor para adquirir o livro em si.

O período de 1920 a 1950 foi fundamental, mas muitos avanços ainda seriam necessários para que a capa do livro fosse, de fato, vista como objeto fundamental e principal no fator de escolha do leitor e como anúncio de sua obra.

A década de 60 teve um cuidado peculiar nesse trabalho. Muitas foram as capas, muitos foram os capistas, difícil mencionar ou tentar abordar todos. Entretanto, a importância desses artistas gráficos na evolução do projeto gráfico do livro não passou despercebida. A editora Civilização Brasileira foi de longe a que mais contribuiu com o processo de evolução da capa no país. Seus editores, liderados por Ênio da Silveira, foram percussores no trato do livro como objeto de consumo de massa e não apenas como algo sem nenhum valor.

As décadas seguintes foram pontes para o aprimoramento das capas no país. A evolução tecnológica liberta o livro dos constrangimentos de uma produção manual permitindo agilizar a execução e, ao mesmo tempo, reduzir os custos. Estes fatores são essenciais para lançar as bases de um mercado editorial.

Portanto, ao longo de mais de 150 anos de história, capa apresenta-se como solução, impondo-se como elemento de comunicação privilegiado para a promoção do livro. Os avanços tecnológicos crescentes permitiram o aparecimento e desenvolvimento da indústria editorial de forma rápida, tornando-se um setor competitivo. O impacto comercial dos livros ganha cada vez mais atenção, sendo que as estratégias adotadas para esse fim se diversificam.

Nesse sentido, o objetivo dessa monografia está relacionado com um vasto e extenso contexto histórico no qual o livro se insere no país. Como se deu sua evolução, função e a contribuição da capa ao longo da história brasileira.

1. O COMEÇO DE TUDO, OS BASTIDORES DA IMPRENSA RÉGIA

1.1 TRÊS SÉCULOS DE SILÊNCIO

Até a chegada da corte portuguesa ao Rio de Janeiro, em 7 de março de 1808, toda atividade relacionada à impressão de textos no Brasil era estritamente proibida pela administração colonial, nomeada pelo rei Dom João VI. O primeiro registro da existência de uma prensa tipográfica no Brasil data de 1747, tendo estado sob a responsabilidade do português Antônio Isidoro da Fonseca (imagem 1.1). Mas o empreendimento no Rio de Janeiro foi logo fechado e a prensa enviada de volta a Portugal. Apesar de tentativas posteriores, a imprensa só se estabelece no país sob chancela oficial quando, conforme afirma Chico de Melo, à bagagem da família real e ao acervo da Biblioteca Real portuguesa foi também incluído um prelo de madeira originalmente fabricado na Inglaterra:

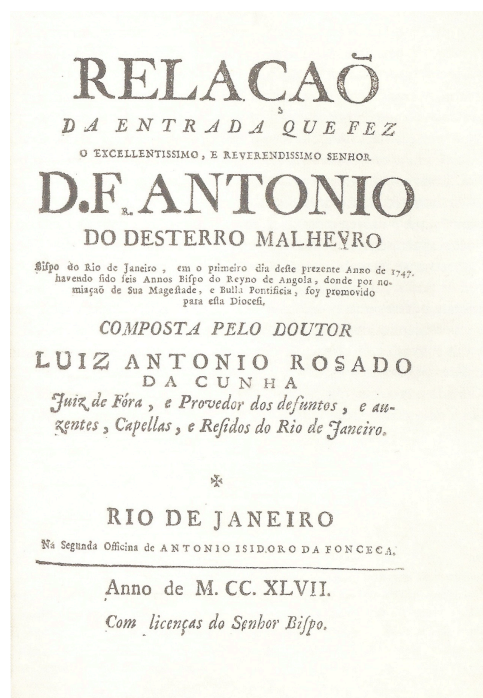


imagem 1.1

Somente em 1808, com a chegada da família real é criada a imprensa Régia e começam a funcionar as máquinas tipográficas inglesas trazidas nos porões da esquadra de dom João VI. (MELO, 2011, p.25.)

Tendo tal maquinário – e dispondo de indivíduos razoavelmente experientes em tipografia – Dom João VI determinou a instalação da Imprensa Régia, cujo

primeiro objetivo seria tornar públicos os documentos oficiais do reino. Parte do monopólio estatal exercido pelos portugueses tinha o foco de inibir a proliferação de ideias que colocassem em perigo a dominação portuguesa. No impresso *Relação dos despachos* (imagem 1.2), publicado apenas dois meses após a chegada da corte de Dom João VI, se configura uma das raras peças gráficas produzidas na tipografia do Brasil nos três séculos de proibição impostos pela corte.

Ainda em fase experimental de produção, no mesmo ano de 1808, apenas dois meses após a chegada da corte de Dom João VI ao Rio de Janeiro, saiu da oficina o primeiro documento impresso oficial da Imprensa Régia. (MELO, 2011, p.26)

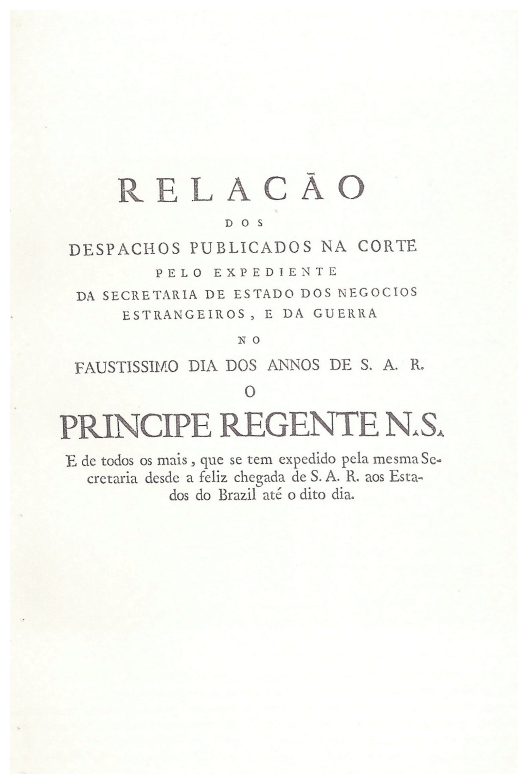


imagem 1.2

Em paralelo à instalação da Imprensa Régia, D. João VI revogou, em todo território brasileiro, a proibição da impressão, o que resultou em um aumento da quantidade de estabelecimentos de pequeno porte voltados para a atividade editorial, com destaque para as então províncias de São Paulo, Minas Gerais e Bahia, que produziram itens variados que vão desde jornais e revistas até folhetos e cartas de baralho.

A posterior abertura do mercado para firmas particulares coincide com o período em que o país discutia a sua independência. Assim, o súbito interesse por assuntos ligados à política contribuiu para aumentar, especialmente na capital do Império, a procura por publicações dessa natureza. A consequência disso é o crescimento da produção e venda de livros, caracterizando o primeiro impulso no desenvolvimento da indústria editorial no Rio de Janeiro. (MARIZ, 2005.)

Assim, a arte de imprimir com tipos moveis, que os governantes portugueses, como parte de sua política geral de manter a colônia técnica e intelectualmente dependente, se empenharam por tanto tempo para não deixar chegar ao Brasil, por uma dessas pequenas ironias da história acabou sendo trazida para o país pelo próprio governo. (HALLEWELL, 2005, p. 109)

1.2 TIPOGRAFIA ‘PADRÃO FRANCÊS’

Entre as décadas de 1830 e 1840, a influência da cultura francesa se torna imprescindível quando nos referimos à produção de impressos no país, conforme destacado por Ana Sofia Mariz:

[...] Essa influência na cultura prematura do Brasil ‘pós-independência’ ocorre de forma sutil e marcante com a chegada da Missão Francesa em 1816, composta de artistas e artesãos que estruturaram todo o sistema de artes e ofícios no país, resultando dez anos depois na criação da Imperial Academia e Escola de Belas Artes. (MARIZ, 2005, p. 26)

A primeira década do século XIX corresponde ao forte crescimento da indústria editorial na França, motivadas por avanços das técnicas de impressão que possibilitaram um aumento significativo na produção de livros:

Os editores-livreiros franceses buscavam novos mercados para além das fronteiras. Nesse contexto, o Brasil se revela um campo promissor, pois além do desenvolvimento urbano impulsionado com a vinda da Corte, possui grande receptividade a influência francesa. (MARIZ, 2005, p. 26).

Ainda nesse período, chegaram ao Brasil os principais livreiros-editores franceses, responsáveis por modificar a recém-criada indústria editorial. Eduard Laemmert e Louis Baptiste Garnier trouxeram não só a larga experiência profissional

das casas editoriais francesas, bem como entenderam que o sucesso para tal era as diferenças e peculiaridades nos processos de produção, edição e impressão, que existiam entre setores distintos:

Com o início da produção nacional, o livro brasileiro adota um aspecto gráfico semelhante aos editados na França: miolos impressos tipograficamente, com capas revestidas de marroquim ou outro material similar, [...] aplicados a elas relevos secos e tendo arabescos e letras impressas em tons de dourado. (FERNANDES, 2007. p.3.)

Eduard Laemmert fundou no Rio de Janeiro, em 1833, a Livraria Universal. Cerca de quatro anos depois, consciente do grande sucesso que obteve na venda de livros e da possibilidade de lucro, comprou três máquinas impressoras e viajou a França com o intuito de estudar Tipografia. De volta ao Rio de Janeiro, criou, em 2 de janeiro de 1838, a Typographia Universal. O resultado: em 20 anos, o faturamento da empresa cresceu mais 30 vezes e em 1859 já empregava 170 pessoas, que imprimiam mil folhas por dia, encadernavam cinco mil livros e 14 mil brochuras por mês, o que contribuía, parcialmente, para a transformação do livro em um produto acessível a um círculo maior da população.

Louis Garnier, dono da livraria que levava seu nome, fundada em 1844, após considerável experiência como livreiro-editor na França, dividia com Laemmert o domínio sobre o mercado de livros. Destaca-se por suas práticas pioneiras, importantes para a formação de um grupo de profissionais dedicados exclusivamente à atividade editorial. Em Paris, conforme destaca Sofia Mariz (2005, p.19), chegou a ter “um revisor de provas fixo”. Além de mais barata, a impressão na França tornou-se ainda mais proveitosa após a introdução de navios a vapor, que encurtavam o espaço e o tempo entre os dois continentes.

Considerando o apreço a tudo que era francês, Garnier valeu-se da produção gráfica dos livros que possuía como recurso publicitário no sentido de conferir-lhes maior distinção. Hallewell (2012, p.34) destaca que a expressão “nitidamente impressa e suntuosamente encadernada em Paris” era vista constantemente em anúncios das publicações de Garnier. Tendo em vista a quantidade de títulos presentes nos catálogos e os dados sobre as vendas dos mesmos, percebe-se que havia um público consumidor razoável, comparado ao passado colonial brasileiro.

Uma leitura cuidadosa do catálogo da livraria paulista Garraux (HALLEWELL, 2012) revela até que ponto Laemmert (imagem 1.3) e seu concorrente Garnier (imagem 1.4) dominaram as edições brasileiras contemporâneas. A seção portuguesa desse catálogo tem aproximadamente 7.500 itens, dos quais quase 50% trazem sinetes editoriais e colofões cariocas.

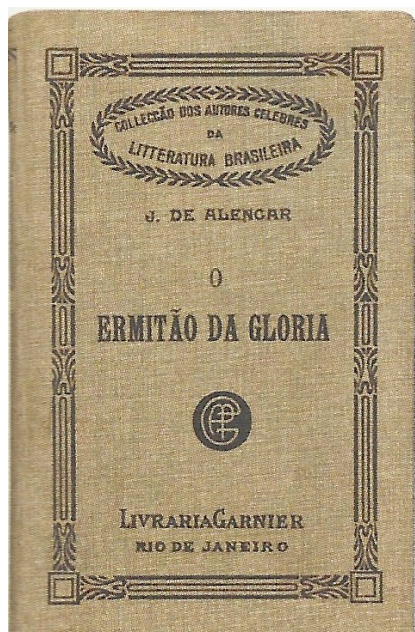


imagem 1.3

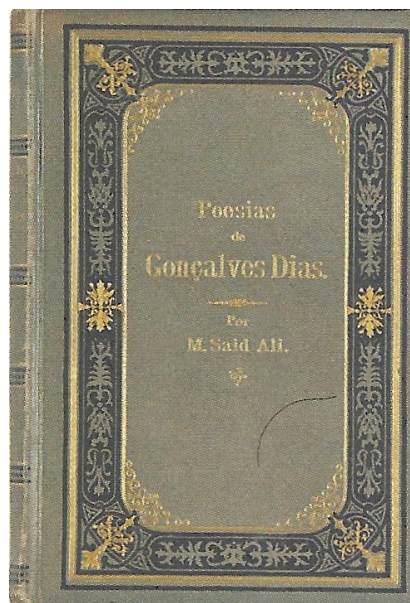


imagem 1.4

Nas décadas de 1840 e 1850, ocorre um vultoso aumento da quantidade de livros, possivelmente devido ao árduo trabalho dos livreiros citados. O resultado, em médio prazo, foi a melhoria do sistema de produção dos livros. Cardoso pondera:

A crescente mecanização dos processos de fabrico e impressão nesse período garantiu um grau de padronização jamais visto na história do livro e promoveu, por conseguinte, uma natural valorização do trabalho de projeto, sobretudo no caso do livro ilustrado. (CARDOSO, 2005, p.161.)

O livro tornou-se interessante para os livreiros e, mais do que isso, necessário. Em tais condições, a capa começa, lentamente, a ser trabalhada como motivadora da atenção do público. Neste cenário o recurso à caligrafia constituía não só uma forma de contornar as despesas com os projetos como também uma alternativa capaz de combinar imagem e texto na composição da capa.

1.3 ILUSTRAÇÃO, COR E ORNAMENTOS

Entrando nas últimas décadas do século XIX, as capas ilustradas e coloridas tornam-se razoavelmente comuns, especialmente entre os livros infantis. O resultado foi um longo processo de difusão e desenvolvimento da litografia que permite incorporar ilustrações e ornamentos (imagem 1.5) mais refinados na produção nacional de livros. (MELO, 2011. p.35.)

Satisfazendo uma demanda latente pelo consumo de imagens, *Ostensor Brasileiro* está entre os primeiros periódicos em que elas são tão ou até mais importantes do que o texto. (MELO, 2011, p.35.)

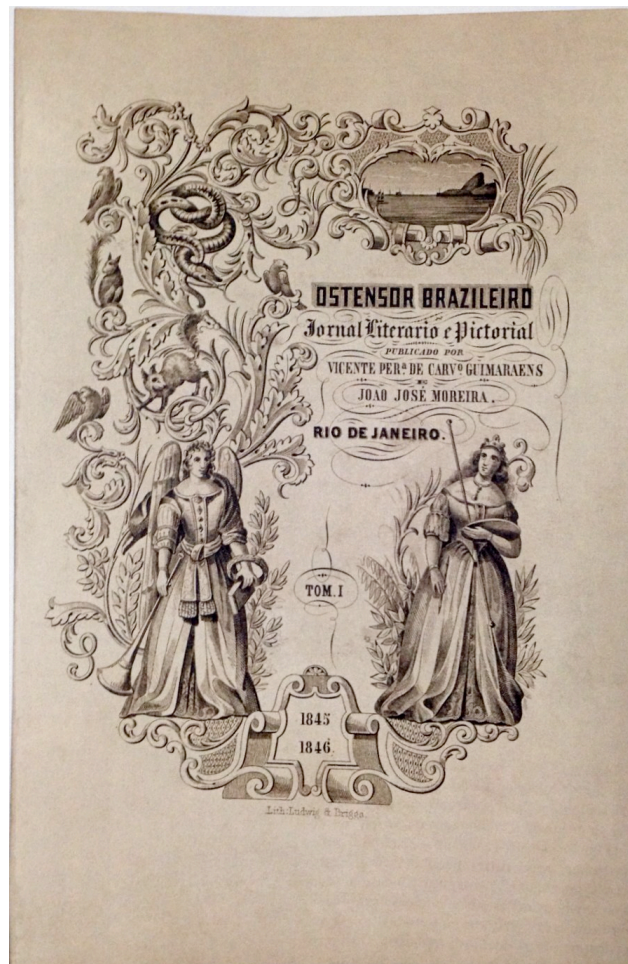


imagem 1.5

Uma vez introduzidas as capas (imagem 1.6 e 1.7) coloridas ao mercado, a produção brasileira das mesmas desenvolveu-se extraordinariamente com grande rapidez de soluções gráficas.



imagem 1.6

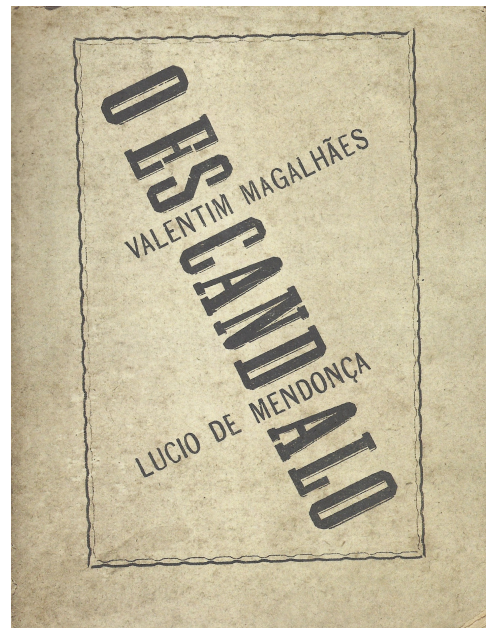


imagem 1.7

Caminhando para o final do século, surge uma vertente de capas de livros investidas de maior apelo visual. Nelas, se destaca a ilustração que, na verdade, chega aos livros como empréstimo das capas de revistas (imagem 1.8 e 1.9) e, segundo Melo, “atestando que contaminações entre as mídias é um fenômeno que vem de longe.” (2011, p.43.)



imagem 1.8



imagem 1.9

Nesse período, outra forma de valorizar o produto era a encadernação de luxo, que chegou a ser acima de dez vezes mais cara do que a normal, mesmo impressa em Paris e Londres como afirma HALLEWELL (2005, p.200). Apesar de ser menos econômica do que a nacional, foi utilizada durante muito tempo com a finalidade de agregar valor ao produto.

1.4 NOVO SÉCULO, NOVOS LIVROS, NOVAS CAPAS

Na primeira década do século XX, as edições populares em brochura começam a ganhar espaço no mercado editorial e alguns editores inauguram novas formas de produção de livros, explorando formatos mais baratos. Surge, então, o formato 13x18cm e capas atraentes e ilustradas que, de certa forma, não estão associadas ao livro como objeto de luxo, mas as edições populares que visavam uma gama maior de público e que tentavam compensar, com uma capa sedutora, a baixa qualidade do papel, da impressão e do acabamento.

Outros dois desenvolvimentos nas artes gráficas marcaram o começo do novo século como uma importante e fundamental eclosão do processo de produção de livro: a difusão da zincografia e da autotipia. A primeira liberta os desenhistas da pedra litográfica, ao permitir que os originais passem a ser os próprios desenhos feitos sobre papel. A segunda constitui uma verdadeira revolução, conforme afirma Melo (2011, p.65), “ao viabilizar por meio da retícula, a reprodução de fotografias em meios tons.”

Um editor e livreiro em particular roubou a cena no Rio de Janeiro e ajudou a transformar a maneira como o livro era consumido. Francisco Alves passou a controlar a Livraria Clássica em 1897, além de comprar vários de seus concorrentes, com intuito de editar suas obras exclusivas, (imagem 1.10 e 1.11) como fez com a livraria de Laemmert, em 1910 (Hallewell, 2005, p.285). Isso se consumou por conta de políticas agressivas em relação à concorrência – oferta de livros mais baratos e de salários mais altos aos funcionários.

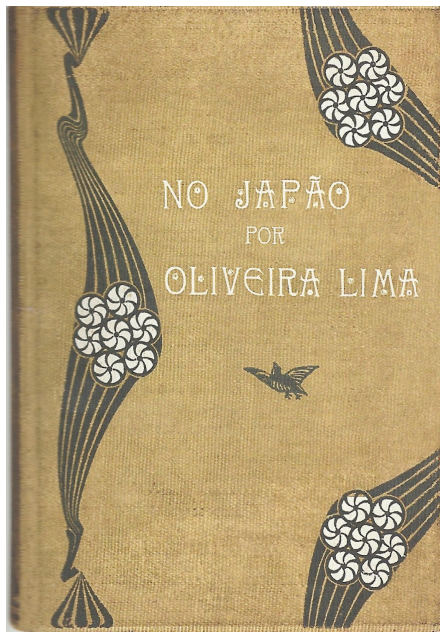


imagem 1.10

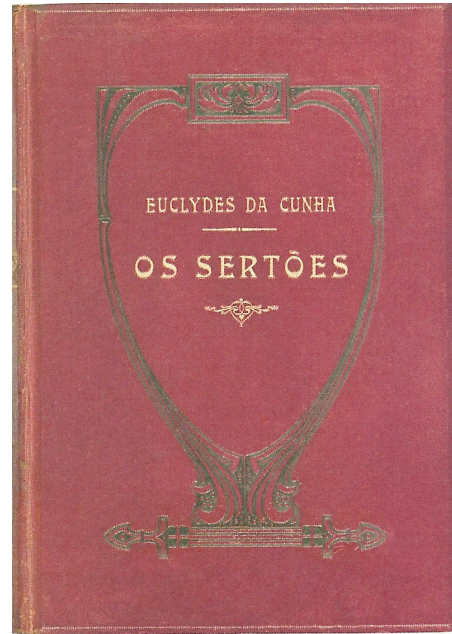


imagem 1.11

1.5 O REFINAMENTO DE MONTEIRO LOBATO

Monteiro Lobato foi o primeiro editor brasileiro a afirmar que o livro era um produto comercial e que, portanto, deveria ser tratado como tal. Diversas de suas decisões como editor refletiram esse posicionamento, tais como a ampliação dos canais de distribuição de livros e o investimento em um parque gráfico nacional de qualidade, com o intuito de tornar o livro mais atraente e competitivo com outras formas de entretenimento.

Atento a influência do aspecto visual do livro sobre seu poder de venda e sobre sua receptividade junto ao público, acompanhava, sempre que possível, os layouts das capas da própria editora.

Lobato foi decisivo no processo de reformulação estética do livro, priorizando capas atraentes e bem resolvidas. Como resultado da atuação de Monteiro, compreende-se que certamente o design de capa não é capaz de salvar um livro do encalhe completo, mas a evolução da prática editorial e as novas tecnologias de impressão permitiram a percepção dos editores para certos aspectos estéticos – cores, ilustrações e qualidade do papel, da impressão e do encadernamento –, que tornavam o livro estimável e agradável a públicos diversos.

Atento a questões essenciais que eram comumente ignoradas pelos editores da época, principalmente à apresentação visual dos livros e a publicidade, Lobato investiu na construção de uma moderna gráfica e na impressão de altas tiragens,

devidamente trabalhadas, no aspecto publicitário, por meio de ousados anúncios nos jornais de maior circulação. Chico de Melo o descreve:

Monteiro Lobato esteve atento às múltiplas dimensões que envolvem o livro quando entendido como artigo de consumo. Exatamente por isso, sempre investiu na qualidade gráfica dos títulos que publicou. Sua ousadia como editor em *A menina do narizinho arrebitado*, foi lançado com tiragem de cinquenta mil exemplares, uma aposta de alto risco que se mostrou um enorme sucesso. (MELO, 2011, p. 105). (Imagem 1.12 e 1.13)



imagem 1.12



imagem 1.13

Outro passo importante foi dado com relação à distribuição e comercialização dos livros. Lobato, conforme afirma Ana Sofia Mariz (2005, p.25), conseguiu ampliar seus pontos de venda de menos de 40 livrarias para cerca de dois mil distribuidores variados. Rapidamente, o negócio teve um progresso bastante considerável. Hallewell aponta que no início dos anos 1920, a editora já vendia cerca de quatro mil livros por mês.

Para dar conta da crescente produção editorial, Lobato empreendeu uma de suas estratégias mais arrojadas do ponto de vista financeiro: montou a maior oficina gráfica para impressão de livros até então, importando equipamento de ponta dos Estados Unidos.

Contudo, o que foi o maior empreendimento para a indústria editorial dos anos 1920 também se revelou uma das principais razões para a liquidação da Gráfica e Editora Monteiro Lobato, último nome adotado pela empresa antes do

fechamento. Mesmo com graves dificuldades ao longo do processo, Lobato superou muitas crises, deixando para a indústria editorial, a fundamental lição do equilíbrio entre a produção de conteúdo literário e rentabilidade financeira.

1.6 OUTROS DESIGNERS, OUTRAS CAPAS

Foi principalmente na década de 1920 que surgiu uma cultura verdadeiramente forte de ilustração de capas. Entre 1920 e 1930, surgem capas de qualidade gráfica cada vez alta, que resultam num aprimoramento dado aos conteúdos textuais expostos nas capas diretamente ligado a uma concepção visual e artística valorizadora do produto.

As soluções gráficas somente alcançaram tal grau de complexidade porque existiu um grupo de artistas plásticos e ilustradores que se dedicou também à produção de capas de livros.

1.6.1 Correia Dias

Quando se fala em design de livros, deve-se considerar o tratamento dispensado ao objeto como um todo, desde a sua construção tridimensional (tamanho, papel, encadernação) até a sua impressão, diagramação e ilustração. (CARDOSO, 2005, p.176).

A ilustração de capas, portanto, se insere em uma ampla reestruturação do mercado editorial, que passa também pelo aspecto visual, para tornar atraentes as novas edições mais baratas em brochura. E nesse contexto o pioneiro na criação de capas ilustradas, segundo Cardoso, parece ter sido Fernando Correia Dias (1896-1935). Português de nascimento, chegou ao Brasil em 1914 e foi inserido no meio artístico por intermédio do jornalista Carlos Maul, onde atuou como caricaturista e ilustrador. Algumas capas mais antigas datam de 1917 (CARDOSO, 2005, p.177), como na primeira edição do livro de poemas “*Nós*”, de Guilherme de Almeida.

Durante os anos seguintes Correia Dias produziu uma série de capas para inúmeras editoras. Dentre as diversas características de suas obras da época, a principal e mais importante foi a opção de ostentar o nome do ilustrador, como meio de valorizar a capa, o que refina e gera credibilidade ao livro junto ao artista, como foi o caso de Dias.

1.6.2 Paim

Antônio Paim Vieira (1895-1988) foi outro grande artista e ilustrador que passou a se dedicar ao projeto de capas de livros. Com estilo *art nouveau*, misturava fotografias e desenhos de plantas (imagem 1.14) e mulheres com estilo que o levou depois a colaborar com publicações importantes da época. Cardoso cita um de seus trabalhos e sua referência:

A capa assinada por Paim é impressa em duas cores (preto e verde) e traz a representação de folhas de samambaia [...] os motivos botânicos aparecem bem estilizados, seguindo as convenções vagamente *art nouveau*. Essa capa cumpre, em praticamente todos os quesitos, as propostas estéticas que seriam avançadas pelos modernistas brasileiros nos anos seguintes à sua confecção. (CARDOSO, 2005, pág. 39).

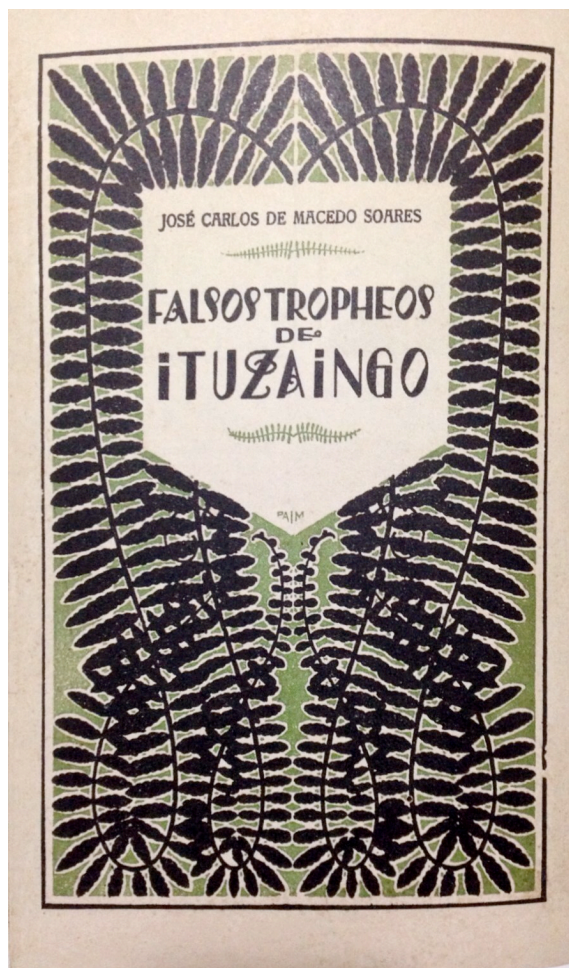


imagem 1.14

1.6.3 Belmonte

Benedito Bastos Barreto (1897-1947) foi outro grande ilustrador no período de 1920-1930. Inicia sua carreira em 1912, com a publicação das primeiras caricaturas na revista paulista Rio Branco (MELO, 2007) e, paralelamente, colabora com a publicação carioca Dom Quixote. A transformação do ilustrador Barreto no capista e caricaturista Belmonte dá-se em 1921, quando é convidado pelo amigo, o jornalista Paulo Duarte, a trabalhar como caricaturista no jornal A Folha da Noite. Melo ressalta como uma das suas grandes obras a capa do livro “Vamos caçar papagaios” (imagem 1.15):

A revoada de papagaios sendo atingidos pelos projeteis é resolvida em duas cores e com poucos planos, espalhando-se por todo o campo da capa e da contracapa. O toque de mestre é conseguir desenhar o corpo das aves por meio do brando do papel. (MELO, 2011, pág. 45.)

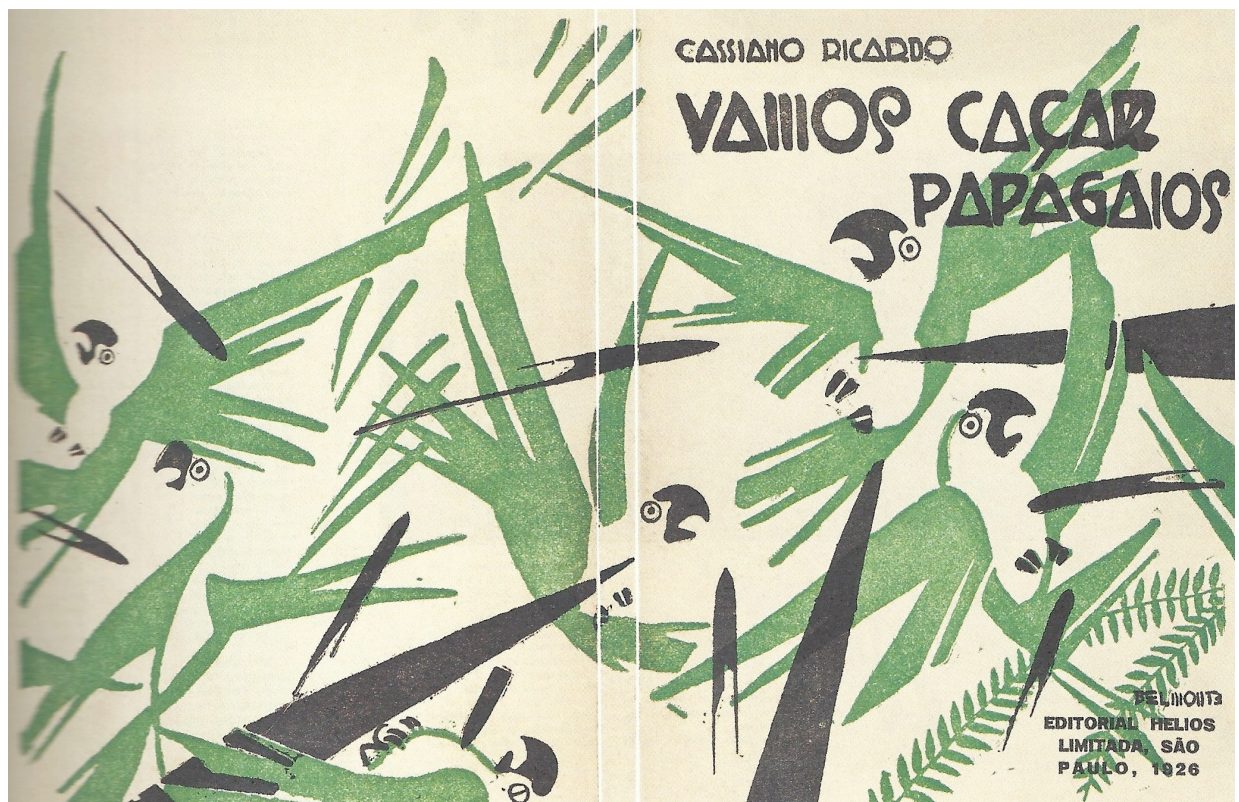


imagem 1.15

1.7 A EVOLUÇÃO DO LIVRO: SANTA ROSA, O ARTISTA MÚLTIPLO DA LITERATURA

Nas primeiras décadas de século XX, as editoras brasileiras não haviam adotado ainda projetos gráficos dinâmicos, capazes de competir com os livros importados. Ao se aproximar a década de 1930, mesmo com a modernização dos equipamentos das gráficas, a situação do livro brasileiro era a mesma, face ao produto estrangeiro. Embora a impressão fosse satisfatória e os tipos de boa procedência, não havia renovação projetual. O projeto gráfico era antiquado, consequência da pouca importância dada pela maioria dos editores a essa área. (Hallewell, 1985.)

O surto de industrialização que ocorre no país entre 1930 e 1937 interfere diretamente no mercado editorial. O aumento das taxas de importação eleva o preço do livro estrangeiro deixando-o, pela primeira vez na história, mais caro que o livro produzido no país. O setor livreiro tem um espantoso aumento durante o período, segundo Lawrence Hallewell no livro “História do Livro no Brasil”, tendo a cidade de São Paulo, entre 1930 e 1936, apresentado um crescimento de mais de 600% no setor.

A excelente expansão do mercado editorial e o surgimento de uma nova literatura modernista, bem acolhida pelo público leitor deixa clara a necessidade de um novo projeto gráfico para os livros nacionais, coerente com a atual situação sócio econômica do país. É nesse momento que nasce um novo livro no território nacional, mais moderno, bonito, bem impresso e admirado pelo novo leitor. A verdadeira renovação do projeto gráfico do livro brasileiro, em escala comercial, tem como responsável Tomás Santa Rosa.

Santa Rosa nasceu na Paraíba e chegou ao Rio de Janeiro em 1932, onde iniciou a carreira artística como assistente de Portinari. Nesse cenário, a criação de capas de livros estava, segundo Cardoso (2005, p.192-193), “armada e pronta para a entrada em cena de Santa Rosa”. O capista foi considerado o maior “produtor gráfico” de livros de sua época e responsável pela transformação estética do livro brasileiro de 1930 a 1940.

O autor apareceu para o mercado editorial ao conceber a capa de “*Cacau*” (imagem 1.16), romance de Jorge Amado, o segundo lançado em 1933 pela Editora Ariel.

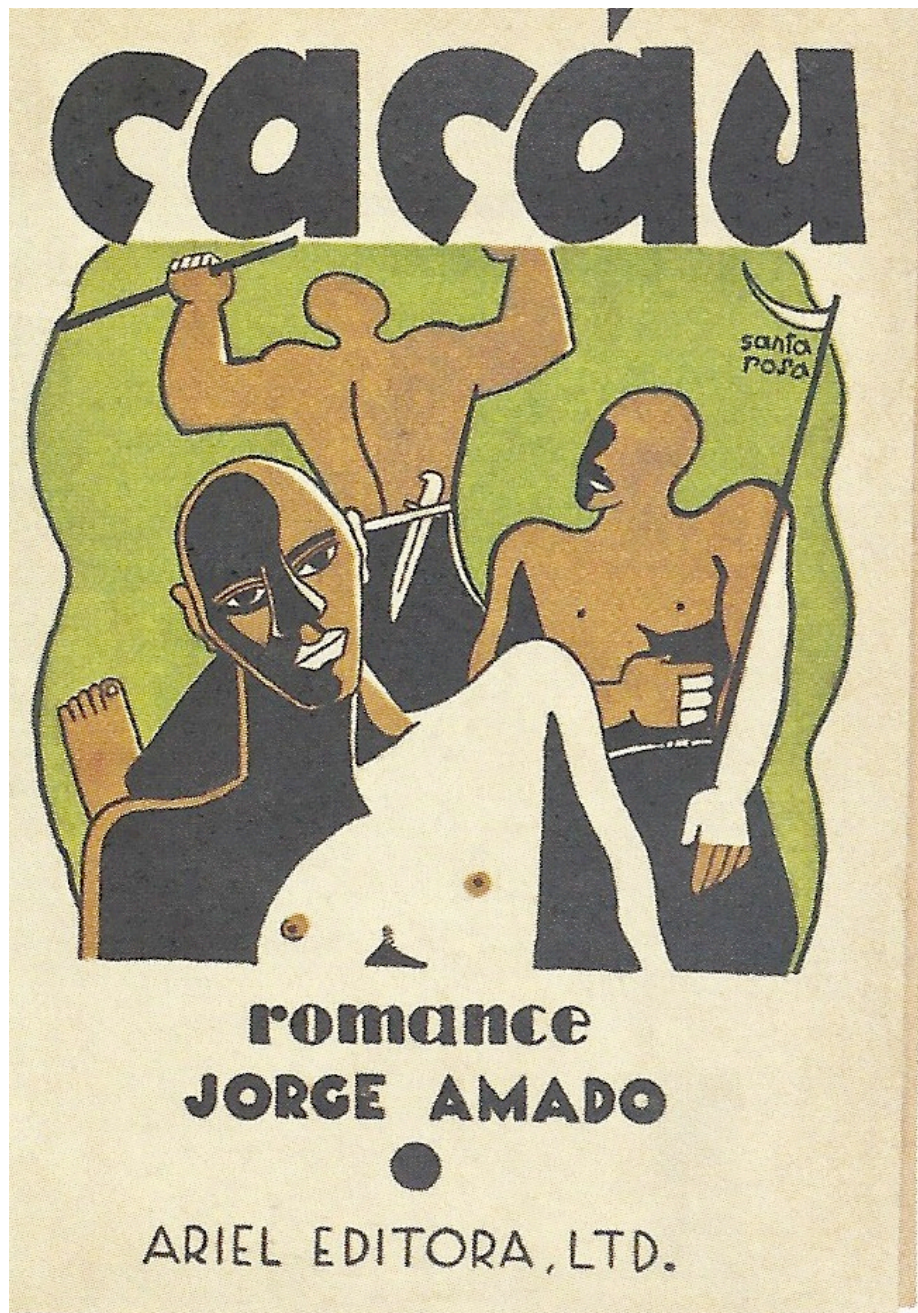


imagem 1.16

Os projetos gráficos por ele desenvolvidos a partir de 1932 apresentavam uma apurada aplicação das técnicas gráficas, (Cardoso, 2005) um sofisticado uso dos recursos tipográficos e uma diagramação que conferia leveza e legibilidade com ilustrações que remetiam a temática do livro. As ilustrações seguiam a linha modernista, e tais características congruentes, deram origem a também esse novo livro brasileiro, *Urucungo*, (imagem 1.17) moderno, bem acabado, e com uma estética muito particular e nacionalista.

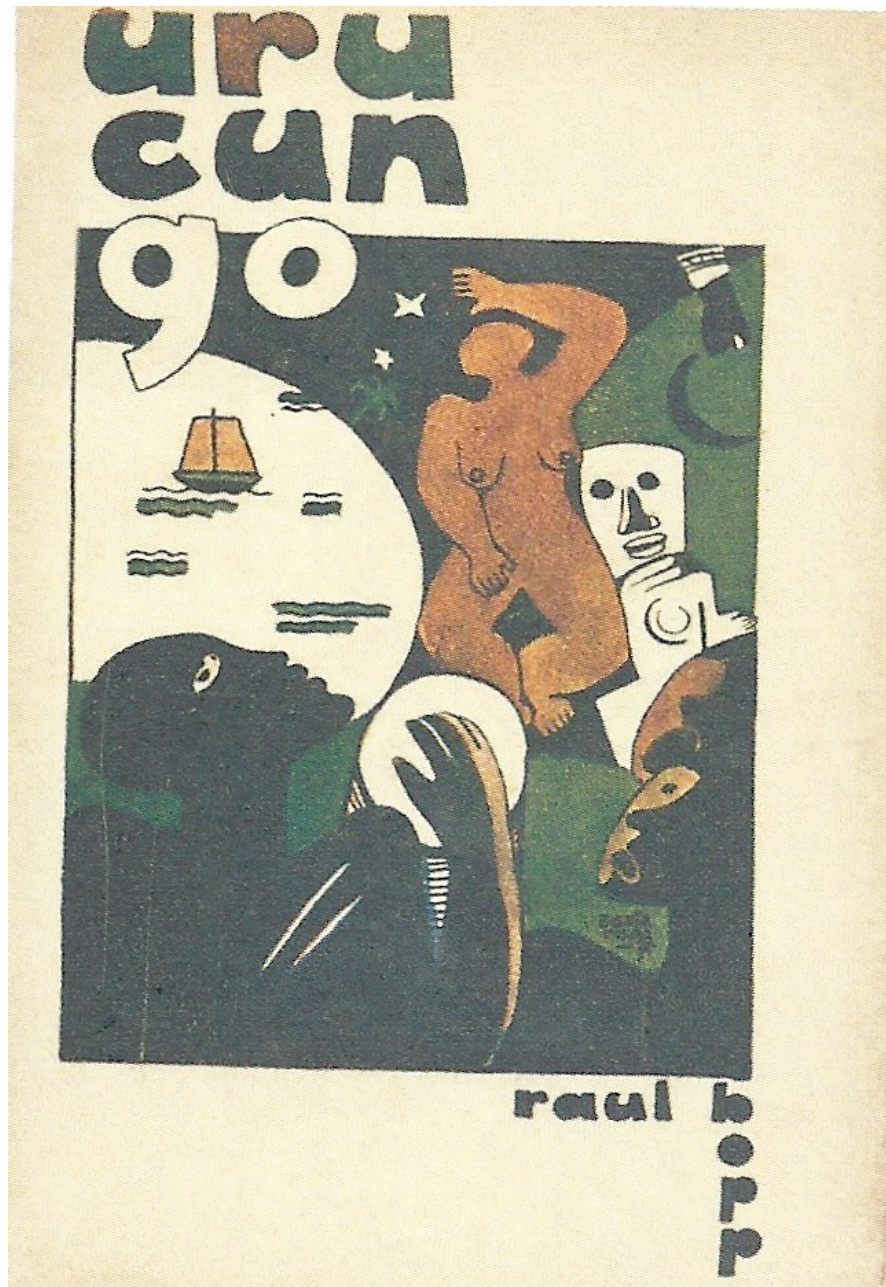


imagem 1.15

Em 1935, Santa Rosa foi contratado por José Olympio para o cargo de produtor gráfico, tendo a função de criar uma identidade visual para os livros da editora J. Olympio, projetando tipos e capas e determinando formatos, manchas e estilos de diagramação. Não tardou a perceber que um bom projeto gráfico, um bom artista e um bom editor, eram peças fundamentais para a renovação estética do livro nacional.

Os livros da editora, simples inicialmente, começaram a destacar-se nas livrarias, com características de um apelo visual incrível, que explicitavam a temática do livro. Por meio de uma documentada parceria de pelo menos vinte anos, Santa Rosa desenvolveu quase todos os projetos gráficos da editora, tornando-se o mais requisitado produtor gráfico da época.

A tiragem estimada era cerca de 3.000 e 5.000 exemplares (Cardoso, 2005), o que exigia um sistema de identidade visual criado por Santa Rosa único, unificado, que pudesse conferir as mesmas características visuais para os demais livros (imagem 1.18, 1.19, 1.20, 1.21). Elementos esses indispensáveis para a construção de uma assinatura: a cor de fundo chapada, a permanente borda branca do papel, o título com o nome do autor e da coleção centralizados na parte superior, ilustrações no centro da página e, mais abaixo, o nome da editora.

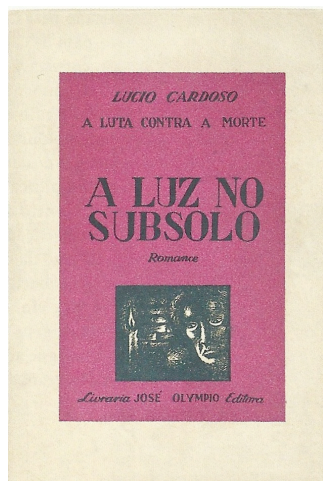


imagem 1.18

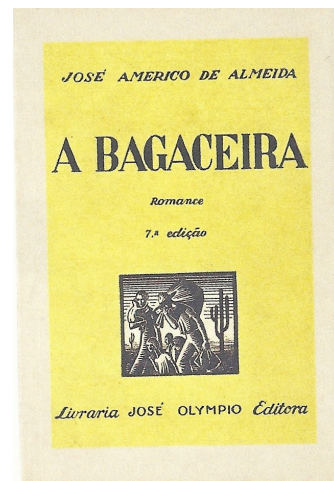


imagem 1.19



imagem 1.20



imagem 1.21

A partir da década de 1940, o estilo das produções de Santa Rosa começa a mudar. O fundo branco sobressai, junto com os desenhos mais suaves e os tipos diversos na composição dos títulos. Alguns hábitos são mantidos, especificamente o destaque para o título da obra, (imagem 1.22) que deixava clara a autoria da capa. Cardoso (2005, p.255) afirma que, nessa década em particular, o trabalho de Santa Rosa era tão reconhecido entre os leitores comuns, que agregava valor ao produto do livro e acrescenta crédito ao capista na folha de rosto.

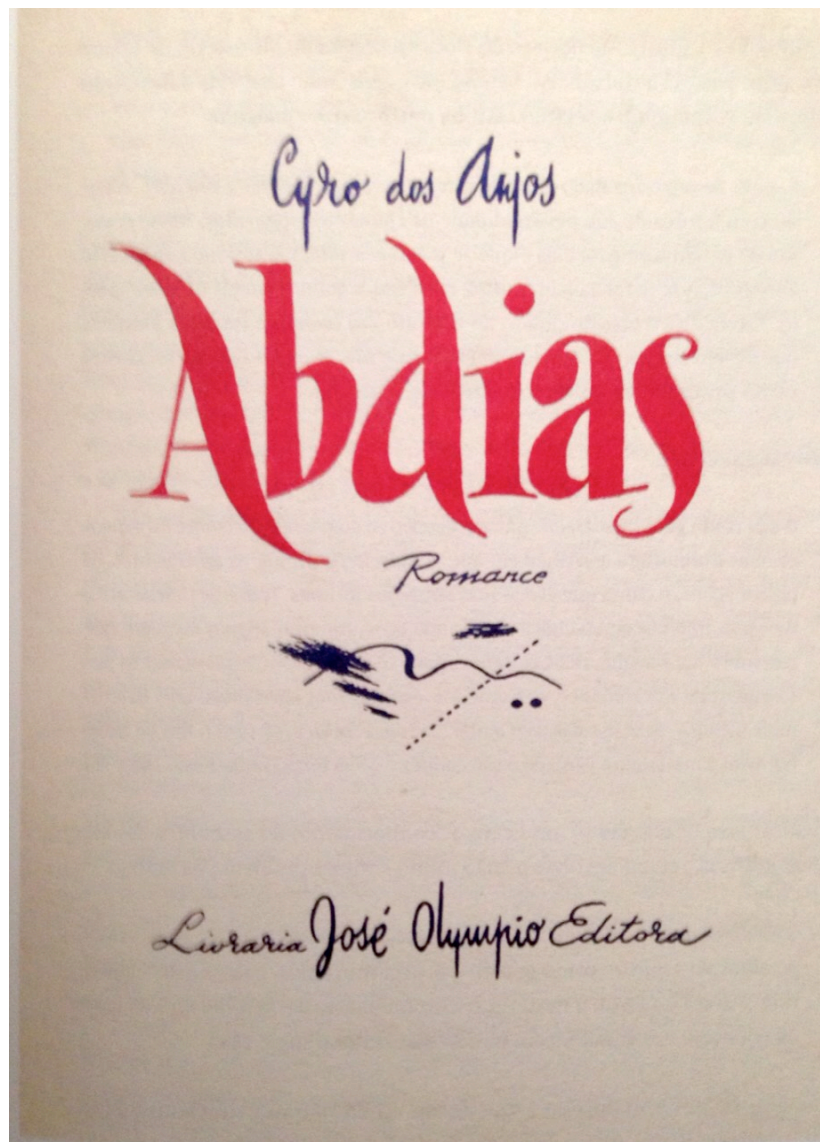


imagem 1.22

Em 1950 e nos dez anos que se seguiram, Santa Rosa mostrava-se mais interessado em seu trabalho como cenógrafo do que na produção de capas, mas seguiu trabalhando para José Olympio até 1954, com produção de peças únicas

(imagem 1.23 e 1.24). O próprio Tomás Santa Rosa, em depoimento, esclarece, mais do que qualquer explanação sobre o assunto, a incrível transformação conceitual e estética pela qual passou a capa do livro na década de 1940, e a paixão com a qual ele, o protagonista, atuou nessa transformação do livro:

Simplemente abominável como aberração gráfica, hedionda desde a lombada até a disposição do texto, [...] o livro brasileiro atingiu a um grau de descuido arquitetônico e de mau gosto gráfico que poucos mais, em outros países, conseguiram jamais chegar a se nivelar com ele. [...] Tratar de livros, da arte do livro, é tarefa da qual me encanto, de tal sedução. (SANTA ROSA, 1952 p. 34.)



imagem 1.23



imagem 1.24

CAPITULO 2 – AS CAPAS E OS ANOS 60 – “ATENÇÃO, TUDO É PERIGOSO/ TUDO É DIVINO, MARAVILHOSO”.

2.1 E TUDO MUDOU

A década de 60 mudou radicalmente o modo de vida e de consumo, com o qual a população estava normalmente habituada. Desta forma, houve a necessidade de se criar um capítulo à parte para tratar com cuidado de uma década que trouxe inovações no campo do design brasileiro. Foram rupturas de toda ordem: políticas, sociais, artísticas, científicas e comportamentais. Inserido e diluído nesse contexto, o design gráfico nacional inaugura uma prática em conexão mais direta com as vanguardas modernistas internacionais, rompendo com o próprio passado.

No mesmo período, surge o design pós-moderno, que tem como essência uma crítica à hegemonia das tendências modernistas impostas pelos movimentos do início do século. A forma como os artistas gráficos, agora denominados designers, desafiam os cânones repetidos e reciclados durante os quarenta anos anteriores, questionam muitas vezes o que seria, de fato, um design de qualidade. Meggs deixa claro o caráter decisivo desse novo modelo:

Nadavam contra a corrente ao desafiar a ordem e a clareza do design moderno. [...] Talvez, o estilo internacional tenha sido tão meticulosamente refinado, explorado e aceito que o contragolpe era inevitável. (MEGGS, 2009, p.601.)

Não se pretende fazer nesse capítulo uma crônica do design brasileiro dos anos 60. Ao contrário: tento adaptar a efervescente produção dos anos 60 como meio de alimentar e oxigenar o design produzido, direcionando-o para a produção visual de livros no país.

2.2 ENTRAM EM CENA: O LIVRO, A CAPA

Em meio a um turbilhão de transformações visuais, o livro surge mais uma vez como plataforma rica para a absorção desses novos conceitos. E o que há de novo nas capas de livros ao longo dos anos 60? Melo discorre sobre a nova tal ótica:

Em primeiro lugar, estiliza-se o diagrama consagrado de autor, título, ilustração e editora, dispostos um sobre o outro [...] a imagem passa a ocupar todo o espaço disponível [...] por vezes, a própria tipografia é elevada à categoria de imagem e protagoniza a cena gráfica. Aparecem ainda as primeiras capas nas quais o espaço vazio passa a ser tão importante quanto textos e figuras. (MELO, 2005, p.60.)

A década abre com a fotografia já como protagonista do discurso gráfico tanto em revistas quanto em discos. Mas ela se firma mesmo no decorrer das décadas seguintes, isso porque, afirma Melo, “essa demora deve-se exatamente ao caráter conservador próprio do livro”. Nesse ponto, a ilustração predomina frente à fotografia.

Pesa o fato de que a permanência da ilustração, conforme dito do parágrafo anterior, esteja relacionado a uma certa lentidão das editoras quanto à renovação da linguagem gráfica. Mas não se pode desprezar o arrojo das imagens que coloca o livro na linha de frente das transformações que ocorrem no cenário editorial.

É possível, segundo Melo (2005, p.61), identificar fontes tão dispares como o surrealismo, o expressionismo, o construtivismo e a arte pop.

O desenvolvimento, em tamanha proporção, da indústria editorial não poderia ter acontecido sem que houvesse ocorrido um aumento considerável do número de leitores no país. Melo cita o fato de que a população agora se mostra mais ativa e aberta a novidades:

E o crescimento da população universitária brasileira [...] aumenta em termos quantitativos e, não menos importante, muda significativamente de perfil cultural. A cena gráfica do livro precisa agora dar uma resposta a esse novo leitor. Nessa perspectiva fica mais fácil entender a aceitação, tanto pelo editor como pelo público. (MELO, 2005, p.61)

Quanto aos responsáveis por tantas inovações em uma só década, destacam-se além de Eugênio de Hirsch, Marius Lauritzen, Bea Feitler, Carlos Scliar, Glauco Rodrigues, Gian Calvi, Clovis Graciano, Jayme Cortez, Vicente di Grado, Odilea Toscano e Moysés Baumstein.

Com um iminente aumento do público, o aperfeiçoamento das estratégias de atração do consumidor focou no cuidado com a capa. A competição crescente pela atenção desse novo leitor, mais exigente, desponta o marketing de livros. A capa,

mais do que nunca, tornou-se parte constitutiva do design do livro e uma ferramenta para alavancar vendas.

2.3 EUGÊNIO HIRSCH E ÊNIO DA SILVEIRA: O INÍCIO DA REVOLUÇÃO

No Brasil do século XX, muitos foram os nomes que se destacaram pela dedicação aos livros, atuando como editores, diagramadores, designers. Um desses, fundamental na trajetória de Eugênio Hirsch como capista, foi o editor Ênio Silveira, que no início dos anos 1950 tomou a frente da editora Civilização Brasileira, um marco na história editorial brasileira.

Ênio Silveira nasceu em 1925, na capital São Paulo, numa família de classe média com tradição intelectual, que lhe propiciou uma rica formação cultural:

É certo, portanto, que os valores de Ênio ligados ao hábito de leitura como meio para formação e transformação do indivíduo têm raízes nessa educação familiar. A proximidade com os livros, cultivada desde cedo, conferiu-lhe vasto repertório cultural para uma inserção privilegiada no meio intelectual. (MARIZ, 2005, p.51.)

Silveira foi para os Estados Unidos em 1946 e tal contato moldou parte da face administrativa da editora Civilização Brasileira, com influências tanto no marketing como também no aspecto visual dos livros.

Além do aspecto profissional, a estadia nos EUA também acrescentou à vivência política de Ênio. Sua ideologia e sua personalidade forte seriam decisivas para o futuro da editora que viria a comandar, a Civilização Brasileira (MARIZ, 2005, p.56).

Ênio retornou e logo após em 1952 assumiu a direção executiva da editora, trazendo inovações e conhecimento técnico dos EUA, reflexo da visão adquirida em sua estadia. Lá, o livro era encarado como produto industrial:

Contrariamente, nos Estados Unidos, o livro era tratado como mais um produto comercial direcionado a um consumo em massa e sendo vendido amplamente e para as mais diversas camadas sociais. Para facilitar sua aquisição e ampliar as vendas, se desenvolveu a apresentação em formato de brochura barata que posteriormente se tornaria a famosa versão em 'pocket'. (MARIZ, 2005 p.60.)

As memoráveis capas da editora são, naturalmente, aquelas produzidas entre 1959 e 1970. Há uma generalização por parte de Ênio Silveira quando afirma que as

“capas brasileiras eram unicamente tipográficas, sem ilustração”. A reação dos editores mais tradicionais, ao concordarem com Ênio, estaria ligada à adoção, pela intelectualidade brasileira, de modelos culturais franceses, inclusive no que se referia ao livro. Ferreira comenta o assunto:

O livro brasileiro era igual a um livro francês, igual. A capa era tipográfica, não era ilustrada, o livro não tinha orelhas, o livro era de brochura não aparada. (FERREIRA, 1992, p.156)

Antes da parceria com Eugenio Hirsch, Ênio já havia colocado em prática algumas inovações nos livros que produzia, como o uso das orelhas, a variação da posição do índice entre o início e o final do livro e o refile trilateral no miolo. Já na década de 1950, a capa dos livros da Civilização Brasileira passou a ter importante função de chamar a atenção do leitor, até a chegada de Hirsch, como explica Mariz:

Na Civilização Brasileira, desde o início da década de 1950, a parte da capa indicada anteriormente como “primeira capa”, que começava a ser vista como um *display*, atrativo para o livro, era comumente produzida em técnicas que privilegiavam a reprodução de imagens – no início, clichês em alto relevo e, em seguida, o *off-set*. (MARIZ, 2005, p.67.)

Com a contratação de Eugenio Hirsch, inaugurou-se a época áurea das capas da Civilização Brasileira. Consagrado por consolidar inovações como as ilustrações coloridas ocupando toda a capa e a aplicação do espaço em branco como elemento valorizador, Eugênio tornou-se referência para o design gráfico nacional, sendo reconhecido por sua repulsa em seguir padrões e estilos inflexíveis, o que levou à composição de um portfólio extremamente variado. Ainda assim, estava em sintonia com as tendências artísticas e estéticas internacionais.

A obra de Hirsch é impressionante pela quantidade, qualidade e diversidade. Nascido em Viena e tendo vivido na Argentina, o designer tinha por volta de 40 anos quando começou a trabalhar na Civilização Brasileira, em 1959. Em 1967, a revista *Realidade* publicou um pequeno artigo intitulado “A revolução das nossas capas” (abril 1967, nº 13:12). Segundo Melo (2005, p.60), o artigo abre com a frase que Hirsch teria dito ao editor Ênio Silveira e ficou famosa com o passar do tempo, além de servir como base para convencê-lo a mudar a linguagem gráfica de suas publicações: “Uma capa é feita para agredir, não para agradar.”

Essa frase resume seu trabalho. Hirsch tinha formação de artista. Seria preciso inscrevê-lo na categoria de artistas gráficos ao invés na de designers. Clareza, fidelidade e legibilidade ao conteúdo do livro não eram o suficiente. Melo traduz essa inquietude:

Ele está muito mais empenhado em surpreender o leitor. Se pensarmos no tripé 'obra-design-público', veremos que o trabalho de Hirsch hipertrofia o design na tentativa de seduzir o público; dos três, o menos contemplado é a obra. A capa era concebida como um cartaz no ponto de venda. (MELO, 2005, p.62.)

Entre o repertório gráfico que utilizava, destacam-se a frequência dos tons de roxo e o trabalho com tipos, (imagem 2.1 e 2.2) os quais eram os mais variados, desde os desenhados à mão até aos com aspecto rústico, de carimbo, os desconstruídos e os empregados como imagem.



imagem 2.1



imagem 2.2

“*Lolita*”, (imagem 2.3) de Vladimir Nabokov, seria o grande lançamento e a mudança visual nos livros da Civilização Brasileira.

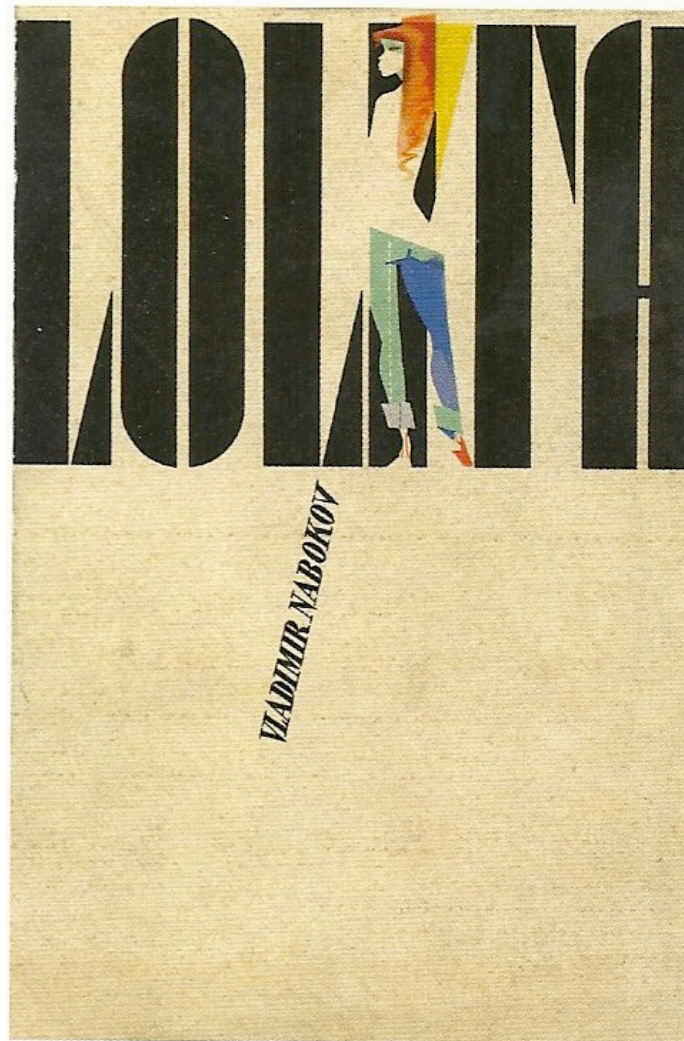


imagem 2.3

Este livro teve um grande impacto na época e foi um sucesso de vendas tanto no exterior quanto no Brasil. Mariz traduz com riqueza de detalhes a capa produzida por Hirsch e que se tornou marco da produção visual de livros da década:

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 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), 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. (MARIZ, 2005, p.87.)

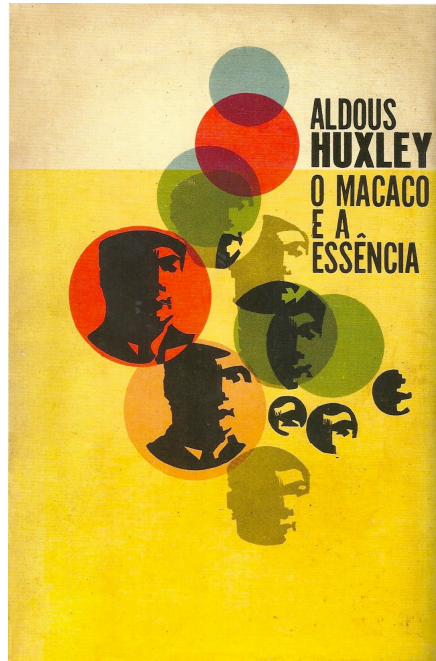


imagem 2.4

A versatilidade de abordagens gráficas, inclusive com a ousadia no uso de fotografias algumas delas em alto-contraste, (imagem 2.4) é o ponto chave de seu trabalho, colocado sempre a serviço do impacto visual e viabilizado pela liberdade sem precedentes garantida pelo editor Ênio Silveira. A independência de Hirsch em relação a escolas, normas, rigores ou convenções faz do seu trabalho um prenúncio do design que seria praticado no Brasil pelas próximas décadas.

2.4 MARIUS LAURITZEN E O LEGADO DE HIRSCH

Marius Lauritzen Bern foi um designer brasileiro autodidata que iniciou sua carreira através das artes plásticas durante um período em que não havia a formalização do ensino de design no Brasil. Sua parceria com a editora Civilização Brasileira foi estabelecida por meio do editor Ênio Silveira no ano de 1965, após a saída do designer Eugênio Hirsch. No período de 1965 a 1970, Marius Bern permaneceu como principal designer da editora Civilização Brasileira.

Nascido em 1930 na cidade do Rio de Janeiro, cursou artes plásticas na Escola de Belas Artes da UFRJ. Em 1965 a editora já havia se estabelecido no mercado editorial como uma das melhores editoras brasileiras. Mariz comenta a época de ouro da Civilização:

Seus livros lideravam o mercado não só pela qualidade dos textos, como também, pela inovação visual de suas capas que criavam uma identidade extremamente forte. (MARIZ, 2005, Seminário de História, p.4.)

Nesse mesmo ano, Eugênio Hirsch, o principal designer e responsável pela revolução das capas é convidado para trabalhar na revista americana Playboy. Bern substitui Hirsch na Civilização e não se preocupa muito em mudar o tom e o aspecto visual que era utilizado. Embora bastante diferentes na maneira de projetar, Marius e Hirsch guardam uma semelhança: ambos compartilham que a tipografia das capas (imagem 2.5) deveria ser desenhada ou fotografada, quando não era composta tradicionalmente. Isso introduz um maior respeito à legibilidade dos textos e busca estabelecer vínculos entre a capa e o assunto tratado pelo livro.

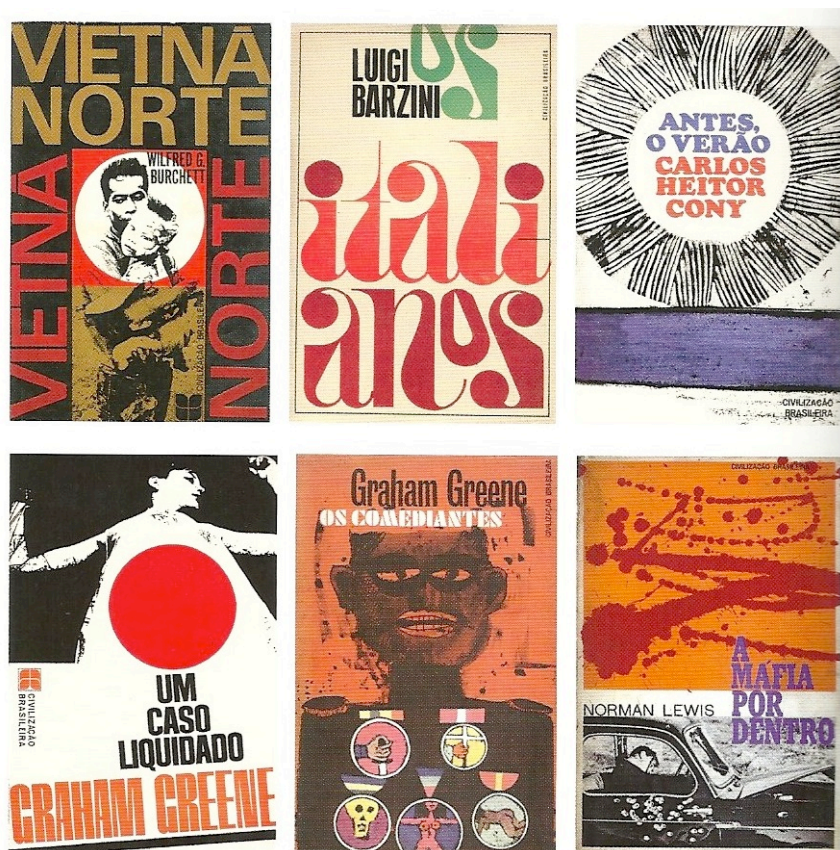


imagem 2.5

Por meio do próprio escritório, inaugurado em 1960, Marius produziu muito mais do que somente capas de livro para a editora. Foram projetos de cartazes, anúncios para jornal e revista e papeis em geral.

2.5 A REVISTA SENHOR E SEU DESIGN

Por seu caráter atípico, a revista Senhor merece um breve recorte nesse trabalho acadêmico.

A experimentação gráfica de algumas revistas, jornais, capas de livros e de discos elaborados no Brasil, no final da década de 1950 e meados da década de 1960, representaram uma transformação visual até então inédita no país.

A revista Senhor ocupa um lugar de honra na história do design gráfico brasileiro. Seu projeto gráfico nasce da concepção de Carlos Scliar, que tem desde o início a colaboração estreita de Glauco Rodrigues. Ambos são artistas com obras consistentes e durante esse período de três anos, interromperam as carreiras artísticas para se dedicarem exclusivamente à revista e às capas. O resultado (imagem 2.6) pode ser entendido como um dos momentos mais férteis do diálogo entre artes visuais e design editorial no Brasil.



imagem 2.6

Melo traça um panorama curto sobre o destino de tal aventura, como ele chama:

É fácil adivinhar que a aventura não alcançou a década seguinte. Nesse percurso, haviam apostado em uma renovação da linguagem gráfica, trilhando caminhos distintos daqueles de Hirsch e Bern na Civilização Brasileira. (MELO, 2005, p.74.)

A publicação se insere em um contexto de profundas transformações estruturais nos campos político, social e cultural, ocorridas nas principais cidades do país. Movimentos inovadores que estavam em consonância com a célere modernização industrial e ao rápido desenvolvimento econômico.

Publicada entre março de 1959 e janeiro de 1964, na cidade do Rio de Janeiro, a revista Senhor era formada por um corpo editorial de importantes nomes da imprensa nacional. A concepção visual e gráfica da revista tem suas origens nas artes plásticas, pois os dois estabeleceram uma relação híbrida entre arte e design.



imagem 2.7

Vendo as inúmeras capas, (imagem 2.7) podemos traçar uma relação entre a subjetividade expressiva das artes plásticas e a objetividade de um projeto gráfico que amarrava a estrutura visual da revista. A linguagem visual é heterogênea e, a cada página, percebe-se um esforço em criar uma identidade única. No entanto, essa não fugia do perfil da publicação como um todo, pois estava inserida em um projeto maior. Ilustração, fotografia e os tipos de metal eram todos utilizados no seu limite gráfico e expressivo, permitido pela técnica e pela tecnologia então disponíveis.

O tom é mais baixo, mais reflexivo, se comparado com a agressividade de Hirsch e Bern na Civilização Brasileira. Chico Homem de Melo aponta que, em paralelo a esse mercado voltado para publicações de massas, surgiu o circuito das revistas culturais. A inovação, a ousadia e a ruptura de uma revista cultural com padrão internacional de produção, esbarrou nas vicissitudes da crise política e econômica do país.

2.5.1 BEA FEITLER

O sucesso na arte, assim como em muitas outras atividades que envolvem criação, raramente caminha solitário. Seus projetos para a revista Senhor, foram poucos, mas mostraram o talento da então iniciante designer.

Filha de Rudi e Erna Feitler, judeus da alta burguesia de Frankfurt que fugiam da Europa da Segunda Guerra Mundial, Bea nasceu três anos depois da chegada dos pais ao Rio de Janeiro. Com eles veio também a enorme bagagem intelectual e afinidades com a arte, música e literatura. Um dos negócios da família estava no mercado gráfico – conta a história que o pai da designer foi pioneiro na publicidade através de outdoors nos anos 1950.

Bea queria uma carreira nas artes, a princípio como pintora, mas ainda indecisa resolveu cursar a Parsons School of Design (hoje, chamada de The New School for Design), em Nova York, para onde foi com apenas 18 anos, em 1956. Três anos mais tarde, tentou, sem sucesso, trabalhar na famosa revista Harper's Bazaar. Era ainda inexperiente e, em 1959, retornara ao Rio de Janeiro.

O primeiro emprego como designer foi na recém-lançada revista Senhor. O diretor de arte era o artista gaúcho Carlos Scliar. As capas de “O homem nu” (imagem 2.8) e das “Antologias Poéticas” revelam um espírito de invenção e uma

segurança capazes de prenunciar seu posterior sucesso internacional. Chico de Melo conta:

O jogo tipográfico antropomorfizado da capa é um dos ícones da produção editorial do período. (MELO, 2005, p.75.)

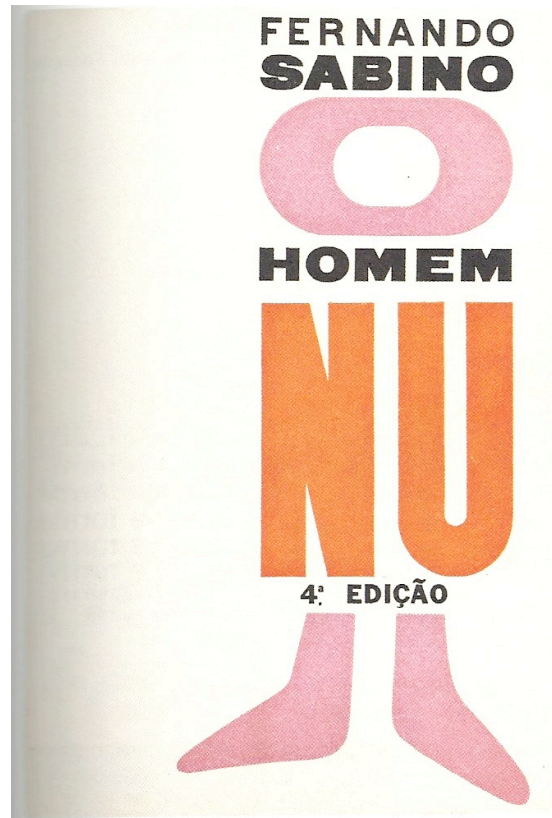


imagem 2.8

Nessas capas, fica nítida a diferença entre o olhar de Bea e o dos designers da Civilização Brasileira: em vez de obter impacto pelo vigor gráfico e cromático das imagens, ela o obtém por meio da subversão radical das convenções editoriais.

2.5.2 CARLOS SCLIAR

Destacado desenhista, gravurista, pintor, ilustrador, cenógrafo, roteirista e designer gráfico foi fundamental para a construção da identidade visual das capas da Senhor. Participou constantemente de exposições no Brasil e em todos os centros artísticos mundiais, registrando sempre absoluto sucesso.

Por suas mãos o projeto gráfico articulava espaços em branco, equilibrando e dando leveza às páginas. Os tradicionais elementos visuais como enfeites e fios que separavam as colunas foram evitados. Ocasionalmente, eram usados fios bem

finos. Na composição da página, prevalecia uma harmonia estética através do equilíbrio entre espaços, formas, cores e tons. Melo destaca os desenhos delicados de Scliar:

Sempre uma linha fina, ondulante correndo solta sobre o fundo branco do papel, tornaram-se referencia visual de fácil identificação. [...] O bloco tipográfico acompanha e reforça a elegância sóbria e bem composta do conjunto. (MELO, 2005, p. 77.)

A capa de “Itinerário de Pasárgada” (imagem 2.9) condensa a leveza e a concisão que caracterizaram a produção das obras através da revista.

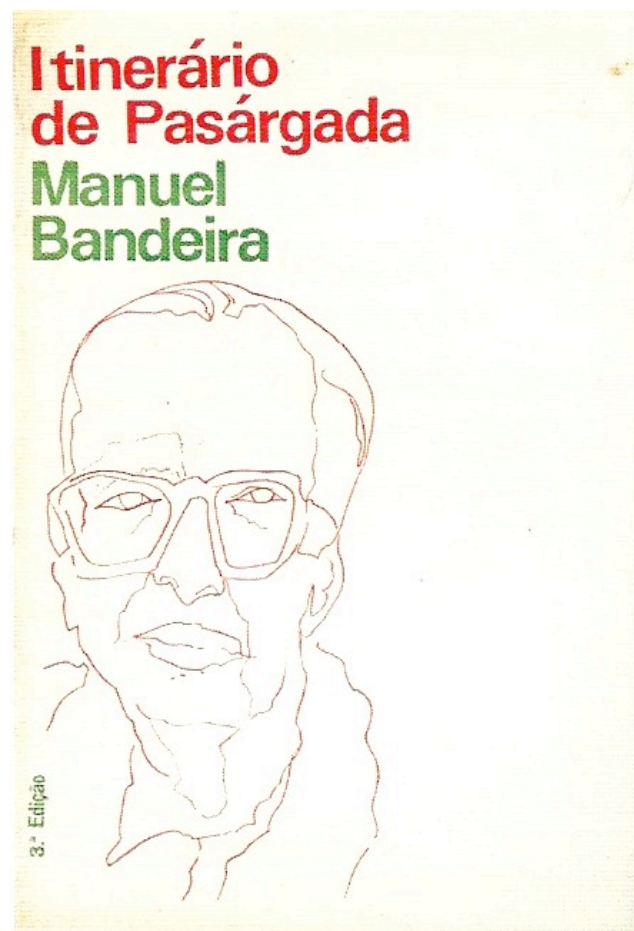


imagem 2.9

2.5.3 GLAUCO RODRIGUES

No departamento de arte, Glauco Rodrigues era assistente de Carlos Scliar e a dupla de artistas-designers encontrou tempo para produzir capas emblemáticas.

Na capa mais marcante da dupla, “Orfeu da Conceição”, (imagem 2.10) sai a linha fina e entra a pincelada vigorosa.

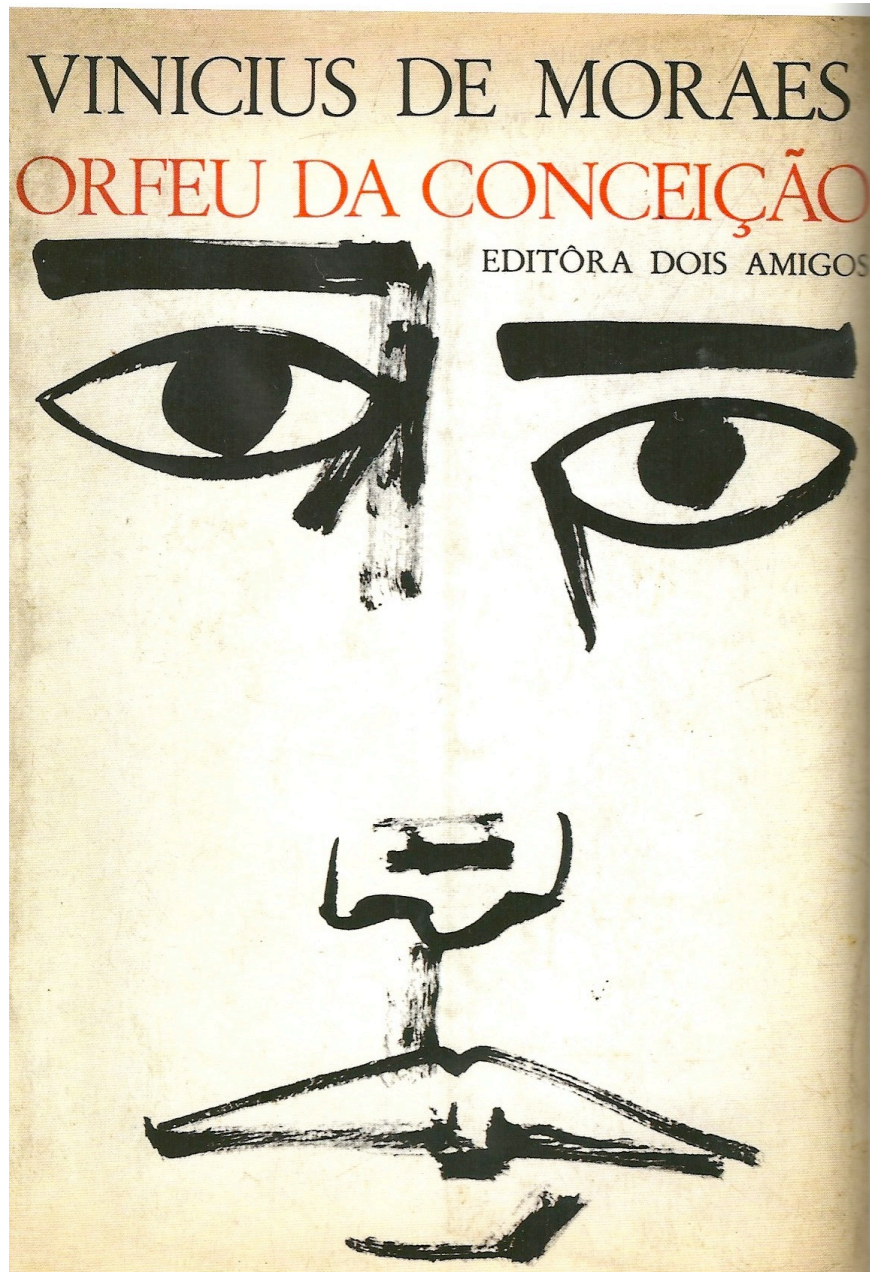


imagem 2.10

A construção visual e gráfica da revista tem suas origens nas artes plásticas, pois os dois estabeleceram uma relação híbrida entre arte e design.

Glauco parece nos dizer que, para ele – um exímio desenhista – o traço autográfico pouco importa, o que vale é o diálogo que a imagem gráfica estabelece com o texto. (Melo, 2005 p.79.)

2.5.4 CLOVIS GRACIANO

Falar de Clovis Graciano implica em tratar diretamente as obras e capas publicadas pela editora Martins, no início da década de 60.

Na cena paulista, a Martins impõe-se pela longa dedicação à literatura brasileira e o design de suas capas foi confiado a Clóvis Graciano. Figura importante das artes visuais brasileiras de meados do século, foi também pintor, desenhista, cenógrafo, figurinista, gravador e ilustrador brasileiro. O design, portanto, entra em sua vida como uma atividade secundária, ainda que seu trabalho em colaboração com a Martins seja relativamente extenso.

A obra de Clóvis Graciano como designer não é de ruptura, mas de apuro e cuidado. Ele se concentrou na construção da identidade visual das coleções, dedicando um cuidado especial ao tratamento tipográfico do título e à confecção da ilustração.

Na coleção dos livros de Jorge Amado, (imagem 2.11) ele se utilizou de três listas horizontais no alto e no pé da página que estruturam e particularizam as capas. Chico de Melo complementa essa análise:

Os títulos são grafados num tipo geométrico desenhado pelo próprio Graciano [...] o designer define um campo quadrado no qual se concentram os elementos constitutivos da paisagem, e sobre ele a ocupação da imagem. (MELO, 2005, p.83.)



imagem 2.11

Essas coleções chamam a atenção pela quantidade e pela longevidade, além da quantidade com qual absorve grande número de leitores. Faz-se necessário, então, levantar a questão sobre um problema distinto que é da concepção de uma obra avulsa e até que ponto pesa a dosagem entre o que deve ser mantido e o que

deve mudar, sem descaracterizar a série. Nesse contexto, Graciano conseguiu, de forma singular, marcar a passagem pela editora com a criação de um tipo exclusivo para grafar o título da obra, que talvez tenha sido o maior legado do artista no design.

2.5.5 JAYME CORTEZ

Jayme foi um ilustrador de formação mais clássica, que produziu obras didáticas sobre técnicas de desenho que exerceram forte influência sobre os quadrinistas brasileiros. Criou um padrão de capa atraente e facilmente reconhecível: a ilustração ocupando todo o campo, o título em letras grandes, normalmente no pé da capa, e legíveis. Na maioria delas, (imagem 2.12) havia ainda um monocromatismo que acentuava cada volume muito particular.



imagem 2.12

Há ainda um detalhe que merece ser colocado: as ilustrações são sangradas e atravessam a lombada, ocupando também toda a quarta capa. Melo finaliza:

A identidade gráfica criada por Cortez estava inteiramente baseada na ilustração. Sua maestria reside exatamente no fato de ter criado um grafismo particular de ampla aceitação, tomando como referência o psicodelismo, sucesso entre os jovens do período. (MELO, 2005, p.87.)

Nesses anos 60, Jaime Cortez, segundo Cardoso (2005, p.175), nos diz “ O cartão de visita de qualquer obra escrita ou ilustrada é a capa. Ela deve transmitir o clima, a intenção e o conteúdo do que ela envolve. (...) Do clássico ao infantil, a luta da sugestão e a procura do original atraente são a missão do capista”.

2.5.6 VICENTE DI GRADO

O trabalho de Vicente Di Grado inscreve-se em outra esfera. São obras, edições populares do Clube do Livro, fundado em 1943 e com atuação em todo o território nacional. A proposta dessa editora era a de popularizar a leitura, oferecendo livros baratos com obras de importante valor cultural para formar bibliotecas nos lares brasileiros. O sistema de trabalho dava-se por meio de assinantes, que contribuía com uma parcela mensal e, em troca, recebiam livros de literatura nacional ou internacional.

O conjunto de livros (imagem 2.13 e 2.14) desenvolvido por Vicente Di Grado para a editora conta com 250 capas produzidas entre o início da década de 1950 até meados da década de 1970, quando ocorreu uma ruptura no perfil editorial da Clube do Livro ao ser adquirida por um grupo editorial maior, em 1973 (HALLEWELL, 1985, p 411), iniciando o declínio de suas atividades.

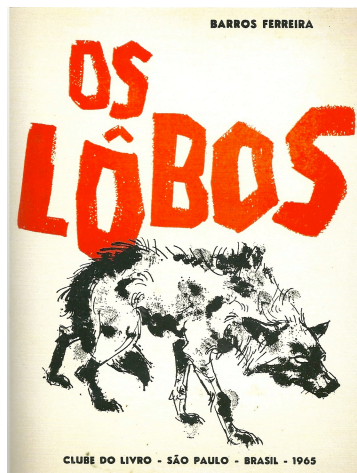


imagem 2.13



imagem 2.14

Há pontos de aproximação e distinção entre Jayme Cortez e Vicente Di Grado. Ambos trabalharam para públicos hegemonicamente não eruditos. Estiveram empenhados em estabelecer com o leitor uma comunicação direta e apoiaram-se na ilustração com projetos para coleções sem nenhum elemento específico que fosse usado para criar uma identidade visual. Melo é mais direto e também traça comparações entre os dois designers:

O grafismo de Cortez é rebuscado, suas cores são vibrantes, o papel recebe um acabamento brilhante. [...] Já em Di Grado, a situação se inverte em que pesa o traço nervoso, suas capas são mais austeras, as cores mais contidas, o papel é opaco, sem revestimento. (MELO, 2005, p.88.)

Até o final dos anos 60 e início dos anos 70 há uma grande divisão do mercado bastante significativa do ponto de vista quantitativo de livros e capas, com o aparecimento de editoras menores em verdadeiros conglomerados industriais, onde há sem dúvida nenhuma uma nítida e gigante falta de preparo dos profissionais para atender tal produção. A fundação da Escola Superior de Desenho Industrial, a ESDI em 1963 e outras iniciativas, começam a preparar o profissional que atenda perfeita e completamente às necessidades da indústria editorial.

CAPITULO 3 – DA PRODUÇÃO PÓS-MODERNA

3.1 RENOVAÇÃO: EM BUSCA DE SUA IDENTIDADE E DE SEUS MESTRES.

Os anos seguintes foram marcados pela ruptura em relação às normas rígidas de composição – instauradas pelos movimentos modernistas do início do século realizadas pelos designers da década de 1960 – e foi apenas a introdução do que ocorreria nas décadas seguintes.

Ainda que assim o pareça para muitos, o design pós-moderno não é apenas o produto de decisões arbitrárias, variantes de acordo com os impulsos individuais e subliminares do artista. Nele existem características recorrentes, mesmo que não tão óbvias visualmente como as das vanguardas modernistas. O que é preciso ter em mente ao analisar o design pós-moderno, inclusive nas capas de livros, é a concreta existência da forte oposição, até mesmo da repulsa, aos excessos racionalistas, funcionalistas e normativos do design criado no início do século XX.

A transferência da construção de sentido da obra, que antes pertencia ao artista, para o espectador – agora é o indivíduo quem dá sentido ao que vê –, associada à suposta anarquia da criação artística pós-moderna, confundiu, e ainda confunde.

Os livros, que nesse momento se caracterizam como um item da indústria cultural, estão completamente inseridos nas novas vertentes artísticas, assim como na forma de consumo, baseadas no sistema capitalista neoliberal que aos poucos dominava o mercado. (CARDOSO, 2005, p. 219)

Assim, as capas transformam-se em aparelhos publicitários dentro das livrarias; mais do que anunciar o conteúdo da obra, ajudam a vendê-la.

Enquanto na França as capas mantinham a aparência despojada, com elementos apelativos – partindo do princípio de que o consumidor francês já sabe o que procura quando entra em uma livraria, não se deixando influenciar por capas chamativas – e nos Estados Unidos elas apostavam em tudo o que podiam para ganhar o leitor – mostrando-se adaptadas aos hábitos de consumo americanos, para quem tudo é uma questão de marketing –, os editores brasileiros investiam em artistas gráficos capazes de valorizar as obras. (HALLEWELL, 2012, p. 438)

Durante a década de 70, um dos aspectos que pode ser percebido é a frequência das ilustrações, que predominam nas capas; apesar de bem menos comum, é relevante perceber que em alguns trabalhos a tipografia assume o papel de protagonista. A fotografia, segundo Melo (2006, p. 60), já era comum no discurso gráfico de revistas e discos, mas só dominaria as capas de livros na década de 1980, posição que mantém até hoje, apesar de nos últimos anos a ilustração ter voltado a ganhar espaço.

A capa do 'Aurelião', (imagem 3) um dos mais importantes livros publicado nos anos 1970 de Gian Calvi, um artista multifacetado, teve papel importante na produção gráfica e literária durante essa década. Sua capa é feita de letras e a sobriedade do título dá a necessária respeitabilidade ao volume. 'A obra cumpriu o papel de atestado de maioridade cultural' (Melo, 2011, p. 469). Com mais de 15 mil obras, desde capas de revistas e livros, teve também importante reconhecimento na direção das capas dos livros de Fernando Sabino.

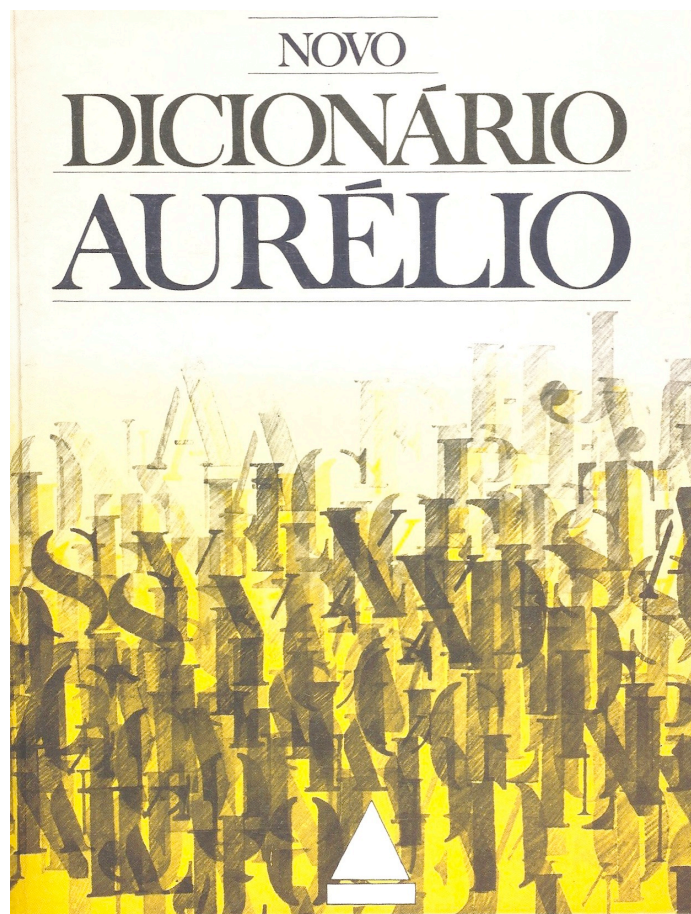


imagem 3

Outro que teve importante contribuição na produção de capas de livros dessa década foi Ary Normanha e sua parceria com a editora Ática. Lá, comandou uma equipe de designers e ilustradores altamente qualificada, responsável por uma verdadeira revolução nas capas dos livros didáticos brasileiros. Ary assina o projeto gráfico da coleção *Para Gostar de Ler*, (imagem 3.1 e 3.2) com ilustração e composição de imagens que traz para a esfera do livro, mais flexibilidade, um olhar mais vibrante e de maior apelo.

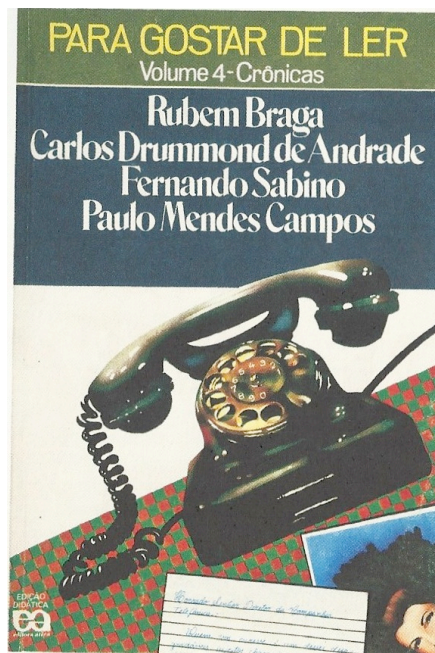


imagem 3.1

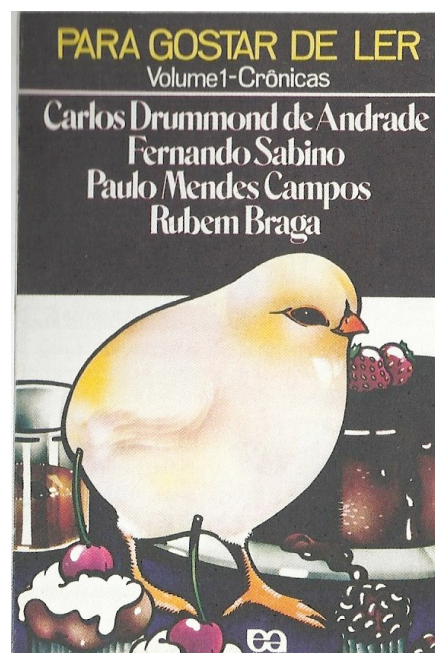


imagem 3.2

À frente da PVDI – Programação Visual Desenho Industrial, surge outro nome importante da década: Aloisio Magalhães.

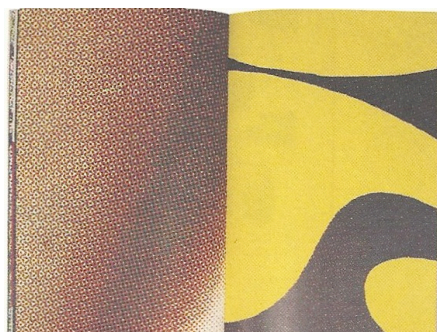


imagem 3.3

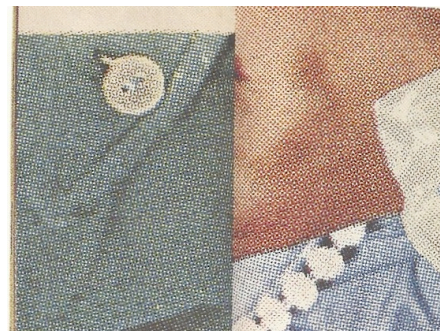


imagem 3.4

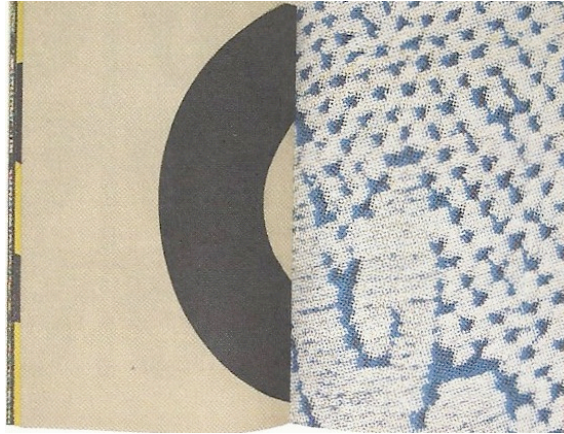


imagem 3.5

O portfólio do escritório, publicado no final da década, reúne na capa uma impressionante coleção de sinais (imagem 3.3, 3.4, 3.5) que eventualmente refletem na sua característica peculiar de conceber uma capa: a arte composta de imagens fotográficas e símbolos transformam-se em formas abstratas, quando vista unicamente de longe.

Padrões visuais surgem de onde menos se espera, Aloisio reapresenta em nova chave a matéria de que é feito o design, e faz isso por meio de um procedimento que ganha contornos de um passe de mágica. (Melo, 2011, p. 482.)

Muitos dos elementos da paginação transparecem depois da capa, como o jogo de formas abstratas. A relação de dependência forte entre capa e interior do livro, contribui para a legitimação da capa na sua ligação com o conteúdo do livro.

3.2 NOVOS TEMPOS, NOVOS ARES

A renovação editorial e gráfica do livro brasileiro na década de 80 passa pela atuação da Brasiliense.

A aposta da editora foi de oferecer livros mais compatíveis com a sensibilidade dos jovens universitários e formandos de toda geração da década de 60 e 70, criando um clima de ebulição cultural e política. A estratégia adotada foi, entre outras, lançar títulos da geração *beat* americana, bem como texto de jovens autores brasileiros, alguns da mesma faixa etária que o público leitor. (Melo 2011, p. 565.)

Como concepção visual a editora buscou designers e artistas que também respirassem um ar de renovação cultural. A coleção “Cantadas Literárias” (imagem 3.6, 3.7, 3.8) carrega um sistema gráfico planejado para esse novo tempo. A divisão da capa em três campos ora é obedecida à risca, ora é subvertida por ilustrações que invadem e sangram todo o espaço. Nesse contexto cada livro ganha uma identidade própria bem definida.

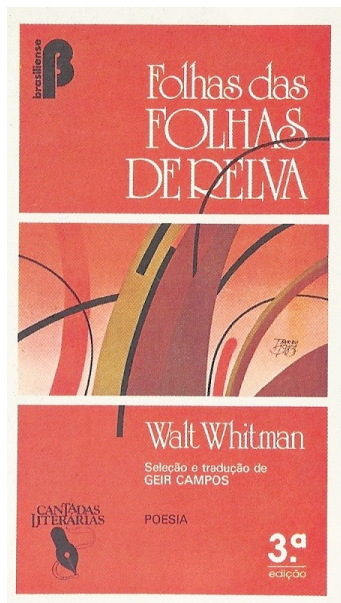


imagem 3.6

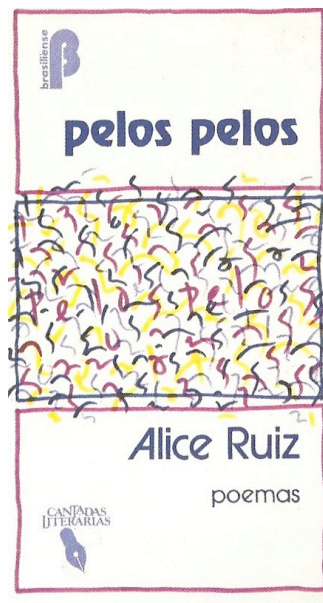


imagem 3.7

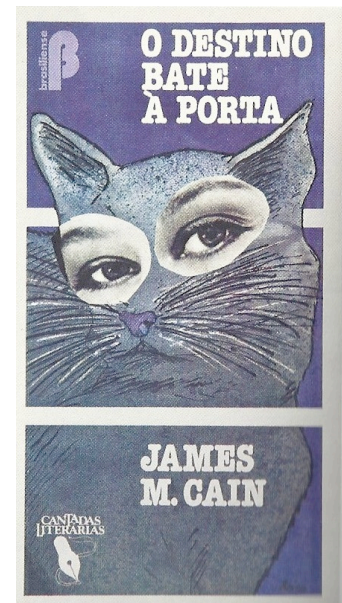


imagem 3.8

A companhia das Letras leva adiante o processo de renovação iniciado pela Brasiliense. Suas capas tem destaque nas mãos de nomes conhecidos como Hélio de Almeida, Moema Cavalcanti e João Baptista.

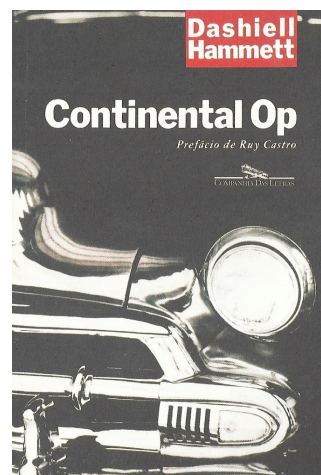


imagem 3.9



imagem 3.10

É de Baptista o projeto gráfico da extensa série de romances policiais, dentre as quais destaco a “Continental Op” (imagem 3.9 e 3.10) como o primeiro livro brasileiro lançado com duas capas onde o leitor poderia escolher qual delas levar. Além dessa inovação, Melo afirma que a série inaugura o uso sistemático da fotografia em capas de livros no Brasil:

É claro que houve obras com capas fotografias antes destas, mas graças a sua ampla difusão, a série representa um marco da passagem de um paradigma a outro. A questão da linguagem que está por trás dessa mudança é o vínculo histórico entre fotografia e jornalismo. [...] A fotografia seria o registro automático da realidade tal como ela é, enquanto a ilustração seria uma criação de cunho artístico. (MELO, 2011, p.566.)

Já Moema inova ao criar delicados grafismos coloridos que flutuam num grande plano vazio, (imagem 3.11 e 3.12) além de uma pluralidade e capacidade de mesclar formas de impressão estabelecendo um contraponto entre materiais. Em vez de imprimir na face lisa, Moema imprime na face parda e áspera, normalmente usada como verso. Com isso o livro ganha uma leveza e sutileza tornando a informação coerente com o assunto do livro.

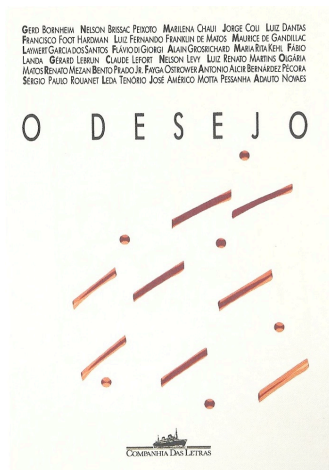


imagem 3.11



imagem 3.12

Estas séries projetadas por Moema, “O Desejo”, “Os sentidos da Paixão”, “Viagem de Trem” e “A Poesia está morta” são ícones da década. Por cima de tudo há uma sobrecapa de acetato transparente, sem impressão que cumpre uma tripla função: ajuda a proteger o volume e deixa visível a aspereza do cartão duplex, usado comumente para impressão de capas de livros na época. (Melo, 2011, p.571.)

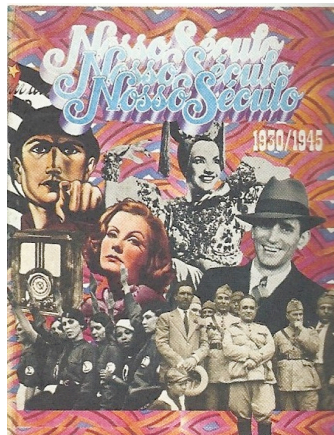


imagem 3.13

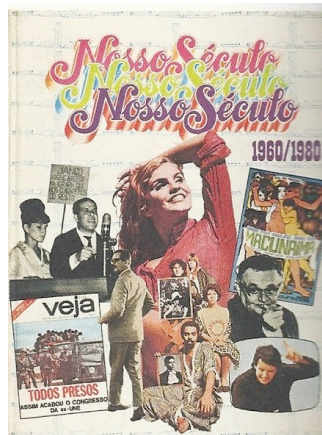


imagem 3.14

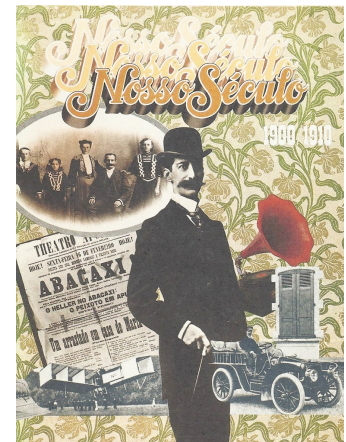


imagem 3.15

Cresce também nessa década o interesse pelo resgate da iconografia brasileira, seja como tema de publicações seja como matéria prima para o design gráfico. A coleção “Nosso Século” (imagem 3.13, 3.14, 3.15) é fruto de uma pesquisa de fôlego realizada pela editora Abril. As capas dos cinco volumes refletem a riqueza do material.

3.3 BURTON E O PAPEL DA IMAGEM. A CAPA E SEU NOVO DESIGN

Com a ampla disseminação dos computadores pessoais (fim da década de 80 e início dos anos 90) , o projeto de design gráfico passa definitivamente da prancheta para a tela do computador.

Victor Burton é o mais destacado designer editorial da década, responsável por mais de 2.500 capas, além de ter participado de 180 projetos de livros de luxo. Seus trabalhos, que começaram a despontar no mercado no final da década de 1970, estabeleceram tendências que seriam seguidas por muitos outros capistas e por profissionais de outras áreas do design gráfico. Filho de Michel Burton, que havia sido diretor de arte da famosa revista Senhor, Victor Burton aprendeu design na editora Franco Maria Ricci, em Milão, onde morava com a família. Entre suas criações mais famosas estão as capas dos dicionários “Novo Aurélio” – *século XXI* (lançado pela editora Nova Fronteira) e o “Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa” (editora Objetiva). Ele se especializou em uma linguagem gráfica ligada a valores estéticos e vinculados a uma tradição tipográfica com rebuscamento compostos por

fios, vinhetas e ornamentos. Grande parte das suas obras constituem um esforço sistemático de resgate da cultura visual brasileira:

Em sua maioria são obras que apresentam preciosos acervos iconográficos brasileiros e foram produzidas com apuro editorial e gráfico. Biblioteca Nacional é um dentre tantos títulos que o designer projetou nessa linha. (Melo, 2011, p. 655.)

Victor fez capas e mais capas exibindo uma impressionante capacidade de invenção, no mais das vezes lançando mão de referências iconográficas, e sabendo tirar delas o máximo de suas possibilidades expressivas.

No projeto gráfico da coleção “Plenos Pecados”, (imagem 3.16, 3.17, 3.18) encomendado pela Editora Objetiva, Burton inovou e encomendou a sete artistas visuais uma obra para ilustrar cada uma das capas. Melo explica:

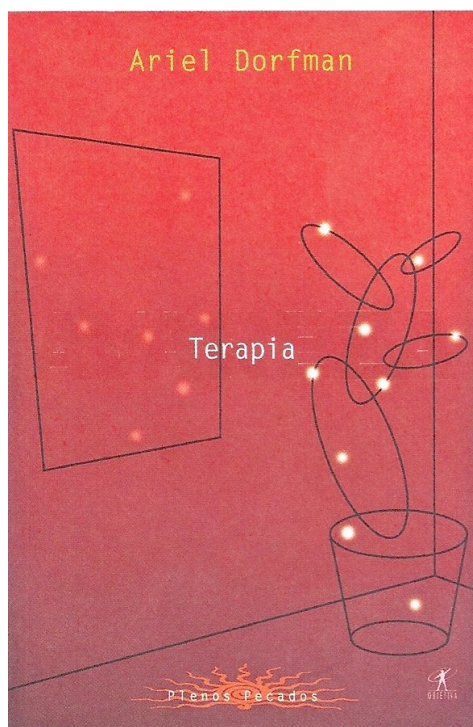


imagem 3.16



imagem 3.17



imagem 3.18

As informações textuais são discretas para não rivalizar com as ilustrações; para compensar a discricção, elas recebem acabamentos gráficos, diferenciados – o nome do pecado tematizado em cada volume é grafado apenas em relevo e verniz brilhante. (MELO, 2011, p. 658.)

Todas as capas repetem o mesmo vermelho denso e, além disso, o projeto se estende ao interior dos volumes com o vermelho sangrando nos primeiros cadernos do livro, o que oferece a impressão de que todo o miolo é todo em duas cores.

Presente nas capas de Burton e característica marcante dos anos 1990 é a significativa a produção de “design com tipos”, graças aos recursos oferecidos pelos softwares gráficos. Essa expressão refere-se ao fato de a tipografia se torna protagonista do discurso gráfico as vezes se confundindo e se fundindo com a própria ilustração ou se tornando uma ilustração.

Em 1994, o Brasil foi o país tema da Feira do Livro de Frankfurt. Para a ocasião, a Câmara Brasileira do Livro produziu uma extensa série de publicações, num trabalho editorial de tirar o fôlego. (MELO, 2011; p. 672)

Desde então, outros designers têm ganhado espaço e reconhecimento na criação de capas de livros. Na primeira década do século XXI, destacam-se nomes como Evelyn Grumach (responsável pela nova identidade visual da Civilização Brasileira), Elaine Ramos (diretora de arte da editora Cosac Naify), a dupla Claudia Warrak e Raul Loureiro (grande vencedora dos prêmios Jabuti), Kiko Farkas (dono do escritório de design Máquina Estúdio), Marcelo Martinez (dono da empresa Laboratório Secreto, famosa por seus trabalhos diferenciados, recheados

de cultura pop), Rita da Costa Aguiar (designer autônoma, que trabalhou cinco anos na Companhia das Letras), Sérgio Campante (há pouco tempo no mercado editorial, já apresenta um estilo marcante e fez inúmeras capas, principalmente para as editoras Record e Zahar) e Mariana Newlands (bastante nova na área, emplacou uma das capas de maior sucesso nos últimos anos, de “A menina que roubava livros”).

O período pós-moderno viveu uma das maiores transformações no que diz respeito à composição de capas de livros, em detrimento da popularização do computador. O conjunto de práticas desenvolvido durante todo o século XX, e que teve enorme evolução na década de 1960, sofreu, de repente, um baque, ficando praticamente obsoleto diante das possibilidades oferecidas pela informática. (CARDOSO, 2005, p.297)

A passagem para o digital abre um vasto leque de possibilidades antes nunca exploradas, além é claro, de simplificar o trabalho na sua execução. Os designers que viveram essa transição foram obrigados a transformar sua maneira de trabalhar quando outros conhecimentos, extremamente diferentes, tornaram-se fundamentais para a prática profissional.

A capacidade de se criar um número ilimitado de variações sobre a mesma capa exige ao capista um maior poder de decisão e controle dos meios, de forma a não cair em exercícios formais. (MELO, 2011; p.677)

Com o papel que a imagem adquiriu durante o período pós-moderno, e que parece inflar cada vez mais, fica claro que as capas de livros, quase sempre imagéticas, adquirem papel preponderante na comercialização desse produto. Martins (1996, p. 118) deixa claro esse panorama no seguinte trecho: “onde outrora o comerciante e o industrial enchiam colunas com a exposição discursiva das vantagens dos seus produtos, hoje (...) uma bela figura e uma única palavra são empregadas para atingir mais rápida e mais facilmente o interesse de milhares de pessoas.”

A capa, dessa forma, ainda que essencialmente se mantenha como peça criada pelo designer, é cada vez mais decidida por fatores diversos. As ferramentas ocupam uma posição importante quer na definição das qualidades estéticas da capa como na organização do método de trabalho. Atualmente os

meios digitais formatados e práticos, colocam à disposição do capista um número ilimitado de abordagens e opções distintas exigindo um uso adequado na sua forma.

3.4 – A CAPA COMO JANELA PARA NOVO ESPAÇO

A capa reúne numa única imagem a personalidade do livro, que pode ser uma referência a um momento marcante da narrativa ou um resumo dos acontecimentos. Dessa forma a capa consegue alguma independência sobre o livro, uma vez que não há um contraponto direto entre as duas realidades, a descritiva e a visual que existem lado a lado mas que não necessariamente se sobrepõem.

O design brasileiro foi o tema dos catálogos Premio Design Museu da Casa Brasileira e 2ª Bienal de Design Gráfico ADG em 1994. [...] Nesses anos finais 1990-2000, a história do design nacional começa a ser objeto de atenção mais frequente da produção editorial brasileira, iniciando uma tendência que ganharia força nas décadas seguintes. (MELO, 2011; p.674) (imagem 3.19 e 3.20)

Cardoso (2005) fala sobre as capas de livros que, ao ganharem dimensões próprias, são valorizadas, graças a experiência de artistas gráficos do passado. Hoje em meio a tamanha revolução tecnológica que traz a informação rápida e instantânea, o livro permanece com seu espaço preservado, apresentando soluções diferenciadas para comunicação, atraindo leitores pelo apelo, conjunto visual que apresentam.

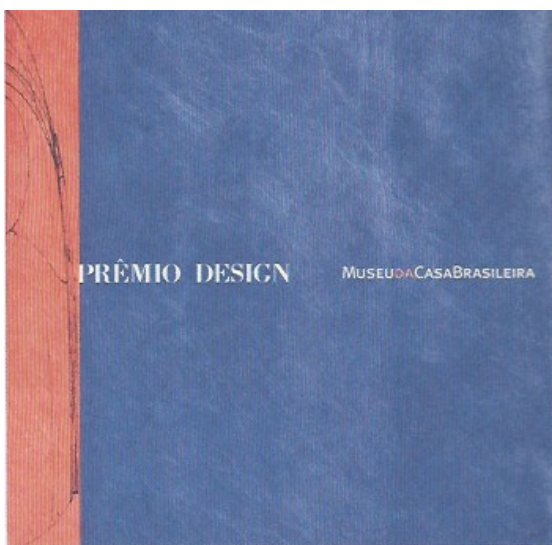


imagem 3.19

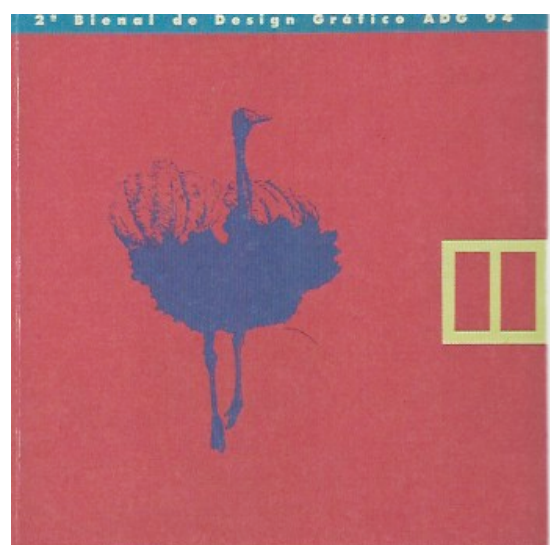


imagem 3.20

Atualmente observamos um regresso ao trabalho manual. Esta tendência pode ser interpretada como uma reação ao domínio crescente das ferramentas digitais, que moldam e uniformizam o aspecto do trabalho produzido. Um ponto importante a esse fato da recuperação da manualidade no processo de criação de capas é que podemos entender, como uma crítica ao uso das ferramentas digitais, tanto para o qual podemos, interpretar na medida que se torna um resgate para a tradição gráfica de outros períodos.

A globalização do mercado editorial cria as condições para o abandono das estratégias de identidade corporativas adotadas na década de 60. Se estas constituíram o ponto de partida para a afirmação comercial das editoras, elas ditam também as condições para seu abandono.

A atual dominação do mercado por um grupo limitado de estruturas editoriais de grandes dimensões e a presença já consolidada das editoras emergentes nesse período exigem uma outra abordagem de promoção comercial, que venha sugerir uma ideia de variedade, mesmo que esta seja apenas aparente. (CARDOSO 2005; p. 309)

As estratégias de diferenciação são uma forma simples de atingir visibilidade, no âmbito comercial, entretanto, uma vez que implicam uma quebra de padrões estabelecidos estão associadas a riscos que nem sempre são pilares para determinados grupos editoriais.

CONCLUSÃO

Ao concluir esse trabalho, tenho a certeza de ter contribuído de alguma maneira para uma nova forma de contar a história das capas de livros no Brasil.

Todo trabalho foi fruto de uma imensa pesquisa com base em estudos publicados por autores como Chico de Melo, Rafael Cardoso, Hallewell.

Alguns anseios e questionamentos me parecem pertinentes e originais como essa lacuna na história da capa dos livros no Brasil. Digo que para se conhecer um país, seu povo, sua história e cultura, um espelho imediato é verificar o grau de desenvolvimento de seus livros e impressos.

As modificações no aspecto do livro, ao longo do tempo, devem-se, em parte, aos meios técnicos disponíveis no período da sua produção. Essa evolução não é apenas responsável pela mudança no aspecto do livro, mas também na alteração da relação entre este e o público.

Nessa monografia, abordamos a capa do ponto de vista conceitual, técnico e sobretudo histórico, procurando traçar uma linha do tempo na história visual dos livros no país. Os artistas, livreiros, editores, designers, dentre outros exemplos citados ao longo desse trabalho não se prendem única e exclusivamente com um contexto particular. Nesse sentido convém também considerar os hábitos de leitura existentes como fator potencialmente marcante para o mercado editorial da época. Tal fato permite especular sobre as condições que levaram a indústria editorial a desenvolver-se em concomitância com o desenvolvimento visual presente nos livros ao longo de quase um século e meio de história.

Nesse contexto torna-se importante assumir a dimensão atemporal da capa enquanto reflexo do período histórico em que ela se inseria. Dessa forma a criação de um arquivo de capas, constitui um patrimônio relevante e de total importância no sentido de se construir uma fonte de estudos extremamente importante para futuras pesquisas no campo de Produção Editorial, sobretudo no contexto histórico do desenvolvimento dos livros no Brasil.

Elaine Ramos cita que o livro hoje tem de ser pensado 'como um objeto íntegro'. Para ela a capa é 'um dos elementos' mas que todos eles são importantes, desde o tipo da letra até a textura do papel. É isso que seduz.

A versatilidade da capa reside em grande parte no poder de síntese que ela é capaz. A capa tornou-se hoje um pequeno cartaz que deve esclarecer o conteúdo do livro, demonstrar a expressão artística do designer, ter presença visual e funcionar como ferramenta de marketing. É exatamente essa diversidade de fatores incluídos na concepção de uma capa. Avançamos muito, muito mesmo. Mas ainda é só o começo, ainda falta muito livro para ser publicado, muita capa para ser desenhada. Somos debutantes, foram pouco mais de 200 anos de história, e temos mais 200 anos pela frente. Bom para nós, e para todos os apaixonados pela leitura, pelas capas e principalmente: por livros.

BIBLIOGRAFIA

CARDOSO, Rafael (org.) **O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960**. São Paulo: Cosac Naify, 2005

ESCOREL, Ana Luísa. **Brochura brasileira: Objeto sem projeto**. Rio de Janeiro, J. Olympio; Brasília, INL, 1974

FERNANDES, Amaury. **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, UFRJ, 2001

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil: sua história**. São Paulo: Ed. Universidade de São Paulo, 2012

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II: Como criar e produzir livros**. São Paulo: Rosari, 2007

MARIZ, Ana Sofia. **Editora Civilização Brasileira: O design gráfico de um projeto editorial (1959-1970)**. Rio de Janeiro: PUC RJ 2005. Dissertação de Mestrado Departamento de Artes, PUC RJ, 2005

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

MELO, Chico Homem de. **O design gráfico brasileiro: anos 60**. São Paulo: Cosac Naify, 2005

MELO, Chico Homem de. **Linha do tempo do design gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011

MUSEU DE ARTE DE SÃO PAULO. **A história da tipografia no Brasil**. São Paulo, 1979

ANEXO

ENTREVISTAS

Os entrevistados são 3 ao todo e foram divididos em: diretor de arte, editor de arte e produtor editorial.

Todos foram selecionados no processo de construção desse trabalho e as entrevistas seguem um padrão geral que remete ao viés da capa. Também pretende-se avaliar e comparar tanto o processo criativo individual como a relação com a editora e o panorama visual e cultural do mercado editorial brasileiro. As perguntas foram adaptadas a cada profissional visando um melhor aproveitamento da entrevista para a análise da capa como objeto de estudo.

ELAINE RAMOS – Diretora de Arte da COSAC NAIFY

Henrique: Como você se tornou designer de livros?

Elaine Ramos: Desde a FAU fui me encaminhando para o design mais do que para a arquitetura, logo que me formei vim trabalhar na Cosac Naify com o Fabio Miguez, para adaptar a Coleção Espaços da Arte Brasileira, que inicialmente era focada em artes plásticas, para arquitetura. Acabei ficando até hoje e acompanhando o processo de crescimento e profissionalização da editora.

H: O que você acredita que faz de uma capa de livro uma boa capa de livro?

ER: Coerência com o texto e comunicação com o leitor. Estes são os ingredientes objetivos, mas tem também que ter uma inteligência visual, e não ser literal ou previsível (e isso não tem receita).

H: Como a Cosac Naify pensa no Design, digo quais são os critérios para a qualidade da editora?

ER: Design é uma tradução de informação, de algum estatuto para o meio visual, o papel do Designer é fazer essa tradução, e esta tradução gera e pode gerar tanto conteúdo com o objetivo de comunicar, estou falando especificamente do Design Gráfico. Acho que uma boa comunicação, sobretudo. Então, depende do público alvo, depende do conteúdo a ser informado, tem que ser adequado a situação que ele se propõe. E acho que um parâmetro para um bom Designer Gráfico é realizar a comunicação que ele pretende.

H: Os livros hoje no Brasil são produzidos, segundo a concepção dos editores, para um leitor que encare tal produto como algo a ser desejado e colecionado. Até que ponto isso é verdade?

ER: Em todos. A ideia não seria fazer livros de arte, mas, principalmente, cultivar a arte de fazer livros. Essa era a proposta. O nosso livro de texto era uma obra de arte. O meu objetivo era que todo mundo comentasse a beleza do livro. Que o livro virasse objeto de desejo “eu quero”. Acho que conseguimos né? (risos)

H: A Cosac Naify raramente contrata capistas externos à editora, o que na minha opinião é uma diferença importante em relação a maioria das editoras brasileiras. Concorde?

ER: A grande diferença é que pensamos em cada livro individualmente, evitando a linha de montagem que é o miolo padrão e a capa encomendada. Pensamos o livro como um todo, na íntegra, capa e miolo fazem parte do mesmo projeto, juntamente com o conteúdo específico do livro. Esse é o diferencial principal, nos reconhecemos ao ver o produto final acabado.

JORGE PAES – Editor de Arte da Editora ROCCO

Henrique: Segue alguma regra no trabalho de criação de capas? (ex. ler o livro; falar com o autor do livro, se possível; ver capas de outros livros ou edições do mesmo autor; regras de layout ou composição)

Jorge Paes: Na verdade, deveria-se sempre ler os livros mas as vezes o volume de trabalho e a data apertada impede a leitura do original. No caso do autor estrangeiro pode acontecer de sermos obrigados a repetir a capa original do país dele por questão contratual ou sermos obrigados a enviar o projeto que estamos criando para uma avaliação prévia, onde as vezes o trabalho pode ser reprovado, neste caso o autor ou até mesmo a editora dele nos indica um caminho a seguir. No caso do autor nacional, as vezes conversamos com o mesmo, e como você sabe quase na totalidade é o gerente do departamento que faz isso. Nem sempre acontece, mas o departamento editorial pode oferecer algumas ideias para a capa junto ao autor visto que são eles que recebem os originais e fazem a preparação do texto. Em alguns casos, procura-se criar uma identidade para o autor, principalmente quando este vem de uma outra editora, como por exemplo Frei Betto e Clarice Lispector.

H: Quais são as preocupações ao desenhar uma capa?

JP: Se tiver a liberdade para começar do zero, eu preciso obter informações do texto do livro e fazer alguns esboços ou montagens da imagem com o texto. Eu gosto de saber também como será o acabamento da capa e se o título do livro terá algum destaque gráfico como hot stamping, relevo ou verniz high gloss. Se for um livro estrangeiro, é sempre bom ver o que outros países produziram e tentar entender aquele projeto.

H: Que influências encontra no seu trabalho?

JP: Hoje com a internet nos facilitando muito a pesquisa, eu procuro ler muito sobre tipologia, sou apaixonado por letras, e essa ferramenta me possibilita conhecer mais e mais sobre o universo da tipologia e o desenho e a forma das letras. Gosto também de conhecer ilustradores novos e até por ser apaixonado por computação gráfica (um frustrado apaixonado pelo universo CG) eu procuro ler e conhecer esse tipo de trabalho. Procuro sempre que posso ler algo sobre designers de capas tradicionais ou designers de logos como Saul Bass, famoso por criar marcas famosas para grandes empresas. Ter trabalhado com Jô de Oliveira, Pojucan, Felipe Taborda, Luiz Stein dentre outros me ajudou também a conhecer e entender melhor a arte de criar e produzir capas de livros, os bons e velhos LPs, peças promocionais e muitos outros trabalhos.

H: Qual é o nível de autonomia que tem, no projeto da capa, dentro da editora?

JP: Numa editora grande a autonomia é bem pequena mas também oferecemos algumas ideias e apresentamos alguns layouts junto aos departamentos interessados. Geralmente o departamento editorial, de comunicação e vendas citam algumas linhas que são interessantes para eles, ora gostam dos títulos grandes, ou que a imagem da capa tenha um grande impacto ou até mesmo a foto do autor no verso da capa, isso tudo é levado em consideração quando o projeto é brifado. (se é que existe essa palavra)

H: Uma capa de livro ou um autor de capas preferido, e porquê?

JP: Das que eu criei, particularmente gosto de Adultos sem filtro (Talita Rebouças) até pelo tempo que levou para ser leiautada num total de 10 minutos. Por ser uma autora de suceso no universo infanto-juvenil estávamos pensando para onde iríamos pois a autora estava escrevendo pela 1ª vez para o público adulto e claro, não podíamos seguir a linha dos outros livros dela. Pesquisando imagens e sabendo de alguns contos do livro cheguei nessa imagem junto com a tipologia e foi um casamento perfeito, e a aprovação tanto da autora quando da editora foi imediata. Também gosto de No bosque da memória por causa do acabamento que ela teve com o verniz imitando riscos em toda a capa.

Todo o projeto gráfica da Clarice Lispector feito pela ilustradora Flor Opazo é puro encanto, já disse várias vezes para ela que um dia ainda pego para mim as ilustrações que ela produziu em especial a capa Água viva, belíssima. Gosto muito do trabalho do pessoal da Duo Design onde tem algumas capas premiadas ou finalistas de prêmios no país. Alguns ilustradores também me chamam a atenção como Julio Zartos. Gosto de capas que “falam” e nos fazem entender o que é o livro ao abrímos sem precisar termos que procurar entender a capa como se fosse um quadro no museu, a capa de um livro para mim deve ser a voz do texto do autor, ela deve nos dizer o que está ali dentro daquelas páginas, deve ser a porta-voz do escritor.

GREGORY NEVES – Produtor Editorial da Editora UERJ e colunista da Revista Brifando

Henrique: Como um leitor assíduo qual o panorama dos livros hoje esteticamente falando no Brasil?

Gregory: Esteticamente falando, o Brasil tem um histórico de produções destacadas no que tange a capas e projetos gráficos de livro. Muitas editoras fazem das capas de livro uma identidade visual que define uma marca, no caso, uma empresa, como a Alfaguara, um selo da Objetiva-Companhia das Letras, que investe em capas geométricas e que seguem um padrão quando se tratam de livros de literatura. Os

projetos de livros, no Brasil, também variam de acordo com o público, o assunto e a editora. Livros acadêmicos ou técnicos tem um padrão mais "preso", investindo em tipos serifados no texto corrido e em versaletes em nomes de capítulos/partes do livro, porém livros de literatura possuem um projeto com maior liberdade nas escolhas dos estilos aplicados na editoração eletrônica, isso sem falar dos livros de arte, em que essa liberdade é ainda maior. O Brasil, portanto, tem uma boa tradição gráfica, e muitas das obras que figuram nas livrarias corroboram tal afirmativa.

H: Como produtor editorial, como você vê as capas dos livros hoje?

G: Sinceramente, as capas, hoje em dia, são menos artísticas do que eram nos anos 1940-1960. Nesse período, e até duas décadas antes, as mesmas seguiam a tendência das artes plásticas, principalmente na Europa e nos Estados Unidos, mas ecoando aqui no Brasil. Como exemplo, temos as belas capas de Poty Lazzarotto, pela José Olympio Editora, que marcaram época pelos seus traços artísticos e que tão bem representavam os livros clássicos da literatura brasileira da época, como "Menino de engenho", de José Lins do Rego, ou os livros do Jorge Amado. Hoje em dia, as capas procuram explorar todas as possibilidades que os programas de editoração eletrônica permitem, conferindo mais recursos ao capista, o que resulta em capas abstratas, ou que misturem diversos elementos distintos, como variações de luz, sombra, e todo um trabalho na ilustração. A capa é um elemento fundamental no livro, pois é o primeiro contato que o leitor tem com o mesmo, como objeto, além de ter a sua importância publicitária e mercadológica. Acredito que poderia ser resgatada a tradição das capas baseadas em traços provenientes das artes plásticas, pois são possibilidades interessantes que seriam muito bem aproveitadas hoje em dia, mesmo sob as imposições do mercado e limitações editoriais, que influenciam grandemente neste processo.

H: Que influências para você tem nas editoras hoje que não tínhamos há 10-20-30 anos atrás? Qual é o papel especificamente do produtor editorial hoje ou qual deveria ser?

G: Há 10, 20 ou 30 anos atrás, as possibilidades tecnológicas eram outras, bem como o público e o contexto econômico, político e social. O trabalho editorial ficava

muito restrito ao editor/publisher, e o produtor acompanhava todo o processo, como hoje, mas não tinha tanto a influência da tecnologia como tem hoje. As ferramentas eram manuais, não havia a editoração eletrônica tão bem desenvolvida como hoje, isso falando de 30 anos atrás; entre 10-20 anos a informática já estava começando a fazer parte da realidade das editoras, e o trabalho do produtor editorial teve que se adaptar a esta realidade. Novas mídias surgiram para serem agregadas ao escopo de funções que o produtor exerce, como a internet e os e-books, e o profissional teve que também aprender a editar ou coordenar a edição dessas ferramentas. Na editora onde trabalho, por exemplo, tive que coordenar a produção de um site de um livro, e também sou responsável pela edição dos e-books, muitas vezes tendo eu próprio que editar essas mídias. Ou seja, o produtor teve que estudar, se aperfeiçoar e conhecer mais desses novos produtos editoriais que a cada dia ganham mais espaço. Acredito que, apesar disso, o produtor poderia ter menos responsabilidades, especialmente em editoras menores: nelas, ele tem que lidar com gráficas, orçamentos, marketing, autores, e algumas outras etapas que são responsabilidades de outros profissionais. Apesar disso, o lado bom é que o produtor possui a visão inteira do negócio, o que agrega valor ao profissional e à empresa.

H: Temos no Brasil hoje uma editora a Cosac Naify que parece destoar das demais, justamente pelo viés artístico. O que pensa a respeito? Acha que as demais se venderam ou simplesmente não querem estar nesse patamar?

G: A Cosac Naify é um caso à parte. Na pós que curso na UFF, um dos módulos de uma disciplina é, exatamente, pensar o livro como produto, como objeto, em seu aspecto físico, como projeto gráfico, fontes utilizadas, papel, etc., e a Cosac Naify sempre é lembrada, pelos meus colegas, a partir das múltiplas possibilidades de projeto que a professora traz e que estão representados nos livros dessa editora, como "aquela editora", ou seja, uma editora "diferenciada" no que tange ao viés artístico, que os induz a querer comprar seus livros só por conta do projeto gráfico-artístico. Isso parte da própria filosofia da editora, que não poupa gastos para fazer os mais variados e criativos projetos editoriais, mesmo que isso acarrete em pouco lucro ou, até mesmo, prejuízo para a editora. Acredito que as demais editoras, talvez, sejam muito "conservadoras", e se pautem mais por pesquisas de mercado ou pelo histórico de vendas, investindo no que acreditam que dará menos prejuízo,

e, portanto, mais lucro; ou seja, arriscam pouco, diferentemente da Cosac, que tem, por característica intrínseca ao seus projetos, a "ousadia" em testar o novo, o diferente, o criativo, e o pouco convencional para os padrões do mercado. E, além doo conservadorismo das outras editoras, há também as exigências impostas por questões contratuais, que limitam projetos gráfico e capas aos utilizados em versões estrangeiras de livros aqui traduzidos, ou coeditados. "Morte súbita", da Nova Fronteira, pode ser um exemplo: o livro possui a mesma capas em todas as suas edições espalhadas ao redor do mundo.

H: Uma capa de livro ou um autor de capas preferido, e porquê?

G: Uma capa de livro preferida: citar uma é difícil, logo eu ficaria com a série de capas que o Poty Lazzarotto fez para a José Olympio nos anos 1940-1950, em especial a de "Menino de engenho", do José Lins do Rego, a de "Capitães de areia", de Jorge Amado, e a de "A bagaceira", de José Américo de Almeida. Tem aquela arrebatadora da Bea Feitler ' O Homem Nu' que foi uma ousadia em todos os aspectos. Todas na verdade são belas, artisticamente bem elaboradas, com traços provenientes das artes plásticas, que dificilmente encontramos hoje em dia.