

O INÍCIO DO DESIGN DE LIVROS NO BRASIL

Rafael Cardoso

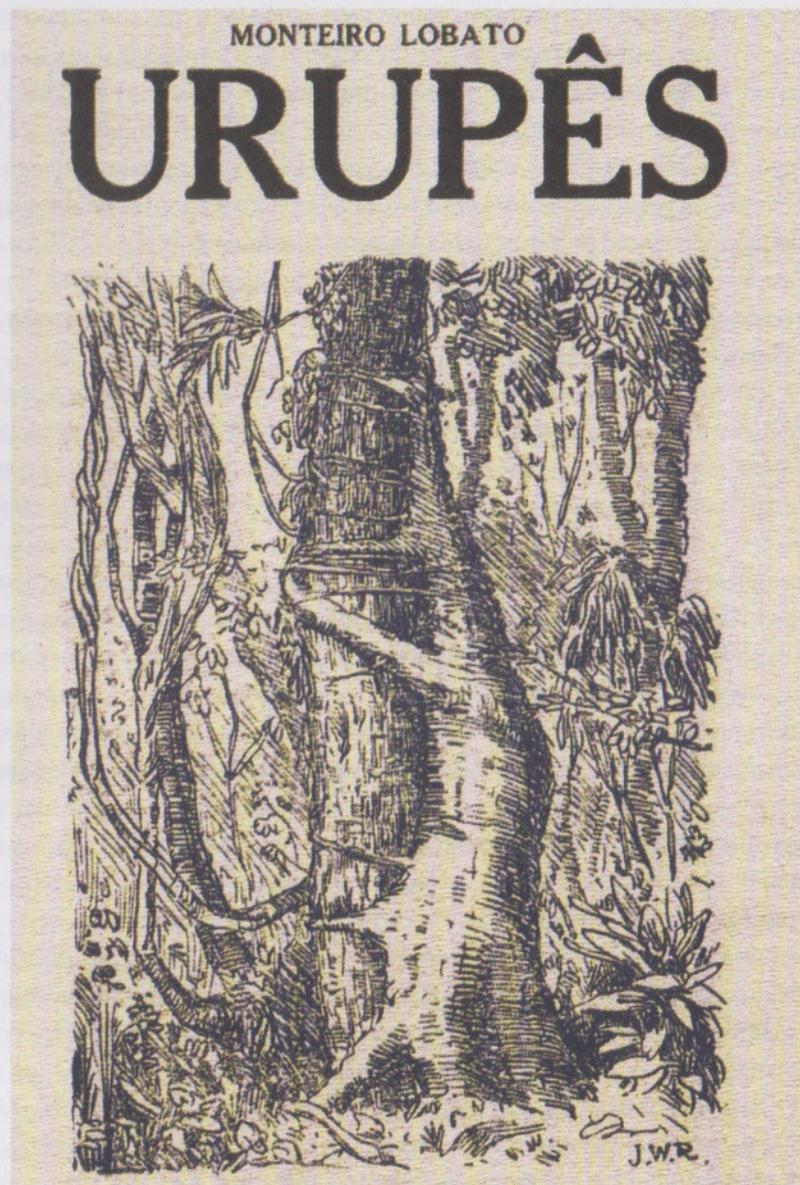
O Brasil possui uma longa e rica tradição na área de design de livros. Como a imprensa aportou por aqui com notório atraso, em 1808, essa afirmação exige alguma explicação. É evidente, pela mais simples dedução matemática, que um país que ingressou na era da impressão tipográfica em pleno século XIX não pode ter uma tradição muito extensa de confecção de livros se comparado com a Alemanha, por exemplo, onde o início dessa tecnologia data de meados do século XV. Mas quando se fala em design de livros a questão muda um pouco de figura. Este texto parte do pressuposto de que o termo “design”, em sua acepção moderna, aplica-se por excelência ao período industrial, ou seja, a partir da segunda metade do século XVIII, na mais remota das hipóteses. Na verdade, sabemos que data da década de 1830 o emprego específico dos vocábulos *design* e *designer*, em inglês, para se referir às atividades ligadas ao projeto e à configuração de artefatos industriais [Cardoso, 1996: 59-72]. Não se trata apenas de uma questão de semântica, pois a ocorrência do termo “designer” corresponde à adoção gradativa de novos sistemas de produção, distribuição e consumo, que alteraram radicalmente os meios de fabricação em vários domínios, entre os quais aquele que hoje chamamos de indústria gráfica.

A produção de impressos passou por grandes transformações de natureza tecnológica no meio século entre 1840 e 1890, período que viu a introdução ou a difusão plena do papel fabricado a partir de polpa de madeira, da mecanização das prensas tipográficas (rotativas), da fundição mecânica de tipos metálicos, da estereotipia e das máquinas de composição de texto (linotipos), da litografia e da zincografia como técnicas de impressão de imagens, do uso da eletrotipia e da fotografia para a transferência de matrizes de imagens [Clair, 1976: 360-383; Meggs, 1992: 132-137; Goldman, 1994: 33-44]. Tomados em conjunto, esses e outros avanços tiveram tamanho impacto no barateamento dos impressos e, por conseguinte, na

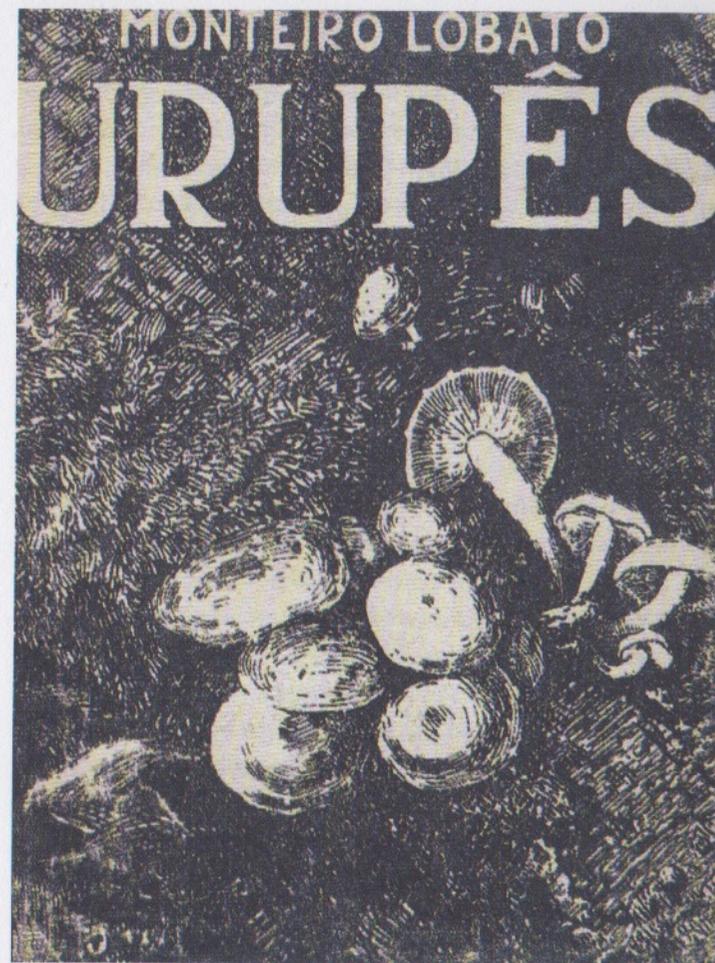
ampliação extraordinária do público leitor, que se pode falar no surgimento de uma verdadeira *indústria gráfica* nesse período, o que absolutamente não é o caso antes de 1830. No que diz respeito aos impressos ilustrados, o ritmo de transformação foi ainda mais dramático. A difusão generalizada da imagem impressa, a preços populares – que é um dos principais marcos da modernidade –, tem suas origens em cerca de 1850, principalmente com o advento da prensa litográfica rotativa. Seu impacto à época pode ser avaliado pela afirmação profética do engenheiro britânico Robert Scott Burn de que a revolução que então se processava na comunicação visual era “mais poderosa” do que a que havia sido efetuada pela “prensa para impressão de palavras” [Burn, 1853: 129, 144-145].

Quando se discute design de livros, é importante distinguir entre a antiga tradição de impressão manual que se estende de Gutenberg até o século XIX e essa nova indústria gráfica surgida durante o período 1840-50. Pela primeira vez na história podemos falar em impressos produzidos em ampla escala, a preços módicos e distribuídos para um público de massa. Em termos da produção, recepção e circulação do livro como mercadoria, esse aumento quantitativo é tamanho que também implica mudanças de natureza qualitativa, na própria feitura e configuração do artefato. 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. Para os ilustradores e gravadores a segunda metade do século XIX constitui um período de enorme fecundidade e influência, com destaque para nomes como os irmãos Dalziel na Inglaterra, Daumier e Gavarni na França ou Henrique Fleiuss e Ângelo Agostini no Brasil. Trata-se de uma regra geral na história do design: reduzindo-se na etapa de execução o impacto da habilidade manual do trabalhador especializado (no caso, impressores, compositores, tipógrafos), aumenta-se a importância da concepção e do planejamento como formas de garantir a qualidade final do produto.

Essa discussão toda tem alguma importância simplesmente pelo fato de que nenhum país possui uma tradição tão antiga assim em matéria de produção industrial de impressos. Mesmo a Inglaterra e a França, pioneiras



1



2

1 A capa de Wasth Rodrigues para o livro *Urupês* (1918) ganhou fama, indevidamente, de marco inicial do design de livros no Brasil.

2 Capa da segunda edição de *Urupês* (1919), também de Wasth Rodrigues.

em tais avanços tecnológicos, detêm uma vantagem temporal de apenas poucas décadas ou menos em relação a outros países. Pode-se mesmo afirmar que em face da nova cultura visual surgida com essa revolução industrial gráfica o mundo todo foi obrigado a se reposicionar mais ou menos de um mesmo ponto de partida na segunda metade do século XIX. Não é de surpreender, portanto, que algumas das mais impressionantes transformações em matéria de linguagem visual gráfica tenham ocorrido fora dos chamados países centrais, como é o exemplo do *boom* sem igual da cromolitografia comercial nos Estados Unidos entre 1860 e 1890 ou da produção de cartazes litográficos na Rússia/União Soviética entre 1900 e 1940, aproximadamente [Marzio, 1979; Margolin, 1997; Centro Cultural Banco do Brasil, 2001]. Portanto, se é verdade que o Brasil-Colônia tardou muito a integrar-se ao circuito de produção e consumo de livros que marcou a Europa entre os séculos XVI e XVIII, é igualmente verdadeiro que o Brasil-Império ingressou praticamente ao mesmo tempo que a Europa e os Estados Unidos no novo regime industrial de comunicação visual por meio dos impressos ilustrados, pois é notório que a litografia e a fotografia foram introduzidas no Brasil em virtual simultaneidade à sua disseminação no resto do mundo [Costa Ferreira, 1994; Fabris, 1998].

No que tange à produção de livros com capas ilustradas, o caso brasileiro é surpreendente tanto pelo pioneirismo quanto pela originalidade. Em poucos outros lugares do mundo desenvolveu-se tão cedo, tão rapidamente e com tanta riqueza de soluções a arte de integrar imagem e texto nas capas de livros. Embora ainda pouco estudada, é bastante conhecida a produção brasileira nessa área após meados da década de 1930, principalmente a partir da obra lapidar de Tomás Santa Rosa, o qual foi seguido por Edgar Koetz, João Fahrion, Darel Valença Lins, Poty Lazzarotto, Luís Jardim, Eugênio Hirsch e tantos outros que até hoje fazem do Brasil um dos países mais ricos na expressão cultural desse ramo do design. Busca-se aqui examinar um pouco da produção anterior à época heroica inaugurada por Santa Rosa, entre o final da década de 1910 e o início da de 1930, a fim de realizar um primeiro levantamento dessa atividade no período inicial de sua formação.

SURGIMENTO DAS CAPAS ILUSTRADAS

No final do século XIX, não era incomum encontrar capas de livro ilustradas em vários países do mundo. No bojo do mesmo movimento de aplicação comercial da litografia que viu nascer os cartazes de Chéret e Grasset na França ou de Bufford e Prang nos Estados Unidos, praticou-se também a ilustração de capas de livros [Jobling & Crowley, 1996]. No Brasil há bons exemplos desse procedimento incipiente, como a capa do livro *Vergastas* [1889], de Lúcio de Mendonça, desenhada pelo escritor Raul Pompeia, gravada pelo xilógrafo Alfredo Pinheiro e impressa na empresa *Typographia e Litographia*, de Carlos Gaspar da Silva [Costa Ferreira, 1994: 97]. Esse livro é um dos primeiros exemplares nacionais de uma capa ilustrada de autoria reconhecida.¹¹ Embora aparecessem outros, a ilustração de capas de livros continuou a ser exceção pelo menos até o final da Primeira Guerra Mundial. É sobretudo na década de 1920, e especialmente em países de menor tradição tipográfica, como os Estados Unidos e o Brasil, que surge uma cultura forte de ilustração de capas.

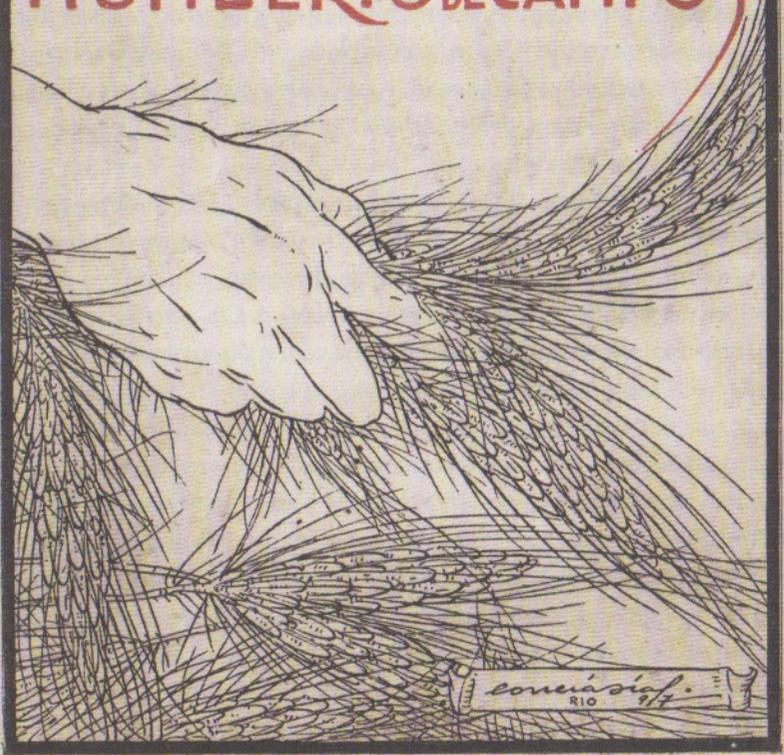
Entre os que estudam a história do livro no Brasil há um senso comum de que teria sido Monteiro Lobato o primeiro editor a romper com o padrão então vigente de capas puramente tipográficas, introduzindo o uso das capas ilustradas em sua editora Monteiro Lobato & Cia. (ativa entre 1919 e 1925), principalmente por meio da parceria com o pintor José Wash Rodrigues. Em seu monumental *O livro no Brasil*, Laurence Hallewell sustenta e reforça essa versão dos fatos: “A capa típica por volta de 1920 era apenas a reprodução, em papel cinza ou amarelo, dos caracteres tipográficos que apareciam na página de rosto. Lobato rompeu com isto desde o início” [Hallewell, 1985: 251]. Ainda segundo esse senso comum, o livro *Urupês* [1918], do próprio Monteiro Lobato e com capa de Wash Rodrigues, marcaria o início do design de capas no Brasil, bem como um ponto de partida para a reconfiguração dos projetos de livros de modo geral, incluindo maior atenção à qualidade tipográfica e à diagramação do miolo. Para Hallewell, essa iniciativa figura entre os “métodos revolucionários” introduzidos por Monteiro Lobato para melhorar a inserção mercadológica de suas edições.

[1, 2]

DA SEARA

DE BOOZ

HUMBERTO DE CAMPOS



1 9 2 8

EDIÇÃO DA LIVRARIA DO GLOBO
BARCELLOS, BERTASO & CIA. - PORTO ALEGRE

3 Capa
Correia
editora
1918.

4 Capa
Corona,
primeiro
pela Liv
1928.

O ilustre bibliófilo brasilianista chega mesmo a afirmar que “Lobato parece ter sido quase a única pessoa no Brasil a sofrer a influência, no imediato pós-guerra, da revolução mundial no aprimoramento tipográfico e no projeto gráfico do livro” [Hallewell, 1985: 376-377, 250].

A atuação de Monteiro Lobato foi decisiva sim na adoção da capa ilustrada como prática comercial corrente e, por conseguinte, na sofisticação da programação visual dos livros brasileiros [Soares de Lima, 1985: 43-51; Azevedo, Camargos & Sacchetta, 1997: 130-134]. Porém, não obstante sua grande importância como um dos principais modernizadores do meio editorial no Brasil, é um erro atribuir tais mudanças apenas à sua iniciativa e, pior ainda, ignorar o que foi feito à mesma época por outras editoras.¹² Na verdade, há questões muito mais amplas por trás da transformação da indústria gráfica nacional entre as décadas de 1900 e 1930, que envolvem desde fatores tecnológicos e comerciais como a importação de máquinas e a implantação de novas fábricas de papel (Melhoramentos, Klabin) até fatores socioculturais como o crescimento dos centros urbanos e a ampliação do cenário literário profissional, com sensível impacto sobre o público leitor [Camargo, 2003: 39-56; Sússekind, 1987: 17-28, 58-71; Sevchenko, 1998: 513-619]. O alcance dessa transformação fica patente ao se observarem as revistas ilustradas surgidas no período, entre as quais merecem destaque, por sua inovação ou longevidade, a *Revista da Semana* [1900], *O Malho* [1902], *Kosmos* [1904], *O Tico-Tico* [1905], *Fon-Fon!* [1907], *Careta* [1908], *Ilustração Brasileira* [1909], *Revista do Brasil* [1916], *Para Todos...* [1918], *A Maçã* [1922], *Cinearte* [1926], *O Cruzeiro* [1928] e a *Revista do Globo* [1929] [Abril, 2000; Martins, 2001]. Quem examina tais publicações depara com o senso de modernidade tecnológica e cultural que então se difundia no imaginário social dos brasileiros e atesta como esse ímpeto modernizante encontrou um grande canal de expressão na mídia impressa.

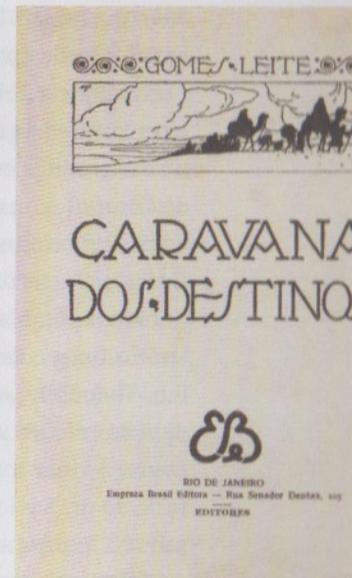
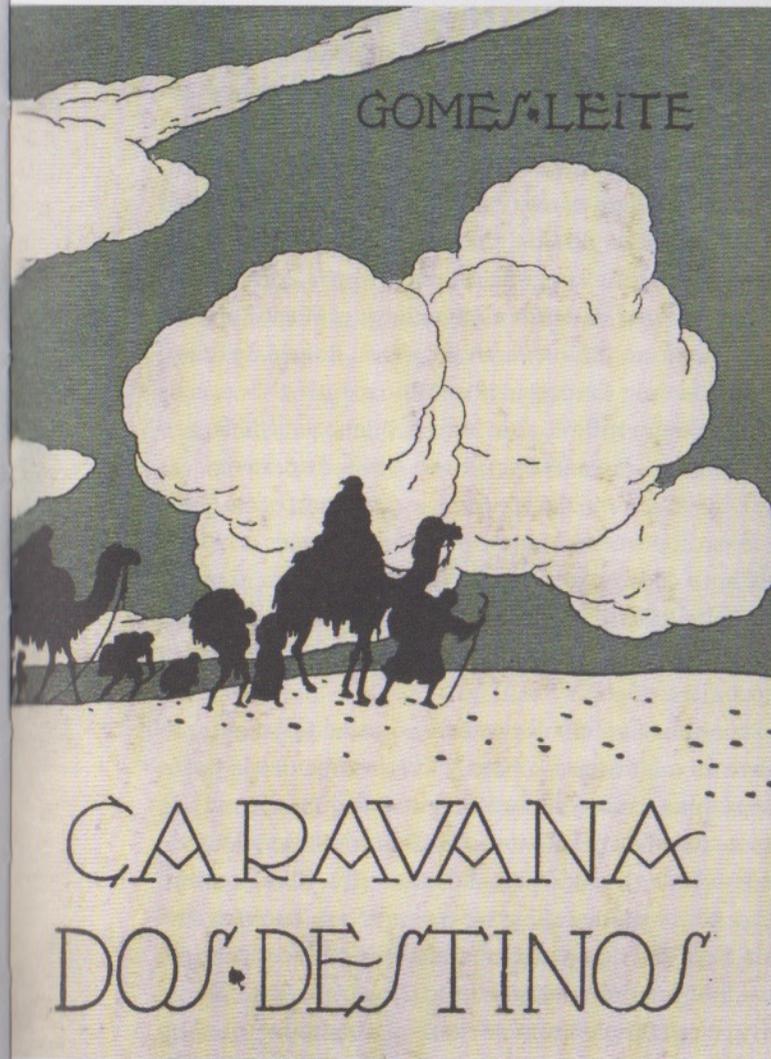
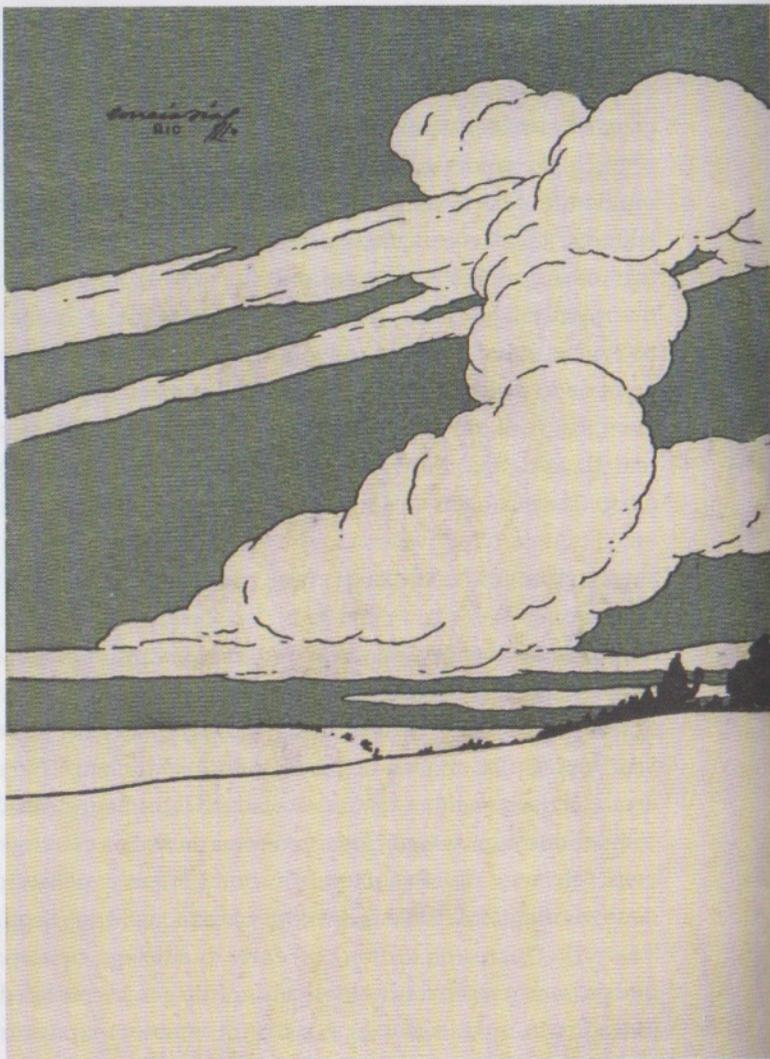
A transformação do meio editorial nacional a partir de 1920 fornece um caso exemplar de contradição dos relatos históricos comumente aceitos com os vestígios que sobreviveram da época. Ao se examinar a *cultura material* referente ao período – no caso, os próprios livros –, descobre-se um cenário um tanto díspar daquele descrito por Hallewell [1985: 336] quando

afirma que “os anos vinte foram um período de pouca significação na história do comércio livreiro no Rio de Janeiro”. Ao contrário, não somente na capital da República como também em São Paulo e até mesmo na longínqua Porto Alegre os anos 1920 foram um período de importantes mudanças na concepção e na confecção dos livros, estabelecendo as bases para o grande “surto editorial” da década de 1930, que Sergio Miceli identifica com o “início do processo de ‘substituição de importações’ no setor editorial”. Aquilo que Miceli define como surto incluiu o estabelecimento de novas editoras, a fusão de algumas antigas e avanços significativos no parque gráfico industrial, bem como nas práticas mercadológicas ligadas à venda de livros [Miceli, 2001: 144, 148]. A bem da verdade, a chamada “substituição de importações” teve seu início não na década de 1930, mas muito antes, no período da Primeira Guerra Mundial, ocasionando um breve período de *boom* editorial, no qual Hallewell situa, corretamente, o início do uso sistemático de capas ilustradas como uma estratégia de promoção de vendas e popularização das edições [Hallewell, 1985: 235, 250-251, 261].

O MEIO EDITORIAL BRASILEIRO, 1900-1930

A história das capas passa necessariamente por uma devida compreensão das intrincadas e às vezes obscuras relações do meio editorial brasileiro à época. Nomes praticamente esquecidos hoje, como Quaresma, Jacintho [Ribeiro dos Santos], Castilho, no Rio de Janeiro, ou Teixeira, em São Paulo, correspondem às livrarias-editoras mais destacadas das primeiras décadas do século xx, competindo com as tradicionais editoras de matriz estrangeira, como Laemmert, Garnier e Garraux, e também com a Francisco Alves, pioneira na área de livros didáticos [Hallewell, 1985: 197-220, 254-259]. Segundo Brito Broca, a Livraria Quaresma tornou correntes as edições populares em brochura, que passaram a ser conhecidas pelo rótulo genérico de “edição Quaresma” [Brito Broca, 1956: 141-142]. A partir de 1900-1910, portanto, começa a se configurar um mercado incipiente para esse tipo de livro e alguns editores passam a contemplar novas formas de explorá-lo, incluindo formatos mais baratos e atraentes.

5 Capa e folha de rosto de Correia Dias para livro de poemas, com inovadora continuidade da ilustração na lombada e na quarta capa, 1921.



Fundada em 1917, a Livraria Leite Ribeiro tornou-se a principal casa editora do Rio de Janeiro até o início da década de 1920 [Hallewell, 1985: 262, 333-334].¹³ Um “Catálogo das últimas edições” da casa – encartado em edição de 1923 do livro de crônicas *Valle de Josaphat*, do Conselheiro xx – revela que a Leite Ribeiro publicava vários dos mais importantes e populares autores da época, bem como alguns escritores novos que viriam a se tornar grandes estrelas nas décadas seguintes. Além do próprio Humberto de Campos, constavam do catálogo nomes como Agrippino Grieco, Bastos Tigre, Benjamim Costallat, Carlos de Laet, Cecília Meireles, Coelho Neto, Gustavo Barroso, João do Rio, Júlia Lopes de Almeida, Lopes Trovão, Mendes Fradique, Mário Pederneiras, Medeiros e Albuquerque, Mucio Teixeira, Osório Duque Estrada, Peregrino Júnior, Pereira da Silva, Ronald de Carvalho, Théo-Filho e Vicente Licínio Cardoso, entre muitos outros. Os preços de suas edições variavam de um mil-réis (um livro pequeno em edição brochura) a vinte mil-réis (uma edição encadernada do *Álbum dos doutorandos* – 1918, do dr. Xavier de Oliveira). A média de preços oscilava entre três e seis mil-réis, e uma edição encadernada custava cerca de 30% a mais do que o mesmo livro em brochura. Pelos padrões de consumo da época, o preço médio de um livro da Leite Ribeiro (cerca de 4\$500) regulava com o custo aproximado, no varejo, de quinze quilos de arroz ou de um engradado com 24 garrafas de cerveja.¹⁴

A década de 1920 viu o surgimento de diversas novas editoras, entre as quais a mais eminente foi a Monteiro Lobato & Cia. (reorganizada posteriormente como Companhia Gráfica-Editora Monteiro Lobato), ativa em São Paulo entre 1919 e 1925, sucedida pela Companhia Editora Nacional, fundada em 1925 sob o comando de Octalles Marcondes Ferreira, com Monteiro Lobato como parceiro e editor [Hallewell, 1985: caps. 13 e 14]. Também data do final dessa década a criação de duas outras editoras que se tornariam importantíssimas nos anos seguintes: a Livraria do Globo, em Porto Alegre, que iniciou suas atividades como editora de livros por volta de 1925, e a Civilização Brasileira, fundada no Rio de Janeiro em 1929 por Getúlio M. Costa e que em 1932 passaria à propriedade de Marcondes Ferreira, realizando-se assim o sonho de Monteiro Lobato de unificar Rio e São Paulo em

uma grande organização editorial [Hallewell, 1985: 277-278, cap. 15]. Outras editoras menores, e de duração mais efêmera, também tiveram atuação marcante no período. Cabe citar a Casa Editora “O Livro”, estabelecida em São Paulo em 1920 (na rua Boa Vista, 38-B). Seu proprietário, Jacintho Silva, mentor de Monteiro Lobato, tivera longa passagem pela Casa Garraux como gerente da seção de livros, cargo que viria a ser ocupado a partir de 1926 pelo também futuro editor José Olympio. Outra interessante experiência editorial do período foi a fundação em 1923 da empresa B. Costallat & Miccolis, por Benjamim Costallat, bem-sucedido autor da Leite Ribeiro. A firma durou até 1934. Finalmente, vale citar a editora Waissman, Reis & Cia., fundada em 1930 no Rio de Janeiro (rua dos Ourives, 95), que parece ter absorvido – ou se fundido com – a Editora Americana (rua Buenos Aires, 189) e que adquiriu a Editora Guanabara por volta de 1934, virando Waissman Koogan Ltda. [Hallewell, 1985: 187, 335, 347-348, 438]. Existe até hoje, transmutada posteriormente em Guanabara Koogan, com incursões por selos como Delta e Koogan-Larousse.

Essas enredadas relações comerciais tornam-se interessantes à medida que se começa a perceber um entrecruzamento de nomes e atores em torno da renovação do projeto editorial no período entre a Primeira Guerra e a chamada Revolução de 1930. Escritores como Humberto de Campos, Monteiro Lobato, Benjamim Costallat e Erico Verissimo misturaram-se nesse momento à atividade editorial, tornando-se não somente ativos articuladores de políticas editoriais como também objeto das atenções de alguns dos mais arrojados projetos gráficos da época. Será coincidência que, além de proprietário da revista *A Maçã* – de muita importância para o design gráfico do período –, Humberto de Campos tenha sido ainda um dos primeiros autores a ser alvo do novo tratamento dispensado às capas nas décadas de 1910 e 1920, primeiramente como autor da Leite Ribeiro? E que tenha se tornado depois principal autor e primeiro *best-seller* da José Olympio, editora que revelaria a obra de Santa Rosa na década de 1930? Será também coincidência que autores como Théo-Filho e Benjamim Costallat – representantes de um cosmopolitismo carioca modernizante da década de 1920 [Resende, 2001: 299-302; Velloso, 1996: 11-34] –, ou Monteiro Lobato, Guilherme

NÓS



LUISHERME D'ALMEIDA

E por onde eu passar e tu passares,
hão-de seguir-nos todos os olhares
e debruçar-se as flôres nos barrancos...

E por nós, na tristeza do sol-posto,
hão-de falar as rugas do meu rosto
e hão-de falar os teus cabellos brancos!

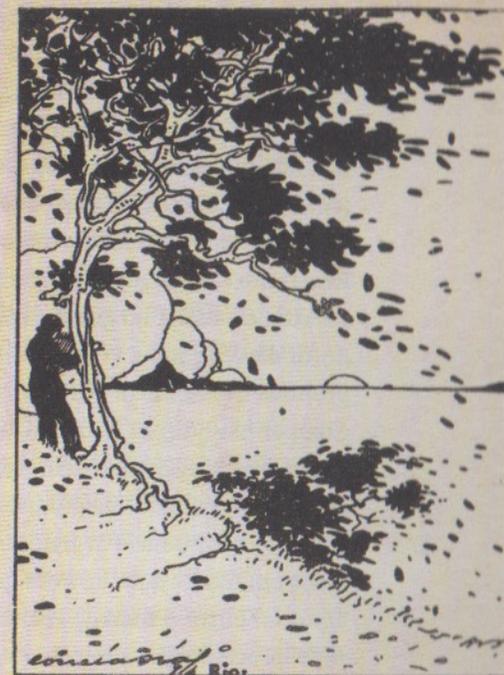
xix



ONHEI: cheia de sol, transfigurada,
sob um pallio de nuvens luzidias,

assim te vi que, tremula, descias
os degráos silenciosos de uma escada.

Chegaste a mim, de rosas coroada.
Então, tomando em tuas mãos macias
a grinalda de flôres que cingias,
coroaste-me a fronte acabrunhada.



As folhas tombam
ao sol-poente

6 Capa, página dupla
do miolo e abertura de
capítulo de Nós pela
Cia. Editora Nacional.
Ilustrações de Fernando
Correia Dias, 1917.

de Almeida e Menotti del Picchia – amplamente identificados com certo momento imediatamente antecedente ao modernismo paulistano de 1922 –, também tenham tido destaque nesse processo de renovação editorial?

O trânsito de Guilherme de Almeida entre São Paulo e Porto Alegre, onde se tornou um dos primeiros autores editados pela Globo (com *Encantamento*, em 1925) e realizou conferências sobre o movimento modernista (em 1927), parece confirmar esse entrecruzamento de propósitos [Verissimo, 1973: 17]. Mais reveladora ainda é a carreira editorial de um escritor como Benjamim Costallat, a qual reúne em uma única meada os tantos fios díspares citados acima no que diz respeito às relações comerciais entre editoras. Autor da Leite Ribeiro até 1923, Costallat passou naquele ano a editar seus próprios livros. Entre 1929 e 1934, contudo, teve obras suas publicadas pela Companhia Editora Nacional, a Editora Americana, a Guanabara e a Civilização Brasileira, o que demonstra um trânsito curioso entre os principais grupos empenhados na produção dos novos livros ilustrados. Há assim uma evidente confluência de autores, editores e artistas gráficos (estes serão tratados em maior detalhe mais adiante) em torno da modernização do meio editorial entre o final da Primeira Guerra Mundial e o início da década de 1930, processo que abrange o surgimento das capas ilustradas, embora não se limite de modo algum a elas.

OS PRIMÓRDIOS DO DESIGN DE LIVROS NO BRASIL

Para além da reorganização comercial do meio editorial, faz parte desse processo de modernização uma nova concepção do livro como objeto gráfico industrial. 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. A crescente popularidade da brochura acarretou importantes mudanças nesse sentido, privilegiando um novo formato de livro popular com medidas em torno de 18,5 x 13 centímetros. A maioria dos livros que trazem capas ilustradas nas décadas de 1910 e 1920 enquadra-se nessas dimensões, com pequenas alterações de meio centímetro para mais ou para menos.

Do ponto de vista tipográfico há pouca variedade nessas edições, sendo as fontes mais utilizadas variações comuns de romano. Em termos de diagramação, no entanto, percebem-se determinadas iniciativas no sentido de valorizar a disposição do texto na página. Primeiramente nos livros de poesia e depois, timidamente, em alguns livros de prosa, procede-se ao emprego de margens mais amplas; de uma mancha tipográfica visivelmente mais cuidada em termos de espaçamento e entrelinhas; de fios, barras e outros elementos ordenadores do espaço gráfico. Também não é incomum encontrar-se, nesse período, a impressão em duas cores no interior do livro.

A ilustração de capas, portanto, está inserida em um amplo esforço para tornar atraentes as novas edições mais baratas em brochura. Distanciando-se do tradicional culto ao livro como objeto de luxo, bem encadernado, com bom papel e acabamento artesanal, as edições populares das décadas de 1910 e 1920 empreendem uma nítida tentativa de compensar com um projeto gráfico vistoso a má qualidade de seus materiais e o seu péssimo acabamento. Como se trata de uma iniciativa mais abrangente do que a mera aplicação de ilustrações a um formato de livro preexistente, talvez seja válido estabelecer uma distinção entre casos em que a ilustração é simplesmente ampliada para ocupar as dimensões da capa, com um mínimo de intervenção tipográfica ou diagramática, e capas em que a ilustração se insere em uma estrutura de diagramação mais complexa e consciente. São justamente as capas deste último tipo – que começam a surgir no cenário brasileiro por volta da Primeira Guerra Mundial – as de maior interesse para a nossa abordagem. Um bom exemplo do primeiro tipo pode ser visto no livro de contos *Alma tropical*, com lindíssima capa ilustrada por Gilberto em estilo *art nouveau*. [8]

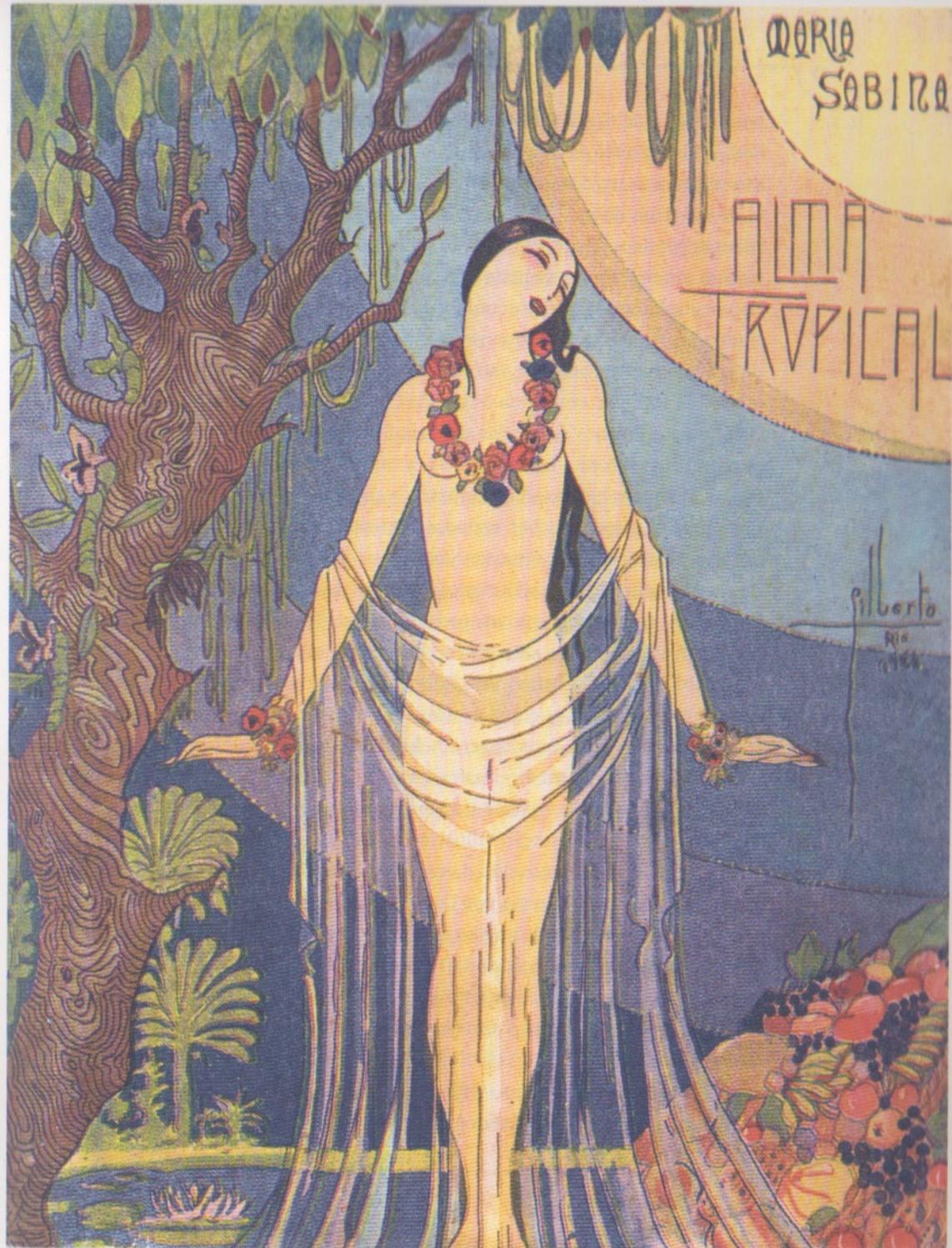
O pioneiro na criação de capas ilustradas – especialmente aquelas que evidenciam o uso consciente de uma malha diagramática – parece ter sido Fernando Correia Dias [1896-1935]. Nascido e criado em Portugal, Correia Dias chegou ao Brasil em 1914 e foi logo introduzido no meio artístico carioca por intermédio do jornalista Carlos Maul, encontrando aceitação imediata como caricaturista e ilustrador [Maul, 1967: 119-121]. As mais antigas capas de sua autoria datam de 1917, incluindo a da primeira edição do livro de

OS MAIS BELLOS POEMAS DE AMOR



N Ó S
 POEMA DE GUILHERME DE ALMEIDA

COMPEDITORA NACIONAL - SAO PAULO



poemas *Nós*, de Guilherme de Almeida, e a do livro de crônicas *Da seara de Booz*, de Humberto de Campos, publicado em 1918 pela Leite Ribeiro. Ambas são impressas em duas cores (preto e vermelho) e fazem um uso inteligente de desenho linear, letras desenhadas à mão, caixas, bordas e outros elementos gráficos decorativos. São projetos simples, mas bem-resolvidos, e trazem em destaque a assinatura do autor dentro de uma lista característica do vocabulário gráfico do século XIX. A opção de ostentar o nome do ilustrador, ao mesmo tempo que remete a uma tradição estabelecida no meio de gravura, serve como um fator de valorização da capa, associando-a a um artista de renome, como era o caso de Correia Dias à época.

Durante os anos seguintes Correia Dias produziu uma série de capas para muitas editoras. Trabalhando ora com a simples ampliação da ilustração, ora com estruturas diagramáticas complexas, ora com duas cores, ora com quatro, gerou soluções variadas e interessantes. Um exemplo inovador está no livro de poesias *Caravana dos destinos* [Empresa Brasil Editora, 1921], de Gomes Leite, em que a ilustração da primeira capa tem continuidade na lombada e na quarta capa, propiciando uma visão panorâmica quando o livro está aberto. Outro caso merecedor de destaque é a segunda edição de *Nós*, publicada pela Companhia Editora Nacional em 1927 como parte da série “Os mais bellos poemas de amor”. O livro tem capa impressa em quatro cores e miolo em duas cores, incluindo letras capitulares inseridas em pequenas vinhetas também ilustradas pelo artista. Claramente destinado a um grande público, o volume traz em destaque, em página isolada depois da folha de rosto, a menção “Ilustrações de Correia Dias”, o que confirma o prestígio do artista, mas não dá crédito a Belmonte, autor da nova capa.

Seguindo a trilha aberta por Correia Dias, vários artistas e ilustradores renomados à época passaram a se dedicar ao projeto de capas de livros. O rol de capistas ativos nas décadas de 1920 e 1930 inclui grandes vultos da caricatura brasileira, como Alvarus [Álvaro Cotrim], Fritz [Anísio Oscar Mota], Nemésio [Nemésio Dutra], Paim [Antônio Paim Vieira], Raul [Raul Paranhos Pederneiras], Trinas Fox e Voltolino [Lemmo Lemmi] [Mindlin, 1995: 72-76; Lima, 1963: 988-1013, 1237-1248, 1308-1330, 1414-1423, 1459, 1507-1519]. Inclui também artistas plásticos lembrados mais por sua atuação nas cha-

mas belas-artes, como Anita Malfatti, Augusto Rodrigues, Di Cavalcanti, Oswaldo Teixeira, Rodolpho Amoedo, Tarsila do Amaral, Victor Brecheret e Wash Rodrigues. Inclui por fim uma terceira categoria de artistas gráficos que se dedicaram prioritariamente, ou em grande medida, ao projeto de impressos comerciais, incluindo aí não somente livros, mas também cartazes. Nesse último grupo merecem destaque Edgar Koetz, Geraldo Orthof, João Fahrion e Santa Rosa [Barsante, 1993: 115-120]. Pela quantidade e qualidade da produção, os mais destacados capistas dos anos 1920 foram Paim, J. Prado e o próprio Correia Dias [Soares de Lima, 1985: 216-258].

CAPAS DE LIVROS E CAPISTAS, 1920-1930

Parte-se aqui do pressuposto de que a história do design precisa focar mais detidamente os artefatos em si – ou seja, a *cultura material* – a fim de contornar os impasses decorrentes da relativa escassez de registros de outra ordem. Historicamente, as atividades ligadas ao design têm sido pouco contempladas com relatos verbais e nem sempre têm sido consideradas dignas de preservação em arquivos ou agraciadas com outros recursos comumente disponibilizados quando se trata da memória política, étnica ou religiosa de uma coletividade. Isso é verdade especialmente para o período anterior ao modernismo, quando as atividades artísticas aplicadas ao comércio e à indústria eram ordinariamente consignadas a uma posição de menor valor cultural. Dessa forma, há sentido em nos deter em alguns exemplares do objeto em questão.

Além dos projetos assinados por Correia Dias, já comentados, há uma série de outros dignos de destaque, seja por sua autoria, seja por sua singularidade. Vale descrever aqui alguns deles. O livro de história militar *Falsos trophéus de Ituzaingó*, publicado em 1920 pela Casa Editora “O Livro” e impresso nas Oficinas Graphicas Pocaí & C., é exemplo singular de uma edição em brochura extremamente bem cuidada, que visa compensar no projeto a falta de luxo dos materiais utilizados. Suas dimensões (24 × 16,5 cm) são bastante atípicas para a época e já indicam uma intenção de diferenciar o volume das brochuras comuns. A capa, assinada por Paim, é impressa em

JOSÉ CARLOS DE MACEDO SOARES

FALSOS TROPHEOS
DE
ITUZAINGO

PAIM



CAPITULO II

DE COMO SE FORMOU
A LENDA SOBRE
TOMADA DE BANDEIRAS
BRASILEIRAS EM

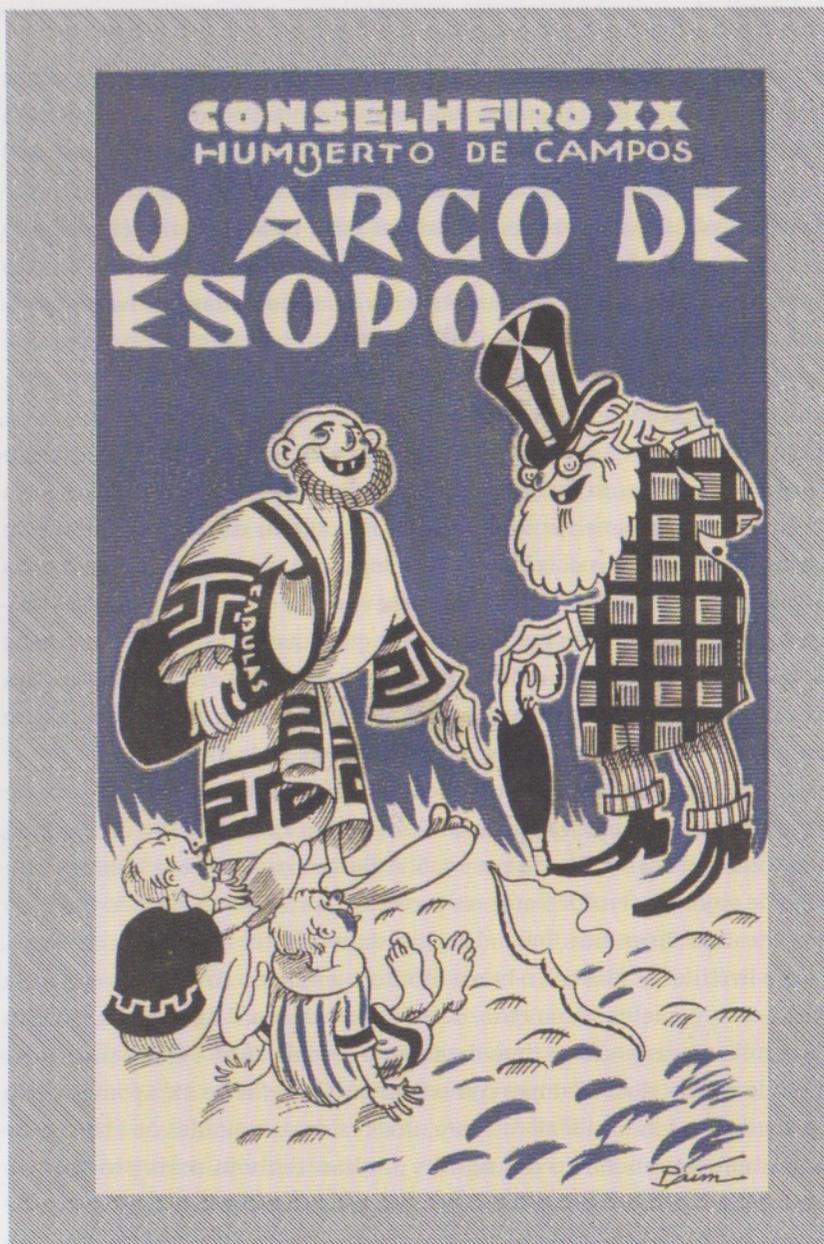
Ituzaingó

duas cores (preto e verde) e traz a representação de folhas de samambaia espelhadas simetricamente em torno de um eixo vertical central e contidas dentro de uma caixa formada por um fio preto contínuo, ecoando motivos similares usados pelo artista em outras obras mais conhecidas [Soares de Lima, 1985: 111]. Os motivos botânicos aparecem bem estilizados, seguindo as convenções vagamente *art nouveau* então em voga, e formam quatro arabescos junto à borda inferior. As manchas de cor estão aplicadas de modo chapado, tirando proveito da superfície bidimensional como fator decorativo, procedimento característico das teorias de design ornamental que vinham ganhando força desde o século XIX e culminaram no modernismo (especialmente os propósitos avançados por Owen Jones e Richard Redgrave na década de 1850). Embora não haja nenhuma intenção de gerar ilusão de tridimensionalidade, o ligeiro desajuste entre as áreas verdes e as pretas deixa transparecer pequenos intervalos brancos, que acabam produzindo um efeito de relevo, em um jogo sutil de figura e fundo. No centro, entre as samambaias, abre-se uma área pentagonal em branco, que funciona como um medalhão vazado, trazendo o nome do autor e o título do livro em rebuscadas letras desenhadas à mão, juntamente com pequenas vinhetas verdes que repetem o motivo das samambaias espelhadas. A assinatura do ilustrador encaixa-se na ponta inferior do pentágono, sutilmente, mesmo ocupando o centro gráfico da página. Essa capa cumpre, em praticamente todos os quesitos, as propostas estéticas que seriam avançadas pelos modernistas brasileiros nos anos seguintes à sua confecção. É exemplo manifesto de um projeto absolutamente moderno – tanto no sentido tecnológico quanto no estilístico – sem ser modernista – no sentido de filiar-se a um movimento ou alinhar-se a uma suposta vanguarda.

A quarta capa de *Falsos trophéus de Ituzaingó* traz uma pequena ilustração no centro, impressa em verde, onde está representada uma mão abrindo um livro de história diante de uma tocha que irradia iluminação em linhas de força concêntricas. Por seu tamanho e tratamento, lembra muito um projeto de ex-libris, embora não cumpra essa função. O interior do livro é igualmente bem cuidado, trazendo pequenas vinhetas desenhadas no início de cada capítulo, impressas em páginas próprias, bem como cinco páginas especiais

encartadas ao longo do volume que trazem, coladas, reproduções impressas (por rotogravura) de fotografias das bandeiras brasileiras, que constituem o tema de estudo histórico do livro. Essas páginas especiais são em papel de maior gramatura e vêm impressas com uma moldura ornamental verde nas dimensões exatas para enquadrar as fotos coladas. Uma sexta página desse mesmo papel, encartada logo após a folha de rosto, exhibe um motivo ornamental distinto da capa, impresso em duas cores e também ostentando samambaias estilizadas, e novamente a assinatura de Paim. Ressalte-se que tanto a folha de rosto como o falso rosto são impressos em três cores (preto, verde e azul), com delicados ornamentos representando motivos botânicos, arquitetônicos e tipográficos. A diagramação do texto também é surpreendente, contando com margens muito amplas, entrelinhas generosas, um cuidadoso espaçamento para garantir o equilíbrio visual das manchas de texto, justificadas dos dois lados, e um depurado trabalho de diferenciação das notas e referências bibliográficas pela variação do corpo das letras. Trata-se, de modo geral, de um bom exemplo daquilo que em gerações posteriores viria a ser chamado de uma “mancha arejada”. Embora não haja assinatura ou outro crédito que nos permita atribuir a autoria com certeza, percebe-se claramente um projeto de miolo e diagramação cuidadosos.

Outra capa interessante ilustrada por Paim pode ser vista no livro de contos *O arco de Esopo*, de autoria do Conselheiro XX (Humberto de Campos), publicado pela Leite Ribeiro em 1926. A ilustração, com seus bonecos interagindo em uma cena de natureza pictórica, aproxima-se mais do trabalho de caricatura do grande ilustrador paulistano. Mostra uma figura de Esopo, com o livro de fábulas sob o braço direito, apontando com a mão esquerda para um arco quebrado, no chão, e rindo. Ao seu lado, a figura de um ancião de cartola e guarda-chuva (imediatamente reconhecível à época para os leitores de Humberto de Campos como o mítico Conselheiro XX) aponta o dedo para a cabeça e ri também. À frente, duas crianças sentadas no chão observam atentas o encontro das figuras adultas. Embora mais próxima do modelo de “ilustração ampliada”, essa capa também faz uso de recursos de diagramação simples porém eficazes, que incluem uma borda composta de finíssimas linhas diagonais azuis, a qual emoldura a ilustração central,



11 Capa ilustrada por Paim para a Leitura de Ribeiro, 1926, apresenta-se mais do trabalho de caricatura.

12 Capa do romance de Benjamim Costallat, caricaturista Alvaro, 1930.

ou ainda a aplicação aparentemente descuidada das áreas de azul com relação ao preto, deixando transparecer mais uma vez bordas brancas em torno das figuras e assim reforçando o senso de relevo. O uso de padrões ornamentais inteiramente bidimensionais, sem relevo (como na roupa do Conselheiro), destoa do jogo de hachuras que modela os corpos dos outros personagens na cena, gerando um contraste desconcertante entre figura e fundo. Esse efeito de estranheza está reforçado pelo uso seletivo da cor azul, ora chapada como fundo na parte superior, ora aplicada como elemento de textura e detalhamento nas listras que decoram a roupa da criança à direita e nas manchas que sugerem a superfície do chão. O miolo desse livro carece de qualquer tratamento diferenciado.

[12] A capa do romance *A loucura sentimental* [1930], de Benjamim Costallat, é exemplar de um novo estágio no design das capas brasileiras. Desenhada pelo grande caricaturista Alvarus, faz uso refinado da impressão em quatro cores para gerar um projeto original, sofisticado e bastante moderno para os padrões da época. A ilustração ocupa apenas a metade da superfície da capa, formando uma janela pictórica dentro da malha diagramática maior. Na parte superior, o nome do autor e o título do romance dimensionam com equilíbrio e elegância a estrutura visual da peça. O uso de letras desenhadas sugere um expressivo jogo de tensão entre a clareza comunicativa das maiúsculas empregadas e a incerteza e imperfeição do feito à mão, características condizentes com o tema do romance. O eco cromático entre o título e a ilustração, pelo vermelho e preto, gera uma unidade entre as partes sem a necessidade de fios, bordas, caixas ou outros elementos de separação ou relação. Na parte inferior aparece o nome da Companhia Editora Nacional, destacado do resto pelo uso da tipografia e por três pequenos fios irregulares que funcionam como elemento de separação entre a janela pictórica e a borda inferior da capa. Note-se que o uso de amarelo, vermelho e azul (cores primárias) indica a provável intenção do ilustrador de sugerir modernidade, visto que a identificação dessas cores com o movimento modernista internacional nas artes gráficas estava mais do que claramente configurada em 1930, detalhe que um artista do porte de Alvarus dificilmente ignoraria.

A ilustração também é notável. Uma figura feminina trajada em longo vestido vermelho, semitransparente, eleva-se em corpo inteiro da borda inferior até quase atingir a superior com seus cabelos negros. De olhos fechados, ela volta o rosto para cima, aproximando-se de alguma alegoria simbolista da mulher fatal e lembrando ligeiramente uma madona de Munch. No canto inferior esquerdo, aparece o topo da cabeça de um homem de cabelos pretos e pele amarela pontuada por sombras azuis, bem ao gosto expressionista. Seu olhar aparenta intranquilidade, e ele aperta a cabeça com as mãos. Ambas as figuras lançam sombras pretas chapadas contra o fundo azul salpicado de pontinhos brancos, como um céu estrelado. A assinatura de Alvarus aparece em branco vazado no canto superior esquerdo da ilustração acompanhada da data, sublinhada pelo mesmo motivo de fios ondulados irregulares que separa a janela da parte inferior da capa. A ilustração nos dá valiosas informações sobre o tema do livro. Ao sangrar a borda inferior, com seu olhar exposto ao nosso, a figura masculina se aproxima de nós. Evidentemente, o leitor deve se identificar com esse homem. Pela contiguidade pictórica entre ele e o corpo da mulher, aliada à diferença de escala entre a representação de um e de outra, pode-se entender que ela brota da sua cabeça como um sonho ruim. Portanto – afirma a ilustração –, estamos diante de um livro sobre “a loucura sentimental” de um homem obsedado por uma mulher fatal ou inatingível.

Esse projeto de Alvarus é de uma qualidade excepcional para a sua época, mas não é único. Ao contrário, entre o final da década de 1920 e o início da de 1930 surge um número cada vez maior de capas integrando ilustração e texto em torno de uma malha diagramática complexa e bem-elaborada. Tal procedimento projetual está claramente configurado na capa do livro de educação *Conduta sexual*, publicado pela Editora Guanabara em 1934. Assi-

[13]

nada por Di Cavalcanti, essa capa é uma das primeiras no Brasil a recorrer ostensivamente aos preceitos dos movimentos construtivos europeus (construtivismo, De Stijl), quase duas décadas antes do movimento concreto. Ela é desprovida de qualquer ilustração e organiza os blocos de texto como vultos de ordenação do espaço. É particularmente digno de nota o tratamento dispensado às letras vermelhas “B.E.C.”, que ganham relevo pela aplicação

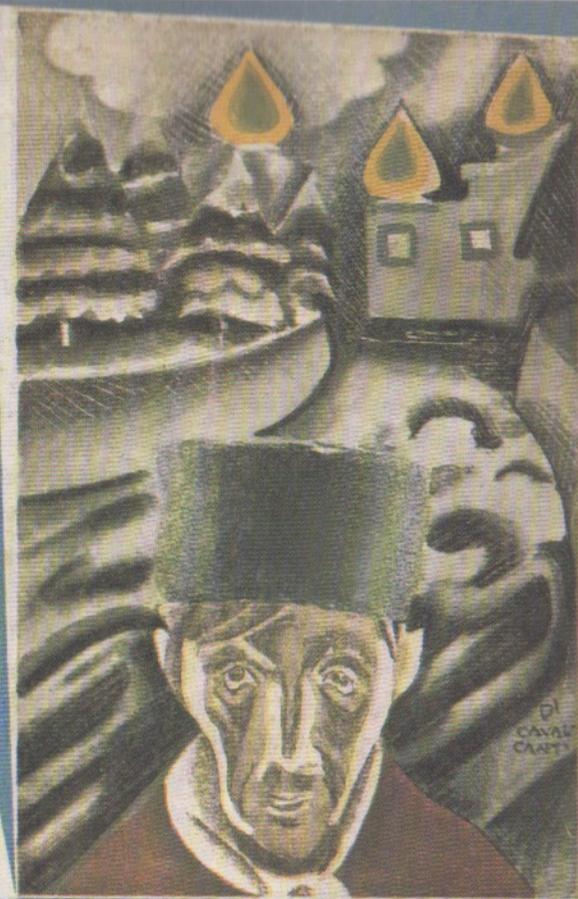
BIBLIOTECA DE EDUCAÇÃO E CULTURA
DIRIGIDA PELO PROF. A. AUSTREGESILLO

A. AUSTREGESILO
CONDUTA
SEXUAL

T. CAVALCANTI - RIO

EDITORIA GUANABARA - RIO

DOUHO-MASTY



CRIME E CASTIGO
ROMANCE

de um sombreado amarelo, contido por finas linhas de contorno azuis e ainda se conjugam, inclinadas, com uma grande seta vermelha que atravessa a parte superior da capa na inclinação oposta, fazendo uma curva no final e terminando no nome do autor do livro. Se não bastasse a organização do espaço gráfico em blocos geométricos de cor chapada, a aplicação intencional das cores azul, vermelho e amarelo denuncia, mais uma vez, a filiação às tendências modernistas da época.¹⁵

[14] Di Cavalcanti teve atuação marcante na área de design gráfico entre os anos 1910 e 1930, produzindo não somente capas de livros como também de revistas. É de sua autoria o projeto da capa do romance *Crime e castigo*, publicado pela Editora Americana em 1930. Percebe-se a tentativa de situar a ilustração dentro de uma malha diagramática que divide o espaço em blocos geométricos estruturados em torno das palavras como elementos construtivos. É surpreendente a semelhança entre essa capa e outra criada no [15] ano seguinte por Geraldo Orthof para o romance *Uma confissão*, publicado pela Waissman, Reis & Cia. Não se trata de um caso de plágio, pois ambos os romances – o de Dostoiévski e o de Gorki – foram publicados na mesma “Collecção de obras celebres” (o que leva a crer que àquela altura a [16] Editora Americana fora incorporada pela Waissman). O romance *A mãe*, de Gorki, publicado na mesma coleção, ostenta capa de Oswaldo Teixeira que também segue, em linhas gerais, a estrutura gráfica estabelecida por Di Cavalcanti, embora com muito menos fidelidade que o projeto de Orthof. A coincidência entre esses três projetos evidencia uma preocupação da editora com questões de identidade visual que vão muito além daquilo que se tem propagado sobre a ilustração de capas na primeira metade do século xx. Apesar da alteração no próprio nome da editora, a unidade projetual estava sendo utilizada como ferramenta para conquistar a fidelidade do público leitor. Longe de ser meramente “decorativa”, a ilustração de capas já era nessa época um recurso poderoso de comunicação, visando a melhor comercialização do produto.

Assim é que o mercado editorial brasileiro chegou a meados da década de 1930 com um novo patamar de expectativas para a aplicação do design gráfico ao projeto de livros. No brevíssimo período entre 1917 e 1932, cons-

tata-se a introdução ou adoção das seguintes práticas: 1) generalização do uso de capas ilustradas; 2) primeiras iniciativas de refinamento no projeto dos miolos; 3) aplicação de preceitos de identidade visual em projetos de livros de uma mesma coleção ou editora. O palco estava mais do que armado para a entrada em cena de Santa Rosa: ao longo das décadas seguintes, o grande designer e cenógrafo consolidaria essas conquistas e as levaria adiante, criando um padrão visual que permanece até hoje como marco no meio editorial brasileiro.

PRIMEIRAS CONCLUSÕES

Espero ter demonstrado aqui, a partir dos vestígios materiais da produção editorial da época, que a realização de um projeto gráfico cuidadosamente elaborado já era prática comum no Brasil na década de 1920, remontando mesmo em seus primórdios ao final da década de 1910. Trata-se, por si só, de uma conclusão surpreendente, já que o senso comum tem situado o surgimento das atividades ligadas ao design editorial entre as décadas de 1930 e 1940. Quando se fala em projeto gráfico, entende-se não somente a aplicação aleatória de elementos artísticos como a ilustração, mas sobretudo uma tentativa sistemática de diferenciar o livro como produto industrial, agregando-lhe um grau de programação visual capaz de enriquecê-lo como objeto de comunicação não verbal. Onde há projeto é necessário que haja também projetistas, e o presente ensaio indica os nomes de alguns profissionais que merecem destaque e, também, pesquisas mais aprofundadas sobre suas obras. Aliás, ainda será necessária muita pesquisa para elucidar várias questões apenas sugeridas nestas páginas.

Uma primeira questão que salta aos olhos diz respeito à atuação da Livraria Leite Ribeiro como editora entre sua fundação em 1917 e meados da década de 1920. Aquela que parece ter sido a principal editora do país durante o *boom* editorial que se seguiu à Primeira Guerra Mundial tem sido alvo de pouco estudo até agora. Embora a maioria das pesquisas existentes privilegie o meio editorial paulista como foco, é evidente que o Rio de Janeiro, na sua condição de capital, ainda detinha na década de



15

15 | 16 Capas de Geraldo Orthof, 1931, (esquerda) e de Oswaldo Teixeira (direita) seguem em linhas gerais a estrutura gráfica estabelecida por Di Cavalcanti.



1920 um claro predomínio como polo de produção literária e de comercialização de livros. Portanto, faz-se imprescindível um conhecimento mais aprofundado da casa que dominou esse momento da história editorial carioca, ainda mais sabendo que nela se consolidaram as importantes mudanças de projeto gráfico assinaladas na página 193.

Outro tema de investigação urgente é a história das empresas industriais responsáveis pela impressão dos livros. Mesmo havendo diversas gráficas reconhecidas como referência para a sua época – como é o caso da Empresa Gráfica da Revista dos Tribunais, na década de 1920 –, ainda existe uma escassez de pesquisas que franqueiem aos estudiosos dos impressos um conhecimento mais aprofundado das instalações, aplicações tecnológicas e práticas comerciais dessas empresas. Não resta dúvida de que tais informações poderão ser encontradas mediante uma busca sistemática nas muitas fontes documentais relativas à indústria e ao comércio da época, e alguns pesquisadores já inauguraram esse caminho [Soares de Lima, 1985: 22-43; Martins, 2001: 166-184; Camargo, 2003: 67-69].

Um terceiro tema a ser mais bem investigado diz respeito às trajetórias profissionais seguidas pelos diversos editores, escritores e ilustradores com relação à renovação do meio editorial nas primeiras décadas do século xx. Perdura uma tendência, infelizmente, a dividir em compartimentos estanques o estudo histórico da literatura, das artes gráficas e da atividade comercial, como se estas pudessem ser separadas ao se tratar da reconstituição das práticas editoriais de uma época. Em se tratando de um circuito tão pequeno quanto o nosso meio editorial da década de 1920, a elucidação das relações interpessoais ainda tem muito a revelar.

SANTA ROSA: UM DESIGNER A SERVIÇO DA LITERATURA

Edna Lúcia Cunha Lima & Márcia Christina Ferreira

Entre 1930 e 1937, o setor livreiro no Brasil viveu um surto de industrialização que interferiu diretamente no mercado editorial. Mudanças socioeconômicas deixaram o livro nacional, pela primeira vez na história, em nítida vantagem sobre os livros importados. Durante esse período, Getúlio Vargas ascendeu ao poder e promoveu uma série de mudanças estruturais no ensino público nacional por meio do então Ministério da Educação e Saúde. Para se ter uma ideia do desenvolvimento da indústria livreira na época, o número de editoras brasileiras, cerca de uma dezena, chegou a dobrar entre 1936 e 1944, atingindo um pico de produção na década de 1950, quando contou com 4 mil títulos e publicou cerca de 20 milhões de exemplares ao ano [Hallewell, 1985; Paixão, 1997].

Foi nesse contexto de prosperidade que floresceu uma nova literatura brasileira, publicada e divulgada por editoras como Livraria Schmidt, Ariel e, mais tarde, José Olympio. Novos talentos literários passaram a ter suas ideias lidas e apreciadas pela classe média e mesmo a operária, cada vez mais participantes da vida política e cultural brasileira. A cidade do Rio de Janeiro, capital da República, firmou-se como ponto de encontro de artistas e intelectuais de todo o Brasil. Em um movimento simultâneo de repressão política e de abertura à expressão artística modernista, tão característico do governo Vargas, assistiu-se a uma valorização da cultura popular, uma renovação dos estudos sobre o Brasil e uma intensificação do debate sobre a realidade do país.

O cenário de crescimento vinha sendo pavimentado desde a década anterior pelos editores brasileiros, destacando-se a figura de Monteiro Lobato. O escritor tratou o livro como mercadoria, transformando até agentes da estrada de ferro em livreiros improvisados mediante uma carta que, depois do convite a esses possíveis distribuidores, terminava com o informal “topas?” [Hallewell, 1985; Paixão, 1998]. Embora Lobato seja um dos