



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Tecnologia e Ciências

Escola Superior de Desenho Industrial

Carolina Noury da Silva Azevedo

O design de Victor Burton

Rio de Janeiro

2014

Carolina Noury da Silva Azevedo

O design de Victor Burton



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-graduação em Design, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Orientador: Prof. Dr. Guilherme da Cunha Lima

Coorientador: Prof. Dr. Jorge Lúcio de Campos

Rio de Janeiro

2014

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/CTC/G

A994 Azevedo, Carolina Noury.

O design de Victor Burton / André Carolina Noury Azevedo. - 2014.
188f. : il.

Orientador: Guilherme da Cunha Lima.
Coorientador: Jorge Lúcio de Campos.

Dissertação (Mestrado). Universidade do Estado do Rio de Janeiro,
Escola Superior de Desenho Industrial.

1. Design editorial - Teses. 2. Design – Brasil - História - Teses. 3.
Iconografia - Teses. I. Lima, Guilherme da Cunha. II. Campos, Jorge Lúcio
de. III. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Escola Superior de
Desenho Industrial. IV. Título.

CDU 655.262

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta
tese/dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Carolina Noury da Silva Azevedo

O design de Victor Burton

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-graduação em Design, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Aprovada em 04 de abril de 2014.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Guilherme da Cunha Lima(Orientador)
Escola Superior de Desenho Industrial da UERJ

Prof. Dr. Lauro Cavalcanti
Escola Superior de Desenho Industrial da UERJ

Prof. Dr. Jofre Silva
Escola de Belas Artes da UFRJ

Rio de Janeiro

2014

DEDICATÓRIA

Para Arlinda e Benjamim.

AGRADECIMENTOS

À Luciana Requião;

À minha família, em especial aos meus pais;

Ao querido casal prof. Dr. Guilherme Cunha Lima, meu orientador, e profa. Dra. Edna Cunha Lima;

Aos professores do programa de Pós-Graduação em Design, em especial ao prof. Dr. Jorge Lucio de Campos, meu coorientador;

Aos membros da banca, prof. Dr. Lauro Cavalcanti e prof. Dr. Jofre Silva e professora suplente Dra. Ligia Medeiros;

A todos os funcionários do programa, em especial, Anna Teresa Penalber e Silvia Ludolff;

Aos amigos de turma e agregados, em especial Claudia Fleury, Bruna Di Gioia, Fernanda Martins, Luiz Cláudio Franca, Camila Assis, Alessandro Valério;

Ao colega que se tornou um amigo para vida toda, Claudio Gil;

Aos professores Almir Mirabeau e Francisco do Valle;

A todos os entrevistados, em especial a Victor Burton;

À FAPERJ por ter possibilitado minha dedicação integral à pesquisa.

RESUMO

AZEVEDO, Carolina Noury. *O design de Victor Burton*. 2014. 188f. Dissertação. (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

Victor Burton é um designer que dedicou a maior parte do seu trabalho ao livro. A fascinação por este objeto começou ainda na infância devido ao contato com as obras raras da biblioteca da família, o que aguçou o desejo de se tornar designer exclusivamente para projetar livros. Sua atuação no mercado editorial brasileiro começou no final dos anos 1970, na editora Confraria dos Amigos do Livro. Como o maior interesse de Victor no livro é a relação entre texto e imagem, os livros iconográficos se tornaram seu principal objetivo e são nos livros desta natureza onde melhor conseguimos visualizar seu estilo. Victor desenvolveu uma linguagem gráfica própria que redefiniu o padrão do mercado editorial brasileiro. Numa época em que o projeto gráfico, principalmente a capa do livro, entre tantas cores e atrativos disputam a atenção do consumidor nas prateleiras das livrarias, já não é tão fácil identificar nem a editora nem a autoria do projeto gráfico e da capa. Entretanto, os livros de Victor Burton possuem um estilo que nos permite reconhecer sua assinatura. Desta forma, a questão que norteou este trabalho foi “por que conseguimos identificar os livros do designer Victor Burton?” Sendo assim, o objetivo deste trabalho foi enumerar e identificar os aspectos gráficos que caracterizam o estilo deste designer nos livros iconográficos. Para isso, nos baseamos no método descritivo desenvolvido por Guilherme Cunha Lima, em *O Gráfico Amador*. A partir das características levantadas, pudemos identificar os principais elementos que nos permite reconhecer a autoria dos trabalhos desenvolvidos por Victor Burton. O uso desses aspectos gráficos reflete o trabalho meticuloso do designer Victor Burton que consegue criar uma narrativa visual auxiliando a leitura do texto através de uma nova leitura gráfica, sobretudo nos livros iconográficos.

Palavras-chave: Design editorial. História do design brasileiro. Livro iconográfico.

ABSTRACT

AZEVEDO, Carolina Noury. *The graphic design of Victor Burton*. 2014. 188f. Dissertação. (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

The designer Victor Burton has dedicated the most part of his work to the book. The interest for this object begun in childhood due the contact with rares books that are part of his family's collection, which increased the desire to become designer only to design books. When Victor started to work in the Brazilian editorial market at the end of the 1970s, at the Confraria dos Amigos do Livro house publisher. As the Victor's main interest is the relationship between text and image, the iconographic books became his main goal and are in books of this nature that we can better visualize his style. Victor developed his own graphic language that has redefined the standard of the Brazilian editorial market. At a time when graphic design, especially the book cover, among many colors and attractive vie for consumer attention on the shelves of bookstores, is not so easy to identify neither the publisher nor the author of the graphic design and cover. However, the books of Victor Burton have a style that allows us to recognize your signature. Thus, the question that guided this study was "why we can identify books of Victor Burton?" Thus, the aim of this study was to enumerate and identify graphic aspects that characterize the style of this designer in iconographic books. For this, we based on descriptive method developed by Guilherme Cunha Lima in "O Gráfico Amador". From the characteristics raised, we could identify the major elements that allow us to recognize the authorship of the work of Victor Burton. The use of these graphic aspects reflects the meticulous work of the designer Victor Burton who can create a visual narrative aiding reading the text through a new graphic reading, especially in iconographic books.

Keywords: Editorial design. History of the Brazilian design. Iconographic book.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Capas da <i>Monteiro Lobato & Cia</i>	20
Figura 2 –	Capas de Belmonte para a <i>CEN</i>	22
Figura 3 –	Etiqueta da <i>Casa Garraux</i>	24
Figura 4 –	Etiquetas Livraria José Olympio, São Paulo	25
Figura 5 –	Etiquetas Livraria José Olympio, Rio de Janeiro	26
Figura 6 –	Capas de Santa Rosa	27
Figura 7 –	Capas de Santa Rosa para editora José Olympio	28
Figura 8 –	Etiqueta Livraria José Olympio, Rio de Janeiro	29
Figura 9 –	Etiqueta Livraria Civilização Brasileira	30
Figura 10 –	Logotipo Civilização Brasileira	33
Figura 11 –	Capas Eugênio Hirsch	33
Figura 12 –	Capas Marius Lauritzen Bern	34
Figura 13 –	O designer Victor Burton	39
Figura 14 –	Primeiras capas para a editora <i>Il Formichiere</i>	41
Figura 15 –	Coleção Babel, Franco Maria Ricci	42
Figura 16 –	Capas da Confraria dos Amigos do Livro	43
Figura 17 –	Capas para a <i>Nova Fronteira</i>	44
Figura 18 –	Cartaz da exposição	45
Figura 19 –	Divulgação da exposição	45
Figura 20 –	Capa de Victor Burton para editora <i>Nova Fronteira</i>	47
Figura 21 –	Capa de Ettore Bottini para editora <i>Companhia das Letras</i>	47
Figura 22 –	Logotipos da editora <i>Companhia das Letras</i>	49
Figura 23 –	Capas de Victor Burton para editora <i>Companhia das Letras</i>	50
Figura 24 –	"O ofício do artista por trás das capas"	52

Figura 25 – Pesquisa de capas de outras edições	55
Figura 26 – Pesquisa de imagens	55
Figura 27 – Imagens selecionadas para a capa do livro	56
Figura 28 – Combinação dos elementos selecionados	56
Figura 29 – Versão final da capa e quarta capa do livro	56
Figura 30 – Livro "Festas populares"	57
Figura 31 – Livros vencedores do Prêmio Jabuti	58
Figura 32 – Livros vencedores do Prêmio Câmara Brasileira do Livro	59
Figura 33 – Dicionário Houaiss, livro Ouro Exposição ADG	59
Figura 34 – Capas para a editora francesa <i>Editions de Fallois</i>	61
Figura 35 – Identidade visual Paço Imperial	61
Figura 36 – Identidade visual Aeroplano	61
Figura 37 – Identidade visual IPHAN	61
Figura 38 – Logotipo editora Lacerda	61
Figura 39 – Ex-libris Michel Burton	61
Figura 40 – Identidade visual papelaria Manuscrito	61
Figura 41 – Logotipo editora Intrínseca	62
Figura 42 – Revista Poesia Sempre	62
Figura 43 – Michel Burton	63
Figura 44 – Capas da revista Rio	64
Figura 45 – Capas da revista Senhor	64
Figura 46 – Franco Maria Ricci	65
Figura 47 – Publicações da Franco Maria Ricci	67
Figura 48 – Páginas do álbum <i>Jazz</i>	71
Figura 49 – "Le Portrait de Mounet-Sully"	71

Figura 50 – "L'art d'Aimer"	71
Figura 51 – Páginas do livro "Hypnerotomachia Poliphilli"	73
Figura 52 – Capa e folha de rosto do livro "Caricaturistas Brasileiros"	127
Figura 53 – Elementos do estilo de Victor Burton	144
Figura 54 – Capa do livro "Quando o Brasil era Moderno"	145
Figura 55 – Capa e página interna do livro "Arquitetura Moderna Carioca"	145

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	13
1	O CENÁRIO EDITORIAL BRASILEIRO	18
1.1	Os precursores do projeto gráfico do livro brasileiro	18
1.1.1	<u>Monteiro Lobato</u>	18
1.1.2	<u>Octalles Marcondes Ferreira e a <i>Companhia Editora Nacional</i></u>	21
1.1.3	<u>José Olympio e sua livraria editora</u>	24
1.1.4	<u>Ênio Silveira e a editora <i>Civilização Brasileira</i></u>	29
1.2	A produção editorial nos "anos de chumbo" (1969-1974)	35
2	O DESIGNER VICTOR BURTON	39
2.1	A trajetória no mercado editorial brasileiro	39
2.1.1	<u>O início da atuação no Brasil</u>	40
2.1.2	<u>A editora <i>Nova Fronteira</i></u>	43
2.1.3	<u>A editora <i>Companhia das Letras</i></u>	48
2.2	Um designer de livros	53
2.3	As origens de um estilo	62
3	DESCRIÇÃO DOS LIVROS DE VICTOR BURTON	75
3.1	Aplicação da ficha descritiva	76
4	OS LIVROS DE VICTOR BURTON	126
4.1	As características do livro iconográfico	130
4.2	Análise do estilo de Victor Burton	134
	CONCLUSÃO	147
	BIBLIOGRAFIA	150
	APÊNDICE 1 - Entrevistas realizadas com o designer Victor Burton.....	158
	APÊNDICE 2 - Lista dos livros iconográficos de Victor Burton.....	180
	APÊNDICE 3 - Matéria "O ofício do artista por trás das capas"	186

INTRODUÇÃO

Ao longo da história do design editorial brasileiro, a preocupação com o projeto gráfico do livro e com a construção de uma identidade visual nem sempre foi uma constante entre os editores. Podemos dizer que somente a partir do início do século XX, o mercado livreiro passou por uma revolução estética trazendo uma qualidade gráfica e visual a este produto. Através dos trabalhos de Tomás Santa Rosa, Eugênio Hirsh e Marius Lauritzen Bern o moderno livro brasileiro atingiu um padrão gráfico de excelência. Entretanto, a crise do petróleo e as censuras impostas pelo regime militar durante os anos 1970 deram início a um período de marasmo cultural que, somados aos avanços tecnológicos marcaram uma fase de uma certa “decadência” do projeto gráfico do livro brasileiro, por se tratar de um momento de experimentação e de adaptação aos novos recursos. É diante desse cenário que se dá a chegada de Burton ao Brasil.

Nascido no Brasil, em 1956, Victor passou boa parte da infância na Itália, quando aos sete anos de idade se mudou com a família para Milão onde morou até os 21 anos. O interesse pelo livro começou quando ainda criança através do contato com os livros da biblioteca da família, repleta de obras raras, com edições encomendadas por bibliófilos, de modo que seu acesso só era permitido se acompanhado para não correr o risco de causar algum dano a esses livros. Esse controle ao acervo aguçou ainda mais seu interesse pelo livro e Victor decidiu se tornar designer, principalmente, para projetar este tipo de artefato. Apesar de realizar trabalhos em outras áreas do design, podemos dizer que Victor Burton é um designer de livros. Seus primeiros trabalhos foram desenvolvidos ainda na Itália para as editoras *Il Formichiere* e *Franco Maria Ricci*. Sua atuação no mercado editorial brasileiro começou no final dos anos 1970 quando retornou ao país, à convite de Carlos Lacerda, para trabalhar na editora *Confraria dos Amigos do Livro*.

Lima (2012) divide a história do moderno design brasileiro em quatro fases: precursores, pioneiros, contemporâneos e digital. A primeira fase compreende o período do Brasil colônia e vai até a República. A fase dos pioneiros engloba os anos de 1922 até o ano de conclusão da primeira turma da ESDI (Escola Superior de Desenho Industrial), por volta de 1967. É durante este período que o projeto gráfico do livro passou a ganhar maior atenção dos editores, em especial José Olympio e Ênio Silveira, muito em decorrência dos esforços de Monteiro Lobato em expandir o mercado do livro no Brasil. A atuação do designer Victor Burton se inicia no período seguinte, dos contemporâneos, que vai até o final do século xx. A última fase, a digital, começa na virada do século XXI e continua até os dias de hoje. Ainda

atuante no mercado editorial nacional e internacional, Victor Burton acompanhou e participou da transição de uma fase para outra, da passagem do trabalho manual para o digital. De acordo com o designer, no período em que começou a atuar no Brasil

havia uma estética gráfica um pouco automática, um pouco autoritária, em que predominava um estilo diurno, claro, inspirado sobretudo na herança de Bauhaus. Apareci, então, com um estilo mais enfeitado, mais eclético, baseado em uma variedade gráfica maior. É o que eu chamo de barroco. Com o passar do tempo, porém, o mercado começou a apostar no ecletismo, no barroco, enquanto eu comecei a fazer o percurso contrário e passei a trabalhar com soluções mais simples. Eu estive quase sempre na contramão (BURTON, 2012a).

Outro designer contemporâneo a Victor é João Baptista da Costa Aguiar. Nascido em 1948, João também se opôs à raiz racionalista com um trabalho contestador. Assim como Victor, João também utilizou a tipografia como ferramenta para romper com determinados padrões modernistas da época. Leon (2006) relata o episódio em que João apresentou peças gráficas para a Prefeitura de São Paulo nas quais ele utilizou o tipo Kabel: “foi uma chiadeira. Fiz os testes de velocidade, medi o coeficiente de leitura, era igual. No entanto, os tipos Kabel são mais sutis que a Helvetica. Mas o cânone dos designers era a Helvetica, e isso, para mim, demonstra o desconhecimento da riqueza tipográfica” (LEON, 2006, p. 127).

Como o principal interesse de Victor no livro é a relação entre texto e imagem, ele procurou se dedicar mais aos projetos que apresentassem essa característica, como por exemplo o livro iconográfico, foco desta pesquisa. São nos livros desta natureza onde melhor podemos visualizar o estilo de Victor Burton em função da maneira com a qual ele trata cada página do livro, utilizando as próprias imagens da iconografia abordada na obra como elementos decorativos da página.

Ao nos debruçarmos sobre os trabalhos de Burton, percebemos que seus livros apresentam um estilo próprio que nos permite reconhecer a autoria do seu trabalho. Atualmente, numa época em que o projeto gráfico, principalmente a capa do livro, entre tantas cores e atrativos disputam a atenção do consumidor nas vitrines e livrarias, já não é tão fácil identificar a editora tampouco a autoria do (projeto gráfico do) livro. Entretanto, Victor Burton, dono de um repertório visual e gráfico muito particular, consegue ainda atribuir uma singularidade a seus livros o que nos permite identificar sua autoria. Desta forma, a questão que motivou esta pesquisa foi: Quais são os elementos que nos permitem identificar a autoria dos projetos gráficos de Victor Burton?

Reconhecido e respeitado no meio editorial brasileiro, Victor Burton já conquistou diversos prêmios, como o Jabuti e o prêmio Aloísio Magalhães, entre outros. Acreditamos que

os prêmios não são sinônimos de qualidade, porém, eles legitimam socialmente o trabalho de Burton de modo que uma pesquisa voltada para o seu trabalho se torna relevante ao contribuir para a construção e preservação da memória e da história do design editorial brasileiro.

Apesar de ser um designer contemporâneo, essa proximidade temporal possibilitou um maior enriquecimento da pesquisa, uma vez que foi possível ter acesso a informações e imagens fornecidas pelo próprio designer. Além de Victor Burton, contamos com as colaborações de Isabella Perrotta, ex-sócia de Victor nos anos 1990, e de Sebastião Lacerda, ex-diretor da editora *Nova Fronteira* e atual editor da *Bem-Te-Vi*, com dados a respeito do objeto e do período analisados.

Como a questão norteadora deste trabalho foi compreender por que conseguimos identificar a autoria do projeto gráfico dos livros de Victor Burton, sobretudo nos livros iconográficos, nosso objetivo foi apontar os principais aspectos gráficos que tornam possível reconhecermos o estilo deste designer. Como destaca Sebastião Lacerda (2012), em entrevista,

ocorrência de uma citação em bloco, com uma indentação de 40 pixels em relação ao texto principal. O texto da citação é: "você pedir um projeto ao Victor, você tem duas certezas: a primeira de que ao olhar você vê que o projeto foi assinado por ele. Não quer dizer ele faça projetos iguais, jamais. Os projetos dele são absolutamente originais, mas ele tem uma assinatura. E a segunda certeza é a de que vai ser um projeto lindo (LACERDA, 2012)."

Para isso, propomos uma ficha de catalogação, baseada no modelo descritivo desenvolvido por Guilherme Cunha Lima (1997), em *O Gráfico Amador*, para classificar e descrever cinquenta livros deste designer. Utilizando e adequando a ficha de catalogação como um parâmetro de análise já desenvolvido e aplicado em outras pesquisas como um instrumento próprio e particular do campo da História do Design Brasileiro, estamos dando suporte e maior autonomia para pesquisas nessa área além de ampliar a compreensão do próprio campo de conhecimento ainda em construção.

Além da ficha de catalogação, utilizamos como metodologia as técnicas da história oral que questiona a tradição historiográfica centrada em documentos oficiais. "História oral é um recurso moderno usado para a elaboração de documentos, arquivamento e estudos referentes à vida social de pessoas. Ela é sempre uma *história do tempo presente* e também conhecida por *história viva*" (BOM MEIHY, 1996, p.13). Centrada na figura do entrevistador, do entrevistado e do aparato tecnológico para gravação, a história oral "é sempre uma *história do tempo presente* e também conhecida por *história viva*" (IDEM, p. 13).

Utilizando das técnicas da história oral, realizamos entrevistas com Victor Burton, disponíveis no apêndice 1 desta dissertação, e outros designers e editores que acompanharam sua trajetória profissional. O conteúdo das entrevistas, aprimoradas com o desenvolvimento dos aparatos tecnológicos, somada à digitalização do acervo iconográfico do trabalho de Victor Burton compõem o *corpus* principal desta pesquisa.

Desta forma, estruturamos esta dissertação da seguinte maneira: no primeiro capítulo apresentamos uma contextualização do cenário editorial brasileiro precedente à chegada de Victor Burton. O resgate do nosso passado histórico se torna fundamental para compreendermos nossas ações contemporâneas. Desta forma, destacamos a participação de Monteiro Lobato, Octalles Marcondes Ferreira, José Olympio e Ênio Silveira na transformação do livro em uma mercadoria popular de qualidade gráfica e dos designers Tomás Santa Rosa, Eugênio Hirsh e Marius Lauritzen Bern na consolidação de um projeto gráfico e de uma identidade para o livro nacional. Com isso, as editoras *Companhia Editora Nacional*, *José Olympio* e *Civilização Brasileira* foram exemplos de excelência em vários aspectos da produção editorial.

No capítulo 2 descrevemos a trajetória profissional de Victor Burton a partir de seus primeiros trabalhos realizados nas editoras italianas *Il Formichiere* e *Franco Maria Ricci*. À convite do político e jornalista Carlos Lacerda, fundador da editora *Nova Fronteira*, Victor chegou ao Brasil para trabalhar na *Confraria dos Amigos do Livro* com o intuito de a transformar em uma editora especializada em livros de arte, seguindo os moldes de Franco Maria Ricci. Com a morte de Lacerda, se tornou o designer exclusivo da *Nova Fronteira* durante seis anos quando foi convidado por Luiz Schwarcz para trabalhar na *Companhia das Letras*. Além da trajetória profissional, identificamos também as principais referências que deram origem ao seu estilo como o pai Michel Burton, o editor italiano Franco Maria Ricci, os *livres d'artiste* franceses e os livros do Renascimento.

Levando em consideração as particularidades de cada trabalho, no capítulo 3 apresentamos um modelo de ficha descritiva, baseada no modelo proposto por Guilherme Cunha Lima, em *O Gráfico Amador*, a fim de realizar uma descrição sistemática de 50 livros projetados por Victor Burton. Através desta pesquisa fizemos um levantamento dos livros iconográficos produzidos por Victor Burton desde 1977. No total foram 253 livros, até meados do ano de 2013, sendo 50 deles descritos de forma sistemática neste trabalho. A listagem desses títulos (disponível no apêndice 2) bem como algumas das suas imagens foram fornecidas pelo próprio designer, outras foram digitalizadas a partir de um acervo pessoal.

No capítulo 4 apresentamos as principais características do livro iconográfico, como por exemplo, conter imagens de diversas origens de um determinado assunto podendo ser elas pintura, escultura, glíptica, cartografia, gravura, fotografia etc. Os livros de Burton são formados por essas imagens documentais – que fazem parte do acervo – e por imagens decorativas que muitas vezes são provenientes dessas mesmas imagens documentais e/ou podem ser elementos decorativos tipográficos, como florões e vinhetas. Através de uma análise mais detalhada de dez livros, buscamos destacar os elementos característicos e mais recorrentes no seu trabalho, o que torna possível reconhecermos a autoria do seu projeto gráfico.

Após a análise dos livros de Burton, pudemos observar que os temas abordados nos livros iconográficos são, geralmente, relacionados à história e à arte do século XIX. Como Victor faz questão de apresentar uma relação entre o projeto gráfico e a estética do momento histórico tratado no livro, esse estilo acabou se tornando uma forte característica do seu trabalho. Essa referência a um determinado período se dá, muitas vezes, através da escolha tipográfica que Victor procura detalhar no *colophon*, trazendo informações sobre o autor e o ano de criação.

Dentre os elementos mais característicos do seu trabalho destacamos o uso de parte das imagens iconográficas como elementos decorativos, o uso de imagens ampliadas, o uso de ornamentos e de elementos decorativos tipográficos e a escolha de famílias tipográficas serifadas. Utilizando esses recursos gráficos, através de um trabalho meticuloso, Victor Burton constrói uma narrativa visual que auxilia a leitura do texto tornando-a mais agradável e prazerosa.

1 O CENÁRIO EDITORIAL BRASILEIRO: UM PANORAMA DOS ANTECESSORES

1.1 Os precursores do projeto gráfico do livro brasileiro

Os anos de 1930 representam um marco fundamental na história do Brasil. No setor livreiro houve um aumento do público leitor que, na ânsia por uma consciência nacional, buscava conhecer melhor seu país e seus problemas. Além disso, as altas taxas de câmbio forçaram o aumento da substituição de importações em toda a economia, inclusive no comércio de livros que, associado ao surto de industrialização brasileira, deixou a produção do livro nacional à frente do importado, conforme aponta Paixão (1998). Com este cenário, os anos 1930 marcaram o apogeu da literatura nacional.

Porém, esse panorama de crescimento já vinha se anunciando desde o início do século XX através do trabalho realizado por Monteiro Lobato. Seus esforços em transformar o livro em uma mercadoria, já indicava uma mudança no comércio de livros do país. Seguido por Octalles Marcondes Ferreira, José Olympio e Ênio Silveira, também responsáveis pelo desenvolvimento editorial, sobretudo no que diz respeito à aparência do livro. Desta forma, os trabalhos de Tomas Santa Rosa para a editora *José Olympio*, de Eugênio Hirsch e Marius Lauritzen Bern para a editora *Civilização Brasileira* contribuíram para a afirmação do trabalho do designer no mercado editorial e para a evolução do projeto gráfico do livro brasileiro.

A seguir veremos como o trabalho desses editores e designers contribuiu para a consolidação do livro no século XX não apenas pela cuidadosa seleção de textos, mas também pela dedicação no tratamento estético conferido aos livros.

1.1.1 Monteiro Lobato

Monteiro Lobato foi um editor que trouxe importantes contribuições para o mercado editorial brasileiro. Sua atuação no período entre 1918 e 1925 foi considerada por muitos como revolucionária em função de tentar transformar o livro – um produto destinado a uma determinada elite cultural – em uma mercadoria capaz de ser consumida pela população em

geral. A partir desta visão comercial sobre o livro, Lobato estabeleceu diversas estratégias para aumentar a comercialização deste produto.

O início da atividade editorial de Monteiro Lobato começou em 1918 ao adquirir as ações da *Revista do Brasil*, da qual já era colaborador. Fundada em 1916 por Luís Pereira Barreto, Plínio Barreto, Júlio Mesquita e Alfredo Pujol, a *Revista do Brasil* era o veículo em circulação mais lido e importante do cenário cultural brasileiro. Ao transformar suas bases em uma editora, a *Monteiro Lobato & Cia.*, começou publicando livros de sua própria autoria ora sob o novo selo, ora sob a chancela de *Edições da Revista do Brasil* (SIMONATO, 2010). Com dificuldades na distribuição de seus livros, Lobato percebeu a falta de organização da atividade editorial brasileira e identificou seu maior problema – a escassez de pontos de venda. A partir daí, deu início a uma revolução no setor.

Uma de suas ações foi aumentar os pontos de venda colocando o livro em consignação em todos os tipos de lojas de varejo desde farmácias, bancas de jornal a bazares, evitando apenas os açougues com receio de manchar os livros de sangue, como nos conta Hallewell (2005). Assim conseguiu aumentar seus pontos de venda das pouco mais de 30 livrarias, para quase dois mil distribuidores. Outro fato importante na sua atuação foi contribuir para o renascimento literário dando prioridade a autores ainda desconhecidos pelo público, quando a maioria dos editores preferia publicar os autores já consagrados.

A fim de baratear o preço de capa do livro, Lobato passou a importar o seu próprio papel e, desta forma, abandonou o formato francês do in-oitavo (16,5 x 10,5 cm) ou do longo in-doze (17,5 x 11,0 cm) até então utilizado pelos demais editores, e passou a publicar seus livros no formato 16,5 x 12,0 cm. Ao introduzir esse formato menor, Monteiro Lobato conseguiu diminuir o preço de capa do livro, tornando-o mais popular e mais acessível a grande massa.

Além das contribuições relacionadas à distribuição e comercialização do livro, Lobato também trouxe inovações estéticas e estilísticas ao campo do design editorial. Ao trazer um novo estilo na escrita de seus livros, acabou criando um novo mercado para este produto. E, ao investir na publicidade em jornais para divulgação dessa mercadoria – uma prática que não era bem vista pelos livreiros e nem pela elite da sociedade –, Lobato percebeu que a capa do livro era um elemento importante e um atrativo comercial merecendo, assim, uma atenção especial. Desta forma, contratou artistas como Antônio Paim, Belmonte (Benedito Bastos Barreto), Juvenal Prado, Di Cavalcanti, Votolino (Lemmo Lemmi) entre outros para ilustrar e colorir suas capas tornando-as mais atraentes, como podemos observar na figura 1, além de importar tipos novos e modernos para melhorar a aparência interna dos livros.

Ao contratar artistas para ilustrar seus livros, Lobato foi considerado por alguns autores como um dos pioneiros do livro de artista brasileiro. Porém, entendemos que o livro de artista não apresenta as características comerciais que Lobato tanto almejava atribuir ao livro. Pelo contrário, o livro de artista é um artefato destinado a uma pequena elite cultural. No próximo capítulo, discutiremos um pouco mais a respeito do livro de artista.

Figura 1 - Capas da *Monteiro Lobato & Cia*



(a)

(b)

(c)

(d)

(e)

Legenda: (a) - J. Prado, 1920; (b) - Voltolino, 1920; (c) - Paim, 1920; (d) - Di Cavalcanti, 1921; (e) J. Prado, 1922.

Fonte: MELO; RAMOS (2011) e SIMIONATO (2010).

Com esta visão sobre a capa do livro, Lobato rompeu com o hábito que havia de se mandar encadernar uma brochura com capa dura, o que era muito comum até o início do século XX, mantendo assim a capa original do livro. De acordo com Cardoso (2005), “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” (p.168).

Além da atenção dedicada à capa do livro, Lobato também se preocupava com a aparência interna dos livros. Porém, mudar a diagramação não era suficiente para melhorar a estética do miolo do livro, era preciso importar tipos novos e modernos. Na tentativa de melhorar a aparência gráfica dos livros e não depender da indústria gráfica brasileira, Lobato começou a importar papel e tipos novos montando sua própria oficina gráfica, em 1919 (HALLEWELL, 2005). A partir daí, a empresa passou a adotar o nome “Monteiro Lobato & Cia.”

Ao lado de Octalles Marcondes Ferreira, um jovem de 18 anos contratado a princípio como guarda-livros, Lobato conseguiu unir gráfica e editora em uma única organização e implementar todas essas inovações no meio editorial, fazendo da *Monteiro Lobato & Cia.*

uma líder na venda de livros. Com a prosperidade nos negócios, Lobato resolveu expandir ainda mais suas instalações transferindo-se para um espaço maior, em abril de 1924. Entretanto, apesar de já ter passado o *boom* do pós-guerra e das taxas de câmbio desfavoráveis, Lobato decidiu ampliar ainda mais seus negócios importando modernas máquinas de impressão e acabamento dos Estados Unidos. Montou, assim, a maior e mais bem equipada oficina gráfica para impressão de livros no Brasil (PAIXÃO, 1998).

Apesar do otimismo de Lobato, uma série de acontecimentos acabaram por instaurar uma crise na *Gráfica e Editora Monteiro Lobato*. Podemos citar a recessão econômica que tornou a importação de papel muito cara, as movimentações políticas como o Tenentismo que paralizaram as máquinas da gráfica, a grande seca que acarretou numa drástica redução de energia elétrica fazendo com que Lobato se endividasse ainda mais na tentativa frustrada de instalar um gerador para manter sua produção. Acrescente-se a isso, a insatisfação do presidente Bernardes às críticas de Lobato a seu governo suspendendo as negociações entre as duas partes.

A situação crítica e o aumento das dívidas levaram Lobato a decidir pelo fechamento da empresa, em 1925. Os equipamentos importados pela *Gráfica e Editora Monteiro Lobato* foram vendidos para antigos associados de Lobato e Octalles – Natal Daiuto e Sevério D’Agostino – mantendo desta forma uma parceria com um dos melhores produtores gráficos da época. Hallewell (2005) comenta a importância deste fato:

Desse modo, não apenas permaneciam disponíveis muitas das excelentes impressoras de Lobato, como, o que era também importante, continuavam a funcionar sob a direção de Daiuto, consumado artista em produção e planejamento gráficos, cujo trabalho estabeleceu um padrão para todo o desenvolvimento posterior da aparência física do livro brasileiro (p.349).

Mesmo com a falência da empresa, a atuação de Monteiro Lobato no cenário editorial brasileiro não se encerra aqui. Apenas dois meses após o colapso, Octalles conseguiu convencer o sócio a construir uma nova editora: a *Companhia Editora Nacional (CEN)*.

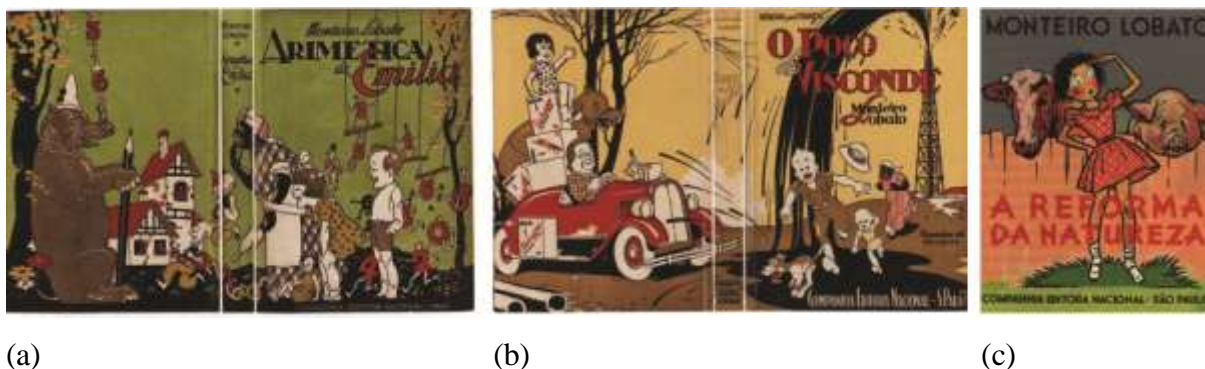
1.1.2 Octalles Marcondes Ferreira e a *Companhia Editora Nacional (CEN)*

A *Companhia Editora Nacional* foi um marco na história editorial brasileira. Fundada em 1925, a *CEN* foi construída nas bases da empresa falida. Certo de que o investimento no

setor gráfico da *Monteiro Lobato & Cia.* foi o que causou a sua falência, Octalles quis restringir a *Nacional* às atividades editoriais. Mantendo a parceria, os sócios inverteram as posições: Octalles ficou à frente dos negócios em São Paulo e Lobato passou a dirigir uma filial no Rio de Janeiro, o que lhe deixou com mais tempo para escrever.

Pouco tempo após a inauguração da editora, Lobato foi para os Estados Unidos assumir o cargo de adido comercial brasileiro em Washington onde começou a fazer investimentos no mercado financeiro. Com a quebra da Bolsa de Valores, em 1929, teve que vender suas ações da *CEN* para o irmão de Octalles, Themistocles Marcondes Ferreira, encerrando sua participação na direção da sociedade. Porém, Lobato continuou contribuindo com a *Nacional* como escritor.

Figura 2 - Capas de Belmonte para a *CEN*



Legenda: (a) - 1935; (b) - 1937; (c) - 1941.

Fonte: MELO; RAMOS (2011) e HALLEWELL (2005).

Mantendo o mesmo padrão gráfico da empresa anterior, como podemos observar na figura acima, a *Nacional* diversificou sua produção para atingir diversas fatias do mercado, ampliando ainda mais sua atuação. Desta forma, passou a organizar suas obras em séries ou coleções.

A especialização do livro, pelo perfil do leitor, permitia à *Nacional* uma organização interna também especializada. Cada coleção ganhava um responsável que deveria acompanhar atentamente os movimentos do mercado, selecionar os manuscritos adequados e perceber, pelo conhecimento das práticas culturais em torno dos leitores almejados, as novas possibilidades de expansão do livro naquela determinada fatia do mercado (TOLEDO, 2010, p. 142).

Com esta organização, cada coleção ficava sob a responsabilidade de um organizador especializado o que conferia uma legitimação da seleção, além de funcionar como publicidade

para o público que confiava na escolha desses textos. Desta forma, a *CEN* se tornou uma editora comprometida com a educação do público leitor.

A *CEN* ficou conhecida como uma das maiores e mais importantes editoras dedicadas ao livro didático no Brasil. A escolha por esse segmento de mercado não foi por acaso. As transformações ocorridas no cenário internacional, como a alta da taxa de câmbio, após a Primeira Guerra Mundial, dificultaram a importação dos insumos estrangeiros. Nesse sentido, os livros didáticos eram o investimento mais seguro para a editora.

A ideia de que a Nacional constitui e reproduz em suas publicações a cultura nacional e universal, contribuindo para o desenvolvimento da nação brasileira, é eixo fundamental da formação do empreendimento, a começar pelo próprio nome da empresa, que, por um lado, propõe a unificação do território em termos de distribuição comercial e, por outro, sugere a identidade cultural constituída pelos livros por ela produzidos (TOLEDO, 2010, p. 146).

Em 1932, Octalles adquiriu a editora *Civilização Brasileira*, fundada em 1929. No início, a *Civilização Brasileira* funcionava como um ponto de venda da *Nacional* no Rio de Janeiro. Logo em seguida, Octalles passou a utilizar os dois selos concentrando as publicações de livros didáticos e de literatura infantil na *CEN*, como podemos observar na figura a seguir, e as demais obras na *Civilização Brasileira* (MARIZ, 2005).

Os anos 1930 foram de expansão para a Editora *Nacional*. A Revolução de 1930 e a reforma do ensino Francisco de Campos marcaram o desenvolvimento e expansão do ensino secundário. Porém, a partir dos anos 1940, a *Nacional* começa a passar por dificuldades. Primeiro com a reforma Capanema que obriga as editoras a adequarem as edições de todos os livros didáticos em um curto período de tempo. Soma-se a isso a saída de um grupo de professores responsáveis pela execução do programa de livros didáticos para fundar a *Editora Brasil*, que se tornaria a principal concorrente da *CEN* na publicação de livros didáticos e infantis. Para completar o quadro, a saída de Arthur Neves, principal auxiliar de Octalles, que fundou a editora *Brasiliense* e levou junto Monteiro Lobato e os direitos de edição de suas obras. Se por um lado a saída de Neves foi um desfalque para Editora *Nacional*, por outro possibilitou a entrada de Ênio Silveira no mercado editorial, em 1944 (PAIXÃO, 1998).

Apesar dessas dificuldades, a *CEN* foi a maior editora de livros de São Paulo nos anos 1930. Com o fim da Segunda Guerra Mundial e a expansão do ensino universitário, Octalles, que já vinha procurando investir nessa área desde 1931, aumentou ainda mais sua produção liderando também neste setor do mercado. Mas foi somente nos anos 1950, durante o governo de Juscelino Kubitschek, que houve uma expansão significativa do ensino superior, o que fez

com que a *Nacional* atingisse o auge da produção se tornando a editora mais lucrativa deste período, conforme aponta Hallewell (2005).

A partir dos anos 1960 há uma estagnação da produção da *CEN* que começa a decair progressivamente nos anos 1970. Porém, essa aparente queda quantitativa, na verdade esconde um crescimento qualitativo. Com a expansão do mercado editorial e da concorrência, Octalles passou a investir na melhoria gráfica dos seus livros. “Os livros, que, até então, tinham, em sua maioria, uma apresentação gráfica modesta e econômica (poucas ilustrações e menos ainda em cores, formatos pequenos), passaram a ser retrabalhados no sentido de modernizar a forma e o conteúdo” (HALLEWELL, 2005, p. 381).

Com a morte de Octalles, em 1973, seus irmãos, esposa e filhos herdaram as ações da *Nacional*. Porém, nenhum deles tinha interesse nem experiência no ramo editorial e, infelizmente, não queriam que o cargo fosse ocupado pelo genro de Octalles, Ênio Silveira. Desta forma, os herdeiros optaram pela venda da *Companhia Editora Nacional*. A editora *José Olympio* se interessou em adquirir as ações, mas para isso foi preciso solicitar um financiamento pelo BNDE (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico), atual BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social). Com a dificuldade financeira de José Olympio, a *Editora Nacional* se tornou propriedade do banco que acabou vendendo para o Instituto Brasileiro de Edições Pedagógicas (Ibep), em 1980.

1.1.3 José Olympio e sua livraria editora

Figura 3 - Etiqueta da *Casa Garraux*



Fonte: MACHADO, 2003.

José Olympio Pereira Filho nasceu em 1902, na cidade de Batatais, interior de São Paulo. Vindo de uma família de origem humilde, sua relação com o livro começou quando conseguiu um emprego em uma das principais livrarias, a tradicional *Casa Garraux*, na cidade de São Paulo, aos 16 anos de idade. Frequentada pela elite da cidade de São Paulo, “a

Casa Garraux se sobressaía como o local mais cobiçado para adquirir as ferramentas indispensáveis ao trânsito pelas esferas da alta sociedade e convívios culturais” (SORÁ, 2010, p.64).

A princípio, ao ir trabalhar nesta famosa livraria, o objetivo de José Olympio era juntar dinheiro para pagar seus estudos de Direito e se tornar promotor, mas a carga horária não permitia que ele conciliasse o trabalho e os estudos. O interesse e a dedicação pelo negócio do livro foram tantos que logo deixou de abrir caixotes de livro para se tornar auxiliar de venda, depois balconista até chegar ao maior cargo, de livreiro-gerente, em 1926 (HALLEWELL, 2005). De acordo com Sorá (2010),

na Casa Garraux, a livraria oferecia, muito mais do que as outras seções, bens e espaço para a expressividade das oposições sociais fundamentais do campo do poder. Nesse entorno, a posição do livreiro-gerente era uma plataforma privilegiada de observação e mediação dessas contendas. Dessa qualidade deriva uma lógica de privilégios (p.70).

O privilégio de ter contato direto com autores, políticos e intelectuais da elite da sociedade paulista, somado ao jeito carismático de José Olympio, lhe garantiu muitas amizades no período em que trabalhou na *Casa Garraux*. Mais tarde, ao se tornar editor, esses laços se tornaram uma vantagem perante os demais editores concorrentes do período.

O trabalho independente de livreiro de José Olympio começou em 1930, quando adquiriu o acervo particular do consagrado advogado e bibliófilo Alberto Pujol, dono da maior biblioteca particular do Estado, com as mais ricas coleções brasileiras. Pujol possuía um vasto acervo que contava com edições especiais para bibliófilos, além de outros títulos. Com a morte do advogado bibliófilo, sua família ofereceu a biblioteca particular para o Estado, que não teve interesse em comprá-la. Foi quando José Olympio fez uma oferta à família e adquiriu suas obras. Logo em seguida, o futuro editor adquire o acervo do também advogado e colecionador de livros raros Estêvão de Almeida. Com essas duas bibliotecas, aos 28 anos, inaugurou a *Livraria José Olympio*, em 29 de novembro de 1931, na cidade de São Paulo (HALEWELL, 2005).

Figura 4 - Etiquetas Livraria José Olympio, São Paulo



Fonte: MACHADO, 2003.

Em posse deste patrimônio cultural e das obras brasileiras, José Olympio passou a dominar a edição da literatura nacional, se destacando na difusão da cultura autenticamente brasileira. Sorá (2010) nos chama atenção para o fato de “a venda no comércio livreiro das ‘riquezas’ impressas da biblioteca Pujol representou não só a difusão de um fundo bibliográfico, mas também a desacralização e declínio de um tempo em que a cultura era privilégio das elites” (p. 29). Desta forma, a editora ou “Casa” como chamava seu proprietário, era um pólo produtor e irradiador de cultura (PAIXÃO, 1998).

Logo um mês após ter inaugurado a livraria, José Olympio lança seu primeiro empreendimento editorial com o livro *Conhece-te pela Psicanálise*, tradução de um popular livro norte-americano, de Joseph Ralph. De acordo com Hallewell (2005), “o livro teve o mais completo êxito e foi reimpresso continuamente no curso dos vinte anos seguintes” (p. 436). Porém, podemos considerar que a atividade de editor de José Olympio teve início ainda quando era balconista da *Casa Garraux* quando já tinha o costume de indicar livros a clientes, sugerir a editores títulos para publicação e aconselhar a compra e venda de livros raros.

A Revolução Constitucionalista de 1932, que visava derrubar o governo provisório de Getúlio Vargas e promulgar uma nova Constituição para o país, trouxe uma instabilidade política e econômica e um conseqüente marasmo comercial e cultural. Com isso, José Olympio transferiu seus negócios para a então capital do Brasil, a cidade do Rio de Janeiro, em 1934, se estabelecendo a Rua do Ouvidor, onde já habitava a maioria dos romancistas do norte e do nordeste – alvo de interesse do editor que desejava divulgar a literatura nacional. Podemos dizer que dois fatores contribuíram para a prosperidade dos negócios: a política editorial adotada pela *Casa* que efetuava o pagamento antecipado dos direitos autorais e, o tratamento diferenciado conferido a seus autores, privilegiando a amizade e as relações sociais.

Figura 5 - Etiquetas Livraria José Olympio, Rio de Janeiro



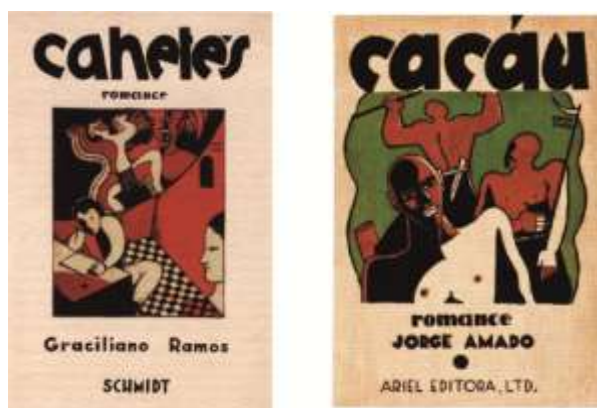
Fonte: MACHADO, 2003.

Além da divulgação da cultura nacional, José Olympio foi outro editor que dedicou uma atenção especial ao acabamento dos seus livros. Ao contratar o designer paraibano Tomás Santa Rosa, em 1935, para desenvolver os projetos gráficos e as capas dos livros investiu em um

projeto gráfico diferenciado criando uma identidade visual para a editora, como vemos na figura 8. Desta forma, Hallewell (2005) observa que José Olympio se destacou da “insípida mediocridade dos concorrentes” (p. 462).

Os primeiros trabalhos desenvolvidos por Santa Rosa foram para a editora *Schmidt*, em 1933, e para a editora *Ariel*, em 1934 (fig. 6), duas importantes editoras na concepção do livro nacional moderno dedicada à literatura brasileira, especialmente aos títulos modernistas. O livro *Caetés*, de Graciliano Ramos, foi o primeiro projeto gráfico desenvolvido por Santa Rosa para a editora *Schmidt* e o livro *Cacau*, romance de Jorge Amado, editado pela *Ariel*, com ilustrações modernistas lançou Santa Rosa no mercado editorial. Na opinião de Lima e Ferreira (2005), “*Cacau* pode ser considerado seu melhor e mais completo trabalho dessa fase, com uma solução harmônica para a capa e miolo ilustrados” (p. 205).

Figura 6 - Capas de Santa Rosa



(a)

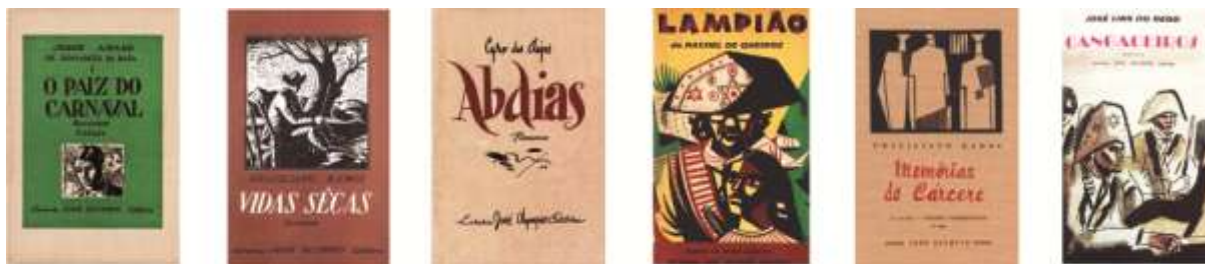
(b)

Legenda: (a) - capa para editora Schmidt; (b) - capa para editora Ariel.

Fonte: LIMA; FERREIRA, 2005.

Ao ser contratado pela *José Olympio* como produtor gráfico, Santa Rosa passou a ser responsável pelo design do livro, desde a projeção das fontes e a mancha gráfica do texto até a elaboração das capas. “Está claro que começou aí para Santa Rosa uma etapa diferente, submetendo sua criação plástica, antes desinibida, a um planejamento editorial, levando em conta custos e padronizações” (IDEM, p. 209). O trabalho desenvolvido por Santa Rosa ao longo de sua carreira foi fundamental para a renovação estética do livro nacional nos anos de 1930 e 1940.

Figura 7 - Capas de Santa Rosa para a editora José Olympio



Fonte: LIMA; FERREIRA (2005) e MELO (2011).

Santa Rosa foi o principal responsável pelas capas, ilustrações e projetos gráficos dos livros editados pela *Casa* – e por todo cuidado gráfico que acabou virando uma marca da editora – até 1956, ano de sua morte durante uma viagem à Índia. A partir daí, diversos designers passaram a contribuir com a *José Olympio* como o pernambucano Luís Jardim e, em seguida, o paranaense Poty. “Depois de uma passagem brilhante pela *Civilização Brasileira*, chegou o austríaco Eugênio Hirsch; em seguida veio Gian Calvi, que na década de 1970 teve papel importante na renovação do design gráfico de nossos selos, e mais Cecília Banhara e Antonio Herranz, para só citar os fixos da Casa” (PEREIRA, 2008, p. 33).

De acordo com Sorá (2010), no período de 1938 a 1944, a editora *José Olympio* estava ocupando o terceiro lugar no ranking das editoras brasileiras, tendo publicado 592 títulos (sendo 125 deles apenas neste último ano) ficando atrás apenas da *Livraria do Globo* e do binômio *Companhia Editora Nacional* e *Civilização Brasileira*, que nessa época era ainda apenas uma distribuidora da *CEN*. A editora, apesar de simpatizar com o governo de Getúlio Vargas, sofreu com a instauração do Estado Novo (1937-1945) com apreensão de livros e prisão de autores. Além disso, a deflagração da Segunda Guerra Mundial também causou modificações no catálogo da editora que passou a direcionar sua linha editorial para as publicações de ficção estrangeiras (PAIXÃO, 1998).

A livraria *José Olympio* localizada na rua do Ouvidor foi fechada em 1955 para uma reforma no prédio. Como a atividade editorial era o principal segmento dos negócios da editora, José Olympio decidiu não reabrir a livraria e estabeleceu sua *Casa* na rua Marquês de Olinda, em Botafogo, em 1964. A década de 1960 foi de fortalecimento para a editora que se tornou uma sociedade de capital aberto tendo suas ações cotadas na bolsa de valores (HALLEWELL, 2005). Na tentativa de expandir e diversificar os negócios foram criadas as subsidiárias *Didacta* e *Encine*, voltadas para o mercado didático, aumentando ainda mais o faturamento da editora nos anos 1970.

Figura 8 - Etiqueta Livraria José Olympio, Rio de Janeiro



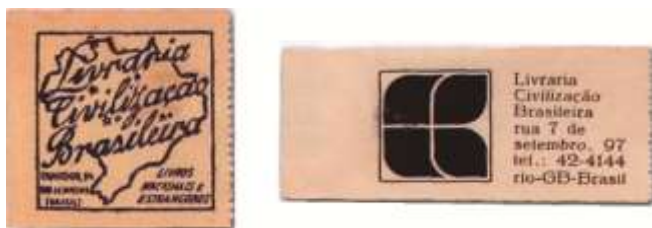
Fonte: MACHADO, 2003.

Porém, a expansão exagerada e a crise do petróleo (acarretando em um aumento de 125% no preço do papel, além do custo de energia e de transporte) deram início a uma crise financeira na editora que, em 1975, passou a ser administrada pelo BNDE. De acordo com Pereira (2008), nesse período diversos autores migraram para outras editoras e, em 1983, o banco decide privatizar a editora que foi comprada por Henrique Sérgio Gregori, controlador do grupo Xerox e amigo de José Olympio. Porém, um acidente de carro, em 1990, tira a vida de Sérgio Gregori e de sua esposa. “A notícia deixa José Olympio desolado; menos de um mês depois, é ele quem morre: o livro de sua vida chega ao fim” (p. 47). O controle da editora fica nas mãos dos filhos do casal Gregori que decidem vendê-la para o *Grupo Editorial Record*, em maio de 2001.

1.1.4 Ênio Silveira e a editora Civilização Brasileira

Outro editor pioneiro que teve um papel importante na consolidação da nova estética do livro no Brasil foi Ênio Silveira, que esteve à frente da editora *Civilização Brasileira* a partir dos anos 1950 promovendo uma série de mudanças no livro brasileiro e criando um novo padrão para o design editorial. Embora esteja associada à figura de Ênio Silveira, a editora *Civilização Brasileira* foi fundada por Ribeiro Couto, Gustavo Barroso e Getúlio M. Costa, em 1929.

Figura 9 - Etiqueta Livraria Civilização Brasileira



Fonte: MACHADO, 2003.

Logo três anos após ser inaugurada, parte das ações da *Civilização Brasileira* foi comprada por Octalles Marcondes Ferreira, dono da *Companhia Editora Nacional (CEN)*, e, em 1937, o irmão de Octalles, Fenício Marcondes Ferreira, adquire o restante das ações. Nos anos 1930, a *CEN* já era uma das maiores e principais editoras do país e ao incorporar a *Civilização Brasileira* esta passou a funcionar como uma distribuidora da *Nacional*. Como vimos, ao expandir os negócios da editora, Octalles concentrou a publicação dos livros didáticos e infantis na *CEN* e passou a publicar as obras literárias pela *Civilização Brasileira*.

Ênio Silveira foi, sem dúvida, o principal editor da *Civilização Brasileira*. Sua atuação no mercado editorial começou em 1944, ao lado de Octalles na *CEN* onde começou a adquirir os conhecimentos necessários para a prática da edição de livros (MARIZ, 2005). Mariz e Lima (2007) descrevem a importância da *Cia. Editora Nacional* para Ênio Silveira: “nas palavras de Ênio, ‘foi uma universidade aberta’. Lá, onde ele iniciou sua carreira de editor, conviveu com os seus primeiros autores, escreveu orelhas de livros, aprendendo tudo sobre administração com Octalles” (p. 2). Durante esse período, Ênio conheceu sua primeira esposa, Cléo, filha de Octalles.

A fim de aprofundar seus conhecimentos no setor editorial, Ênio viajou para os Estados Unidos, em 1946, onde estudou editoração na Universidade de Columbia e estagiou em uma das maiores editoras americanas, a *Alfred Knopf*, em Nova Iorque. Através dessa experiência, Ênio teve acesso a diversos departamentos da editora e pôde constatar a eficiência da indústria editorial norte-americana ao conceber o livro como um produto comercial direcionado a diversas camadas da sociedade. No Brasil, ainda havia a ideia do livro ser um produto sofisticado, direcionado apenas para uma elite da sociedade, mesmo depois dos esforços de Monteiro Lobato para tornar o livro uma mercadoria a ser comercializada em diversos pontos de venda.

Nos Estados Unidos, ao contrário, o livro era tratado como mais um produto comercial, direcionado a um consumo em massa, sendo vendido amplamente e para

as mais diversas camadas sociais. Para facilitar sua aquisição e ampliar as vendas, desenvolveu-se a apresentação em formato de brochura barata, o que, posteriormente, viria a ser a famosa versão “pocket” (LIMA e MARIZ, 2010, p.258).

Nos Estados Unidos, a brochura já era um produto destinado ao mercado de massa. Jason Epstein, editor da *Random House*, ao relatar sua experiência no mercado editorial americano conta que os livros eram vendidos nas farmácias em papel barato que ficava marrom ao contato com a luz e as capas eram cobertas com um tipo de celofane que descascava com o uso. Porém, no seu trabalho para a editora *Anchor*, Epstein decidiu imprimir uma nova estética ao livro utilizando papel de melhor qualidade e convidando artistas para ilustrar as capas dos livros, o que deu início a uma nova fase: da brochura sofisticada (EPSTEIN, 2002).

Ao retornar ao Brasil, em 1948, Ênio tenta implementar algumas mudanças no livro brasileiro, baseado nesse modelo de livro americano – visto como um produto comercial consumido pelas diversas camadas da sociedade, mas mantendo sua qualidade gráfica. Porém, seu estilo inovador e seu posicionamento ideológico esquerdista começaram a dificultar a relação com Octalles que tinha um perfil mais conservador, e, conseqüentemente, com a *CEN* que estava cada vez mais voltada para a produção de livros didáticos.

As transformações ocorridas após as reformas educacionais – como a reforma Campos e a reforma Capanema –, durante o Estado Novo de Getúlio Vargas (1937-1945), promoveram a expansão do ensino secundário e, por conseguinte a produção do livro didático aumentou. O DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), órgão censor do governo Vargas, fiscalizava todas as publicações para que não houvesse nenhum conteúdo de ideologia contrária ao governo, o que acabou interferindo no conteúdo dos livros didáticos brasileiros. Nesse período, muitos escritores foram presos e muitos livros foram queimados (PAIXÃO, 1998).

Diante dessa conjuntura política, o perfil crítico e inovador de Ênio entrava em conflito com o perfil conservador da *CEN*. Com a tensão ideológica entre Octalles e Ênio, além de seu desejo de imprimir inovações que não cabiam ao livro didático, Octalles propõe que Ênio Silveira assuma a direção da *Civilização Brasileira*, no Rio de Janeiro (HALLEWELL, 2005). A separação definitiva entre as duas empresas, não entre Octalles e seu genro que mantinham um bom relacionamento, só viria a acontecer em 1963.

Ao longo dos anos 1950, Ênio Silveira foi adquirindo as ações da editora e no final da década, se torna sócio majoritário da *Civilização Brasileira* que já estava na lista das editoras mais importantes do Brasil. Lima e Mariz (2007) destacam que

a partir deste momento as mudanças tanto no que se refere ao design dos livros, como no direcionamento político da editora, começam a ocorrer de maneira mais radical. Como estopim para o novo padrão visual temos a contratação do designer Eugênio Hirsch, no segundo semestre de 1958 (p. 3).

Ao se tornar sócio e assumir o comando da *Civilização Brasileira* em 1952, Ênio Silveira começa a escrever nova etapa da história do design editorial brasileiro. Com um estilo ousado e inovador tornou o livro um produto mais atrativo e popular ao dar uma atenção especial à capa. Ênio percebe que as capas funcionam como uma embalagem e que, desta forma, devem atrair o olhar do comprador. “Embalando os livros de capa dura em coloridas ‘jaquetas’ – que no Brasil são chamadas de sobrecapas – e os apresentando em versão mais barata de brochura aparada, buscava-se diversificar o produto, a fim de atender a diferentes demandas” (LIMA e MARIZ, 2010, p. 258).

No período entre 1959 e 1970, a editora *Civilização Brasileira* atingiu o auge de qualidade gráfica, visual e editorial. No que diz respeito ao projeto gráfico do livro, uma de suas inovações foi lançar a brochura já refilada no mercado, modelo que Ênio adotou ao voltar da viagem aos Estados Unidos, além de contar com o trabalho dos designers Eugênio Hirsch e Marius Lauritzen Bern, principais responsáveis pela concepção de uma nova estética e identidade gráfica do livro brasileiro, como podemos observar nas figuras 12 e 13. Em relação à produção editorial, a ousadia da editora foi a de lançar muitos autores nacionais e estrangeiros até então desconhecidos pelo grande público. Ênio desde sempre apostou na cultura brasileira.

Lima e Mariz (2007) destacam que a principal contribuição desses dois designers está relacionada à criação de uma identidade visual sem que haja um padrão rígido a ser seguido, e identificam-os como os responsáveis pela revolução visual do design editorial brasileiro. “A tônica para essa identidade era a experimentação, a inovação, a criatividade dos seus designers expressa de forma livre e sem limitações” (p. 1).

A linguagem visual gráfica de Hirsh combinava exatamente com os ideais da editora. Mariz (2005) constata que

a audácia e a criatividade da linguagem singular usada por ele combinavam perfeitamente com o projeto editorial que Ênio desenvolvia na sua editora. Assim, dando uma grande independência a Eugênio Hirsch, Ênio Silveira iniciou a construção de uma nova identidade visual para a sua editora (p.85).

As divergências ideológicas entre Ênio, de perfil crítico e inovador, e Octalles, de perfil conservador, faz com que as duas empresas se separassem em 1963. Na época, um dos

principais concorrentes de Ênio era José Olympio. Porém, o fato da *Civilização Brasileira*, nos primeiros anos de sua existência, ter sido uma distribuidora dos livros da *CEN* lhe garantiu uma certa estabilidade financeira o que permitiu o investimento em novos títulos e novos autores.

Em 1965, a *Civilização Brasileira* já era referência no mercado editorial brasileiro tanto pela qualidade literária dos textos publicados quanto pela inovação visual de seus livros. Nesse mesmo ano, Eugênio Hirsch se afastou da editora ao ser convidado para trabalhar na revista americana *Playboy*. Quem passa a prestar serviços para a editora é Marius Lauritzen Bern, dono do escritório Estúdio Gráfico. “Embora bem diferentes na sua maneira de projetar, no conjunto os trabalhos de Marius e Hirsch guardam uma semelhança” (MARIZ, 2005, p.97).

Já estabelecida no mercado, a *Civilização Brasileira* recebe uma marca desenhada por Marius (fig. 10) que como sempre era usada de forma livre, não havendo um padrão rígido de aplicação. Seu uso era até mesmo facultativo como podemos observar nas figuras a seguir (fig. 11 e fig. 12):

Figura 10 - Logotipo Civilização Brasileira



Fonte: LIMA; MARIZ, 2004.

Figura 11 - Capas Eugênio Hirsch



Fonte: LIMA; MARIZ, 2004.

Figura 12 - Capas Marius Lauritzen Bern



Fonte: LIMA; MARIZ, 2004.

Hallewell (2005) afirma que

o aspecto do moderno livro brasileiro, qualquer que seja a editora, ajusta-se basicamente ao estilo adotado pela Civilização Brasileira em meados da década de 1960. (...) Infelizmente, muitos desses progressos acabaram sendo comprometidos pela rigorosa economia imposta nessa indústria pela crise do petróleo: as margens são menores, a qualidade da impressão piorou, as ‘orelhas’ foram eliminadas... (p. 545)

A partir dos anos 1960, a editora *Civilização Brasileira* passa a ser alvo do governo militar que impõe sanções e confisca ilegalmente sua produção, seja por abordar temas comunistas ou simplesmente por terem a capa vermelha. Somado ao prejuízo do confisco das publicações, Ênio é preso três vezes somente no curto espaço de tempo entre abril e julho de 1965. Vista como um núcleo de oposição ao governo militar, a livraria *Civilização Brasileira*, localizada à Rua Sete de Setembro, era ponto de encontro de escritores e intelectuais contrários ao governo.

Considerada uma das maiores livrarias da cidade na época, a *Civilização Brasileira* sofreu um ato terrorista quando uma bomba explodiu na sua calçada, por volta das duas horas da manhã do dia 14 de outubro de 1968. Ênio foi avisado pelo vigia e segurança da livraria, um ex-militar que foi expulso do exército por ser de esquerda e a quem Ênio deu emprego, e descreve que:

eu me vesti e fui correndo, quando cheguei vi uma coisa que me deixou gelado, mas literalmente gelado, uma hecatombe! Vi o que me pareceram umas cinquenta cabeças decepadas, em plena rua Sete de Setembro. Eu, quando olhei aquilo, disse: – Mas não é possível! Tantas pessoas passando por aqui nessa hora. Foi aí que eu vi: havia em frente à Civilização Brasileira uma loja de perucas que foi atingida pela explosão e voaram perucas, cinquenta perucas na rua, pareciam cabeças, um negócio terrível” (SILVEIRA *apud* MACHADO, 2003, p. 248)

Mesmo com todas as dificuldades impostas pelo governo militar, a *Civilização Brasileira* segue na ativa, porém sem o vigor de outrora e, no ano 2000, é comprada pelo

Grupo Editorial Record. Ênio Silveira se dedicou à editora até 1996, ano de sua morte. Lima e Mariz (2007) destacam o papel deste editor e sua participação na evolução do design editorial brasileiro:

ele construiu na Civilização Brasileira um discurso institucional de natureza progressista valorizando a ousadia, inovação, disseminação cultural, liberdade intelectual e a quebra de cânones tradicionais. Por outro lado, promoveu através da linguagem visual gráfica a intensidade estética, experimentação gráfica, diversidade formal e expressividade conceitual. A articulação entre estas duas instâncias de comunicação resultou num projeto editorial que prima pela originalidade e consistência (LIMA e MARIZ, 2007, p. 11).

1.2 A produção editorial nos “anos de chumbo” (1969-1974)

Durante os 21 anos em que o país viveu sob regime ditatorial (1964-1985), diversos livros, autores e editores foram alvo de atos repressivos. O primeiro deles pode ser considerado o fechamento da *Editorial Vitória*, em abril de 1964, devido ao seu ligamento com o Partido Comunista Brasileiro (PCB) e por ser a editora que mais publicava obras marxistas.

Outra editora a ser perseguida pelo governo militar foi a *Civilização Brasileira*, uma das maiores do período. Ênio Silveira foi preso e processado diversas vezes, a editora foi invadida e sua produção apreendida. Apesar de não haver uma clareza quanto aos critérios de apreensão de livros, a *Civilização Brasileira* foi um “alvo predileto dessa atuação aleatória”, como lembrou Reimão (1996). Além disso, os bancos também foram pressionados a não concederem créditos para a *Civilização*. “O efeito dessa medida é perceptível na produção da editora que, de 56 edições em 1964, subira para 80 em 1968 mas caiu para 67 em 1969 e apenas 46 em 1970” (HALLEWELL, 2005, p. 580).

Apesar de boa parte do design do moderno livro brasileiro ter sido pautado pela editora *Civilização Brasileira*, sobretudo a partir da década de 1960, a censura imposta pela ditadura somados à crise do petróleo, de 1973, refletiram na produção editorial deste período e na qualidade gráfica e visual dos livros.

Como não havia uma regulamentação para a censura a livros, no período entre 1964 a 1969, as apreensões eram aleatórias e a ditadura militar de direita chegou a conviver com produções culturais de esquerda. Esse período ficou conhecido ironicamente como “ditabranda” ou, como definiu Elio Gaspari, “ditadura envergonhada”. “Na realidade, entre o golpe militar de 1964 e a decretação do AI-5, em 1968, a censura a livros no Brasil foi

marcada por uma atuação confusa e multifacetada, pois, além de apresentar ausência de critérios, mesclava batidas policiais, apreensão, confisco e coersão física” (REIMÃO, 2010, p.271). A autora nos chama a atenção para o fato desta falta de regulamentação ter permitido um livro de pensamento nacional de esquerda – *Um projeto para o Brasil*, de Celso Furtado –, ocupar a lista dos best-sellers em 1968.

Entre 1969 e 1973, o país vivenciou seu segundo “milagre econômico”. Apesar do aumento da produção de livros em decorrência do aumento do poder aquisitivo e à difusão do ensino, das elevadas taxas de crescimento, o setor editorial parece não ter se beneficiado dessa euforia. De acordo com Hallewell (2005), as taxas de lucro bruto das principais editoras caiu de “46% em 1967, para 43% em 1968, 27% em 1969 e apenas 15% em 1970” (p. 589). A crise do petróleo, em 1973, agravou essa situação; o alto preço do barril do petróleo refletiu no aumento da energia, combustível e do transporte. Associado ao aumento do preço do papel, os preços dos livros subiram.

Para tentar controlar o aumento do preço do livro, um seminário organizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) recomendava algumas modificações na sua produção como “o uso de corpos menores na composição, eliminação de páginas supérfluas, inclusive as ‘orelhas’, uso de papel mais leve, margens menores (...). O resultado de tudo isso foi uma lamentável mas inevitável deterioração da aparência material do livro brasileiro em geral” (HALLEWELL, 2005, p. 589-590).

Em 1970, o Decreto n.1077 oficializou a censura prévia para livros no qual todas as obras deveriam ser avaliadas pelo Ministério da Justiça e aquelas que atentassem contra a “moral e os bons costumes” deveriam ser apreendidas. Essa determinação causou uma forte reação do setor livreiro e alguns autores chegaram a ameaçar enviar seus originais para serem publicados no exterior. Essa reação fez o governo recuar e isentar da censura prévia todas as publicações “de caráter estritamente filosófico, científico, técnico e didático, bem como as que não versarem sobre temas referentes a sexo, moralidade pública e bons costumes” (REIMÃO, 2010, p. 277).

De qualquer forma, a censura prévia seria algo inviável, uma vez que não seria possível ter o número suficiente de censores para avaliar todos os títulos. Os censores atuavam a partir de denúncias, o que possibilitou que muitas obras fossem publicadas sem passar pelo crivo da fiscalização. Apesar das dificuldades em controlar a natureza de todas as publicações, a segunda metade dos anos 1970 foi de forte censura. De acordo os dados apresentados por Reimão (2010), nesse período, mais de 50% dos livros submetidos ao órgão censor foram vetados chegando a 82% em 1975 e a 80% em 1979.

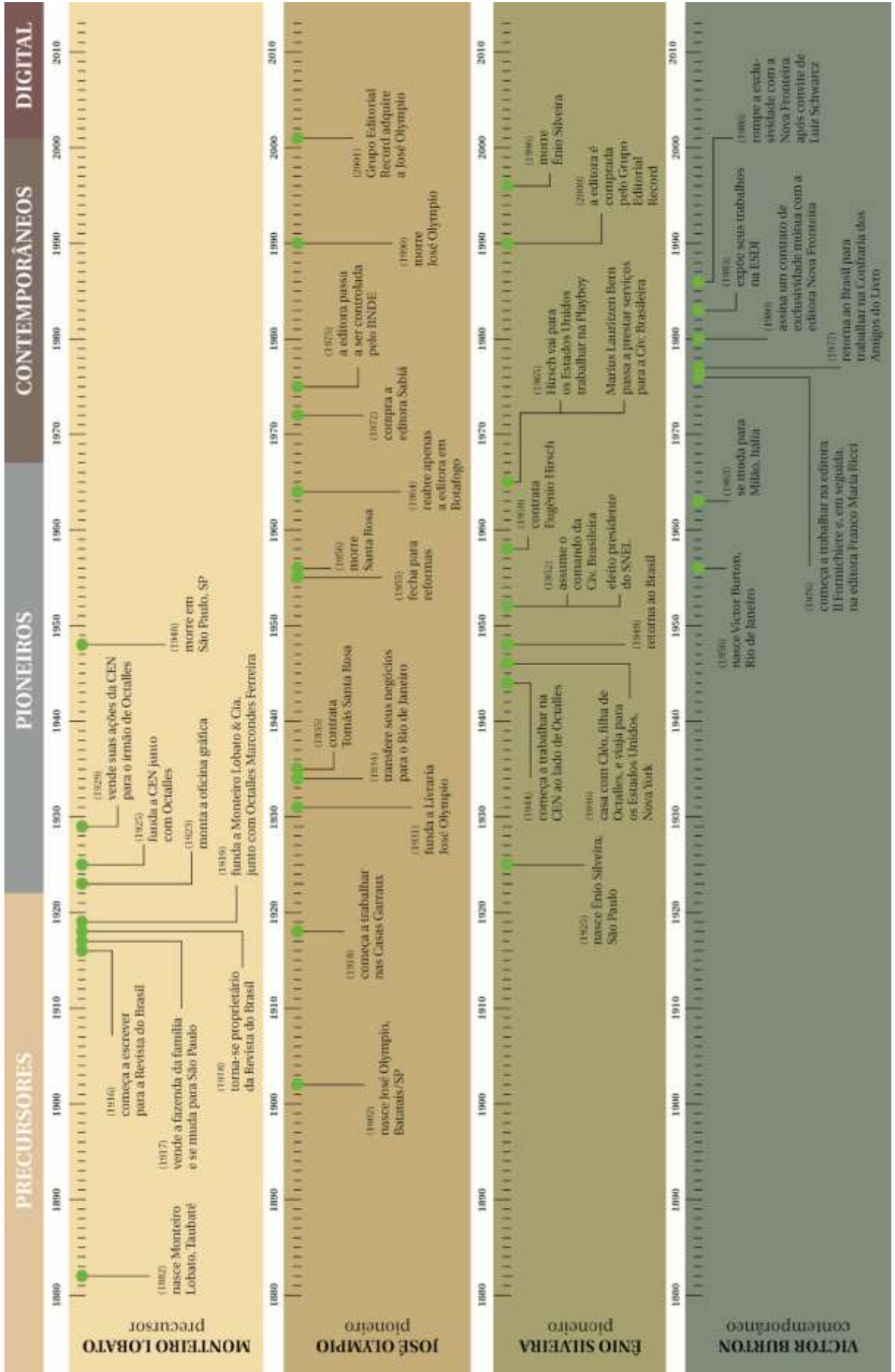
Apesar dos “anos de chumbo” – período compreendido entre 1968 quando foi instaurado o Ato Inconstitucional nº 5 (AI-5) até 1974, fim do governo Médici – terem sido considerados os anos mais repressivos da ditadura militar, a maior quantidade de livros censurados foi no governo seguinte, do general Ernesto Geisel (1974-1979). Segundo Maués (2012),

uma possível explicação preliminar pode estar relacionada com o fato de que no governo Médici, com o clima de repressão mais explícito, muitos editores teriam preferido não editar certos títulos, pois eles provavelmente seriam censurados, ou seja, teria prevalecido a autocensura. Já no governo Geisel, com as promessas de abertura política, é possível que a autocensura tenha diminuído, levando à edição de mais obras que afrontavam a ditadura, levando à sua censura (p. 384-385).

Os “anos de chumbo” certamente afetaram o mercado editorial brasileiro e a aparência gráfica do livro. Porém, além das dificuldades impostas pela conjuntura política e econômica desse período devemos levar também em consideração um outro aspecto que pode ter contribuído para a baixa qualidade gráfica e visual do livro brasileiro: o desenvolvimento dos computadores pessoais e dos programas de editoração eletrônica.

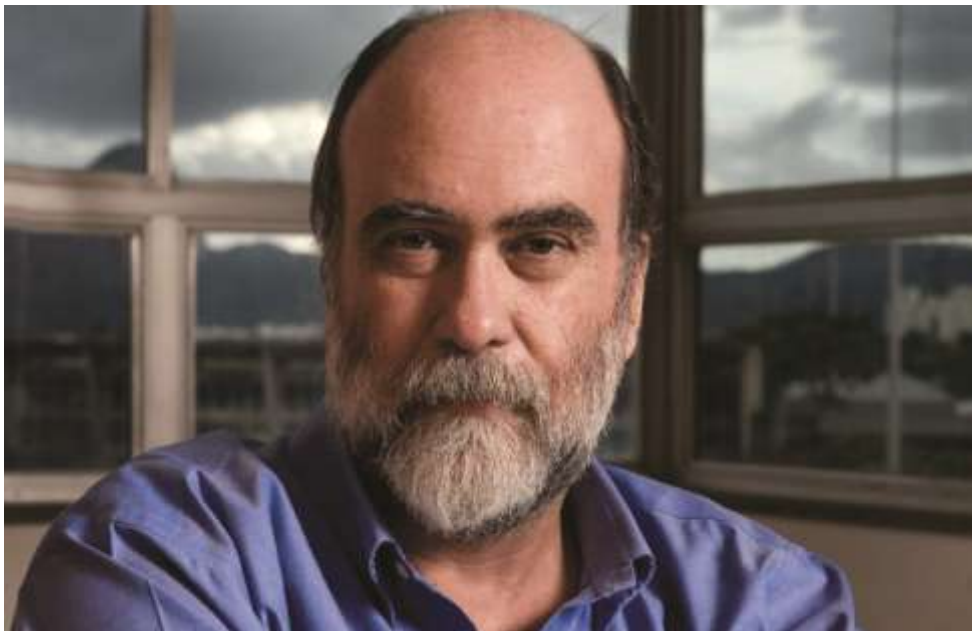
No final dos anos 1970 e início dos anos 1980, a tecnologia estava se transformando e os profissionais tiveram que passar por um processo de adaptação. Os avanços tecnológicos permitiram o uso indiscriminado de recursos que antes demandava tempo e mão de obra qualificada. Portanto, foi um período de experimentação e adaptação dos profissionais a esse novo modo de produção. Por isso, simplesmente criticar o design desse período com o olhos de hoje corremos o risco de cometer um erro de anacronismo. É preciso compreender que a tecnologia estava mudando e os profissionais se adaptando aos novos recursos.

É diante deste cenário que se dá a chegada de Victor Burton ao mercado editorial brasileiro. Depois de morar durante 14 anos na Itália, Victor retornou ao Brasil, em 1977, aos 21 anos de idade, justamente nesse período de intensa censura a livros. No próximo capítulo iremos apresentar o designer Victor Burton.



2 O DESIGNER VICTOR BURTON

Figura 13 - O designer Victor Burton



Acervo: Victor Burton

2.1 A trajetória no mercado editorial brasileiro

O designer Victor Burton começou a atuar no mercado editorial brasileiro em 1977, quando retornou da Itália a convite do político e jornalista Carlos Lacerda, fundador da editora *Nova Fronteira*, para trabalhar na editora *Confraria dos Amigos do Livro*. O objetivo de Lacerda era transformar a Confraria em uma editora especializada em livros de arte de luxo, baseado no modelo da *Sociedade dos Cem Bibliófilos*, fundada por Raymundo Ottoni de Castro Maya. Porém, com a morte de Lacerda, Victor passou a trabalhar na editora *Nova Fronteira*, dirigida nesse momento por Sebastião e Sérgio Lacerda, e a partir dos anos 1980, assina um contrato de exclusividade mútua com a editora passando a ser o único designer responsável pelos projetos gráficos dos livros.

De acordo com Isabela Perrotta (2006), a chegada de Victor Burton ao mercado editorial brasileiro se deu em um momento muito favorável para o desenvolvimento do seu trabalho, uma vez que “não havia mais o inovadorismo das editoras José Olympio e

Civilização Brasileira (...). Já havia passado o apogeu dos antigos capistas e tampouco surgira a nova leva de designers que atualmente estão no mercado editorial” (p. 33).

Praticamente durante toda a década de 1980, Victor Burton ficou conhecido como “capista” da editora *Nova Fronteira*. O termo, apesar de ainda ser utilizado por alguns, se referia ao cargo do profissional responsável em projetar a capa do livro numa época em que algumas editoras ainda importavam um modelo de miolo dos Estados Unidos, como era o caso da *Nova Fronteira*. A utilização do termo “capista” é discutida por alguns autores e designers como é o caso de Ana Luisa Escorel. A autora relata que a partir da industrialização, o livro passou a assumir características de produto industrial fazendo com que as novas necessidades da brochura exigissem a existência de um profissional que fosse capaz de traduzir visualmente o assunto do livro, o “capista” (ESCOREL, 1974). Porém, entendemos que o trabalho do “capista” se refere ao trabalho desenvolvido pelo designer inclusive nesse período em que a autora relata haver uma ausência de projeto gráfico da brochura brasileira.

Em 1986, após vencer seu primeiro prêmio Jabuti de melhor capa, com o livro *A Floresta da Tijuca e a cidade do Rio de Janeiro* pela editora *Nova Fronteira*, Victor foi convidado por Luiz Schwarcz para trabalhar na *Companhia das Letras*. Ao romper o contrato de exclusividade mútua com a *Nova Fronteira*, Victor Burton passou a desenvolver trabalhos para diversas editoras se tornando um referencial, tanto para editores quanto para designers, no cenário editorial brasileiro. A seguir iremos abordar cada uma dessas etapas da trajetória profissional de Victor Burton.

2.1.1 O início da atuação no Brasil

Filho do francês Michel Burton, Victor Burton nasceu no Brasil em 1956 e aos sete anos de idade foi morar com a família em Milão onde permaneceu até os 21 anos. Seu interesse pelo livro começou desde cedo, muito em decorrência da biblioteca particular do seu pai, composta por livros de arte de edições limitadas das décadas de 1920, 1930 e 1940. Nesse acervo particular constava livros ilustrados por Gustave Doré, como a primeira edição sobre as obras de Rabelais (*Les oeuvres de M. Francois Rabelais*). Como o livro para o bibliófilo é um objeto de fetiche, o acesso de Victor, quando criança, a essa biblioteca particular, muitas vezes era negado por receio que causasse algum dano a esses livros (para um bibliófilo, o simples ato de

abrir um livro pode ser considerado uma violação). Essa proibição aguçou ainda mais sua curiosidade e paixão pelo livro.

Nascido em uma família de bibliófilos, Victor teve contato desde cedo com livros de edições raras, feitas especialmente para esses seletos grupos. Em entrevista, ele explicou que era muito comum na burguesia francesa da época, juntar grupos de 100, 200 pessoas e fundar pequenas associações de bibliófilos em que se encomendava a determinados escritores e artistas, textos e gravuras para serem produzidos exclusivamente para este grupo. Na família Burton, esse *hobby* começou com o bisavô de Victor que tinha uma pequena coleção de livros, não tão importantes, mas que o avô, Henry Burton, deu continuidade e investiu no acervo da coleção chegando a fazer parte de um desses grupos de bibliófilos. O irmão de Henry, tio-avô de Victor, também era bibliófilo e parte da sua coleção está, hoje, no museu de Genebra.

Victor herdou da família a paixão pelo livro e resolveu se tornar designer exclusivamente para produzir este artefato. Sua primeira atuação como designer se deu na Itália quando ainda estava no colégio, aos 17 anos de idade, quando fez suas primeiras capas para a editora *Il Formichiere* (fig. 14) e logo em seguida começou a estagiar na editora de Franco Maria Ricci (fig. 15), especializada em livros de arte. A formação de Victor se deu de maneira informal, no convívio com o pai e durante o período de um ano e meio em que trabalhou com Ricci, o que lhe garantiu o aprendizado das técnicas e da prática do design editorial. O ambiente cultural em que estava inserido funcionou como fator impulsor da produção de Victor Burton.

Figura 14 - Primeiras capas para a editora *Il Formichiere*



Fonte: Victor Burton.

Figura 15 - Coleção Babel, Franco Maria Ricci



Fonte: Victor Burton.

Enquanto isso, no Brasil, havia um projeto do então ex-governador do estado da Guanabara Carlos Lacerda em fundar uma editora, dentro da *Nova Fronteira*, especializada em livros de arte, a *Confraria dos Amigos do Livro*. A proposta dessa nova editora era baseada no modelo da *Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil*, fundada, em 1944, pelo bibliófilo Raymundo Ottoni de Castro Maya da qual Lacerda era um dos membros junto com José Olympio e Alexandre Marcondes Filho. Assim, Victor retorna ao Brasil, no início de 1977, aos 21 anos de idade, à convite de Carlos Lacerda para trabalhar na *Confraria dos Amigos do Livro*.

A expectativa de Lacerda era de que esse jovem designer trouxesse o *know how* de Franco Maria Ricci na produção de livros de arte, além de haver a intenção de fazer algumas coedições com a editora italiana, o que de fato ocorreu. Porém, com a morte de Lacerda alguns meses depois, em maio de 1977, a *Confraria dos Amigos do Livro* chega ao fim após ter lançado poucos livros, alguns deles independentes e outros em coedição com a editora italiana.

Figura 16 - Capas da Confraria dos Amigos do Livro



Legenda: (a) - Rolf Gaunther Braun, 1976; (b) - Victor Burton, 1977; (c) - Rolf Gaunther Braun, 1979; (d) - Franco Maria Ricci, 1978.

Fonte: acervo particular.

Com o fim da *Confraria dos Amigos do Livro*, os filhos de Lacerda, Sérgio e Sebastião, assumiram o comando da *Nova Fronteira* e convidaram Victor para trabalhar nesta editora. A parceria dos irmãos de personalidades distintas resultou em uma editora com “equilíbrio entre textos clássicos, em boas traduções, e as novidades do mercado internacional” (PAIXÃO, 1998, p.156). Na época, o responsável pelos projetos gráficos dos livros era o designer suíço-alemão Rolf Gunther Braun, que já havia trabalhado na editora francesa *Robert Delpire*. Victor Burton aprendeu muito com esse designer quando chegou na *Nova Fronteira* e considera injusto seu esquecimento nos dias atuais. Em 1980, após a morte de Rolf Gunther, Victor Burton assinou o contrato de exclusividade mútua com a *Nova Fronteira* em que ambos se comprometiam a prestar serviços, única e exclusivamente, entre si.

2.1.2 A editora Nova Fronteira

A editora *Nova Fronteira* foi fundada em 1965 pelo jornalista e político Carlos Lacerda. Nascido em 30 de abril de 1914 em uma família de políticos, Lacerda começou a se envolver com a política ainda quando estudante, em 1929, ao participar ativamente do movimento estudantil de esquerda do Centro Acadêmico do curso de Ciências Jurídicas e Sociais da Faculdade de Direito da Universidade do Rio de Janeiro, atual Faculdade Nacional de Direito da

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). A partir daí, seu envolvimento com a política foi aumentando cada vez mais até que assumiu os cargos de vereador (1945), deputado federal (1947-55) e governador do estado da Guanabara (1960-65).

Sua atividade jornalística se confunde com a política. Segundo Caldas (2010), Carlos Lacerda começou a exercer a função de articulista, em 1930, no *Diário de Notícias* sob a direção de Cecília Meirelles e seu primeiro artigo foi publicado em 1931, oficializando seu ingresso no jornalismo. O autor ressalta que “o estilo arrojado e duro são características do texto de Lacerda, conferindo mais do que uma marca, uma série de inimigos e perseguições” (p.03).

A personalidade forte e o estilo arrojado fez com que Lacerda conquistasse muitos admiradores e inimigos também, além de dificultar sua permanência em um emprego fixo. Após passar por diversos veículos de comunicação sem conseguir se fixar em nenhum deles, resolveu lançar seu próprio jornal, o *Tribuna da Imprensa*, em 1949. Grande opositor do governo de Getúlio Vargas e apoiador da revolução de 1964, Lacerda utilizou o jornal como ferramenta de discurso onde podia exercer o jornalismo sem se preocupar com a política editorial do veículo.

Carlos Lacerda desistiu de ocupar cargos políticos quando percebeu que o Exército não permitiria que um civil assumisse a presidência da República. A partir daí, seus interesses se voltaram para a atividade editorial (HALLEWELL, 2005) e, em 1965, fundou a editora *Nova Fronteira* dedicada a publicação de livros com temas políticos e também aos de literatura. O nome da editora foi inspirado no programa de política interna do governo do presidente norte-americano John F. Kennedy, “The New Frontier” e a marca, baseada em um marco de fronteira, foi desenhada por Ziraldo.

A seguir, algumas capas de Victor Burton para a editora *Nova Fronteira*:

Figura 17 - Capas para a Nova Fronteira



Fonte: Victor Burton.

Quando Victor começou a atuar no mercado editorial brasileiro, as principais referências do design editorial eram as capas de Eugênio Hirsch e de Marius Lauritzen Bern desenvolvidas para a editora *Civilização Brasileira*, sob o comando de Ênio da Silveira no final dos anos 1950. Porém, o apogeu desses designers já havia passado e não havia mais nenhuma novidade no meio editorial. Nessa época, muitas capas ainda seguiam as diretrizes do modernismo rejeitando o uso explícito do ornamento, visto ainda como um elemento supérfluo, passível de ser retirado sem comprometer a composição.

Ao contrário do que geralmente se fazia nesse período, Victor fez questão de usar tipografias das mais variadas possíveis indo contra um certo absolutismo modernista da época. “Eu fazia simplesmente aquilo que eu via e que eu queria recuperar dos livros de antes, dos livros mais antigos [se referindo aos livros presentes na biblioteca da família]. Isso pode ter sido novo numa certa época, embora fosse um olhar para trás em relação ao que se fazia no Brasil. Certamente era uma coisa pelo menos diferente” (BURTON, 2012a).

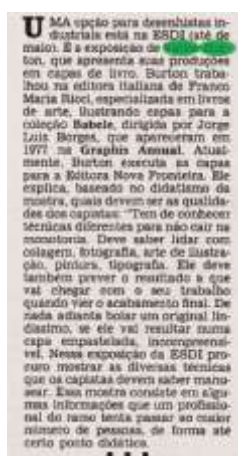
Em 1983, Victor Burton foi convidado pelo professor Arisio Rabin da Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (ESDI-UERJ), para realizar uma exposição dos seus trabalhos, com duração de 21 dias, na própria ESDI. De acordo com Victor (2012a), o fato de muitos professores terem criticado suas escolhas tipográficas ao não ter utilizado fontes como a Helvetica ou a Futura nos seus trabalhos, ou seja, uma fonte “decente”, demonstrou que o design editorial brasileiro ainda seguia algumas diretrizes modernistas. Na época, seus trabalhos geraram um certo incômodo e uma reação anti-modernista de se querer “enfeitar” o trabalho gráfico.

Figura 18 - Cartaz da exposição



Fonte: Victor Burton.

Figura 19 - Divulgação da exposição



Fonte: Caderno B, Jornal do Brasil,
13 de maio de 1983

Porém, nem todos concordavam com esta opinião sobre o trabalho de Victor Burton, como é o caso de Rafael Cardoso (2008) que acredita que o trabalho de Burton ajudou a redefinir o padrão do mercado editorial brasileiro na década de 1980. Nesse período, o design, com os avanços da tecnologia, foi se libertando dos padrões rígidos estabelecidos pelas diretrizes modernistas e soluções diferenciadas como inovação e pluralismo marcaram o design gráfico brasileiro nos anos 1980.

Aos poucos, essa prática tornou-se cada vez mais comum, sendo marcante na obra de Victor Burton, cujas capas de livro impactaram fortemente o mercado editorial no exato momento em que o país saía da camisa-de-força da ditadura militar. Diversos profissionais que despontaram nesse período foram buscar nas questões ligadas à cultura e à identidade o mote para explorar uma linguagem gráfica mais autoral e arrojada (CARDOSO, 2008, p.240).

O próprio designer Victor Burton, em entrevista, fez uma análise do seu trabalho naquele período e destacou que:

eu ficava brigando muito com um certo despotismo do modernismo da época, que não era só tipográfico, tinha a questão do grid, eram livros muito duros, pelo menos eu via dessa forma. Eu fazia questão de usar tipografias das mais variadas possíveis e tinha essa reação anti-modernista de querer enfeitar o trabalho gráfico. Não é que não se fizesse isso no Brasil, mas tinha uma tendência muito mais seca, mais áspera (BURTON, 2012a).

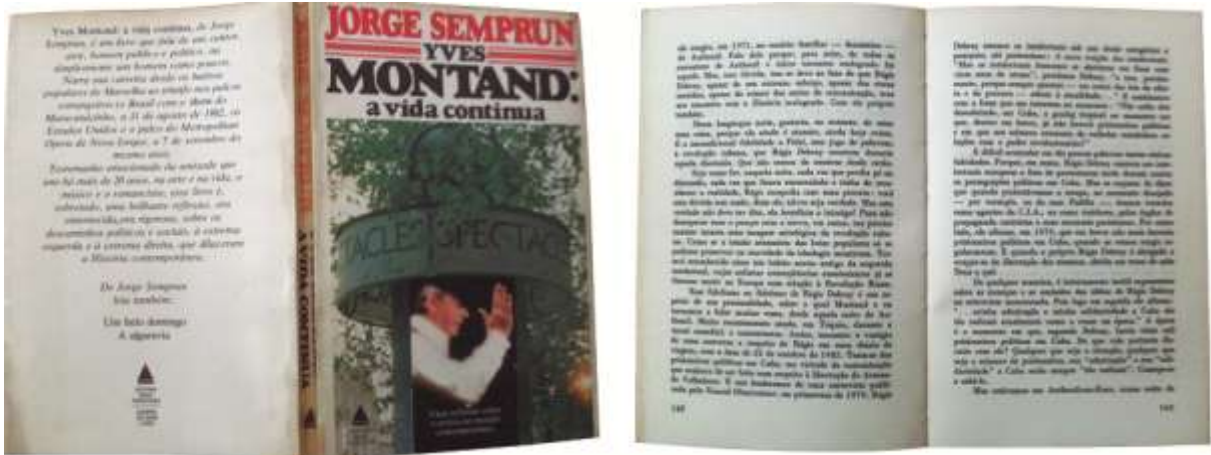
O contrato de exclusividade com a *Nova Fronteira* durou até 1986 quando Victor recebeu o convite de Luiz Schwarcz para fazer algumas capas para a *Companhia das Letras*, logo após ter ganhado seu primeiro prêmio Jabuti. Victor já admirava o trabalho da Companhia, em especial do designer Ettore Bottini, por haver uma concepção de capa integrada com quarta capa e lombada. “Eles tinham visivelmente mais liberdade e sobretudo eles consideravam o livro como uma coisa só. Porque na *Nova Fronteira*, volta e meia, eu fazia a capa e a quarta capa era um modelo simples, sistemático e pronto” (BURTON, 2012).

De acordo com Burton (2012a), a *Nova Fronteira*, como a maioria das editoras dos anos 1980, tinha uma visão muito comercial da capa de livro, a capa tinha que ser multicolorida com título grande para chamar a atenção do leitor. “Demorou muito no Brasil para se entender que existem vários públicos, que não tem uma capa ideal, mas saber dirigir o seu livro para o público certo. As questões comerciais continuam influenciando o trabalho nas editoras, mas hoje as pessoas entenderam uma certa modulação desse discurso” (BURTON, 2012).

Entretanto, apesar de admirar o trabalho desenvolvido pela *Companhia das Letras* e sua maneira de conceber o livro, Victor hesitou ao convite de Schwarcz devido à gratidão que

tinha à família Lacerda e ao conforto e garantia de trabalho proporcionados pelo contrato de exclusividade. Porém, esses novos desafios motivaram e fizeram com que Victor aceitasse o convite. A seguir, podemos ver a diferença dos projetos de Victor Burton para a editora *Nova Fronteira* e de Ettore Bottini para a *Companhia das Letras*:

Figura 20 - Capa de Victor Burton para editora Nova Fronteira, 1983



Fonte: acervo particular.

Figura 21 - Capa de Ettore Bottini para editora Companhia das Letras, 1987



Fonte: acervo particular.

Percebemos que a *Companhia das Letras* já tratava o livro como um objeto tridimensional, com todas as suas partes integradas e em harmonia, enquanto que a *Nova Fronteira* ainda fazia apenas a capa do livro e utilizava um modelo de quarta capa e de miolo importados dos Estados Unidos. Outra diferença é que Schwarcz entendia que o mercado

editorial era formado por diferentes públicos e adequava suas capas para cada um desses nichos. Já a *Nova Fronteira* acreditava que para vender o livro, a capa deveria chamar a atenção do possível leitor e, para isso, utilizava cores berrantes, títulos que ocupavam toda a largura do livro e imagens para preencher os espaços vazios. Burton (2012b) diz que as capas da *Companhia* "era o contrário daquele estilo da *Nova Fronteira* daquelas coisas mais escandalosas, títulos que ocupavam a largura toda do livro, as cores berrantes. Aquilo de repente deu uma tranquilizada no visual da capa e ficou uma coisa muito mais elegante".

2.1.3 A editora *Companhia das Letras*

Luiz Schwarcz ingressou no mercado editorial em 1978, na editora Brasiliense, para fazer um estágio para o curso de Administração de empresas da Fundação Getúlio Vargas (FGV), de São Paulo. Nesse período a editora era comandada por Caio Graco Prado, filho do historiador e fundador Caio Prado Júnior, duas figuras importantes na história da *Brasiliense*. A princípio, Schwarcz ficaria responsável pela organização do estoque da editora, mas logo começou a se envolver com outras tarefas editoriais até assumir o cargo de diretor editorial.

O sucesso da *Brasiliense* se deu na década de 1980 com a “estratégia de organizar a produção em coleções para atingir um nicho de mercado específico” (KORACAKIS, 2010, p.291), dentre elas a Coleção Primeiros Passos, Circo de Letras, Cantadas Literárias, Encanto Radical e Tudo é História. Porém, o direcionamento das publicações a públicos específicos estimulou Schwarcz a fundar sua própria editora com o intuito de ampliar a gama de leitores. Surge aí a editora *Companhia das Letras*, em 1986.

A *Companhia das Letras* surgiu como uma novidade na cena editorial brasileira da segunda metade da década de 1980, estabelecendo-se como concorrente direta das estabelecidas editoras que tinham um catálogo que incluía obras de qualidade, como a José Olympio, a Civilização Brasileira e até a Brasiliense, que inicia uma curva descendente, e incomodando também grandes editoras com catálogos híbridos, que misturavam obras literárias de qualidade com obras meramente comerciais, como as editoras Nova Fronteira e Record (KORACAKIS, 2010, p. 296).

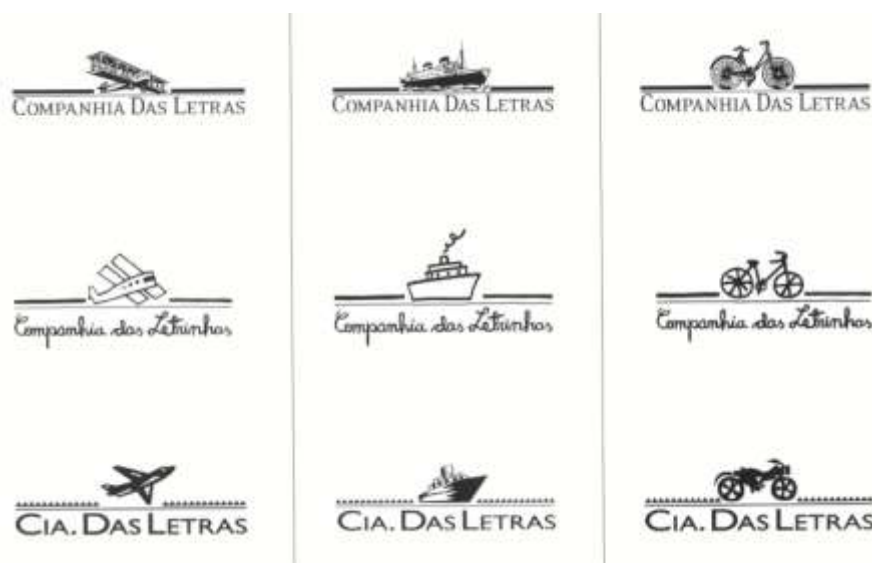
O nome fantasia da editora mostra o objetivo de Schwarcz em construir uma identidade unindo o lado empresarial (*Companhia*) e o lado cultural (*Letras*) fugindo dos

padrões da época em utilizar referências nacionalistas ou homônimos, como o caso da editora *Civilização Brasileira* e da *Livraria José Olympio Editora*. Entretanto, a razão social da editora leva o nome do seu fundador, *Editora Schwarcz*, uma vez que não se pode utilizar a palavra *companhia* na razão social de empresas que não sejam de capital aberto.

De acordo com Hallewell (2005), “o nome que Schwarcz deu à casa que fundou foi inspirado no da organização comercial dos tempos coloniais, a Companhia das Índias, e sua marca emprega os símbolos do viajante” (p.662). O responsável pelo logotipo da *Companhia das Letras* é o designer João Baptista da Costa Aguiar que criou diversas versões para a editora.

Ao invés de estabelecer uma imagem definitiva para o sinal, ele cria uma família de imagens, todas relacionadas a meios de transporte – de novo em sintonia com o nome da editora. Anos depois, o sistema amplia-se ainda mais, sendo criados sinais como grafismos diferenciados para as publicações destinadas aos públicos infantil e juvenil. A marca não é mais uma marca única, mas um sistema de marcas ordenadas segundo um padrão matricial (MELO, 2003, p.24).

Figura 22 - Logotipos da editora Companhia das Letras



Fonte: LEON, 2006.

A *Companhia das Letras* se destacou das demais editoras atuantes no cenário brasileiro ao se propor a editar e comercializar livros de qualidade e sofisticados. Em entrevista a Mário Sérgio Conti, publicada na revista *Veja* de 1986, Schwarcz declara que “por sofisticados entenda-se livros agradáveis de ler, que não sejam herméticos e, de alguma forma, atraiam o público interessado em ideias novas e inteligentes” (p. 136). De acordo com Korcakakis (2010), a *Companhia das Letras* “acabou se tornando referência para o sistema editorial brasileiro pela qualidade técnica e pelo valor cultural atribuído a seus livros” (p.289).

Em matéria publicada no jornal *O Estado de S. Paulo* (2011), Schwarcz comenta que não havia nada de original no modelo adotado pela Companhia, ela apenas reuniu em um só modelo o que se fazia nas editoras *Nova Fronteira*, *Record* e *Zahar*, suas principais concorrentes, além de aproveitar as experiências adquiridas na *Brasiliense*.

Nova Fronteira, Record e Zahar tiveram influência no modelo da Companhia. A Nova Fronteira estava no apogeu, reeditando clássicos, Virgílio, Thomas Mann. Ela tinha o Victor Burton como diretor artístico; as editoras começavam a se preocupar com o visual dos livros. Você olhava para um livro e identificava imediatamente o visual da Nova Fronteira. Isso foi um exemplo incrível. A Record era uma editora que ousava mercadologicamente. E me aproximei da Zahar em 1983. Foi paixão mútua, Jorge Zahar virou um pai para mim (SCHWARCZ, 2011).

De acordo com Paixão (1998), ao surgir no mercado, a *Companhia das Letras* apresentou uma renovação na apresentação e na qualidade do livro brasileiro. “Artistas gráficos do porte de Ettore Bottini, João Baptista da Costa Aguiar, Moema Cavalcanti e Hélio de Almeida contribuíram para essa mudança, incubindo-se da concepção das capas, da diagramação dos livros e dos projetos de suas várias coleções” (p. 189). Hallewell (2005), também reforça ao dizer que a *Companhia das Letras* se destacou no cenário editorial não só pela qualidade dos textos que publica como também pela qualidade gráfica dos livros.

Ao aceitar o convite de Schwarcz, Victor Burton entrou para o rol desses designers citados por Paixão (1998) e passou a se dedicar cada vez mais ao projeto gráfico do livro criando uma linguagem e um estilo próprios que faz com que hoje consigamos identificar a autoria de seu trabalho. Isso foi possível por haver maior liberdade no processo de criação, assim como havia na *Civilização Brasileira* (como vimos no capítulo 1, com os trabalhos de Eugênio Hirsch e Marius Lauritzen Bern sob o comando de Ênio Silveira). A editora *Nova Fronteira*, por apresentar uma visão mais comercial do livro, sobretudo da capa, havia uma certa limitação no trabalho do designer que estava subordinado às leis do mercado.

A seguir, as primeiras capas desenvolvidas por Victor para a *Companhia das Letras*:

Figura 23 - Capas de Victor Burton para a editora Companhia das Letras



Fonte: acervo particular.

Podemos perceber uma grande diferença de estilo entre as capas desenvolvidas por Victor Burton para a editora *Nova Fronteira* (fig. 17) e para a *Companhia das Letras* (fig. 23). De acordo com o próprio designer, essa mudança se deu por dois motivos: primeiro porque a *Companhia das Letras* já entendia o livro como um artefato havendo uma harmonia entre suas partes. A visão comercial que a editora tinha sobre a capa era diferente da *Nova Fronteira* que se utilizava de cores berrantes e títulos grandes ocupando a largura toda do livro para chamar atenção do público. Outro motivo foi que a quebra de um contrato de exclusividade, que durou 6 anos, acabou com um certo comodismo que havia com a garantia de trabalho, o que estimulou e exigiu ainda mais de Victor Burton na disputa de mercado.

Assim como Ana Luisa Escorel constatou, no início dos anos 1970, a ausência de um projeto gráfico para o livro brasileiro, Sebastião Lacerda (2012), atual editor da Bem-Te-Vi, acredita que Victor Burton seja um dos grandes responsáveis pela existência de um projeto de livro no Brasil comparando seu trabalho ao de Eugênio Hirsh para a *Civilização Brasileira*, no final dos anos 1950, que revolucionou a ideia de capa de livro no país. “Eram capas extraordinariamente diferentes, muito original, mas a coisa se restringia à capa” (LACERDA, 2012).

Podemos perceber que o trabalho de Victor Burton na *Companhia das Letras* assume um estilo diferente daquele da *Nova Fronteira*. E é a partir desse momento que este designer começa a definir seu estilo que vai ser ainda mais reforçado quando ele começa a se dedicar aos projetos gráficos de livros iconográficos como veremos no capítulo seguinte. Victor Burton não demorou para se tornar um designer de referência no cenário editorial brasileiro. Seu nome virou sinônimo de qualidade e diversas matérias em diferentes veículos ressaltaram o trabalho do “queridinho” dos editores, como foi chamado. A seguir, veremos uma matéria publicada no *Jornal do Brasil*, em 3 de março de 1998. Para uma melhor legibilidade, esta entrevista está transcrita no Apêndice 3.

2.2 Um designer de livros

O fim do contrato de exclusividade com a *Nova Fronteira*, em 1986, lançou Victor Burton no mercado editorial brasileiro que passou a trabalhar para diversas editoras, não só para a *Companhia das Letras*, e a assumir cada vez mais o projeto gráfico do livro, desenvolvendo, desta forma, uma forte identidade que torna possível identificar um livro de sua autoria. João de Souza Leite (2005), reforça dizendo que “progressivamente, ao assumir o projeto integral de livros de maior porte e complexidade, sua obra conquistou outro estatuto, o de pautar o parâmetro do livro ilustrado brasileiro” (p.12).

Como o principal interesse de Victor no livro sempre foi a relação entre texto e imagem, ele começou a se dedicar mais aos projetos que concebiam o livro como um produto único e integrado, em que pudesse interferir também no projeto gráfico do miolo – os livros iconográficos – que sempre foram sua referência desde os tempos em que trabalhou com Franco Maria Ricci. Em matéria publicada na revista alemã *Novum Gebrauchsgraphik*, de 1988, Felipe Tabora diz que Victor Burton tem uma sensibilidade especial para os projetos de livros em que há uma relação entre texto e imagem. “Ele quase pode ser chamado de monstro do design editorial, uma vez que ele não cria simplesmente a capa do livro, mas se envolve com cada página dele. O resultado é sempre excelente” (p. 7). E conclui afirmando que sua dedicação ao projeto gráfico desses livros tem feito com que ele fique conhecido como um dos mais especializados e meticulosos artistas do Brasil.

Apesar de trabalhar também com livros de outra natureza, como por exemplo livros de campanhas publicitárias e empresariais, que apresentam um estilo completamente diferente dos livros iconográficos, Victor Burton (2012) relata que ficou mais conhecido como um designer pós-moderno muito em função da linguagem utilizada nesse tipo de livro. O estilo singular de Burton pode ser melhor evidenciado nesses livros através da maneira com que ele mistura elementos tradicionais e modernos, o que nos permite distinguir seus livros dos milhares de outros que vemos a cada ano nas livrarias.

Diante da clássica pergunta a respeito do processo de criação e elaboração da capa do livro, Victor acredita que a bagagem cultural é mais importante do que a técnica, e que a leitura do texto é fundamental para não depender das informações passadas pelo editor.

Quando você faz 8 a 10 capas por mês [como era o caso no período em que trabalhou na Nova Fronteira] não tem como ler. Quando o livro é de não ficção, por exemplo a biografia da Greta Garbor, você não precisa ler; você precisa ter um

mínimo de informação para saber o que precisa fazer. Agora, livros de ficção eu sempre fiz questão de ler o suficiente para pegar o espírito do livro. A gente depende muito de uma informação que vem do editor (BURTON, 2012b).

Na Itália, Victor trabalhava com fotoletra para compor os blocos de texto, uma vez que havia um estúdio fotográfico dentro da editora, o que facilitava o processo de trabalho. Quando veio para o Brasil, esse sistema não era muito utilizado e Victor passou a trabalhar com Letraset, recurso muito empregado para produção de títulos. O computador só passou a fazer parte do seu trabalho no final dos anos 1980. Apesar de ter tido uma resistência inicial por ter que mudar a maneira de trabalhar, Victor garante que não tem nenhum saudosismo do período anterior.

Tinha uma coisa muito artesanal de fazer as pranchas, traçar os fios, colar o texto, o que era no fundo muito chato. O nível de controle, de qualidade, que se tem com o computador é infinitamente superior, não tem como negar isso. Eu não tinha nenhum fetiche do livro feito em tipografia, apenas a dificuldade de mudar de mundo. Agora, por exemplo, eu tenho dificuldade de deixar o QuarkExpress e entrar no InDesign. Eu sou um homem da pré-história. Eu sou a única pessoa no escritório que usa o QuarkExpress. Eu tenho que mudar, evidentemente, mas é chato, é difícil (BURTON, 2012a).

Victor acredita que o uso da tecnologia interfere positivamente nos seus trabalhos devido ao maior controle na execução, mas não interfere no seu processo de criação. A seguir, exemplificamos o passo a passo da criação de uma capa através do livro *Os óculos de Heidegger*, de 2013, para a editora *Intrínseca*, desde a pesquisa de capas de edições estrangeiras ao resultado final aprovado pela editora.

Percebemos, nesse caso, que a primeira etapa do processo de criação da capa foi um levantamento do que já havia sido realizado em edições anteriores. A partir dessa pesquisa, Victor selecionou as imagens que comporam as capas dessas edições e, a partir desses elementos, foi se estruturando o projeto da nova edição. Percebe-se que a última imagem da figura 28 foi composta utilizando os elementos presentes nas capas das versões estrangeiras – como o óculos e a carta presentes na edição italiana, o arame e o envelope com selo da edição francesa, e a mulher, a paisagem e mais uma vez o envelope da edição americana. Ao reunir todos esses elementos, Victor apresenta uma nova proposta para a versão brasileira do livro. Porém, a versão final aprovada pela editora dá ênfase apenas à lente do óculos e apresenta uma continuidade da imagem na quarta capa. Victor ressalta que esta é apenas uma das maneiras pelas quais ele começa a pensar em uma capa e que talvez não seja a mais divertida.

Figura 25 - Pesquisa de capas de outras edições



Fonte: acervo Victor Burton.

Figura 26 - Pesquisa de imagens



Fonte: acervo Victor Burton.

Figura 27 - Imagens selecionadas para a capa do livro



Fonte: acervo Victor Burton.

Figura 28 - Combinação dos elementos selecionados



Fonte: acervo Victor Burton.

Figura 29 - Versão final da capa e quarta capa do livro



Fonte: acervo Victor Burton.

Quando saiu da *Nova Fronteira* e passou a trabalhar para diversas editoras, Victor montou seu próprio escritório em casa, na Glória, onde começou trabalhando sozinho e chegou a ter uma sociedade com Isabella Perrotta, a Burton & Perrotta Criação Visual nos anos 1990. Sua relação com o local onde mora demonstra como seu estilo de vida se reflete na sua atuação profissional. Como descreveu em entrevista à *Revista de Domingo do Jornal do Brasil* de 21 de maio de 2000, "sou apaixonado por este lugar. Aqui, estou entre um pedaço do Rio colonial português, o outeiro; do Rio americano pós-guerra, o Centro; e o Rio francês, a Praça Paris. São três séculos de história em uma mesma vista".

Entretanto, conforme a demanda de trabalho foi crescendo, começou a surgir a necessidade de contratar assistentes para cumprir com os prazos de todos os trabalhos. Todas as capas do mês da *Nova Fronteira*, por exemplo, deveriam ser entregues em um único dia. Desta forma, o entra e sai diário em um apartamento de prédio residencial começou a gerar um certo incômodo no condomínio fazendo com que Victor mudasse seu local de trabalho. Atualmente, o escritório "Victor Burton Design Gráfico" fica localizado no centro da cidade, na Av. Calógeras, com uma ampla e bela vista para a Baía de Guanabara.

Ao longo da sua trajetória, Victor recebeu alguns prêmios pelos seus trabalhos. Apesar de não considerarmos a contemplação de um prêmio como sinônimo de qualidade ou de "bom design", eles são uma instância de legitimação e de reconhecimento do trabalho de Burton. A seguir, listamos alguns deles:

- **Prêmio da Feira de Leipzig**, "O Mais Belo Livro do Mundo", International Book Design Exhibition, 1988. Premiação dos livros produzidos de 1983 a 1989. Medalha de bronze com o livro *Festas populares no Brasil*, da editora Idex (1987).

Figura 30 - Livro "Festas Populares"



Fonte: acervo particular.

- **Clube de Criação de São Paulo**, Categoria Editorial: 1987, 1988 (*Natura*), 1990 (*O Olho Espacial*), 1994.
- **Prêmio Classic**, Categoria Livro: 1990 (*O Olho Espacial*). Categoria Relatório Anual: 1991 (Banco Boavista).
- **Prêmio Jabuti**, Categoria Capa de Livro: 1993 (*A Floresta da Tijuca e a cidade do Rio de Janeiro*), 1996 (*Quase Memória*), 1999, 2001 (*Extinção*), 2002 (*Coleção Guimarães Rosa*), 2005 (*Herdando uma Biblioteca*)

Figura 31 - Livros vencedores do Prêmio Jabuti, categoria "Capa de livro"



Fonte: Victor Burton.

- **Prêmio Aloísio Magalhães**, Categoria Projeto Gráfico: 1995, 1997, 2001.
- **Prêmio Jabuti**, Categoria Produção Editorial: 1987 (*Santos Dumont*).

- **Câmara Brasileira do Livro:** 1997 (*Biblioteca Nacional*), 2000 (*O Brasil e os Holandeses*), 2002 (*Brasiliana da Biblioteca Nacional*). Categoria Arquitetura: 2006 (*O Porto e a Cidade*).

Figura 32 - Livros vencedores do Prêmio Câmara Brasileira do Livro



Fonte: Victor Burton.

- Destaque da **Bienal de Design Gráfico:** 1998, 2000, seção capa de livro.
- **Ouro Exposição ADG:** 2002 (*Dicionário Houaiss*).
- Top Ten na exposição **Brasil faz Design**, 2002, Milão (*Dicionário Houaiss*).

Figura 33 - Dicionário Houaiss, livro Ouro Exposição ADG



Fonte: Victor Burton.

- Primeiro colocado no **Design by Designers**, 2002.
- Eleito o designer do ano pela revista *Design Gráfico*, 2002.
- **International Book Design Exhibition**, Leipzig, Alemanha. Categoria Editorial, Diploma de Honra: 1989 (*Alberto Santos Dumont*).

Apesar de ter o livro iconográfico como preferência, Victor chegou a fazer outros trabalhos além do design editorial como identidades visuais, logotipos, cartazes, capas de CD's e LP's, ex-libres da família Burton, apenas para citar alguns. Outro ramo de interesse do designer são as exposições, tanto no que se refere à produção das peças gráficas como catálogos até a própria montagem do evento, que considera uma forma de estar mais próximo da arquitetura, outra paixão de Victor Burton. Walter Gropius cunhou a expressão "arquitetura gráfica" do livro entendendo que ambas as atividades – arquitetura e design – têm o mesmo comprometimento e responsabilidades sociais. Sendo assim, podemos dizer que Victor Burton de certa forma faz arquitetura.

Atualmente, além das editoras nacionais, Victor faz alguns trabalhos para a editora francesa *Editions de Fallois* e, em 2012, teve seu primeiro trabalho como editor publicado pela *Sextante Artes*, ao lado de Marcos da Veiga Pereira, neto de José Olympio, com o livro *A viagem ao Brasil de Marianne North*, de Julio Bandeira. Todos os trabalhos realizados pelo escritório de Victor Burton passam pelo seu crivo final. Em alguns casos ele faz o projeto gráfico para algum assistente diagramar, como é o caso dos livros institucionais; em outros ele faz questão de fazer o trabalho todo sozinho, principalmente quando o material entregue pela editora ainda exige uma pesquisa iconográfica.

Figura 34 - Capas para a editora francesa *Editions de Fallois*



Fonte: Victor Burton.

Figura 35 - Identidade visual Paço Imperial



Fonte: Victor Burton.

Figura 36 - Identidade visual Aeroplano



Fonte: Victor Burton.

Figura 37 - Identidade visual IPHAN



Fonte: Victor Burton.

Figura 38 - Logotipo editora Lacerda



Fonte: acervo pessoal.

Figura 39 - Ex-Libris Michel Burton

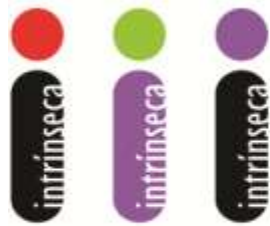


Fonte: Victor Burton.

Figura 40 - Identidade visual papelaria Manuscrito



Figura 41 - Logotipo editora Intrinseca



Fonte: Victor Burton.

Figura 42 - Revista Poesia Sempre



2.3 As origens de um estilo

Após observar alguns dos trabalhos de Victor Burton, é possível identificar algumas influências que interferiram na construção da sua linguagem gráfica. Entre elas estão o pai Michel Burton, o editor italiano Franco Maria Ricci, os livros da Renascença e os *livres d'artiste* franceses.

Michel Burton

A primeira grande referência de Victor foi, sem dúvida, o convívio com o pai. A formação na escola de *Arts and Métiers* de Genebra, no final dos anos 1940, permitiu que Michel Burton aprendesse de tudo um pouco: gravura, vitral, mosaico, tipografia, ilustração a mão livre etc. A escola era oriunda do movimento *Arts and Crafts* que defendia a união entre arte e artesanato e era contra a mecanização e a padronização da produção em massa. Segundo Meggs (2009), o movimento “era antes um movimento de design e impressão que advogava uma preocupação estética na produção de livros. Procurava reconquistar os padrões do design, materiais de alta qualidade e o cuidadoso acabamento existentes antes da Revolução Industrial” (p.219).

O francês Michel Burton veio para o Brasil no início dos anos 1950 fugido da família. Apaixonado por uma judia, escolheu aleatoriamente o Brasil para se refugiar da família antissemita e casar com a moça. Chegando aqui começou a trabalhar pintando afrescos de

casas e logo em seguida conseguiu se estabelecer no ramo da publicidade. O casamento, por sua vez, durou apenas três anos, pois a moça não se adaptou ao Brasil e retornou para Europa.

Figura 43 - Michel Burton



Fonte: Victor Burton.

Durante o tempo em que permaneceu no Brasil, Michel conheceu sua segunda esposa, Helena, com quem teve seu primeiro e único filho, e trabalhou em diversas áreas do design, desde o editorial até o institucional passando pelo de produto. No campo do design gráfico, além de ter feito diversas ilustrações para o *Jornal do Brasil*, Michel fez algumas capas para a revista *Rio* que contava com a participação de literatos, fotógrafos e artistas plásticos, entre eles Di Cavalcanti e Carlos Thiré. Segundo Melo (2011), a revista *Rio*, entre outras revistas, “representa a contribuição das artes visuais ao design gráfico, e abrem caminho para a revolucionária revista *Senhor*” (p. 236), da qual foi diretor de arte no período entre fevereiro de 1961 a março de 1962.

O resultado mais importante da substituição do Carlos Scliar por Michel Burton foi a “barroquização” da revista. Por “barroquização”, devemos entender a utilização de vinhetas e elementos gráficos (muitas vezes em estilo clássico) utilizados por Michel para preencher os espaços “em branco” muito usados por Scliar. Burton partia do conteúdo para estabelecer a forma. Discordava da Bauhaus, por achar suas formas frias e sem personalidade. Defendia a teoria de que não haveria uma forma ideal para todos os trabalhos, mas que a forma deveria variar de acordo com o conteúdo para melhorar a comunicação. (LIMA, 2000)

No campo do design de produto, Michel trabalhou com o arquiteto Marcos Vasconcelos em cerâmicas de decoração integrada com a arquitetura. De acordo Burton (2012b), Michel é o autor da segunda cerâmica de arte em Itaipava – a primeira é do francês Henry Gonot. Além disso, fez também alguns trabalhos institucionais como o primeiro logotipo da empresa aérea

Varig. De acordo com Perrotta (2006), “com seu background cultural, seu senso estético e seu traço peculiar – foi, sem dúvida, a principal formação e referência do filho, que admirava o trabalho do pai, principalmente o desenho e a ilustração”.

Em 1963, com as incertezas políticas do país e com um grave problema de vista, Michel decidiu voltar para a Europa junto com a família – o filho Victor com sete anos de idade e a esposa Helena – e foi em Milão onde surgiu a oportunidade de trabalhar na área da publicidade. Michel só retornou ao Brasil quando se aposentou, por volta de 1994, onde permaneceu até falecer, em 2011.

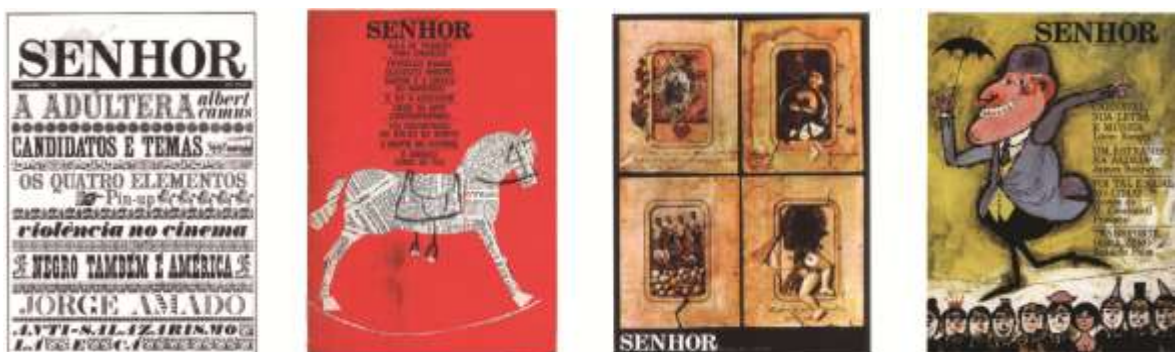
Alguns trabalhos de Michel Burton:

Figura 44 - Capas da revista Rio



Fonte: Victor Burton.

Figura 45 - Capas da revista Senhor



Fonte: Laboratório de História do Design Brasileiro, ESDI/UERJ.

Franco Maria Ricci

Figura 46 - Franco Maria Ricci



Fonte: Victor Burton.

Outra grande referência para Victor Burton foi o trabalho do editor e designer Franco Maria Ricci. Foi nessa editora, especializada em livros de arte de luxo, que Victor aprendeu as técnicas do design editorial e desenvolveu seus primeiros trabalhos. Grande admirador de Giambattista Bodoni, o primeiro livro editado por Franco Maria Ricci foi o seu *Manual Tipográfico*, em 1965, uma grande influência no trabalho de Ricci que acabou sendo também uma grande referência no trabalho de Burton.

Cristina Nuzzi (1982), no texto *A la recherche de la beauté perdu*, nos apresenta a trajetória deste editor e sua busca pela beleza, representada através da imagem de uma rosa vermelha de plástico que aparece nas páginas da revista *FMR* (título que se lido em francês – *éphémère* – significa efêmero), considerada a revista mais bonita do mundo. Segundo Nuzzi (1982), a rosa representa a fragilidade da beleza e ao mesmo tempo, por ser de plástico, provoca a permanência do efêmero. Outro elemento expresso em seu trabalho que simboliza sua busca pela beleza é o uso do preto e dourado em suas capas, também transmitindo uma ideia de luxo e sofisticação. De acordo com Scarbi (1982), Ricci adora o preto, pois é através dele que consegue obter maior contraste na página.

Ricci nasceu em 1937, na cidade de Parma, Itália, em uma família de aristocratas. Durante a adolescência se dedicou aos estudos de literatura e artes visuais – suas grandes paixões –, mas ao entrar para a universidade foi estudar Geologia. Na ânsia por viajar, conhecer

o mundo e ter experiências de vida, Ricci, mesmo antes de se formar, começou a trabalhar em uma empresa de petróleo que o enviou para Turquia. Após três meses de trabalho, retornou para Parma, terminou os estudos em 1963, e passou a se dedicar à literatura e não mais ao petróleo.

Sua carreira como designer começou através do pedido de uns amigos para elaborar um cartaz e um programa para o *International University Theater Festival*. Seu primeiro projeto foi muito bem recebido e Ricci foi convidado para elaborar alguns *layouts* para o Departamento de Design do Museu de Arte Moderna de Nova York. Nos seus primeiros trabalhos, Ricci utilizava muito os tipos Helvetica ou Haas pela clareza e pelo equilíbrio dos espaços brancos, porém sentia falta de uma distinção cultural e de uma tradição humanística (NUZZI, 1982). E foi nas páginas produzidas por Bodoni que Ricci encontrou a unidade de página que tanto desejava. Fascinado com a habilidade deste impressor em pensar no contraste entre o preto e o branco, a perfeita relação matemática e a harmonia fez com que o designer Ricci se tornasse também um editor.

Assim, a editora *Franco Maria Ricci* procurou incorporar todos esses valores nos seus trabalhos. A admiração pelo trabalho de Bodoni fez com que Ricci se aventurasse em reimprimir o *Manual Tipográfico*. O projeto foi considerado excêntrico, um capricho de um bibliófilo e fadado à falência da editora. Sendo um empreendedor perspicaz, Ricci percebeu a importância do *Manual* para o campo das artes e do design que estavam em pleno crescimento na época. Desta forma, o *Manual* foi impresso, em 1965, em papel Fabriano e com capa de couro chamando a atenção de muitos na Feira do livro de Frankfurt. “Visitantes perplexos e curiosos pararam para admirar um único livro em um estande vazio, o primeiro empreendimento de um desconhecido editor italiano: era o *Manual Tipográfico* de Bodoni reimpresso por Ricci” (NUZZI, 1982).

Ricci procurava dar um tratamento especial em todas as suas publicações, seja através do uso do papel ou do acabamento. Sua capacidade de misturar elementos clássicos e barroco, a fusão entre o antigo e o moderno, entre o passado e o presente resultava sempre em um objeto novo, preservando a memória do passado. Essa combinação de diferentes elementos dava um ar sofisticado a seu trabalho, como podemos observar nas figuras a seguir:

Figura 47 - Publicações da Franco Maria Ricci



Fonte: acervo pessoal.

Assim como Ricci, o trabalho de Victor Burton também apresenta essa mistura de elementos clássicos, antigos e modernos, dando um ar elegante e requintado a seu trabalho, termos utilizados por alguns designers e editores ao se referirem ao trabalho de Burton. É o caso de Ana Luisa Escorel (2004), que afirma que “seu estilo requintado e extremamente pessoal atingiu tal sucesso junto ao público, aos editores e aos autores de texto que começaram a brotar seguidores fascinados por sua inteligência gráfica” (p.95).

As Private Presses e os Livres d'Artiste

A evolução e o desenvolvimento dos processos e técnicas de impressão, sobretudo da imagem, acarretaram em um domínio da imagem sobre o texto e em uma massificação do uso da imagem gerando algumas reações no campo das artes gráficas. As gráficas particulares, ou *private presses*, surgiram por diferentes interesses, como por oposição à massificação da produção de livros, buscando um tratamento e uma estética diferenciada. Esse movimento pode ser visto como uma rebelião de amadores, como descreve Franklin (1969), em que não existe um acordo sobre sua definição nem se a coisa mais importante deste movimento foi o legado do trabalho realizado ou a privacidade de se produzir livremente. "O termo 'private press' carrega nuances mais simples e modestas – fazer o que se gosta, talvez com arte, como um amador" (FRANKLIN, 1969, p. 37).

Já Araújo (2008), acredita que as gráficas particulares surgiram para contestar o lado comercial das gráficas e nos chama atenção para o resultado do trabalho das *private presses*:

Ainda que elitista e conservadora, a produção dessas gráficas particulares repercutiu de forma decisiva na apresentação do livro, o que se deveu não só ao extremo rigor dado à interação perfeita entre estilo do tipo e forma de ilustração (a ideia vinha desde Aldo Manuzio), mas sobretudo à adequação técnica da impressão dos originais com os melhores papéis e tintas então disponíveis (p. 485).

Uma das primeiras e mais conhecidas gráficas particulares foi a *Kelmscott Press*, fundada em 1891 por William Morris que, contra a massificação da produção de livros, lutou pelo retorno do processo artesanal. O interesse de Morris pelo estudo cuidadoso dos tipos incunabulares deu origem ao novo empreendimento, a *Kelmscott Press* cujo principal objetivo era recuperar a beleza dos livros incunabulares (primeiros livros impressos que seguiam a estética dos livros manuscritos) através da busca de melhores materiais. Assim, seus livros eram considerados verdadeiras obras de arte e foram uma referência para o livro do século XX.

A influência de William Morris e da *Kelmscott Press* no design gráfico, particularmente no design de livro, evidenciou-se não só na imitação estilística direta dos filetes, capitulares e estilos de tipos; o conceito de Morris do livro bem-feito, seus belos projetos tipográficos baseados em modelos anteriores e seu senso de unidade do design, com os detalhes mais ínfimos relacionados ao conceito total, inspiraram uma nova geração inteira de designers de livros (MEGGS, 2009, p.226).

A *Kelmscott Press* incentivou o surgimento de outras gráficas particulares na Inglaterra, Europa e Estados Unidos. De acordo com Araújo (2008), “nesse momento grandes pintores passaram a trabalhar no livro, por iniciativa sobretudo de editores franceses (entre os quais o famoso Ambroise Vollard): inaugurava-se o *livre d’art* ou o *livre d’artiste*” (p. 490).

O livro de artista é um assunto ainda pouco estudado no Brasil, o que acarreta em uma falta de clareza quanto a sua definição e história do seu surgimento. Alguns autores destacam a atuação de Raymundo Ottoni de Castro Maya, fundador da *Sociedade dos Cem Bibliófilos*, na década de 1940, como ponto inicial da produção de livros de artista no Brasil. Porém, no catálogo da exposição *Tendências do Livro de Artista no Brasil*, de 1985, Annateresa Fabris e Cacilda Teixeira apontam os trabalhos do pintor e poeta pernambucano Vicente do Rego Monteiro em *Quelques Visages de Paris*, de 1925, e de Aloísio Magalhães na gráfica *O Gráfico Amador* fundada em 1954, em Recife, como os pioneiros do livro de artista no Brasil e afirmam que “no Brasil são quase inacessíveis [os livros de artista]. Embora numerosos, não são vistos regularmente; sua publicação é rara e a apreciação dificilmente ultrapassa um reduzido círculo de iniciados, artistas e bibliófilos” (p. 1).

Muitos livros produzidos pelo grupo d'*O Gráfico Amador*, projetados por Aloísio Magalhães, Gastão de Holanda, José Laurenio de Melo e Orlando da Costa Ferreira, são considerados *livres d’artiste* devido às tiragens limitadas e à participação de artistas no processo de elaboração do livro. Porém, o grupo discutia a proposta de se tornar uma editora comercial com grandes tiragens, o que de fato não aconteceu devido à situação econômica do grupo. De acordo com Lima (1997), a proposta inicial do grupo era a de publicar, exclusivamente, os

textos produzidos pelos próprios membros que estavam fora do circuito editorial comercial, todos eles "sob cuidadosa forma gráfica" (p. 87). A respeito do rigor gráfico, José Laurenio de Melo alerta para a necessidade de "destruir a noção de que o livro, sob o aspecto material, está dispensado de ser obra de arte. Era necessário destruir a perniciosa associação da idéia de beleza gráfica com as edições de luxo" (*apud* LIMA, 1997, p. 89). Desta forma, entendemos as publicações d'*O Gráfico Amador* mais como projetos experimentais do que como *livres d'artiste*.

Por outro lado, se entendermos o livro de artista como um suporte para a obra de arte, podemos identificar seu início ainda no século XVIII e XIX, através dos trabalhos do poeta inglês William Blake nos livros *O livro de Jó*, da Bíblia e *A Divina Comédia*, de Dante Alighieri e através dos trabalhos do pintor francês Eugène Delacroix nos livros *Fausto*, de Johann Wolfgang von Goethe e *Os Caprichos*, de Francisco de Goya. Porém, a categoria Livro de Artista só ganhou força e autonomia nos anos 1960 com o intuito de democratizar o acesso às artes. "Edward Ruscha é exemplo. Em conformidade às ideias do movimento Fluxus [movimento de contestação de valores e de reflexão sobre a função social da arte], o artista tem como mote opor-se às galerias e aos modos burgueses de entender e negociar as artes" (LAUDANNA, 2012, p. 228).

Rowell e Wye (2003) afirmam que devido às variações do livro ilustrado, novos termos surgiram para descrevê-lo, como por exemplo o livro de artista. As autoras fazem uma clara distinção entre os termos "livro de artista" e o "*livre d'artiste*". O livro de artista é um termo mais recente utilizado normalmente para designar aquelas obras concebidas como uma unidade nas quais o principal responsável é o artista plástico. Outras características deste gênero são as tiragens de grande número, o uso de papéis econômicos para baratear o preço final e o uso de processos de impressão comerciais. Para muitos, o livro *Veintiséis gasolinas*, de Ed Ruscha, publicado em 1962, é um exemplo dessa categoria de livro que ganharia força no final dos anos 1960 (WYE, 2003).

Já o *livre d'artiste* se caracteriza pela gravação, litografia, serigrafias ou xilografias estampadas a mão em papéis especialmente escolhidos. Esses livros têm tiragem limitada e são destinados a colecionadores. Raramente o *livre d'artiste* reflete a visão de um único artista; o escritor, editor e impressor também participam do processo de criação. O livro *Parallèlement* de Pierre Bonnard, publicado em 1900 com poemas de Paul Verlaine pode ser considerado um dos primeiros exemplos dessa categoria de livro que se desenvolveu no século XX, sobretudo na França (WYE, 2003).

As funções do livro de artista vêm se modificando ao longo dos anos passando desde objeto ideológico de democratização das artes até ser entendido como objeto tradicional e histórico, e não mais revolucionário. Laudanna (2012) resume a função do livro de artista dizendo que

enquanto nos anos de 1960 e parte do seguinte as várias rupturas incorporavam a ideia de cultura de massa como fator decisivo para combater a arte anterior, posteriormente, o novo como rompimento do velho é arquivado. Por conseguinte, o livro de artista como arte pós-anos 1970 é objeto que não combate a ordem vigente, como o era anteriormente, mesmo porque passa a ser entendido como uma tradição, uma história sem fraturas (...). A contemporaneidade é irredutível a qualquer taxonomia (p. 229).

O livro de artista contemporâneo pode ser compreendido como um espaço de expressão artística em que o artista mistura elementos tradicionais do livro e, ao mesmo tempo, tenta romper e violar com o modelo tradicional. Silveira (2008) afirma que a relação entre *ternura* e *injúria*, elementos fundamentais na definição do livro de artista, é que vai gerar a desejada plasticidade da página. O autor, através de uma pesquisa sobre os termos, explica que *ternura* está relacionada à preservação das formas tradicionais do livro enquanto que a *injúria* se refere justamente à subversão e perversão dessa tradição. Desta forma, o livro de artista ao mesmo tempo em que mantém características tradicionais do livro apresenta uma ruptura com determinadas normas. "O artista se apropria daquele que considero o mais significativo objeto cultural ocidental (...), se equilibra em algum ponto por ele eleito entre o respeito às conformações tradicionais e a ruptura ou transgressão às normas consagradas de apresentação do objeto livro" (SILVEIRA, 2008, p. 21).

Os livros de artistas, sobretudo os franceses, foram uma referência na formação de Victor Burton que destaca a influência do álbum *Jazz*, de Matisse, *L'art D'Aimer*, com poemas de Ovídio, e *Le Portrait de Mounet-Sully*, de Jean Cocteau, herdados de seu avô. A seguir veremos algumas imagens desses livros.

Figura 48 - Páginas do álbum *Jazz*

Fonte: Victor Burton

Figura 49 - *Le Portrait de Mounet-Sully*

Fonte: Victor Burton

Figura 50 - *L'art d'Aimer*

Fonte: Victor Burton

O livro *L'art D'Aimer* (fig. 50) foi produzido em papel feito a mão e esculturas em pelica na capa. No álbum *Jazz*, produzido entre 1943 e 1947, o artista é, ao mesmo tempo, autor do texto e da imagem. Através da técnica do *pochoir* (descrita no dicionário de Artes Gráficas, de Frederico Porta, como uma técnica utilizada para criar figuras que serão coloridas a mão, a partir de um estêncil, devidamente recortado, um para cada cor), Matisse dispõe livremente texto e imagem, sem que haja um relação de subordinação entre eles. "Fiz estas páginas escritas para apaziguar as reações simultâneas das minhas improvisações cromáticas e ritmadas, páginas que são como que um 'fundo sonoro' que as sustenta, as envolve e assim protege as suas particularidades", explica (MATISSE, 1996).

Entendemos a influência das *private presses* e dos *livres d'artiste* no trabalho de Victor Burton pela maneira cuidadosa e pelo tratamento que se dedica à cada página do livro, motivo pelo qual Taborda acabou chamando-o de "monstro" do design editorial. Nesse sentido, utilizando os termos utilizados por Silveira (2008), podemos perceber a *ternura* com que Victor Burton trata o livro.

Renascença

As características do livro do Renascimento parecem ter influenciado o trabalho de Victor, como veremos a seguir, em três aspectos: na relação entre texto e imagem, no uso de ornamentos e na escolha tipográfica. O Renascimento foi um período propício para o desenvolvimento do design editorial devido ao aumento da edição de livros decorrente do renascimento da literatura clássica grega e romana. De acordo com Meggs (2009),

o livro tipográfico chegou da Alemanha à Itália como um livro de estilo manuscrito impresso com tipos. Uma série de inovações, como a folha de rosto, tipos romanos e itálicos, números de página impressos, ornamentos em xilogravuras e metal fundido e métodos inovadores no leiaute de ilustrações com tipos, permitiu aos impressores italianos do Renascimento legar à posteridade o formato básico do livro tipográfico como hoje o conhecemos (p.135).

O livro *Hypnerotomachia Poliphilli* (fig. 51), de Fra Francesco Colonna, impresso pelo humanista e erudito do Renascimento italiano Aldo Manuzio, em 1499, é considerado um dos livros mais bonitos do Renascimento justamente pelo equilíbrio entre texto e imagem, "um marco de referência em termos de beleza tipográfica e legibilidade" (MEGGS, 2009, p. 143).

Essa obra-prima do design gráfico alcançou uma elegante harmonia entre tipografia e ilustração que poucas vezes foi igualada. (...) Os primorosos cabeçalhos de capítulos em versais do mesmo tamanho que as utilizadas no texto, grandes iniciais contornadas cercadas por estilizada ornamentação floral e uma leveza global para a

página, em combinação com margens generosas, papel de boa qualidade e tiragem meticulosa, entusiasmaram impressores e designers em toda a Europa (MEGGS, 2009, p.132)

Figura 51 - Páginas do livro "Hypnerotomachia Poliphilli"



Fonte: MEGGS, 2009.

Além da relação entre texto e imagem, a tipografia renascentista foi outra referência para Victor Burton. O desenvolvimento da tipografia, incluindo a criação dos caracteres itálicos adotado por Aldo Manucio e melhorias para o design gráfico, possibilitou o surgimento de uma nova arte de fazer livros. Victor reconhece a influência dos livros da Renascença no seu trabalho no que diz respeito à mancha gráfica do livro,

na instauração de uma mancha clássica de livro que está no inconsciente de todo mundo até hoje. Aquela mancha dos blocos que centralizam em relação à espinha do livro, aquele branco em volta. Pra mim, o grande ideal que, provavelmente, nunca vou realizar está muito ligado ao *livre d'art* francês que se fez entre as duas guerras, nas década de 1920 e 1930. Pra mim é o ápice da produção tipográfica. Acho que é um tipo de livro que o pessoal d'O Gráfico Amador gostava muito também e que teve muita influência no Brasil, em geral (BURTON, 2012b).

Após o período do Renascimento, o design do livro começou a decair e sua revitalização se deu através do movimento *arts and crafts*, que foi uma reação às consequências da Revolução Industrial como, por exemplo, a separação entre arte e sociedade. Segundo Meggs (2009), o movimento *arts and crafts* “era antes um movimento de design e impressão que advogava uma preocupação estética na produção de livros. Procurava reconquistar os padrões do design, materiais de alta qualidade e o cuidadoso acabamento existentes antes da Revolução Industrial” (p.219)

O líder desse movimento, William Morris, e seu interesse pelo estudo cuidadoso dos tipos incunabulares deu origem ao novo empreendimento, a editora *Kelmscott Press* cujo principal objetivo era recuperar a beleza dos livros incunabulares. Assim, seus livros eram verdadeiras obras de arte.

A influência de William Morris e da Kelmscott Press no design gráfico, particularmente no design de livro, evidenciou-se não só na imitação estilística direta dos filetes, capitulares e estilos de tipos; o conceito de Morris do livro bem-feito, seus belos projetos tipográficos baseados em modelos anteriores e seu senso de unidade do design, com os detalhes mais ínfimos relacionados ao conceito total, inspiraram uma nova geração inteira de designers de livros (MEGGS, 2009, p.226).

Posto isto, percebemos como que os livros do Renascimento, os *livres d'artiste*, o trabalho com Franco Maria Ricci e o convívio com o pai, Michel Burton, influenciaram na construção do repertório visual que deram origem ao estilo de Victor Burton. As ilustrações, colagens e vinhetas de Michel Burton, referências à história da arte, tipografia e ornamentos de Franco Maria Ricci, uso de fios de diferentes espessuras, muito utilizado pelos antigos impressores renascentistas, além do uso de uma tipografia com serifa linear, principalmente, indicando uma referência a Bodoni, capitulares ornamentadas e centralização do período Renascentista, são alguns aspectos que podemos destacar.

Sem dúvida, o ambiente cultural vivenciado por Burton funcionou como um elemento motivador da sua produção possibilitando a construção de uma linguagem e de um repertório visual que nortearam e norteiam seus trabalhos. Cabe ressaltar que é no projeto gráfico dos livros iconográficos onde melhor podemos visualizar esse estilo. Sendo assim, no próximo capítulo realizamos a descrição sistemática de cinquenta exemplares dos livros de Victor Burton a fim de identificar quais os elementos que nos permitem reconhecer a autoria dos seus projetos.

3 DESCRIÇÃO DOS LIVROS DE VICTOR BURTON

Neste capítulo descrevemos de forma sistemática cinquenta livros de Victor Burton a fim de levantar as principais características que vão definir seu estilo. Utilizamos como metodologia o modelo descritivo desenvolvido por Guilherme Cunha Lima, em *O Gráfico Amador*, que apresenta uma forma de sistematizar as informações gráficas a partir do ponto de vista do design. De acordo com o autor, a importância desse modelo reside no fato das informações coletadas apresentarem uma abordagem do campo do design, uma vez que “os modelos descritivos tradicionais têm seu interesse dirigido para o texto do livro” (LIMA, 1997, p.136). Desta forma, informações importantes para uma análise gráfica como o autor do projeto gráfico, o formato, as técnicas de composição e impressão etc. foram inseridas na ficha proposta pelo autor:

Autor. Ano. **Título.** *Design.* Ilustração: quantidade e técnica; comentários técnicos. Cidade e editor. Número de páginas. Formato. Série. Gênero literário. Exemplar. Composição, impressão e local. Data (dia e mês). Fonte do tipo. Encadernação e acabamento. (LIMA, 1997, p.136)

Considerando a especificidade de cada trabalho, fizemos uma adaptação do modelo proposto por Lima (1997) para melhor atingir nosso objetivo. Incluímos elementos que consideramos relevantes e característico nos livros iconográficos de Burton como “mancha gráfica”, “margens”, “alinhamento” e “patrocínio”. Assim, segue nosso modelo adaptado:

Autor do texto. Título. Design. Editora. Ano. Cidade. Categoria editorial. Páginas. Formato. Mancha gráfica. Margens (superior, inferior, interna, externa). Família tipográfica. Alinhamento. Cor. Papel. Encadernação e acabamento. Tiragem. Idioma. Gráfica. Patrocínio.

A partir dos anos 1980 houve um aumento das edições patrocinadas, principalmente para aqueles livros com “valor artístico, literário ou humanístico”, como veremos no próximo capítulo. As categorias selecionadas por Lima (1997) associadas às características gráficas da edição dando suas dimensões, como formato, mancha gráfica e margens, permitem sua identificação enquanto objeto.

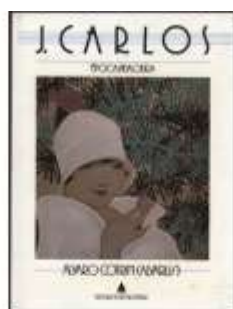
Cada exemplar descrito é acompanhado de reproduções de capa e sobrecapa (quando houver), folha de rosto, página capitular, página dupla de miolo e mancha gráfica. Com esse conjunto de informações montamos a ficha descritiva do ponto de vista do estudo do design

gráfico. Ao utilizar como metodologia um parâmetro de análise específico do campo do Design, estamos contribuindo para a construção da História do Design Brasileiro através da compreensão dos objetos que fazem parte da nossa história.

3.1 Aplicação da ficha descritiva



luva



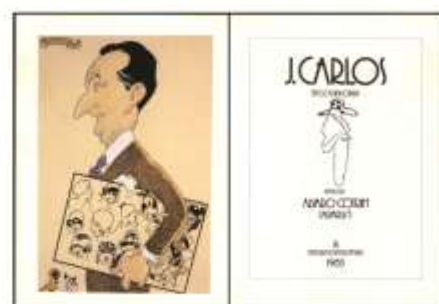
1ª sobrecapa



1ª capa



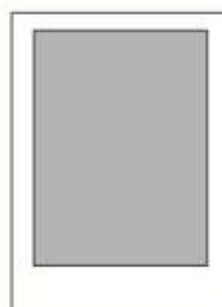
capitular



folha de rosto dupla



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Cotrim, Álvaro (Alvarus) | TÍTULO: J. Carlos | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Nova Fronteira | ANO: 1985 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 112 | FORMATO: 25 x 34 cm | MANCHA GRÁFICA: 20 x 27 cm | MARGENS: superior: 2 cm; inferior: 5 cm; interna: 2,5 cm; externa: 2,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Souvenir Gothic | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: Couchê Fosco Opaque Suzano | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa e luva | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Imprinta Gráfica e Editora | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª sobrecapa



folha de rosto dupla



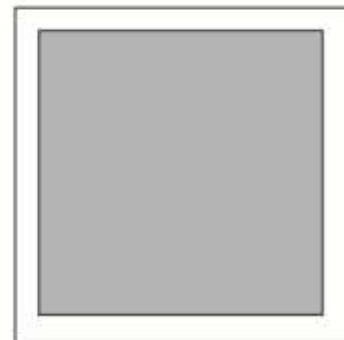
1ª capa



miolo (página dupla)



capitular



mancha gráfica (impar)

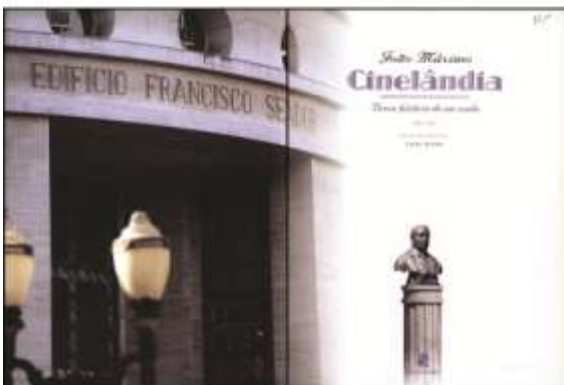
AUTOR DO TEXTO: Gonzalez, Lélia | TÍTULO: Festas Populares no Brasil | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Editora Index | ANO: 1989 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 144 | FORMATO: 29 x 29 cm | MANCHA GRÁFICA: 24,5 x 24,5 cm | MARGENS: superior: 2 cm; inferior: 2,5 cm; interna: 2 cm; externa: 2,5 cm | FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS: não identificado | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: Imprinta | PATROCÍNIO: Coca-Cola Indústrias Ltda.



1ª sobrecapa



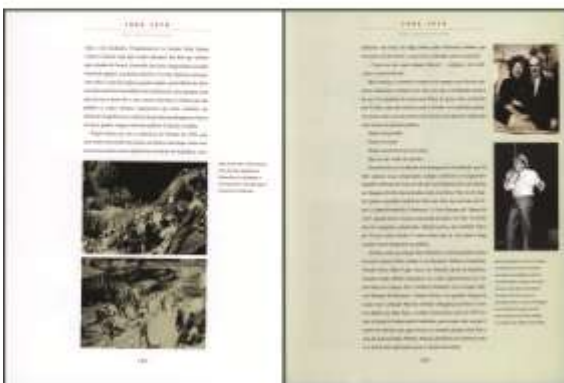
1ª capa



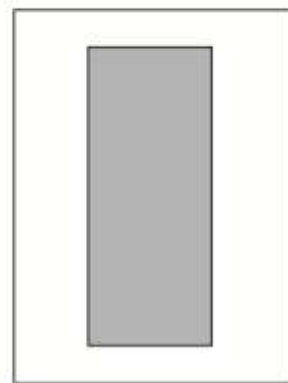
folha de rosto dupla



capitular

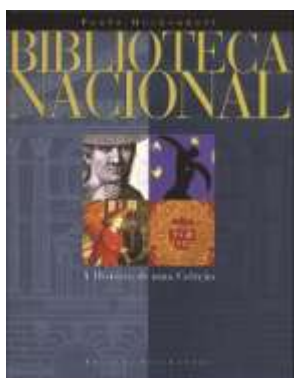


miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Máximo, João | TÍTULO: Cinelândia, breve história de um sonho | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Salamandra Consultoria Editorial | ANO: 1997 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 208 | FORMATO: 22,5 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA: 10 x 24 cm | MARGENS: superior: 3 cm; inferior: 3 cm; interna: 6 cm; externa: 6,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: não identificado | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: Garda Fosco 150g/m² | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Hamburg Gráfica Editora | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Agenco.



1ª sobrecapa



1ª capa



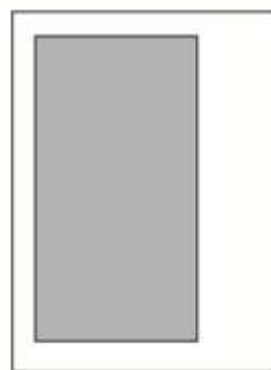
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Herkenhoff, Paulo | TÍTULO: Biblioteca Nacional: a história de uma coleção | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Salamandra Consultoria Editorial | ANO: 1997 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 264 | FORMATO: 22,5 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA: 13,5 x 25,5 cm | MARGENS: superior: 2 cm; inferior: 2,5 cm; interna: 2 cm; externa: 7 cm | FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS: Bauer Bodoni e Bodoni | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: Scheufelen Matt 150g/m² | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com título em baixo relevo e sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: R. R. Donnelley América Latina | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª sobrecapa



1ª capa



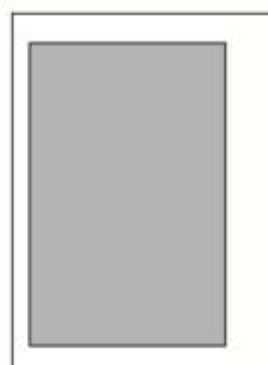
folha de rosto dupla



capitular

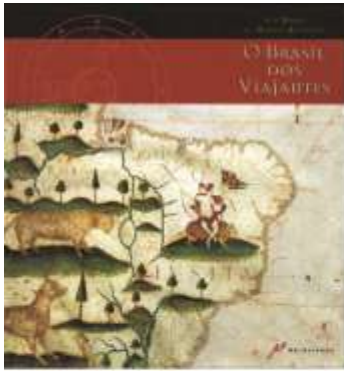


miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Herkenhoff, Paulo | TÍTULO: O Brasil e os Holandeses, 1630-1654 | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Sextante Artes | ANO: 1999 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 272 | FORMATO: 22,5 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA: 16,5 x 25,5 cm | MARGENS: superior: 2,5 cm; inferior: 2 cm; interna: 1,5 cm; externa: 4,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: não identificada | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa com aplicação de hot stamping | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Hamburg Donnelly Gráfica Editora | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Banco Real/ABN AMRO Bank.



1ª sobrecapa



1ª capa



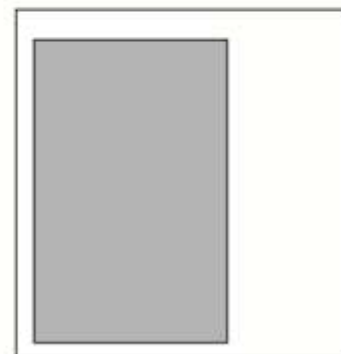
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Belluzzo, Ana Maria de Moraes | TÍTULO: O Brasil dos viajantes | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Objetiva e Metalivros | ANO: 1999 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 516 | FORMATO: 27,5 x 29 cm | MANCHA GRÁFICA: 16 x 25 cm | MARGENS: superior: 2,5 cm; inferior: 1,5 cm; interna: 1,5 cm; externa: 10 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: não identificado | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Hamburg Donnelley Gráfica e Editora | PATROCÍNIO: Odebrecht.



1ª sobrecapa



1ª capa



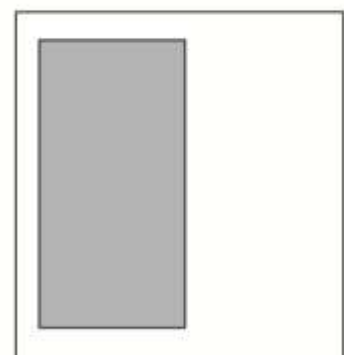
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Vasquez, Pedro Karp | TÍTULO: Fotógrafos alemães no Brasil do século XIX | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: | ANO: 2000 | CIDADE: São Paulo | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 206 | FORMATO: 29 x 31 cm | MANCHA GRÁFICA: 13 x 25,5 cm | MARGENS: superior: 2,5 cm; externa: 14 cm; inferior: 3 cm; interna: 2 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: não identificada | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCAPERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, alemão | GRÁFICA: Donnelley Cochrane Gráfica Editora | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Dresdner Bank Brasil.



1ª sobrecapa



1ª capa



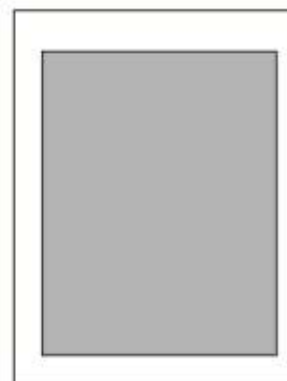
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Ferrez, Gilberto | TÍTULO: Iconografia do Rio de Janeiro, 1530-1890 |
 DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Casa Jorge Editorial | ANO: 2000 | CIDADE: Rio de Janeiro |
 CATEGORIA EDITORIAL: catálogo analítico | PÁGINAS: 752 | FORMATO: 21 x 27 cm | MANCHA
 GRÁFICA: 17 x 22 cm | MARGENS: superior: 3 cm; inferior: 2 cm; interna: 2 cm; externa: 2 cm |
 FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Centaur e Trajan | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores
 | PAPEL: Mega Matt Zanders 150g/m² | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura forrada em
 tecido com sobrecapa | TIRAGEM: 5.000 exemplares | IDIOMA: português | GRÁFICA: Hamburg
 Donnelley-Cochrane | PATROCÍNIO: Petrobrás BR Distribuidora.



1ª sobrecapa



1ª capa



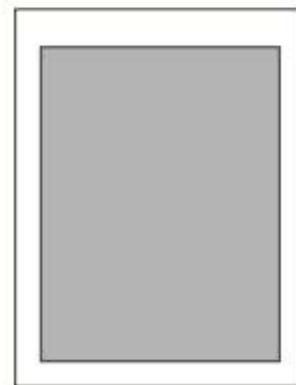
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Lago, Pedro Corrêa do | TÍTULO: Caricaturistas Brasileiros: 1836-2001 | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Contra Capa | ANO: 2001 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 216 | FORMATO: 23 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA: 19 x 25 cm | MARGENS: superior: 3 cm; inferior: 2 cm; interna: 2 cm; externa: 2 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: não identificada | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Donnelley Cochrane Gráfica Editora | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª sobrecapa



1ª capa



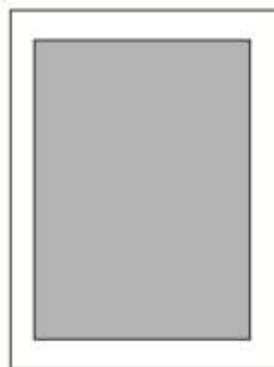
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Pereira, Paulo Roberto (org.) | TÍTULO: Brasiliana da Biblioteca Nacional | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Fundação Biblioteca Nacional e Nova Fronteira | ANO: 2001 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 656 | FORMATO: 22,5 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA: 18 x 25 cm | MARGENS: superior: 2,5 cm; inferior: 2,5 cm; interna: 2 cm; externa: 2,5 cm | FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS: Minion, Poetica e Castellar | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com aplicação de verniz localizado e sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Donnelley-Cochrane | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Petrobrás.



1ª sobrecapa



1ª capa



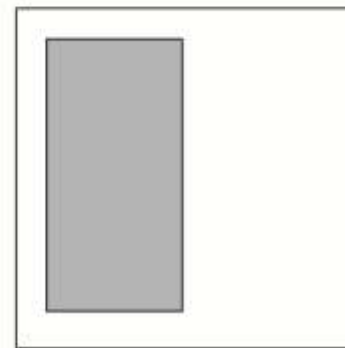
folha de rosto dupla



capitular

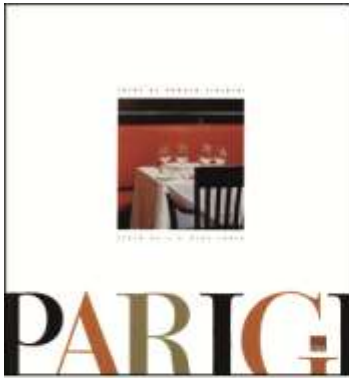


miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Boechat, Ricardo | TÍTULO: Copacabana Palace, um hotel e sua história | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: DBA (Dórea Books and Art) | ANO: 2002 | CIDADE: São Paulo | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 180 | FORMATO: 27,5 x 27,5 cm | MANCHA GRÁFICA: 11 x 22 cm | MARGENS: superior: 2,5 cm; inferior: 3 cm; interna: 2,5 cm; externa: 14 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: não identificado | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Melhoramentos | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura.



1ª capa



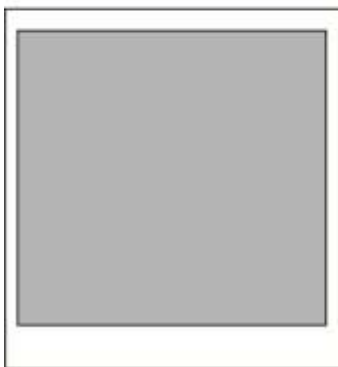
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Lopes, J. A. Dias | TÍTULO: Parigi | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: DBA Artes | ANO: 2002 | CIDADE: São Paulo | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 130 | FORMATO: 23 x 24,5 cm | MANCHA GRÁFICA: 21 x 20 cm | MARGENS: superior: 1,5 cm; inferior: 3 cm; interna: 1 cm; externa: 1 cm | FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS: não identificado | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: RR Donnelley | PATROCÍNIO: Telesp Celular S.A.



1ª sobrecapa



1ª capa



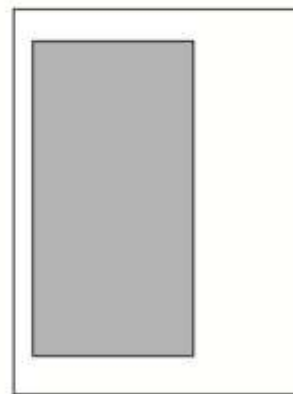
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Diener, Pablo; Costa, Maria de Fátima | TÍTULO: Rugendas e o Brasil |
 DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Capivara | ANO: 2002 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA
 EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 376 | FORMATO: 22,5 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA:
 12,5 x 24,5 cm | MARGENS: superior: 2,5 cm; inferior: 3 cm; interna: 1,5 cm; externa: 8,5 cm |
 FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Caslon | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL:
 não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não
 especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: R. R. Donnelly América Latina
 | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Telefônica.



1ª capa



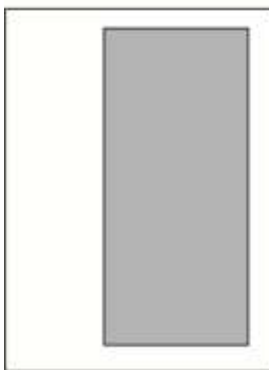
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Lago, Bia Corrêa do | TÍTULO: Frans Post e o Brasil Holandês | DESIGN: Victor Burton e Angelo Allevalo Bottino | EDITORA: Instituto Ricardo Brennand e Capivara | ANO: 2003 | CIDADE: Recife | CATEGORIA EDITORIAL: catálogo de exposição | PÁGINAS: 116 | FORMATO: 20,5 x 27,5 cm | MANCHA GRÁFICA: 11 x 24 cm | MARGENS: superior: 1,5 cm; inferior: 2 cm; interna: 7,5 cm; externa: 2 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: não identificado | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: brochura colada e costurada | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: R. R. Donnelley América Latina | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Bradesco Seguros.



1ª sobrecapa



1ª capa



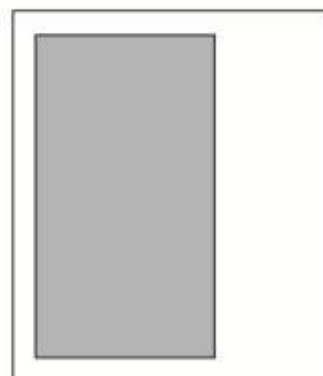
folha de rosto dupla



capitular

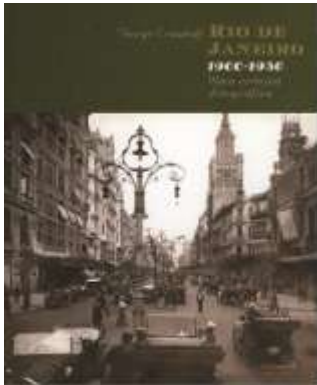


miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Vasquez, Pedro Karp | TÍTULO: O Brasil na fotografia oitocentista | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Metalivros | ANO: 2003 | CIDADE: São Paulo | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 296 | FORMATO: 22 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA: 12,5 x 26 cm | MARGENS: superior: 2 cm; inferior: 2 cm; interna: 1 cm; externa: 8,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: não identificado | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: R. R. Donnelley América Latina | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura.



1ª sobrecapa



1ª capa



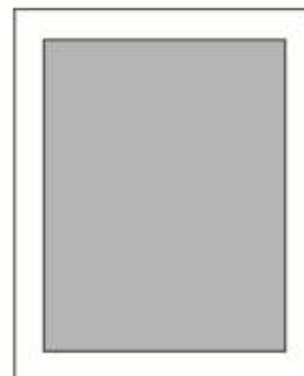
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Ermakoff, George | TÍTULO: Rio de Janeiro 1900 - 1930: uma crônica fotográfica | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: G. Ermakoff Casa Editorial | ANO: 2003 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 244 | FORMATO: 22,7 x 28 cm | MANCHA GRÁFICA: 18,2 x 23,5 cm | MARGENS: superior: 2,3 cm; inferior: 2,2 cm; interna: 2,2 cm; externa: 2,3 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Cochin | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa e aplicação de verniz localizado | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: Ipsis Gráfica e Editora | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Duty Free, Infraero.



1ª sobrecapa



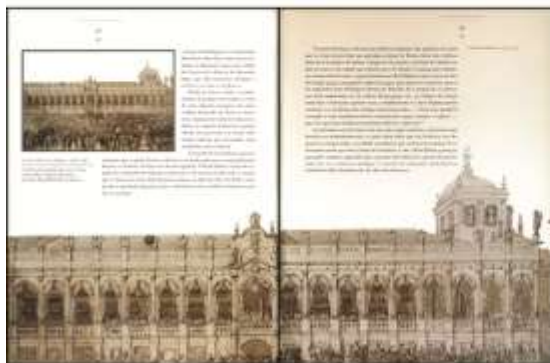
1ª capa



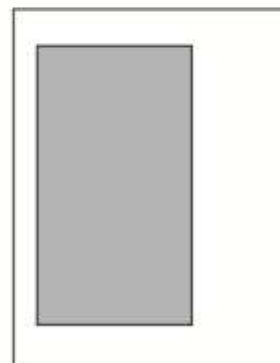
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Bandeira, Julio; Xexéo, Pedro Martins Caldas; Conduru, Roberto | TÍTULO: A Missão Francesa | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Sextante | ANO: 2003 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 208 | FORMATO: 23 x 30cm | MANCHA GRÁFICA: 13 x 23,5cm | MARGENS: superior: 3,5cm; inferior: 3cm; interna: 2cm; externa: 8cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Didot | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com aplicação de hot stamping e sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: R. R. Donnelly América Latina | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Banco PSA Finance Brasil (Peugeot Finance e Citroën Finance).



1ª capa



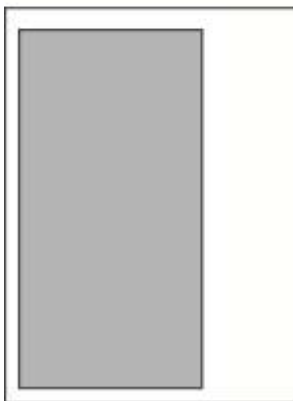
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Bueno, Eduardo | TÍTULO: Brasil: uma história | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Editora Ática | ANO: 2003 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 448 | FORMATO: 20 x 27cm | MANCHA GRÁFICA: 12,5 x 24,5cm | MARGENS: superior: 1,5cm; inferior: 1cm; interna: 1cm; externa: 6,5cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Minion e Bell Gothic | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: Image Matte 90g/m² | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa flexível | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Marprint | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª sobrecapa



1ª capa



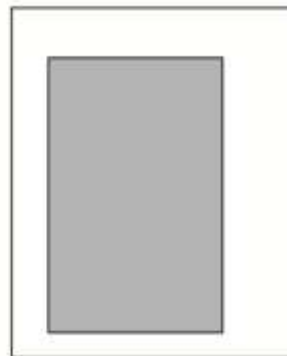
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)

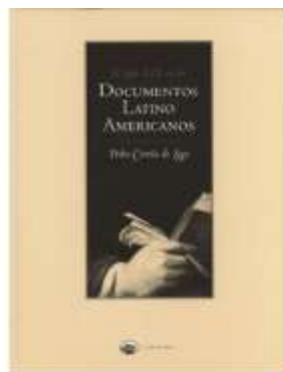


mancha gráfica (impar)

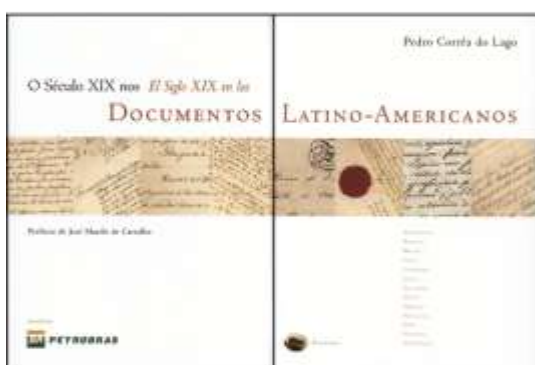
AUTOR DO TEXTO: Ermakoff, George | TÍTULO: O negro na fotografia brasileira do século XIX |
 DESIGN: Victor Burton e Angelo Allevalo Bottino | EDITORA: George Ermakoff Casa Editorial |
 ANO: 2004 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 304 |
 FORMATO: 23 x 28cm | MANCHA GRÁFICA: 14 x 22cm | MARGENS: superior: 4cm; inferior: 2cm;
 interna: 3cm; externa: 6cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Fournier | ALINHAMENTO: alinhado à
 esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura
 com sobrecapa e aplicação de verniz localizado | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue
 – português, inglês | GRÁFICA: Ipsis Gráfica e Editora | PATROCÍNIO: Ministério da Cultura, ETE,
 Correios, Infraero.



1ª sobrecapa



1ª capa



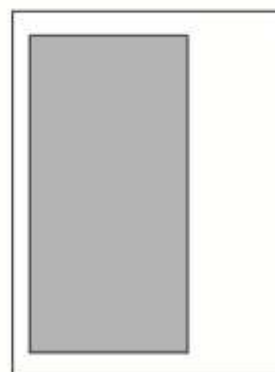
folha de rosto dupla



abertura de capítulo



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Lago, Pedro Corrêa do | TÍTULO: O século XIX nos documentos latino-americanos | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Capivara | ANO: 2004 | CIDADE: São Paulo | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 256 | FORMATO: 23 x 31 cm | MANCHA GRÁFICA: 13,5 x 27 cm | MARGENS: superior: 2 cm; inferior: 2 cm; interna: 1,5 cm; externa: 8 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Centaur | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: trilingue – português, espanhol, inglês | GRÁFICA: R. R. Donnelley América Latina | PATROCÍNIO: Ministério da Cultura, Petrobrás.



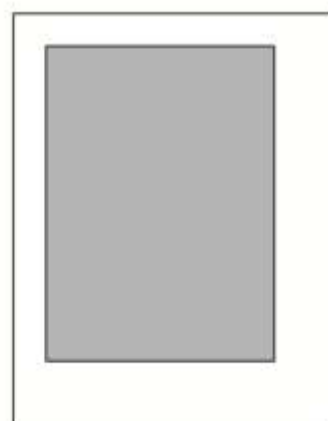
1ª capa



folha de rosto dupla



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Carnal, Leandro; Freitas Neto, José Alves de | TÍTULO: A escrita da memória | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Instituto Cultural Banco Santos | ANO: 2004 | CIDADE: São Paulo | CATEGORIA EDITORIAL: catálogo de exposição | PÁGINAS: 448 | FORMATO: 30 x 38 cm | MANCHA GRÁFICA: 21 x 29 cm | MARGENS: superior: 3 cm; inferior: 6 cm; interna: 3 cm; externa: 6 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Eplica | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura de polímero | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: Pancrom Indústria Gráfica | PATROCÍNIO: Banco Santos.



1ª capa



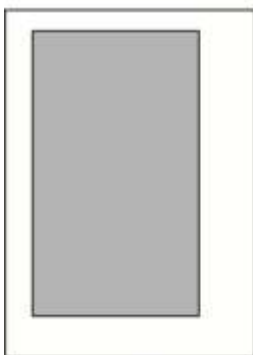
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Hue, Sheila Moura; Pinheiro, Ana Virginia | TÍTULO: Catálogo dos Quinhentistas Portugueses da Biblioteca Nacional | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Biblioteca Nacional | ANO: 2004 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: catálogo de exposição | PÁGINAS: 160 | FORMATO: 18 x 25 cm | MANCHA GRÁFICA: 12 x 20,5 cm | MARGENS: superior: 1,5 cm; inferior: 3 cm; interna: 2 cm; externa: 4 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Requiem | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa flexível | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: J. Sholna | PATROCÍNIO: Ministério da Cultura, Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação Miguel de Cervantes.



1ª capa



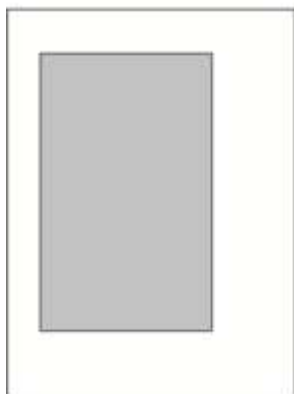
folha de rosto dupla



capitular

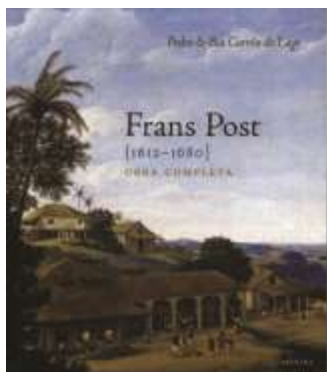


miolo (página dupla)

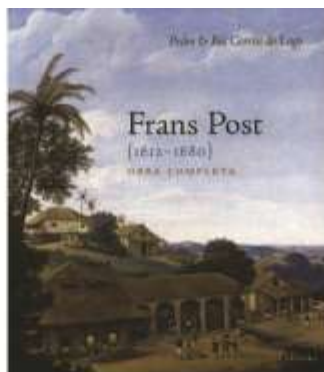


mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Barato, Silvio | TÍTULO: O Guarani | DESIGN: Victor Burton e Angelo Allevalo Bottino | EDITORA: Edições Biblioteca Nacional | ANO: 2004 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 152 | FORMATO: 26 x 35cm | MANCHA GRÁFICA: 15,5 x 25cm | MARGENS: superior: 4cm; inferior: 6cm; interna: 3cm; externa: 7,5cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Caslon | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: J. Sholna | PATROCÍNIO: Ministério da Cultura, Fundação Banco do Brasil, Fundação Universitária José Bonifácio.



1ª sobrecapa



1ª capa



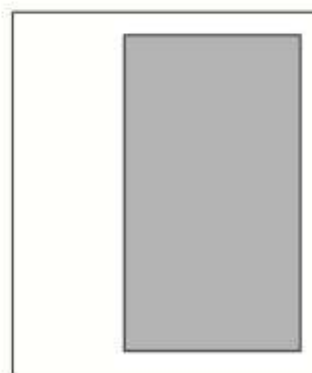
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Lago, Pedro Corrêa do; Lago, Bia Corrêa do | TÍTULO: Frans Post: obra completa | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Capivara | ANO: 2006 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 444 | FORMATO: 26,5 x 31 cm | MANCHA GRÁFICA: 15 x 27 cm | MARGENS: superior: 2 cm; inferior: 2 cm; interna: 9,5 cm; externa: 2 cm | FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS: Adobe Jenson e Scala Sans | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: Gráfica Santa Marta | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Telefônica.



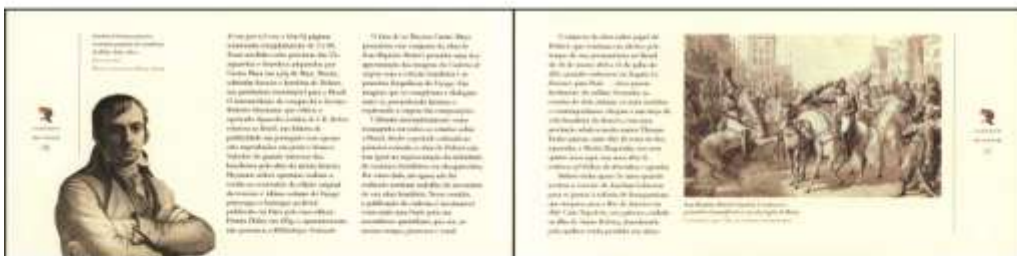
1ª capa



capitular



folha de rosto dupla



miolo (página dupla)

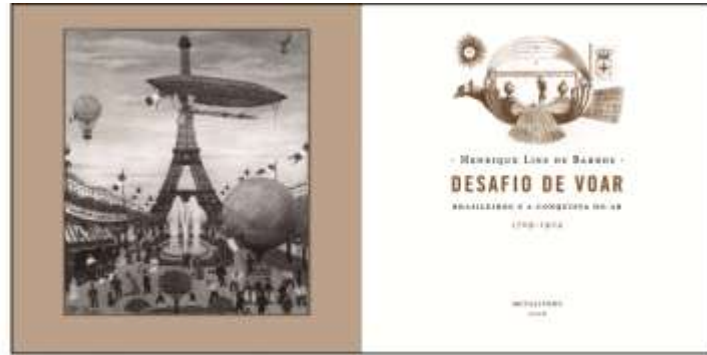


mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Bandeira, Julio | TÍTULO: Jean-Baptiste Debret: caderno de viagem | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Sextante Artes | ANO: 2006 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 96 | FORMATO: 28 x 14 cm | MANCHA GRÁFICA: 21,5 x 11 cm | MARGENS: superior: 1,5 cm; inferior: 1,5 cm; interna: 2 cm; externa: 4,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Didot | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com lombada em couro | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Geográfica e Editora | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª capa



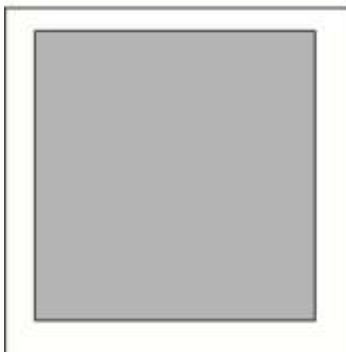
folha de rosto dupla



capitular

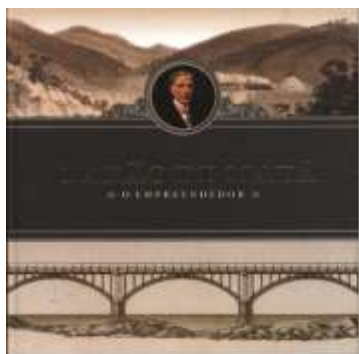


miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Barros, Henrique Lins de | TÍTULO: Desafio de voar: brasileiros e a conquista do ar 1709-1914 | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Metalivros | ANO: 2006 | CIDADE: São Paulo | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 216 | FORMATO: 23 x 24,5 cm | MANCHA GRÁFICA: 19 x 20 cm | MARGENS: superior: 1,5 cm; inferior: 3 cm; interna: 2 cm; externa: 2 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: não identificado | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: não identificado | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª capa



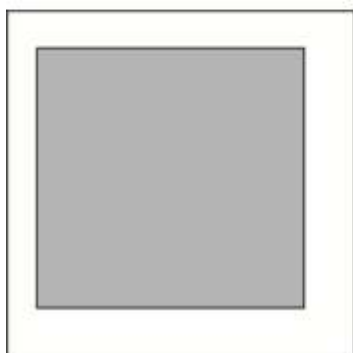
folha de rosto dupla



capitular

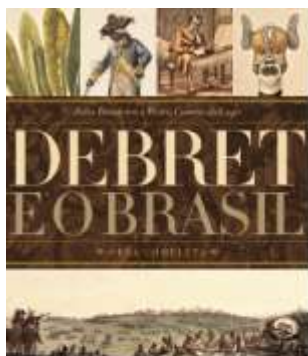


miolo (página dupla)

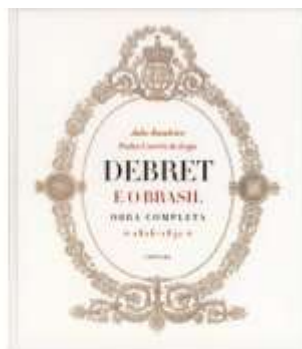


mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Maringoni, Gilberto | TÍTULO: Barão de Mauá, o empreendedor | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Aori | ANO: 2007 | CIDADE: São Paulo | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 204 | FORMATO: 28 x 28 cm | MANCHA GRÁFICA: 21,5 x 21 cm | MARGENS: superior: 3 cm; inferior: 4 cm; interna: 3 cm; externa: 3,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: New Baskerville | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: Couchê | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com aplicação de verniz localizado e título impresso em hot stamping | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: R. R. Donnelley | PATROCÍNIO: Cosipa, BR Transpetro, Nortel, Sebrae, Lei de Incentivo à Cultura.



1ª sobrecapa



1ª capa



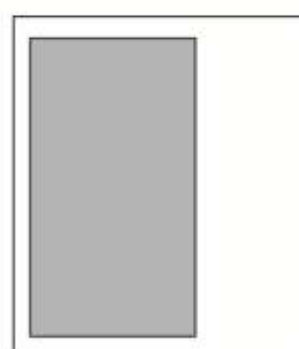
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Bandeira, Julio; Lago, Pedro Corrêa do | TÍTULO: Debret e o Brasil |
 DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Capivara | ANO: 2007 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA
 EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 708 | FORMATO: 26,5 x 31cm | MANCHA GRÁFICA: 15
 x 27cm | MARGENS: superior: 2 cm; inferior: 2 cm; interna: 1,5 cm; externa: 10 cm | FAMÍLIA
 TIPOGRÁFICA: Didot | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não
 identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não
 especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: Gráfica Aquarela | PATROCÍNIO:
 Lei de Incentivo à Cultura, PSA Peugeot Citroën.



1ª capa



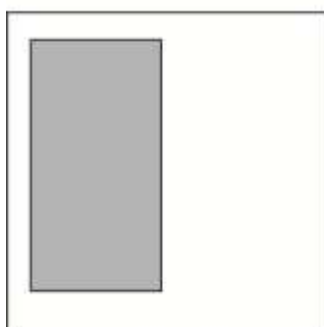
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Menezes, Pedro da Cunha e; Bandeira, Julio | TÍTULO: O Rio de Janeiro na Rota dos Mares do Sul: iconografia do Rio de Janeiro na Austrália | DESIGN: Victor Burton e Angelo Allevalo Bottino | EDITORA: Andrea Jakobsson Estúdio | ANO: 2007 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 240 | FORMATO: 27,5 x 27,5cm | MANCHA GRÁFICA: 11,5 x 22cm | MARGENS: superior: 2,5cm; inferior: 3,5cm; interna: 2cm; externa: 14,5cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Bulmer | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: Gráfica Santa Marta | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Banco BBM.



1ª sobrecapa



1ª capa



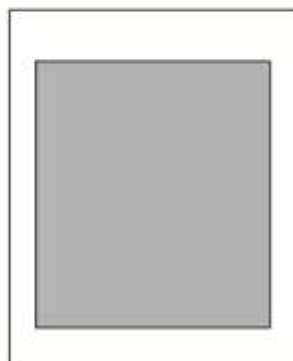
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Ermakoff, George | TÍTULO: Rio de Janeiro 1930 - 1960: uma crônica fotográfica | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: G. Ermakoff Casa Editorial | ANO: 2008 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 264 | FORMATO: 23 x 28 cm | MANCHA GRÁFICA: 18,5 x 21 cm | MARGENS: superior: 4 cm; inferior: 3 cm; interna: 2 cm; externa: 2,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Century e Clarendon | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa e aplicação de verniz localizado | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: não fornecido, impresso na China | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª sobrecapa



1ª capa



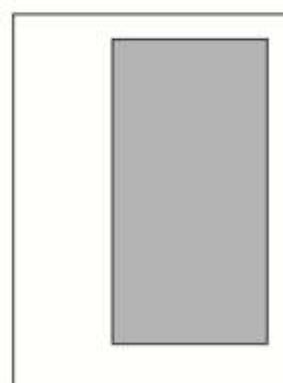
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Pereira, José Mário | TÍTULO: José Olympio: o editor e sua Casa | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Sextante Artes | ANO: 2008 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 424 | FORMATO: 22,5 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA: 12,5 x 24,5 cm | MARGENS: superior: 2 cm; inferior: 3,5 cm; interna: 8 cm; externa: 2 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Garamond | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: R. R. Donnelley América Latina | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª capa



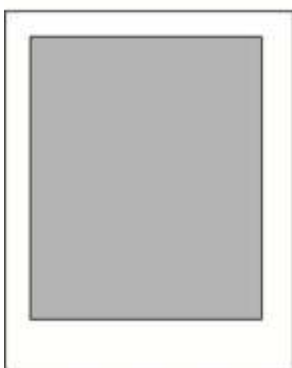
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Ermakoff, George | TÍTULO: Augusto Malta e o Rio de Janeiro: 1903 – 1936 | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: G. Ermakoff Casa Editorial | ANO: 2009 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 288 | FORMATO: 22,5 x 28 cm | MANCHA GRÁFICA: 18 x 22 cm | MARGENS: superior: 2 cm; inferior: 4 cm; interna: 2 cm; externa: 2,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Bookman e Engravers Gothic | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com aplicação de verniz localizado e título em baixo relevo | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: Ipsis Gráfica e Editora | PATROCÍNIO: Brasilcap Capitalização.



1ª sobrecapa



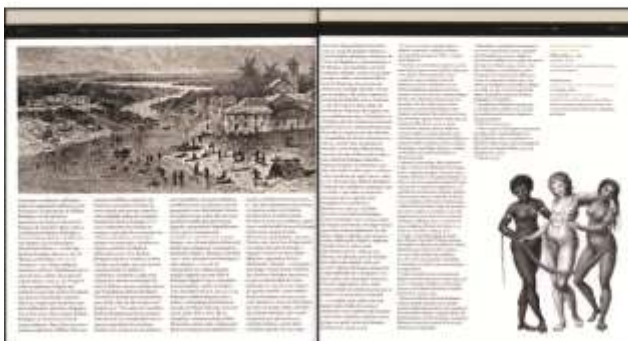
1ª capa



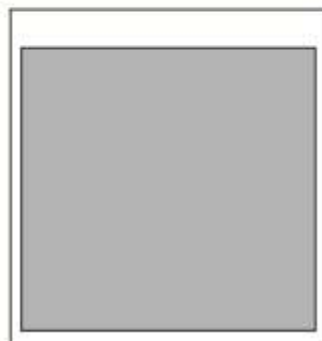
folha de rosto dupla



capitular

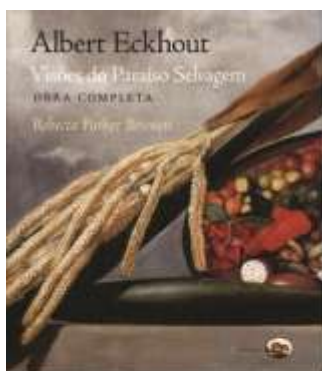


miolo (página dupla)

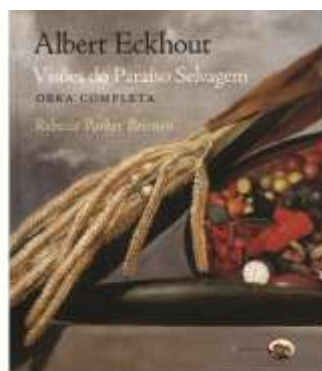


mancha gráfica (ímpar)

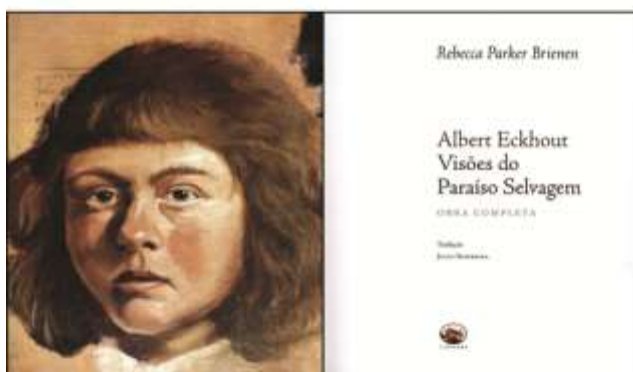
AUTOR DO TEXTO: Meirelles Filho, João | TÍTULO: Grandes Expedições à Amazônia Brasileira – 1500-1930 | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Metalivros | ANO: 2009 | CIDADE: São Paulo | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 244 | FORMATO: 29,5 x 31 cm | MANCHA GRÁFICA: 27 x 26 cm | MARGENS: superior: 3,5 cm; inferior: 1,5 cm; interna: 1 cm; externa: 1,5 cm | FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS: Bell e Sabon | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Pancrom Indústria Gráfica | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Instituto Peabiru, Amazonas Governo do Estado.



1ª sobrecapa



1ª capa



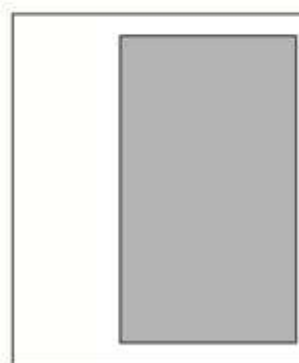
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Brienens, Rebecca Parker | TÍTULO: Albert Eckhout: visões do paraíso selvagem: obra completa | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Capirovara | ANO: 2010 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 432 | FORMATO: 26,5 x 31 cm | MANCHA GRÁFICA: 15,5 x 27 cm | MARGENS: superior: 2 cm; inferior: 2 cm; interna: 9,5 cm; externa: 1,5 cm | FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS: Adobe Jenson e Scala Sans | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: Ispis Gráfica e Editora | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Banco BBM.



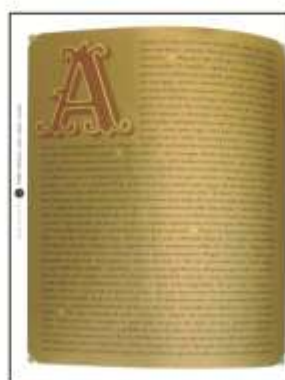
1ª capa



lúva



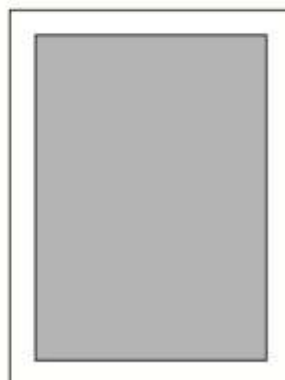
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Bacellar, Heloisa | TÍTULO: Chocolate todo dia: 119 receitas para todo mundo se derreter | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: DBA Artes Gráficas | ANO: 2010 | CIDADE: São Paulo | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 160 | FORMATO: 23 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA: 18,5 x 26 cm | MARGENS: superior: 2 cm; inferior: 2 cm; interna: 2 cm; externa: 2,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Mrs Eaves | ALINHAMENTO: justificado | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa flexível com lúva | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: RR Donnelly | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª capa



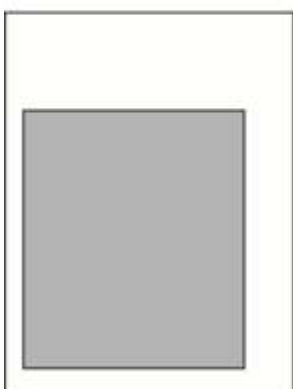
folha de rosto dupla



capitular

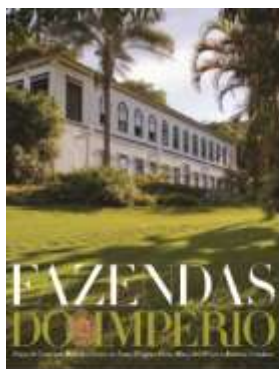


miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Ermakoff, George | TÍTULO: Theatro Municipal do Rio de Janeiro 100 anos | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: G. Ermakoff | ANO: 2010 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 352 | FORMATO: 23,5 x 31 cm | MANCHA GRÁFICA: 18 x 21 cm | MARGENS: superior: 8 cm; inferior: 2 cm; interna: 1,5 cm; externa: 4 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Requiem e Snell Roundhand | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com aplicação de verniz localizado em alto relevo | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Ipsis Gráfica e Editora | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Brasilcap.



1ª sobrecapa



1ª capa



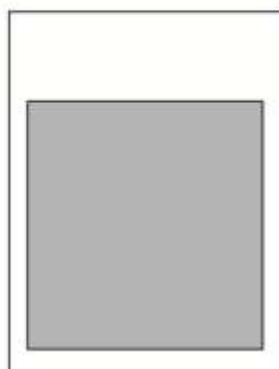
folha de rosto dupla



capitular

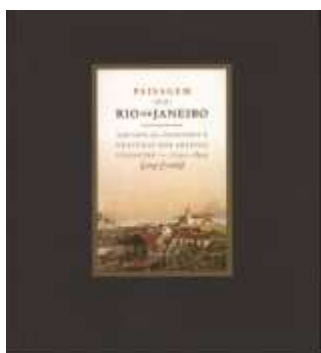


miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Mascaro, Cristiano | TÍTULO: Fazendas do Império | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Edições Fadel | ANO: 2010 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 312 | FORMATO: 23 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA: 19,5 x 20,5 cm | MARGENS: superior: 7,5 cm; inferior: 2 cm; interna: 1,5 cm; externa: 2 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Didot | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, francês | GRÁFICA: não identificado | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, UTE Norte Fluminense.



1ª capa



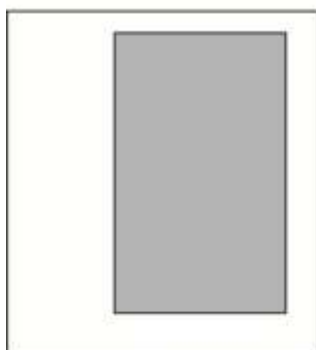
folha de rosto dupla



miolo (página dupla)

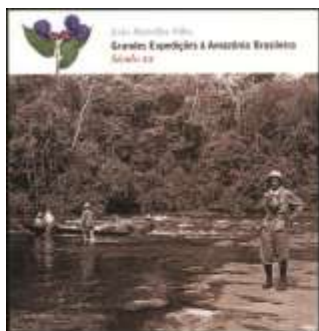


capitular



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Ermakoff, George | TÍTULO: Paisagem do Rio de Janeiro: aquarelas, desenhos e gravuras dos artistas viajantes – 1790-1890 | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: G.Ermakoff Casa Editorial | ANO: 2011 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 408 | FORMATO: 29 x 32 cm | MANCHA GRÁFICA: 16 x 26 cm | MARGENS: superior: 2 cm; inferior: 4 cm; interna: 10 cm; externa: 3 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Centaur | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura forrada com tecido laminado com papel | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: Ipsis Gráfica e Editora | PATROCÍNIO: Oi e Contax.



1ª sobrecapa



1ª capa



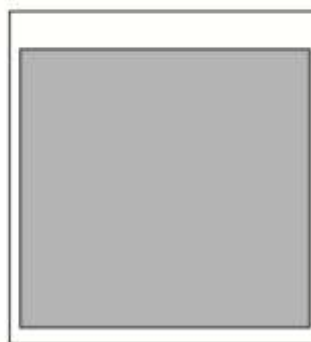
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Meirelles Filho, João | TÍTULO: Grandes Expedições à Amazônia Brasileira – século XX | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Metalivros | ANO: 2011 | CIDADE: São Paulo | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 252 | FORMATO: 29,5 x 31 cm | MANCHA GRÁFICA: 27 x 26 cm | MARGENS: superior: 3,5 cm; inferior: 1,5 cm; interna: 1 cm; externa: 1,5 cm | FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS: Bell e Sabon | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Pancrom Indústria Gráfica | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura.



1ª capa



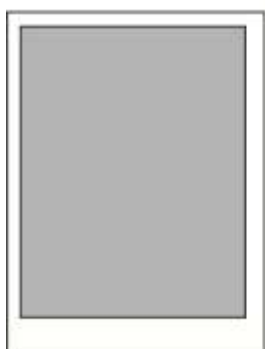
folha de rosto dupla



miolo (página dupla)



capitular



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Associação dos Amigos do Paço Imperial | TÍTULO: Bem do Brasil | DESIGN: Victor Burton e Angelo Bottino | EDITORA: Associação de Amigos do Paço | ANO: 2011 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: catálogo de exposição | PÁGINAS: 128 | FORMATO: 27 x 36 cm | MANCHA GRÁFICA: 23,5 x 30,5 cm | MARGENS: superior: 1,5 cm; inferior: 4 cm; interna: 1,5 cm; externa: 2 cm | FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS: não identificado | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa flexível | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Walprint Gráfica e Editora | PATROCÍNIO: BNDES, Lei de Incentivo à Cultura.



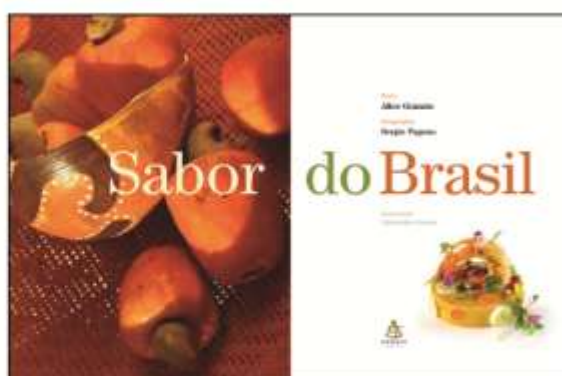
1ª sobrecapa



1ª capa



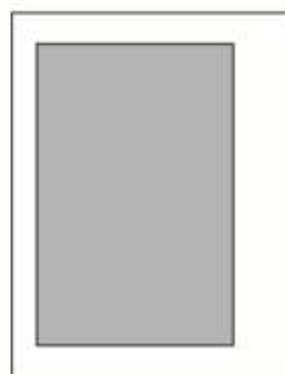
capitular



folha de rosto dupla



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Granato, Alice | TÍTULO: Sabor do Brasil | DESIGN: Victor Burton e Angelo Allevalo Bottino | EDITORA: Sextante Artes | ANO: 2011 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 344 | FORMATO: 23 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA: 16 x 24,5 cm | MARGENS: superior: 2,5 cm; inferior: 3 cm; interna: 2 cm; externa: 5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: ITC Century e Trade Gothic | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: Couché fosco 150g/m² | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: RR Donnelly | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª capa



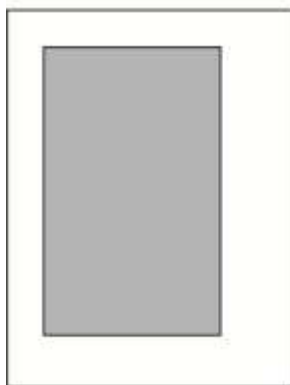
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Carvalho, Maria Alice Rezende de | TÍTULO: Irineu Marinho: imprensa e cidade | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Globo | ANO: 2012 | CIDADE: São Paulo | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 232 | FORMATO: 19,5 x 25,5 cm | MANCHA GRÁFICA: 12 x 19,5 cm | MARGENS: superior: 2,5 cm; inferior: 3,5 cm; interna: 2,5 cm; externa: 5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Clearface | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Ispis Gráfica e Editora | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª sobrecapa



1ª capa



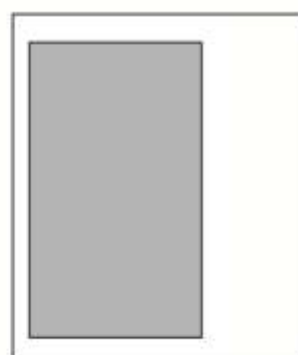
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Diener, Pablo; Costa, Maria de Fátima | TÍTULO: Rugendas e o Brasil: obra completa | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Capivara | ANO: 2012 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 600 | FORMATO: 26,5 x 31 cm | MANCHA GRÁFICA: 15,5 x 26,5 cm | MARGENS: superior: 2,5 cm; inferior: 2 cm; interna: 1,5 cm; externa: 9,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Didot | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: Ipsis Gráfica e Editora | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Banco Itaú.



1ª capa



capitular



folha de rosto dupla



miolo (página dupla)

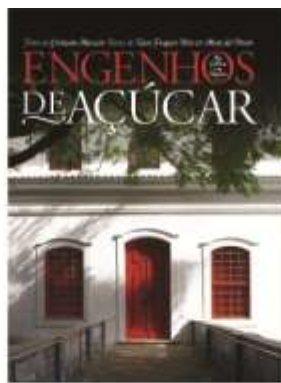


mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Bandeira, Julio | TÍTULO: A viagem ao Brasil de Marianne North: 1872-1873 | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Sextante Artes | ANO: 2012 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 200 | FORMATO: 24,5 x 17 cm | MANCHA GRÁFICA: 20 x 14 cm | MARGENS: superior: 1,5 cm; inferior: 1,5 cm; interna: 2 cm; externa: 2,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Caslon | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: RR Donnelly | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª sobrecapa



1ª capa



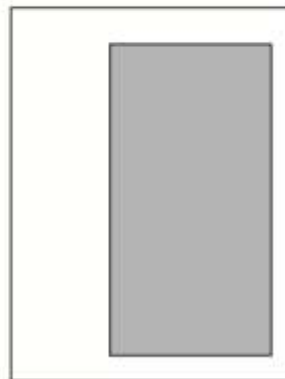
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Pires, Tasso Fragosso | TÍTULO: Engenhos de açúcar: na Colônia e no Império | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Edições Fadel | ANO: 2012 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 308 | FORMATO: 23 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA: 13 x 25 cm | MARGENS: superior: 3 cm; inferior: 2 cm; interna: 8 cm; externa: 2 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Stempel Garamond | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, francês | GRÁFICA: Gráfica Santa Marta | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, UTE Norte Fluminense.



1ª capa



capitular



folha de rosto dupla



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Turazzi, Maria Inez | TÍTULO: Um porto para o Rio: imagens e memórias de um álbum centenário | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Casa da Palavra | ANO: 2012 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 272 | FORMATO: 30 x 21 cm | MANCHA GRÁFICA: 22,5 x 18 cm | MARGENS: superior: 1,5 cm; inferior: 1,5 cm; interna: 2 cm; externa: 2,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Caslon | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: Gráfica Santa Marta | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, Arquivo Público do Estado do Rio de Janeiro.



1ª sobrecapa



1ª capa



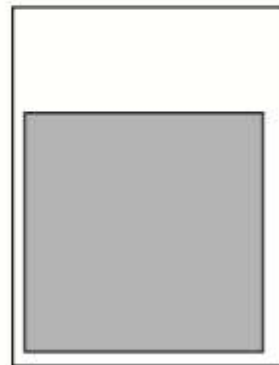
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Cavalcanti, Lauro | TÍTULO: Arquitetura moderna carioca 1937-1969 |
 DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Edições Fadel | ANO: 2013 | CIDADE: Rio de Janeiro |
 CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 208 | FORMATO: 23 x 30 cm | MANCHA
 GRÁFICA: 20 x 20 cm | MARGENS: superior: 9 cm; inferior: 1 cm; interna: 1 cm; externa: 2 cm |
 FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Sabon e Futura | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores
 | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa |
 TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: Santa Marta |
 PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, eDF Norte Fluminense.



1ª sobrecapa



1ª capa



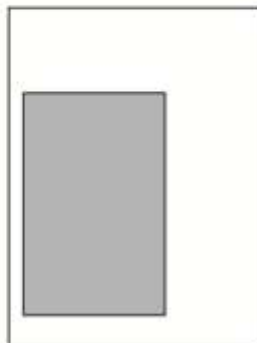
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Schwarcz, Lilia Moritz | TÍTULO: A batalha do Avaí | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Sextante Artes | ANO: 2013 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 174 | FORMATO: 27 x 36 cm | MANCHA GRÁFICA: 15 x 23,5 cm | MARGENS: superior: 9 cm; inferior: 3,5 cm; interna: 1,5 cm; externa: 10,5 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Baskerville, capitulares Deberny et Peignot | ALINHAMENTO: alinhado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCAPERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: português | GRÁFICA: RR DONNELLY | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª capa



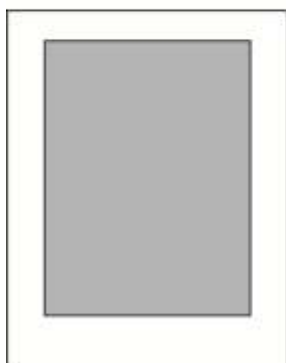
folha de rosto dupla



capitular

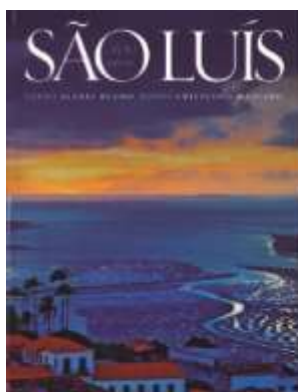


miolo (página dupla)



mancha gráfica (ímpar)

AUTOR DO TEXTO: Gorberg, Marissa | TÍTULO: Parc Royal: uma magazine na belle époque carioca | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: G. Ermakoff Casa Editorial | ANO: 2013 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 192 | FORMATO: 22,5 x 28,5 cm | MANCHA GRÁFICA: 16,5 x 22 cm | MARGENS: superior: 2,5 cm; inferior: 4 cm; interna: 3 cm; externa: 3 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Cochin | ALINHAMENTO: justificado | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com lombada em tecido | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: impresso na China | PATROCÍNIO: edição não patrocinada.



1ª sobrecapa



1ª capa



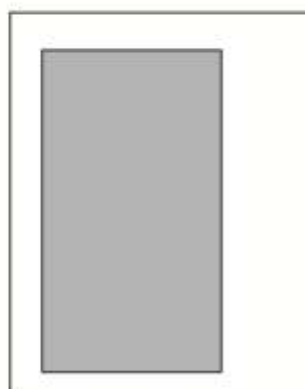
folha de rosto dupla



capitular



miolo (página dupla)



mancha gráfica (impar)

AUTOR DO TEXTO: Bueno, Alexei | TÍTULO: São Luís 400 anos | DESIGN: Victor Burton | EDITORA: Edições Fadel | ANO: 2013 | CIDADE: Rio de Janeiro | CATEGORIA EDITORIAL: livro iconográfico | PÁGINAS: 288 | FORMATO: 23,5 x 30 cm | MANCHA GRÁFICA: 13,5 x 23,5 cm | MARGENS: superior: 3 cm; inferior: 3,5 cm; interna: 2,5 cm; externa: 7 cm | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA: Requiem | ALINHAMENTO: justificado à esquerda | COR: 4/4 cores | PAPEL: não identificado | ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO: capa dura com sobrecapa | TIRAGEM: não especificado | IDIOMA: bilíngue – português, inglês | GRÁFICA: Gráfica Santa Marta | PATROCÍNIO: Lei de Incentivo à Cultura, eDF Norte Fluminense.

4 OS LIVROS DE VICTOR BURTON

Ao analisarmos os projetos de Victor Burton, percebemos que seu estilo se manifesta de forma mais intensa em determinados livros, aqueles em que texto e imagens provenientes de diversas fontes se relacionam de forma mais intensa – o livro iconográfico. Ao contrário do trabalho de alguns designers que se adaptam ao estilo de cada veículo, Victor tem uma linguagem gráfica muito forte que identifica o seu trabalho. Sua interferência no projeto gráfico do livro se dá a cada página e é essa intensa relação entre o designer que projeta o livro e o texto que faz com que alguns autores o considerem coautor, como veremos a seguir.

Ao analisar as fichas técnicas dos livros de Victor Burton, percebemos que o termo utilizado para identificar o autor do projeto gráfico nem sempre é o mesmo. Ora seu nome aparece sob o título projeto gráfico, ora design, ora direção de arte e até coordenação editorial de modo que causa uma imprecisão em especificar as atividades realizadas pelo designer. Para Burton (2013), ainda não existe um termo que deixe claro a atividade exercida pelo designer. “Acho que é uma coisa muito do Brasil que o designer tem que ser também editor. Você acaba tendo que organizar e até produzir conteúdo porque as pesquisas iconográficas são, muitas vezes, muito fracas”. Desta forma, se faz necessário um estudo mais aprofundado sobre a nomenclatura utilizada bem como uma padronização do seu uso.

O livro é um artefato de múltipla autoria, mas quando nos referimos a ele, normalmente o fazemos a partir do autor do texto, como por exemplo, o livro do Monteiro Lobato ou o livro de Jorge Amado. No entanto, os escritores são, na maior parte dos casos, os autores apenas do texto. Um manuscrito não se torna um livro enquanto não for projetado por um designer. Quando o livro era construído por diversas pessoas desde o tipógrafo, o impressor, o ilustrador era mais difícil apontar os autores do projeto.

Porém, com os avanços tecnológicos e os novos recursos técnicos disponíveis, como a chegada da editoração eletrônica, muitas dessas atividades foram centralizadas nas mãos de uma única pessoa: o designer. Desta forma, defendemos a ideia de que a participação deste profissional na elaboração do projeto gráfico do livro o torna também autor do livro, na medida em que seu trabalho pode interferir diretamente na maneira com a qual o leitor se relaciona com o texto. Gruszynski (2008) destaca a contribuição ativa do designer na produção do sentido e afirma que “a práxis do design gráfico, portanto, revela um duplo caráter: o de mediação de um texto verbal, associado à noção de transparência; e o de

coautoria, uma vez que as opções gráficas estabelecidas pela atividade trazem um sentido próprio que influi no leitor” (p. 13).

Da mesma forma que o o trabalho do editor traz uma nova leitura para o texto do autor, o designer também participa dessa construção. Sendo assim, ao desenhar o projeto gráfico de um livro, o designer está criando uma nova leitura para aquele texto. No dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, o termo autor se refere a:

1. o que origina algo, agente; 2. indivíduo responsável pela criação de algo, descobridor; 3. o responsável pela fundação ou instituição de algo; 4. pessoa que produz ou compõe obra literária, artística ou científica.

No livro “Caricaturistas Brasileiros”, de Pedro Corrêa do Lago, o nome de Victor Burton é creditado logo na folha de rosto – local reservado para identificar o livro, autor do texto, editora, cidade e ano. Esse é um dos poucos livros em que o nome do designer aparece na folha de rosto, o que mostra como seu trabalho está relacionado com a autoria do livro.

Figura 52 - Capa e folha de rosto do livro "Caricaturistas Brasileiros"



Fonte: arquivo pessoal.

De acordo com Fernandes (2001), durante todo o século XX o que vimos foi a evolução de insumos e suportes, o aprimoramento das técnicas convencionais de impressão e o surgimento das impressões digitais. Toda esta evolução agregou qualidade ao aspecto gráfico do livro, possibilitou a existência de tiragens por demanda e toda uma série de novas perspectivas para o livro impresso.

O trabalho de editoração eletrônica pode ser entendido como uma ponte entre o autor do texto e o leitor. Emanuel Araújo (2008) afirma que os pioneiros do livro impresso foram mais do que tipógrafos ou impressores, na medida em que tiveram de buscar elementos destinados a facilitar a leitura, substituindo a riqueza intrínseca dos manuscritos por uma qualidade diferente, a da paginação. “Nesse sentido, além de tipógrafos, eram também editores, responsáveis pela normalização do texto e pelo conjunto da obra que imprimiam. Com isso, criaram o livro moderno” (p. 46).

Araújo (2008) diz que no âmbito restrito da produção de livros, editoração poderia ser definida como “o conjunto de tarefas do editor, que consistem basicamente em supervisionar a publicação de originais em todo o seu fluxo pré-industrial (seleção, normalização) e industrial (projeto gráfico, composição, revisão, impressão e acabamento)” (p. 54).

Roger Chartier (*apud* Bragança, 2000) afirma que na história do livro sucedem-se três modos de edição: o primeiro, anterior à imprensa, constitui-se pelo ato de tornar público um texto. O segundo momento, denominado “antigo regime tipográfico” vai dos anos 1470 até os anos 1830. E por fim, desse momento em diante quando surge a edição como profissão autônoma.

No Brasil, a palavra editor surge no dicionário em 1813. Vocábulo de origem latina, seu significado está associado ao movimento de “dar à luz” e “publicar”. No dicionário Aurélio da língua portuguesa, editor é:

4. O responsável pelo ato de publicar textos de qualquer natureza, estampas, partituras, discos, etc. 5. O responsável pela supervisão e preparação de textos especializados numa publicação que abrange assuntos diversos 6. **O responsável pela editoração; editorador.**

Porém, Bragança (2000) sugere uma nova proposta de tipologia para os modos de edição surgidos a partir da invenção da imprensa: o impressor-editor, o livreiro-editor e o editor. É importante destacar que os modos de edição surgem conforme um determinado contexto histórico, mas eles não se excluem. Independente da época em que estejam atuando, esses modos de edição podem coexistir.

O impressor-editor detém o conhecimento das técnicas de impressão, desde a fundição do tipo até a impressão do texto. Seu local de trabalho é nas oficinas gráficas e, por ser proprietário dos meios de produção, consegue negociar financiamentos e empréstimos a banqueiros ou investidores interessados em sua produção. Desta forma, lhe fica assegurada a função de editor. Nesse contexto, podemos citar a atuação Silva Serva, fundador da primeira oficina tipográfica da

Bahia (1811), e Francisco de Paula Brito, fundador da Imperial Typographia Dous de Dezembro (1850).

A atuação do livreiro-editor se dá basicamente na livraria ou a partir dela. O foco do seu trabalho está no domínio do comércio e dos interesses do mercado buscando sempre obter lucro para sua empresa. Seu foco é descobrir as necessidades e demandas do mercado para lançar autores e obras esperados pelo público. Podemos citar a atuação Baptiste Louis Garnier, um dos mais importantes editores brasileiros do século XIX que esteve a frente da livraria Garnier Frères, e Francisco Alves, fundador da livraria homônima que teve importante papel no edição do livro didático no Brasil.

O foco do editor é no texto original. Seu conhecimento é mais voltado para o mercado de bens culturais, o que vai determinar sua linha de atuação no momento da seleção de originais. O editor é movido por interesses econômicos e culturais e, geralmente, sente-se com responsabilidades políticas diante da sociedade, ou seja, ao mesmo tempo em que está preocupado com a venda dos seus títulos, sua linha editorial costuma seguir suas crenças ideológicas. Nesse modo de edição destacamos a atuação de Monteiro Lobato, Caio Graco Prado, Carlos Lacerda e Ênio Silveira, editores, respectivamente, da *Monteiro Lobato & Cia*, *Brasiliense*, *Nova Fronteira* e *Civilização Brasileira*.

Percebemos que as inovações tecnológicas no decorrer do século XX permitiram o surgimento de um outro modo de edição: o editor gráfico, papel assumido pelo designer. Diferente do editor de arte que tem a função de coordenar e gerenciar a concepção artística de um produto, o eixo central do trabalho do editor gráfico é o desenvolvimento de peças gráficas – é ele o responsável pela editoração eletrônica. O editor gráfico, ao dar forma ao conteúdo do texto do autor, acaba interferindo de alguma forma na mensagem e na leitura desse texto. Para Victor Burton (2013), o trabalho realizado pelo designer representa, de certa forma, o trabalho desempenhado pelo editor o que o torna um colaborador e, às vezes, até mesmo um coautor. Segundo ele,

essa questão da coautoria é um território um pouco virgem. Por exemplo, quando você tem uma reedição de um livro, o autor evidentemente vai receber de novo, o fotógrafo envolvido também vai receber de novo, mas na cultura editorial brasileira até agora, designer gráfico não tem mais direito a nada. Você tem livros que fazem razoável sucesso editorial e acredito que você participa desse sucesso porque, no mínimo, você criou a cara daquele produto. As pessoas vão reconhecer o produto pela cara dele e o designer não recebe mais nada. Nos Estados Unidos existem contratos específicos para isso, aqui não. Então isso é uma coisa que culturalmente ainda está engatinhando, mas eu acho que realmente em muitos casos, como os livros de arte, a gente é um pouco coautor sim. Isso é uma luta que a gente deveria encarar. Na Europa e nos Estados Unidos, as editoras são mais organizadas, mais profissionalizadas. O papel do editor lá fora é muito mais ativo do que aqui no Brasil

que te entregam um texto geralmente mal organizado, um bando de imagens e vire-se. Então, realmente o designer se torna um colaborador. Se você for observar crédito de design gráfico na França, Alemanha, EUA é muito discreto, mas porque o editor é muito presente. No Brasil, se dá crédito, mas se paga pouco. Acho que o crédito acaba sendo uma espécie de consolo. E não é isso que se quer. O que se quer é uma remuneração correta e sobretudo papéis bem definidos. Aqui os papéis são muito misturados. As editoras ainda são muito amadoras nesse sentido (BURTON, 2013).

Ao desempenhar também a função do editor, o designer “está em uma posição singular para juntar texto, imagem, leiaute e produção final em um todo que seja mais representativo que suas partes” (LUPTON, 2011, p. 155). E Victor Burton assume esta posição ao projetar livros iconográficos, a de designer e, muitas vezes, a de editor. Essa mistura de papéis, por um lado, pode parecer favorável na medida em que o designer tem maior liberdade e autonomia no processo de trabalho. É essa liberdade e autonomia que permitem que o designer construa uma nova leitura para o texto, o que nos leva a pensar na questão da coautoria. Por outro lado, a remuneração do trabalho se dá apenas por uma das funções exercidas: a de designer. Essas incongruências parecem estar relacionadas à falta de organização da editora e ao fraco posicionamento do editor nas etapas de trabalho. Esse é um tema ainda pouco discutido e merece um maior aprofundamento.

4.1 As características do livro iconográfico

Antes de começar a analisar os livros de Victor Burton, nos deparamos com a necessidade de definir uma categoria editorial para classificá-los. Percebemos que seu estilo se manifesta mais nos livros em que há uma maior interferência na diagramação do miolo, em que o projeto gráfico é mais detalhado, basicamente nos livros que apresentam uma maior relação entre texto e imagem. A princípio, tínhamos optado por classificar esses livros como sendo livros de arte.

Catarina Knychala, em sua dissertação de mestrado para a Universidade de Brasília intitulada *O livro de arte brasileiro*, define o livro de arte como sendo um objeto de diferenciação com valores estéticos, além de símbolo cultural com valores semânticos.

a técnica do livro, atingindo um grande desenvolvimento e colocando a boa qualidade gráfica ao alcance de uma grande maioria, fez surgir novamente a necessidade de diferenciação que havia se manifestado no início da tipografia, e surgiram, nos últimos anos do século XIX, movimentos em favor do retorno ao

artesanato, criando-se, assim, o livro de luxo e o livro de arte e estabelecendo-se uma diferença entre o livro comum e o livro de bibliófilo (KNYCHALA, 1983, p. 16)

e completa afirmando que

Podemos considerar o livro de arte como sendo o livro que, além de símbolo cultural com valores semânticos, apresenta-se como um objeto com valores artísticos tais como boa qualidade e beleza do papel, dos caracteres tipográficos e da encadernação, arquitetura e diagramação harmoniosas e não necessariamente ilustrado; mas se contiver ilustrações, são consideradas não só as ilustrações feitas com processos manuais, como a xilgravura, a gravura em metal, a litografia e a serigrafia, como também fotografias artísticas e reproduções por processos fotomecânicos (IDEM, 1983, p. 25-26).

Sendo assim, o livro de arte é, em sua essência, um objeto de distinção social, o que nos faz remeter ao pensamento do sociólogo francês Pierre Bourdieu. De acordo com o autor, os indivíduos de uma sociedade dividida em classes se diferem entre si através do gosto que, por sua vez é determinado pela classe social e pela trajetória social percorrida. Desta forma, a influência familiar e o meio social em que o indivíduo está inserido são fundamentais na construção do gosto.

Para Bourdieu (2007), “a conjunção da apropriação material e simbólica confere à posse dos bens de luxo, além de legitimidade, uma raridade de segunda ordem que os transforma no símbolo, por excelência, da excelência” (p. 261). Esta apropriação dos bens de luxo gera a distinção perante as demais classes, legítima e gera a dominação frente às frações de classes dominadas.

Conforme os processos e técnicas de impressão foram se desenvolvendo, tornando o livro mais popular, foi surgindo a necessidade de criar novas maneiras de distinção. O livro de arte surge como uma forma de oferecer uma diferenciação entre os consumidores.

Atualmente, o livro de arte é produzido com grandes tiragens distribuídas nas redes de livrarias disponível para o grande público. “Sua beleza resulta da qualidade do design e do uso inteligente de tintas e papéis, de bons materiais de preparação e de modernos sistemas de impressão” (PONTES, 1989, p.7). Hallewell (2005) chama atenção para as dificuldades de produção e comercialização do livro de arte no Brasil e que sua publicação só se tornou mais viável a partir das obras encomendadas por empresas que financiam todos os gastos.

Cacilda Teixeira da Costa (2000) data o surgimento desta categoria de livro, realizado com patrocínio de empresas, a partir da década de 1960 tendo se intensificado nos anos 1970 devido ao período de prosperidade econômica do chamado “milagre econômico”. Em um período de forte censura a atividades culturais como música, cinema, teatro e literatura, os

livros de arte não sofreram com as imposições da ditadura militar, o que incentivou ainda mais as edições de patrocínio.

A criação de leis de incentivo no final dos anos 1980 contribuíram para o aumento da produção de livros de valor artístico no Brasil. A Lei nº 7.505, conhecida como Lei Sarney, foi promulgada em 1986 dispendo sobre os benefícios fiscais na área do imposto de renda concedidos a operações de caráter cultural ou artístico como, por exemplo, “editar obras relativas às ciências humanas, às letras, às artes e outras de cunho cultural”. Fica estabelecido que as empresas que apoiassem projetos culturais poderiam se beneficiar de dedução de imposto de renda: “até 100% (cem por cento) do valor das doações; até 80% (oitenta por cento) do valor do patrocínio; até 50% (cinquenta por cento) do valor do investimento” (BRASIL, 1986).

Como bem observou Sandra Reimão (2004), o livro foi o primeiro produto cultural a ser industrializado. A lei de incentivo “constituiu um estímulo à atividade editorial, incentivou a publicação de numerosos livros e, principalmente, ocasionou o surgimento de número expressivo de patrocinadores, que perceberam as vantagens do marketing cultural” (COSTA, 2000, p. 18). Ao financiar projetos culturais, como edições de luxo, os empresários conseguem abatimento de diferentes tipos de tributo. Com isso, “o financiador, na verdade, é a sociedade brasileira, que renuncia a essa arrecadação cujo montante tem crescido expressivamente” (COSTA, 2000, p. 20).

Após a Lei Sarney ser suspensa, em 1990, foi instituído o Programa Nacional de Apoio à Cultura – o Pronac –, através da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313/1991), conhecida como Lei Rouanet. Visando incentivar a produção cultural no país, estabeleceu que as doações e os patrocínios na produção cultural atenderão exclusivamente aos seguintes segmentos:

a) artes cênicas; b) **livros de valor artístico, literário ou humanístico**; c) música erudita ou instrumental; d) exposições de artes visuais; e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos; f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial; e h) construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em Municípios com menos de 100.000 (cem mil) habitantes (BRASIL, 1991, destaque nosso).

Com as leis de incentivo, os livros patrocinados ganharam destaque na indústria editorial. Atualmente, além da Lei Rouanet, de âmbito federal, existem outras leis de âmbito

estadual e municipal em que grandes empresas investem em projetos culturais em prol de abatimentos de diferentes tributos e benefícios fiscais.

As leis de âmbito federal se aplicam por meio de deduções sobre o imposto de renda devido. As leis estaduais e municipais se aplicam por meio de deduções do ICMS e por meio de deduções do ISS ou IPTU devidos, respectivamente. De acordo com a Medida Provisória nº 1.739, de 1999, os investimentos em livros de valor artístico, literário ou humanístico têm 100% de dedução, além do patrocinador ainda ter direito a 25% do produto cultural patrocinado, ou seja 25% do número de exemplares produzidos (COSTA, 2000, p. 23).

Os livros de Burton se enquadram nas características estabelecidas pelo Pronac. São livros de valor artístico, literário ou humanístico, porém não apresentam um caráter de distinção como devem ter os livros de arte nem tampouco são livros ilustrados, na medida em que as imagens não foram criadas ou encomendadas especialmente para aquela obra em particular, mas sim são imagens pré-existentes, geralmente oriundas de algum acervo ou coleção. Araújo (2008) apresenta a diferença entre o ilustrador e o iconógrafo: “na atualidade, porém, entende-se que o ilustrador faz, executa, as imagens para o livro (...), enquanto o iconógrafo estuda e seleciona as ilustrações adequadas ao livro, provindas das mais diversas fontes, e.g., pintura, escultura, glíptica, cartografia, gravura, fotografia” (p. 444). Desta forma, classificamos os livros de Burton como livros iconográficos.

O termo iconografia é definido no Dicionário de Artes Gráficas, de Frederico Porta, e pelo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, respectivamente como:

1. Conhecimento e descrição das imagens, retratos, representações alegóricas, de bustos, monumentos, etc. 2. Coleção ou conjunto de retratos referentes a uma dada pessoa.

1. Arte de representar por meio da imagem. 2. Conhecimento e descrição de imagens (gravuras, fotografias, etc.). 3. Documentação visual que constitui ou completa obra de referência e/ou de caráter biográfico, histórico, geográfico, etc.

Cabe destacar que, em alguns casos, Victor Burton acaba participando da pesquisa iconográfica seja pela escassez de informações fornecidas pelo editor, seja por se tratar de um projeto pessoal no qual ele também é editor do livro. A seguir, analisamos mais detalhadamente dez livros de Victor Burton ressaltando os elementos característicos do seu estilo e que acabam por nos revelar a autoria do projeto gráfico para os livros desta natureza.

4.2 Análise do estilo de Victor Burton

Título: A Missão Francesesa	
Sobrecapa, capa e folha de rosto	
Imagens da iconografia (documentais)	
Imagens decorativas (oriundas das documentais) e/ou imagens ampliadas	
Elementos decorativos tipográficos, ornamentos e capitulares	
Tipografia	Didot

Título: O Brasil e os Holandeses, 1630-1654

Sobrecapa,
capa e
folha de rosto



Imagens da
iconografia
(documentais)



Imagens
decorativas
(oriundas das
documentais)
e/ou
imagens
ampliadas






Elementos
decorativos
tipográficos,
ornamentos e
capitulares



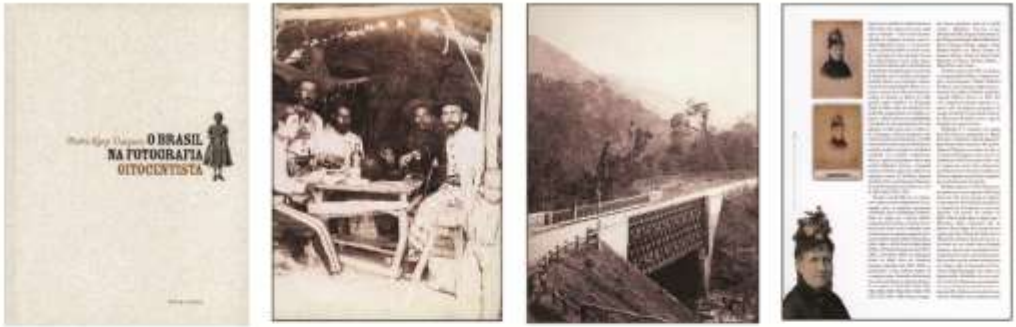

Os Holandeses no Brasil 20 | 41



Tipografia

Garamond

Título: Fotografias Alemães no Brasil do Século XIX	
Sobrecapa, capa e folha de rosto	
Imagens da iconografia (documentais)	
Imagens decorativas (oriundas das documentais) e/ou imagens ampliadas	
Elementos decorativos tipográficos, ornamentos e capitulares	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>Das ganz in progress der profunde e... "O Almanach Alfred Dietze (1858-1860) fotografou Alemanha, sendo... e de origem original... 30, passando a ser... no sistema de lit... a primeira publica... em de Berlin, al... mundo pelo Brasil... a primeira impress... de sua invenção de... edição no país de origem, sendo... no século XIX sempre com o mesmo... profissional, adaptando para os usos... e de tipo, inclusive para a imprensa... alemã. L. Dietze e de origo que... para no Brasil Dietze para obra... e similar fotografar documentais... original Alfred Dietze sobre a...</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;"> <p>and... "Almanach Dietze (1858-1860)... fotograf, Berlin, München, Leipzig... und Mitglied der Kaiserlichen Hof... Buchhandlung, zwischen 1858 und 18... de origem sua com a... Berlin de Dietze em... (Litho) no Brasil... Dietze no se de lit... em, sendo primeira... uma primeira impress... original. E por... uma primeira impress... primeira invenção de... edição no país de origem, sendo... no século XIX sempre com o mesmo... profissional, adaptando para os usos... e de tipo, inclusive para a imprensa... alemã. L. Dietze e de origo que... para no Brasil Dietze para obra... e similar fotografar documentais... original Alfred Dietze sobre a...</p> </div> <div style="width: 30%;"> <p>... VORWORT ... D ist nicht der Zweck der... nicht fast ganz... Erklärung... Begründung... durch die... in Berlin... Alfred Dietze... Photographen... Freunde...</p> </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div>
Tipografia	não identificado

Título: O Brasil na Fotografia Oitocentista	
<p>Sobrecapa, capa e folha de rosto</p>	
<p>Imagens da iconografia (documentais)</p>	
<p>Imagens decorativas (oriundas das documentais) e/ou imagens ampliadas</p>	
<p>Elementos decorativos tipográficos, ornamentos e capitulares</p>	
<p>Tipografia</p>	<p>Maxime</p>

Título: O Rio de Janeiro na Rota dos Mares do Sul	
Capa e folha de rosto	 <p>The image shows the book cover and the title page. The cover features a sepia-toned illustration of a river scene with a person in the foreground and a boat in the distance. The title 'O Rio de Janeiro na Rota dos Mares do Sul' is printed in a white box. The title page shows a landscape with a river and several sailing ships on the water. The author's name 'Pedro de Castro e Moraes' and the title 'O RIO DE JANEIRO na Rota dos Mares do Sul' are visible.</p>
Imagens da iconografia (documentais)	 <p>Two pages from the book showing documentary images. The left page features a small illustration of a person carrying a large bundle on their back, with text columns on either side. The right page shows a detailed illustration of a palm tree with a person standing next to it, also with text columns.</p>
Imagens decorativas (oriundas das documentais) e/ou imagens ampliadas	 <p>Two pages showing decorative elements. The left page displays a decorative initial 'F' and a small illustration of a person carrying a bundle, with text columns. The right page is a large, detailed illustration of a person standing next to a large palm tree, with a landscape in the background.</p>
Elementos decorativos tipográficos, ornamentos e capitulares	 <p>A decorative typographic element featuring the word 'INTRODUÇÃO' in a serif font, centered between two stylized, symmetrical floral or geometric ornaments.</p>
Tipografia	Bulmer

Título: A viagem ao Brasil de Marianne North: 1872-1873

Capa e folha de rosto



Imagens da iconografia (documentais)



Imagens decorativas (oriundas das documentais) e/ou imagens ampliadas



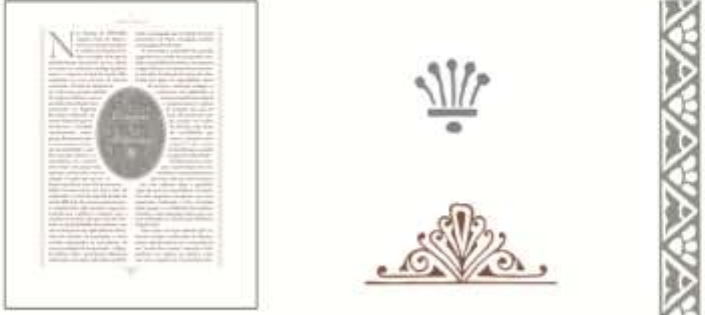



Elementos decorativos tipográficos, ornamentos e capitulares



Tipografia Caslon

Título: Parc Royal: uma magazine na belle époque carioca

<p>Capa e folha de rosto</p>			
<p>Imagens da iconografia (documentais)</p>			
<p>Imagens decorativas (oriundas das documentais) e/ou imagens ampliadas</p>			
<p>Elementos decorativos tipográficos, ornamentos e capitulares</p>			
<p>Tipografia</p>	<p>Cochin</p>		

Título: O negro na fotografia brasileira do século XIX

<p>Sobrecapa, capa e folha de rosto</p>	
<p>Imagens da iconografia (documentais)</p>	 <p style="text-align: center;">▼ ▼ ▼</p> 
<p>Elementos decorativos tipográficos, ornamentos e capitulares</p>	
<p>Tipografia</p>	<p>Fournier</p>

Título: Brasiliana da Biblioteca Nacional: guia das fontes sobre o Brasil

Sobrecaça,
capa e
folha de rosto



Imagens da
iconografia
(documentais)



Imagens
decorativas
(oriundas das
documentais)
e/ou
imagens
ampliadas







Elementos
decorativos
tipográficos,
ornamentos e
capitulares



Tipografia

Minion, Poetica e Castellar

Título: Rugendas e o Brasil	
Sobrecapa, capa e folha de rosto	
Imagens da iconografia (documentais)	
Imagens decorativas (oriundas das documentais) e/ou imagens ampliadas	
Elementos decorativos tipográficos, ornamentos e capitulares	
Tipografia	Didot.

Através desta análise, percebemos que os principais elementos que vão caracterizar seu estilo são:

1) o uso de imagens documentais – sejam elas objetos tridimensionais, pinturas, fotografias etc. que fazem parte da iconografia abordada na obra – como elementos decorativos (fig. 53a);

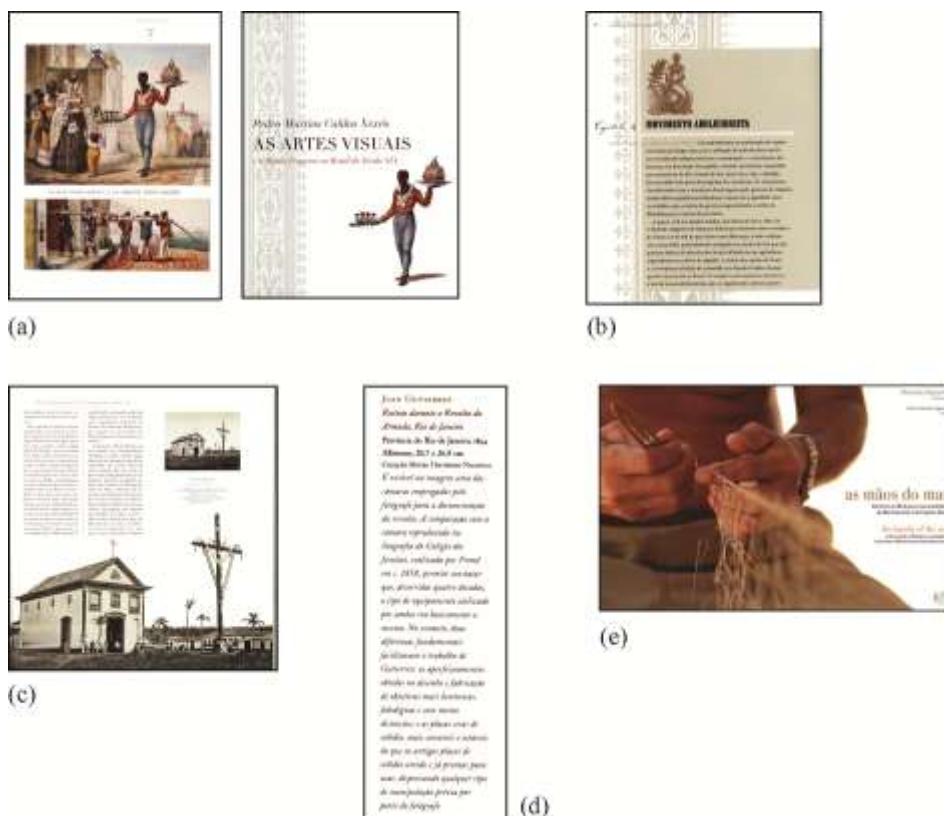
2) chamar atenção para uma determinada imagem da iconografia abordada na obra através da ampliação e/ou do recorte (fig. 53c);

3) o uso de ornamentos e de elementos decorativos tipográficos, como florões, vinhetas e capitulares (fig. 53b);

4) a utilização predominante de grandes famílias tipográficas serifadas, em todas as suas variações: itálico, versalete, negrito, regular etc. (fig. 53d);

5) apresentação da folha de rosto em página dupla, influência do editor francês Robert Delpire (fig. 57).

Figura 53 - Elementos do estilo de Victor Burton



Legenda: (a) - "Missão Francesa"; (b) - "O negro na fotografia brasileira do século XIX"; (c) - "Fotógrafos alemães no Brasil do século XIX"; (d) - "O Brasil na fotografia oitocentista"; (e) - "As mãos do mar".

Fonte:acervo pessoal.

Esses são os principais elementos que fazem parte do universo que caracteriza a linguagem gráfica de Victor Burton e definem seu estilo. Entretanto, esses elementos são característicos de apenas um dos estilos deste designer que também apresenta outras linguagens. Esse estilo talvez seja o que mais o identifique posto que a maior parte da sua produção envolve temas relacionados à história e à arte do século XIX. E, de acordo com Burton (2013), “quando eu faço um livro sobre o tema do séc XIX eu procuro fazer alguma coisa que tenha a ver com isso, busco uma tipografia da época, uma vontade de recuperar alguma coisa da estética da época”.

Quando o assunto apresentado no livro envolve temas relacionados a outros períodos como é o caso dos livros “Quando o Brasil era moderno” (fig. 54) e “Arquitetura Moderna Carioca” (fig. 55) essas características não são tão evidentes. O cuidado com os aspectos gráficos no processo de execução do livro é o mesmo, independente do assunto abordado, mas o resultado estético se ajusta conforme o tema do livro. Burton (2013) explica que

tudo depende do assunto, do tema. Eu talvez tenha ficado um pouco preso no século XIX e as pessoas ficam trazendo essa temática pra mim e eu fico um pouco preso nessa estética [...]. Eu costumo fazer uma relação historicista com a tipografia, eu gosto de trabalhar com uma espécie de arqueologia tipográfica. Você poderia fazer a mesma coisa com a tipografia com um ponto de vista gráfico completamente contemporâneo, mas eu acho mais interessante você trabalhar esse mergulho no tempo (BURTON, 2013).

Figura 54: Capa do livro
“Quando o Brasil era Moderno”



Figura 55: Capa e página interna do livro
“Arquitetura Moderna Carioca”



Fonte: Victor Burton

A construção de um estilo gráfico se dá mediante à bagagem cultural adquirida ao longo da vida que, por sua vez, reflete o capital cultural acumulado. O conceito de capital cultural foi desenvolvido pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu nos anos 1960 para explicar a razão do sucesso ou do fracasso escolar por crianças de classes sociais distintas. De acordo

com Bourdieu (1997), a família e escola são responsáveis pela transmissão da herança econômica e cultural. Sendo assim,

acumulação de capital cultural desde a mais tenra infância – pressuposto de uma apropriação rápida e sem esforço de todo tipo de capacidades úteis – só ocorre sem demora ou perda de tempo, naquelas famílias possuidoras de um capital cultural tão sólido que fazem com que todo o período de socialização seja, ao mesmo tempo, acumulação. Por consequência, a transmissão do capital cultural é, sem dúvida, a mais dissimulada forma de transmissão hereditária de capital (BOURDIEU, 1997, p.86).

No caso de Victor Burton, as referências gráficas que permitiram que ele desenvolvesse uma linguagem particular foram adquiridas através da sua trajetória pessoal e profissional, como vimos no capítulo 2.

Apesar de Victor Burton apresentar diferentes linguagens, neste trabalho focamos nossa análise nos livros iconográficos que, em sua maioria, apresentam temas relacionados à história e à arte do século XIX. O que nos permite identificar seu o estilo é a forma singular com a qual ele trabalha os elementos da iconografia, que como o próprio Victor destacou, se refere mais a uma metodologia de trabalho, na medida em que ele procura relacionar de alguma forma o projeto gráfico do livro com a estética da época.

CONCLUSÃO

Através deste trabalho buscamos compreender o que torna possível a identificação da autoria do projeto gráfico de um livro. Para isso, utilizamos como referência os livros iconográficos de Victor Burton, um designer reconhecido no meio editorial brasileiro e que possui uma linguagem gráfica muito particular, sobretudo nesses livros, que acaba definido as características de um estilo marcante.

Como vimos no primeiro capítulo, a chegada de Victor Burton ao mercado editorial brasileiro se deu em um momento bastante favorável, visto que já havia passado o apogeu das grandes editoras como a *José Olympio* e a *Civilização Brasileira* e o país sofria com as repressões da ditadura militar. Com este cenário, a linguagem trazida por Victor Burton, em um período em que ainda havia fortes referências às diretrizes modernistas, trouxe um ar de inovação o que lhe rendeu alguns elogios e outras críticas e logo se tornou uma referência para o design editorial brasileiro tendo criado escola entre os designers.

Para Cardoso (2008), o trabalho de Victor Burton ajudou a redefinir o padrão do mercado editorial brasileiro na década de 1980. Nesse período, o design, com os avanços da tecnologia, foi se libertando dos padrões rígidos estabelecidos na modernidade. Inovação, pluralismo e soluções diferenciadas marcaram o design gráfico brasileiro nos anos 1980.

Aos poucos, essa prática tornou-se cada vez mais comum, sendo marcante na obra de Victor Burton, cujas capas de livro impactaram fortemente o mercado editorial no exato momento em que o país saía da camisa-de-força da ditadura militar. Diversos profissionais que despontaram nesse período foram buscar nas questões ligadas à cultura e à identidade o mote para explorar uma linguagem gráfica mais autoral e arrojada (CARDOSO, 2008, p. 240).

Os livros iconográficos de Victor Burton apresentam características específicas que nos possibilitam identificar sua autoria. Como vimos no capítulo 2, a trajetória profissional de Victor e suas referências gráficas e visuais, entre elas o contato com livros de bibliófilos, foram essenciais para a formação do seu estilo. A construção de uma linguagem gráfica está associada ao consumo de bens materiais e culturais que, por sua vez estão sujeitos à articulação de capital simbólico. Desta forma, o ambiente cultural e o capital cultural herdado da família foram fundamentais para a construção do repertório gráfico e visual bem como a bagagem cultural de Victor Burton.

Cabe ressaltar que é a natureza do objeto, ou seja, os livros iconográficos, que permite a erudição de seu trabalho relacionada às referências que utiliza para construção de sua identidade gráfica. Esses livros são uma vertente do trabalho de Victor que está particularmente associada ao modo de visualização do capital cultural que se manifesta com mais ênfase nessa categoria de livro. Nesse sentido, a bagagem cultural e o repertório visual que possibilitaram a criação de uma linguagem visual própria de Victor Burton foram adquiridos através do capital cultural herdado da família, por sua vez detentora de capital cultural.

Através da descrição sistemática de 50 títulos de Victor Burton, realizada no capítulo 3, utilizando uma metodologia específica desenvolvida por Guilherme Cunha Lima em sua tese de doutorado como um instrumento próprio e particular do campo da História do Design Brasileiro, estamos buscando dar suporte e maior autonomia para pesquisas nessa área, além de ampliar a compreensão do próprio campo de conhecimento, ainda em construção.

No capítulo 4, concluímos que os livros que manifestam o estilo de Burton são os livros iconográficos, aqueles que apresentam um conjunto de imagens oriundas das mais diversas fontes desde pintura, escultura, fotografia etc. Além disso, percebemos também que seus livros são, em sua maioria, patrocinados por alguma lei de incentivo, o que faz com que a categoria editorial mais apropriada para classificarmos os livros de Victor Burton seja mesmo a de livro iconográfico.

Ao discutirmos a participação do designer na construção de uma nova leitura para o texto, surgiram duas questões que precisam de um maior aprofundamento e merecem estudos futuros: a questão da coautoria do livro e da dupla função desempenhada pelo designer – a de designer e de editor. Esses dois temas parecem estar relacionados à falta de organização das editoras e da fraca atuação dos editores. Desta forma, os estudos deste tema estariam contribuindo para a formação da classe profissional designer.

Ainda neste capítulo, identificamos os elementos que nos indicam a autoria de Victor Burton no projeto gráfico do livro. Após focarmos o olhar em dez títulos, percebemos que os aspectos gráficos que vão definir seu estilo são: o uso de imagens iconográficas como elementos decorativos, o recurso de ampliar uma imagem dando destaque a uma determinada região, o uso de ornamentos e de elementos decorativos tipográficos como florões e vinhetas, família tipográfica serifada e folha de rosto em página dupla.

O estilo desenvolvido por Burton é considerado por muitos autores como sendo elegante e requintado. É o caso de Ana Luisa Escorel que analisa as repercussões do seu trabalho no meio editorial: “seu estilo requintado e extremamente pessoal atingiu tal sucesso

junto ao público, aos editores e aos autores de texto que começaram a brotar seguidores fascinados por sua inteligência gráfica” (ESCOREL, 2000, p.95). Já para Tschichold (2007) “o perfeito design de livro, portanto, é uma questão de *tato* (andamento, ritmo, toque) somente. Provém de algo raramente valorizado hoje: *bom gosto*” (p. 33).

Escolher uma fonte bem ajustada ao texto; projetar uma página primorosa, idealmente legível, com margens harmonicamente perfeitas, impecável espaçamento de palavras e letras; escolher corpos de tipo ritmicamente corretos para folhas de rosto e títulos, e compor as páginas em que há títulos de seção e de capítulos genuinamente belas e graciosas, no mesmo tom da página de texto - por esses meios um designer de livro pode contribuir muito para a fruição de uma valiosa obra de literatura. (TSCHICHOLD, 2007, p.32)

Após a análise dos livros de Burton pudemos perceber como ele constrói uma narrativa visual que dá suporte à leitura do texto, da narrativa textual. A partir de imagens recortadas do próprio acervo iconográfico tratado no livro, Victor cria uma segunda leitura gráfica – uma trama que vai permeando todo o livro tornando a leitura textual mais leve e prazerosa. Desta forma, ele se torna um mediador no processo de comunicação o que demonstra a relação do seu trabalho com o processo de edição. Esse é um diferencial do seu trabalho e uma importante característica do seu estilo.

BIBLIOGRAFIA

AMARAL, Aracy. *Arte Construtiva no Brasil*: coleção Adolpho Leirner. São Paulo: Companhia Melhoramentos, 1998.

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

BARROS, Geraldo de. *Fotoformas 1923-1998*. São Paulo: Prestel, 1999.

BASTOS, Helena Rugai. *O design de Fred Jordan*. Tese de doutorado. Área de Concentração: História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo. Orientador: Luciano Migliaccio. São Paulo: FAUUSP, 2012.

BAUDOUIN, Daniela. *Fernando Lemos: percurso*. São Paulo: BEI Comunicação, 2010.

BIGNOTTO, Cilza. Monteiro Lobato: editor revolucionário? In: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia (orgs.) *Impresso no Brasil*: dois séculos de livros brasileiros. São Paulo, Editora Unesp, 2010.

BOM MEIHY, José Carlos S. *Manual de história oral*. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

BLAND, David. *A history of book illustration: the illuminates manuscript and the printed book*. Londres: The World Publishing Co, 1958.

BRAGANÇA, Aníbal. Introdução à história do livro no Brasil. In: *Margem*. Faculdade de Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo: Educ, v.12, pp. 169-183, 2000.

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 24 dez. 1991. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313cons.htm> Acesso em 23 de junho de 2013.

_____. Lei nº 7.505, de 02 de julho de 1986. Dispõe sobre benefícios fiscais na área do imposto de renda concedidos a operações de caráter cultural ou artístico. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 03 jul.1986. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7505.htm> Acesso em 23 de junho de 2013.

BURTON, Michel. Entrevista concedida a Guilherme Cunha Lima. Rio de Janeiro, 2000.

BURTON, Victor. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 18 mai. 2012a (33 min).

_____. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 07 dez. 2012b (56 min).

_____. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 25 nov. 2013 (48 min).

CALDAS, Fábio Ciaccia Rodrigues. Carlos Lacerda – ação e reflexão de um obstinado profissional. In: *Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom*, ano 2, janeiro a abril de 2010.

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

_____. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgard Blücher, 2008.

_____. *Impresso no Brasil, 1808-1930: destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.

CONDURU, Roberto. *Wilys de Castro*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CONTI, Mário Sérgio. Na nova Companhia das Letras ensaios em marcha. *Revista Veja*, 22 de outubro de 1986. Edição 946, p. 136. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>> Acesso em: 23 de agosto de 2012.

COSTA, Cacilda Teixeira da. *Livros de arte no Brasil: edições patrocinadas*. São Paulo: Itaú Cultural, 2000.

DRUCKER, Johanna. *The Century of Artists' Books*. Nova Iorque: Granary Books, 1995.

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

SCOREL, Ana Luisa. *Brochura brasileira: objeto sem projeto*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1974.

_____. *O efeito multiplicador do design*. São Paulo: Editora Senac, 2004.

FABRIS, Annateresa; TEIXEIRA, Cacilda da Costa. *Tendências do Livro de Artista no Brasil*. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 1985.

FERNANDES, Amaury. *Eugênio Hirsch: um perfil especial entre os pioneiros do design brasileiro*. Disponível em: <<http://www.amaury.pro.br/artigos.html>> Acesso em 19 de abril de 2013.

_____. *A construção de um imaginário: as capas da Editora Civilização Brasileira*. Disponível em: <<http://www.amaury.pro.br/artigos.html>> Acesso em 23 de novembro de 2012.

_____. Notas sobre a evolução gráfica do livro. In: SÁ, Fernando (org.). *Comum*. Rio de Janeiro: Faculdades Integradas Hélio Alonso, v.6, nº 17. pp. 126-148, 2001.

FERREIRA, Orlando da Costa. *Imagem e a letra*. São Paulo: Edusp, 1994.

FEVRE, Lucien; MARTIN, Henry Jean. *O aparecimento do livro*. São Paulo: Unesp, 1992.

FRANKLIN, Colin. *The private presses*. Londres: Studio Vista, 1969.

GORDINHO, Mário de Camargo (org.). *Gráfica Arte e Indústria no Brasil, 180 Anos de História*. Santa Catarina: Edusc, 2003.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. *Design Gráfico: do invisível ao ilegível*. São Paulo: Edições Rosari, 2008.

HALLEWELL, Laurence. *O livro no Brasil*. São Paulo: Edusp, 2005.

HENDEL, Richard. *O design do livro*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

JONES, Owen. *A gramática do ornamento*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

KNYCHALA, Catarina Helena. *O livro de arte brasileiro I - Teoria, História, Descrição 1808-1980*. Rio de Janeiro: Presença, 1983.

_____. *O livro de arte brasileiro 2 - Bibliografia descritiva de livros de arte*. Rio de Janeiro: Presença, 1984.

KORACAKIS, Teodoro. Uma história em processo: a Companhia das Letras de 1986 a 2006. In: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia (orgs.) *Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros*. São Paulo, Editora Unesp, 2010.

LACERDA, Sebastião. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 18 dez. 2012 (01h 05 min).

LAUDANNA, Mayra. Livro de Artista. In: *LIVRO – Revista do Núcleo de Estudos do Livro e da Edição*, nº 2. São Paulo: Ateliê Editorial, 2012.

LEITE, João de Souza. *Coleção Portfolio Brasil Design Gráfico - Victor Burton*. São Paulo: J. J. Carol editora, 2005.

LEITE, João de Souza(org.). *A herança do olhar: o design de Aloisio Magalhães*. Rio de Janeiro: Artviva, 2003.

LEES-MAFFEI, Grace; HOUZE, Rebecca. *The Design History Reader*. Nova Iorque: Berg Publications, 2010.

LEON, Ethel. *João Baptista da Costa Aguiar: desenho gráfico (1980-2006)*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

_____. *Memórias do design brasileiro*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

LIMA, Edna Lúcia Cunha. *Estrutura do Livro*. Apostila, Rio de Janeiro: ESDI/UERJ, 1998.

LIMA, Edna Lúcia Cunha; FERREIRA, Márcia Christina. Santa Rosa e o design do livro modernista. In: *Pesquisa & Desenvolvendo em Design*, vol.1, pp.327-336, 1998.

_____. Santa Rosa: um designer a serviço da literatura. In: CARDOSO, Rafael. *O design brasileiro antes o design: aspectos da história gráfica, 1870-1960*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

LIMA, Guilherme Cunha. Modelo de design gráfico para descrição de livros de arte. In: *Estudos em design*, v. 3, n. 2, pp. 25-34. Rio de Janeiro: Associação de Ensino de Design do Brasil, 1995.

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

_____. *O design brasileiro e sua identidade*. Revista Comunicação e Artes, SENAC-SP, 2001a a.1, n.1, fev., pp. 26-28.

_____. Pioneers of Brazilian Design. In: FARIAS, Priscila Lena; CALVERA, Anna; BRAGA, Marcos da Costa. *Design frontiers: territories, concepts, technologies*. São Paulo: Blucher, 2012.

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

_____. Design editorial, conceitos e processos: editora Civilização Brasileira (1959-1970). In: Associação Nacional de História – ANPUH. *Anais do XXIV Simpósio Nacional de História*, 2007.

_____. Editora Civilização Brasileira: novos parâmetros na produção editorial brasileira. In: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia (orgs.) *Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros*. São Paulo, Editora Unesp, 2010.

LIMA, Guilherme Cunha; NEVES, Alexandre Esteves. Monteiro Lobato: editor (1918-1925). In: ALMEIDA, Marcelina das Graças; REZENDE, Edson José Carpintero; SAFAR, Giselle Hissa; MENDONÇA, Roxane Sidney Resende de (org.). *Caderno a Tempo: histórias em arte e design*. Barbacena: EdUEMG, 2013.

LUPTON, Ellen. *A produção de um livro independente: um guia para autores, artistas e designers*. São Paulo: Edições Rosari, 2011.

MACHADO, Ubiratan. *A etiqueta de livros no Brasil*. São Paulo: Edusp, 2003.

MAUÉS, Flamarion. Livros e censura durante a ditadura. In: *LIVRO – Revista do Núcleo de Estudos do Livro e da Edição*, nº 2. São Paulo: Ateliê Editorial, 2012.

MARIZ, Ana Sofia. *Editora Civilização Brasileira: o design gráfico de um projeto editorial (1959-1970)*. Dissertação de Mestrado, Departamento de Artes & Design, Puc-Rio, 2005.

MARTINS, Anna Maria. *Alúcio Carvão*. Rio de Janeiro: Sextante, 1999.

MARTINS, Wilson. *A palavra escrita*. São Paulo: Ática, 2002.

McMURTRIE, Douglas C. *O livro: impressão e fabrico*. Lisboa: Fundação Caloute Gulbenkian, 1997.

MEGGS, Philip; PURVIS, Alston. *História do design gráfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MELO, Chico Homem de. *Os desafios do designer e outros textos sobre design gráfico*. São Paulo: Edições Rosari, 2003.

_____. *O design gráfico brasileiro: anos 60*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

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

MELO, José Laurenio de. “O Gráfico Amador”, *O Estado de S. Paulo*, Suplemento Literário, 9 de dezembro, p.4 apud LIMA, Guilherme Cunha. *O gráfico amador: as origens da moderna tipografia brasileira*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

NOGUEIRA, Julio Cesar Giacomelli. *Letra e imagem: a tipografia nas capas de livros desenhadas por Eugênio Hirsch*. Dissertação de Mestrado, Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2009.

PAIXÃO, Fernando. *Momentos do livro no Brasil*. São Paulo: Ática, 1998.

PEREIRA, José Mario (org.). *José Olympio: o editor e sua Casa*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

PERROTA, Isabella. *Victor Burton*. Rio de Janeiro: Viana & Mosley, 2006.

_____. Entrevista concedida por e-mail à autora. Em 21 de mar. 2013.

PONTES, Mario. O livro com arte. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 3 de junho de 1989. Caderno Ideias, pp. 6-9.

REIMÃO, Sandra. *Livros e televisão: correlações*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004. Disponível em: < <http://escritoriadolivro.com.br/historias/sandra.html>>. Acesso em 23 de junho de 2013.

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

_____. Ditadura militar e censura a livros: Brasil (1964-1985). In: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia. *Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros*. São Paulo: Editora Unesp, 2010.

RIZZINI, Carlos. *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil, 1500-1822*. São Paulo: Imprensa Oficial Imesp, 1988.

ROWELL, Margit; WYE, Deborah. *El libro russo de vanguardia, 1910-1934*. New York: The Museum of Modern Art, 2003.

SCHWARCZ, Luiz. *Rumo a uma nova estação editorial*. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,rumo-a-uma-nova-estacao-editorial,751977,0.htm>> Acesso em: 09 de janeiro de 2013.

SCHWARTZ, Jorge. *Da Antropofagia a Brasília: Brasil: 1920-1950*. São Paulo: Cosac Naify, 2002.

SEMERARO, Cláudia M.; AYROSA, Christiane. *História da tipografia no Brasil*. São Paulo: Museu de Arte de São Paulo, 1979.

SILVEIRA, Paulo. *A página violada: da ternura à injúria na construção do livro de artista*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

SIMIONATO, Juliana Siani. *Monteiro Lobato & Cia.: uma experiência editorial*. São Paulo: Com-arte, 2010.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SORÁ, Gustavo. *Brasilianas* - José Olympio e a gênese do mercado editorial brasileiro. São Paulo: Edusp, 2012.

TABORDA, Felipe. Victor Burton. In: *Revista Novum Gebrauchsgraphik*, ano 59, pp. 4-9, fevereiro de 1988.

TOLEDO, Maria Rita de Almeida. A Companhia Editora Nacional e a política de editar coleções: entre a formação do leitor e o mercado de livros. In: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia. *Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros*. São Paulo: Editora Unesp, 2010.

TSCHICHOLD, Jan. *Designing Books*. Nova Iorque, 1951.

_____. *Asymmetric Typography*. Londres: Faber & Faber, 1967.

_____. *A forma do livro: ensaios sobre tipografia e estética do livro*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

VERGER, Jaques. *Homens e saber na Idade Média*. São Paulo: Edusc, 1999. Disponível em <<http://escritoriodolivro.com.br/historias/idademedias.html>>. Acesso em 24 de junho de 2013.

WARDE, Beatrice. *The crystal goblet*. Londres: World Pub. Co, 1956.

WILLIAMSON, Hugh. *Methods of Book Design*. Londres: Yale University Press, 1983.

APÊNDICE 1 – Entrevistas realizadas com o designer Victor Burton.**Entrevista Victor Burton – 18 de maio de 2012****Carolina Azevedo: Como você começou a trabalhar com design?**

Victor Burton: Eu costumo dizer que na verdade eu não sou designer, eu não tenho formação específica. Eu estava morando na Itália na época, eu fiz um estágio na editora FMR, que era uma editora especializada em livros de arte e a minha questão com design era uma forma de fazer livros. Eu acho que pratiquei design, pratico bem ou mal, para fazer livros. Minha questão sempre foi ligada a realizar livros.

Meu pai tinha uma biblioteca muito importante de livros de arte de edição limitada sobretudo da década de 20, 30 e 40 do século passado [séc. XX]. Tinha uma grande cultura na França desse tipo de livro de edições limitadas encomendadas por sociedades de bibliófilos, enfim é uma coleção muito importante tinha um livro ilustrado por exemplo por Hildegard, que é um livro muito importante. Tinha a primeira edição de Gustave Doré sobre Rabelais. Tinha uma série de livros que me impressionava muito e a biblioteca do meu pai era uma coisa escondida, proibida, não podia entrar porque ele tinha medo que eu destruísse os livros e isso acresceu a fascinação pelo livro. Então foi isso eu comecei a fazer design para poder fazer livros.

Eu me lembro uma vez que eu dobrei a página de um livro quando eu fechei e foi um drama porque perdia o valor. Bibliofilia é uma coisa de mania. Tem muitos livros de bibliófilos que você nunca abre porque os livros eram encadernados ainda com os cadernos fechados. Então muitas vezes você não abre de tanto medo de você fazer perder [valor] ou rasgar, cortar errado. É que nem vinho que você nunca abre. É um fetichismo muito intenso.

Um designer se faz dos filmes que você vê, dos livros que você lê, das músicas que você ouve, dos museus que você frequenta....

Dos museus sim, das músicas acho que não. Quando eu falo de fazer livro, eu sou bem claro. É fazer o livro de figurinha, livro iconográfico para dizer de forma mais pretensiosa. Então eu sempre gostei muito da relação entre texto e imagem, de fazer disso uma coisa interessante, de fazer uma viagem para o leitor que fosse interessante. Minha questão certamente foi com os livros de arte, nem só da biblioteca do meu pai, mas os livros de arte em geral que eu olhava com muito prazer e querer replicar isso, querer trabalhar nisso porque isso me fascinava.

Então acho que a questão da música não vem muito ao caso, mas dos quadros, da reprodução das obras de arte certamente tem muito a ver.

Você ficou quanto tempo na Itália? Morou na França também?

Eu morei só na Itália. Fui para lá com sete anos e fiquei até os 20. Eu trabalhei muito rapidamente lá. Com o Ricci eu trabalhei 1 ano e meio. Antes de ir no Ricci, quando eu tava ainda na escola, eu fiz algumas capas de livro para um outro editor chamado Il Formichiere. Agora eu não fazia capas de livro porque era meu grande barato, eu fiz porque era uma forma de você começar a fazer alguma coisa.

Suas referências eram muito europeias, mas hoje seu trabalho tem uma identidade muito nacional, muito brasileira.

No começo o que tinha de europeu, na verdade da influência do Ricci e do meu pai era essa questão de lidar com uma tipografia mais variada. Eu ficava brigando muito com um certo despotismo do modernismo da época que não só tipográfico. Era a questão do grid, eram livros muito duros. Pelo menos eu via dessa forma. Eu só fui recuperar modernismo num tempo relativamente recente, mas no começo eu fazia questão de usar tipografias das mais variadas possíveis mesmo se num universo que isso era muito mais difícil. O acesso à diversidade tipográfica no começo dos anos 80 era muito difícil. A gente tá falando de um mundo que não tinha computador. Você tinha fotocomposição, ainda tinha resquício de tipografia manual. Era muito complicado você ter uma grande universo tipográfico, mas eu começava praticamente sempre a partir de uma tipografia. E tinha essa reação anti modernista de querer enfeitar o trabalho gráfico. E buscar sempre a referência na história da arte, eu usava muita referência de quadro... Não é que não se fizesse isso no Brasil, mas tinha uma tendência muito mais seca, mais áspera, muito vinda da ESDI.

Você acha que essa característica foi o que definiu o seu trabalho?

Eu acho que talvez seja uma pretensão, mas eu fazia um trabalho que não se fazia. Várias pessoas na época me disseram que eu abri uma porta, mostrei uma nova forma de trabalhar. Por outro lado, houve muita crítica. na própria ESDI, por exemplo, eu fiz uma exposição, eu era muito jovem, em 1983. O Arísio [Rabin, professor da ESDI] me chamou para fazer uma exposição, foi muito generoso da parte dele. Tinha um catálogo, um cartaz, e tiveram vários professores da ESDI que vieram reclamar porque eu não usei Futura ou Helvetica, uma fonte decente. Isso causou um certo incômodo, mas eu fazia simplesmente aquilo que eu via e

queria recuperar dos livros de antes, dos livros mais antigos. Então isso pode ter sido novo numa certa época, embora seja um olhar para trás, em relação ao que se fazia no Brasil era certamente uma coisa pelo menos diferente.

Você tem algum designer como referência?

A referência para mim era o Franco Maria Ricci. Ele era editor e designer. Ele fazia os projetos gráficos que na verdade eram muito sistemáticos. As minhas referências na época eram todas de fora, era o pessoal do Push Pin, por exemplo, John Alcorn, um capista na Itália muito bem sucedido que tinha vindo do Push Pin. minhas referências eram americanas. Não eram nem européias. Européias eram por um certo tipo de livro de arte, de poucas editoras. A Itália era um país ainda muito dominado por uma visão modernista da questão gráfica. Então o Franco surgiu com uma coisa completamente diferente, que também era criticada. Eu acho que ele fez de fato os mais belos livros de arte que foram feitos na Europa, certamente naquela época. Eram coisas extraordinárias. Agora, não era uma unanimidade. Minhas referências no Brasil eram praticamente nenhuma.

Você veio para o Brasil a convite do Carlos Lacerda para trabalhar na Confraria dos Amigos do Livro

A Confraria era uma tentativa do Lacerda de montar uma editora comparável, no estilo do Ricci, inclusive o Ricci chegou a fazer uns livros em coedição. Na verdade a editora nova Fronteira traduzia livros pra cá, não deu muito certo, mas eu vim pra isso. O que era um absurdo, eu era um garoto. Eu vim pra montar a Confraria dos Amigos do Livro. O Lacerda morreu logo depois.

O Lacerda morreu em 1977, você veio pra cá

Eu fiquei muito pouco tempo com ele, cinco, seis meses se tanto. Depois eu passei a trabalhar na Nova Fronteira com os dois filhos, Sérgio e Sebastião Lacerda. Fiquei lá bastante tempo dentro da editora, depois eles fizeram um remanejamento e eu passei a trabalhar como free lancer, mas com exclusividade para a Nova Fronteira. Eu só podia fazer capas para a Nova Fronteira e a Nova Fronteira comigo.

Aí eu encontrei o Luis [Schwarcz] numa Bienal do Livro aqui no Rio e ele me encomendou uma capa para a Companhia das Letras. A Nova Fronteira era a Companhia das Letras daquela época e o Luiz tinha a NF como um parâmetro. Ele me chamou para fazer a capa e foi uma certa crise de consciência porque eu era muito ligado à família Lacerda, eles

tinham me trazido para cá, eu tinha uma ideia de dívida para com eles, mas a ambição foi maior. E a partir dali eu abri para muitas editoras. Eu fazia já livros de arte para a Nova Fronteira, fiz uns seis ou sete. A gente fazia muito menos livros na época porque o processo era infinitamente mais longo, vc demorava seis meses para fazer um livro, não conseguia fazer dois livros ao mesmo tempo, era tudo mais difícil. Depois que eu saí da Nova Fronteira eu comecei a trabalhar mais com livro de arte.

Você trabalhou sozinho até montar o escritório

Praticamente sozinho. Quando eu estava na Nova Fronteira eu era sozinho mesmo, depois continuei sozinho durante alguns anos e pouco a pouco fui pegando alguns assistentes o meu escritório era em casa, na Glória. Aí foi crescendo ao ponto de ter que sair de lá e montar esse escritório aqui [Av. Calógeras]. Eu cheguei a ter cinco assistentes em casa, o condomínio não gostava muito, aí eu mudei pra cá tem uns dez anos.

Quando você começou a ter assistente você continuou trabalhando ou ficou mais com a parte de direção?

Não, eu tenho um assistente, o Angelo Bottino que volta e meia desenvolve projetos de forma praticamente autônoma, isso acontece. Mas nos projetos de livros grandes, na maioria das vezes sou eu que faço o projeto depois os livros são diagramados por assistentes, mas digamos que não tem nada que saia daqui sem que eu tenha visto, aprovado ou mexido em alguma coisa. E alguns projetos eu faço questão de trabalhar sozinho. Tem também a questão das exposições

Tem muita exposição?

Tem, cerca de duas por ano. A gente tá pra montar agora uma no Instituto Tomie Ohtake sobre fotografia, história do Brasil através da fotografia, vai ser uma exposição bacana. A gente acabou de montar uma exposição permanente no Paço, sobre a história do paço. Então sempre tem uma ou duas exposições por ano. Não é assim a coisa principal, mas tem uma certa constância. E é uma coisa que eu gosto de fazer. Pelo menos tem sempre um catálogo pra fazer [rs]. É uma coisa de você fazer uma certa arquitetura e eu tenho uma certa frustração, queria ter feito Arquitetura, era uma possibilidade que eu tinha. E no fundo uma exposição é uma arquitetura, é uma coisa que você entra dentro, tem que planejar um espaço. É muito legal, mas é muito trabalhoso. Você depende dos outros, você não depende só de você. Você não controla o trabalho dos outros inteiramente, acontece milhões de coisas

erradas, sempre acontece, inaugura sempre na véspera, às vezes você termina algumas horas antes da exposição abrir. É muito estressante.

Como foi a entrada do computador no seu trabalho?

Ah, foi traumático! Eu tive uma enorme resistência, foi uma coisa bastante lenta e eu tive uma enorme resistência, com certeza. Ter que mudar toda sua maneira de trabalhar, enfim. Tinha uma coisa muito artesanal, você fazia aquelas pranchas, traçava os fios, colava o texto, que era no fundo muito chato. O nível de controle de qualidade que você tem no computador é infinitamente superior, não tem como negar isso. Eu não tinha nenhum fetiche do livro feito em tipografia, não era isso. Apenas a dificuldade de mudar de mundo, foi muito difícil. Agora mesmo eu tenho dificuldade de deixar o QuarkExpress e entrar no InDesign. Eu sou um homem da pré história, eu sou a única pessoa do escritório que usa o QuarkExpress, eu tenho que mudar, evidentemente. Mas é chato, é difícil!

Mas enfim, foi traumático sim. Mas digamos que em um ano, um ano e meio, a passagem estava feita e não tive nenhuma saudade.

Você acha que isso interferiu de alguma forma no seu trabalho?

Totalmente.

No processo criativo...

Não, no processo criativo não. Eu acho que interfere no bom sentido, de você ter um controle muito maior da entrelinha, do espaçamento entre letra, a tipografia ganha uma qualidade espetacular. E é muito mais rápido. Agora, o custo pra se manter isso é muito mais alto. Antigamente você não tinha custo nenhum praticamente. Agora você tem um custo altíssimo, você tem que renovar o equipamento a cada dois, três anos e quando dá problema é caríssimo porque o universo Mac é todo caro. Então, eu não tenho nenhuma saudade do universo pré computador, não!

Você falou que seu trabalho principal, mais forte foi pra Companhia das Letras...

Digamos que qualitativamente. Quer dizer, 90% do que eu fiz na Nova Fronteira hoje em dia eu tenho vergonha de ver. Gostaria de implodir, coisas muito, muito ruins. Eu via as capas da Companhia e tinha muita inveja. Eu pensava, puxa eu quero fazer uma coisa assim, ou mais.

Quem fazia as capas da Companhia?

Ettore Bottini, tinha o ai não vou lembrar os nomes, te digo depois. Enfim, era uma turma que eu olhava aquilo e meu Deus do céu é tão melhor do que eu faço na Nova Fronteira. Eles tinham visivelmente muito mais liberdade e sobretudo eles consideravam o livro como uma coisa só. Porque a Nova Fronteira, volta e meia eu fazia a capa e a quarta capa era um modelo simples, sistemático e pronto. Então aquilo foi uma mudança muito grande, o objeto como um todo foi uma mudança muito grande e eu quis realmente trabalhar com eles.

Em termos de qualidade eu acho que fiz um trabalho melhor porque tinha essa questão da competição, eu tinha que competir com pessoas muito boas. Basicamente isso.

Como você acha, foi algum trabalho em particular, que marcou porque no início você pode ter tido uma certa resistência de alguns designers por essa quebra que você trouxe do modernismo. Mas hoje em dia, acho que todo mundo, editores e designers te reconhecem como um designer com um trabalho de qualidade.... Você acha que isso se deve a que?

Acho que é um acúmulo de trabalhos. Não teve nenhum grande evento gráfico, “ah Meu Deus aquela capa foi uma coisa que mudou o mundo”. Não, eu acho que você vai fazendo muitas, constantemente, e isso vai te colocando no mercado como referência, enfim. Isso não foi uma obra, foram anos de construção.

E você consegue eleger um que tenha sido mais significativo pra você?

Teve um livro que foi, hoje talvez nem seja uma capa assim extraordinária, o “Quase memória”, do Cony. Foi uma capa que, me lembro que o Arthur Netroviski escreveu uma matéria sobre isso na Folha [de S. Paulo], falando muito bem sobre a capa e foi uma capa que eu senti muito. Daquela coisa de você lê um livro, porque eu tinha muita má vontade porque eu tinha ficado com a imagem do Cony da Manchete. Era um cara meio esquecido. Esse livro marcou a volta do Cony depois de um longo esquecimento. Então é uma capa que eu me empenhei muito e que deu um resultado, pelo menos pra época, que eu achei muito bom.

Você tinha dito que a capa do livro é inútil, que nunca iria representar o que o romance estava dizendo

E continuo dizendo, não representa mesmo, não tem como. Mas sobretudo ela inútil porque ela não agrega absolutamente nada ao livro. Ela existe para você se comunicar com um eventual leitor e propiciar a venda, né. Eu acho que a capa ideal seria sempre uma sobrecapa que você poderia arrancar do livro e ficar só com o livro. Ele passaria a ser um objeto muito

discreto na sua casa. Eu acho que aquela capa que fica ali vivendo depois da compra, mais ou menos escandalosa, mais ou menos visível, uma coisa que não faz muito sentido. Meu ideal seria sempre fazer uma sobrecapa que você comprasse e depois jogava fora. Ela é inútil nesse sentido porque ela não agrega nada ao livro. O que agrega mais é um projeto de miolo decente, é uma coisa bem pensada, o que é difícil de fazer porque economicamente é pouco viável. A maioria das editoras trabalha com um projeto mais ou menos padrão, aqui, na França, na Alemanha, enfim. O caso da Cosac Naify é uma total exceção, mesmo a nível mundial. Eu acho que não tem nenhuma editora que atue dessa forma de um produto específico, fechado, trabalhado integralmente para uma determinada edição. É uma coisa economicamente até muito impressionante porque se pergunta como é que pode dar certo. É a editora do momento. Cada livro diferente do outro, pensado integralmente para aquele livro, para aquele tema; aí sim eu acho que faz diferença.

Algumas vezes a gente conseguiu fazer isso. Aquela coleção dos Sete Pecados, da Objetiva, que foi uma capa também importante para mim, a gente fez tudo. O projeto adentrava o livro e formava um todo coerente. Aí sim, você considerar o livro como um todo é muito interessante, mas a capa sozinha não quer dizer nada. Ela é importante para vender o livro, é nesse sentido que eu digo que ela é inútil. Na verdade ela é utilíssima, porque sem isso a editora não conseguiria posicionar o seu livro. É útil para o mercado.

O normal do mercado, você tem uma pessoa que faz a capa e uma pessoa que faz o miolo. A pessoa que faz o miolo geralmente é interna da editora, muitas vezes é um projeto mais ou menos padrão. Mesmo o *hard cover* americano quando o livro começa a ter uma vida comercial, depois ele vai cair para o livro brochura normal, você tem uma pessoa que faz a capa e uma pessoa que faz o miolo. Pode tentar ter algum tipo de diálogo, às vezes até consegue, mas não é um conjunto coerente. A Cosac Naify é de repente, pelo que eu conheço de editoras no mundo, é um caso único.

E daqui pra frente? Você disse que tem feito cada vez menos livros...

Eu quero continuar fazendo livro, mas eu gostaria de editar os livros. Meu projeto, que eu não sei se vai dar certo ou não, esse aqui [“A viagem ao Brasil de Marianne North”], por exemplo, é uma coedição que eu estou fazendo com a Sextante Artes de ter um controle sobre a parte editorial não só do projeto gráfico, mas a escolha do tema, a pesquisa iconográfica, enfim tudo que vai além do projeto gráfico. Isso é uma coisa que eu tô tentando montar, vamos ver se vai dar certo. Trabalhar em projetos editoriais que eu tenha controle. Não quero ser editora não porque é uma trabalhadeira e é um risco muito grande. Você tem que fazer isso com uma

editora, eu acho, que já exista. Apenas você se coloca de outra forma, como alguém que participa até da ideia do livro. Esse aqui [“A viagem ao Brasil de Marianne North”] foi uma ideia minha e do Julio Bandeira. Estou querendo fazer um livro sobre a Batalha do Avaí, eu quero fazer uma espécie de monografia sobre a Batalha do Avaí que está lá no Belas Artes, que é um livro só sobre o quadro. Vai ser um formato relativamente grande e eu quero tentar colocar reproduções 1:1 do quadro sistematicamente. É uma coisa que nunca foi feita e eu acho que pode ser interessante. Esse tipo de livro que eu gostaria de emplacar, mas aí eu vou depender do mercado. Eu não quero fazer livros com Lei Rouanet porque a Lei Rouanet tem uma série de distorções que são complicadas. Você passa a depender do direito de marca de uma empresa, volta e meia isso é muito complicado, você perde o controle do que está fazendo. Hoje em dia 90% é feito pela Lei. Se cair a Lei Rouanet não tem mais livro de arte no Brasil durante algum tempo.

Por que é muito caro fazer um livro de arte sem nenhum incentivo?

Olha, o livro não é uma coisa tão cara assim, o livro de arte. Hoje em dia você pode imprimir na China, infelizmente, não é uma coisa absolutamente cara. Eu não sei se a Lei Rouanet conseguiu formar um mercado brasileiro verdadeiro. Eu acho que ela continua vivendo de uma espécie de favor e os patrocinadores não patrocinam nada na verdade porque não há um tostão injetado do bolso próprio, é só a renúncia fiscal. Quem tá injetando na verdade é o governo. Só que o governo perde todo e qualquer controle, quem acaba decidindo se um livro vai ou não ser feito e muitas vezes como ele vai ser feito, são as diretorias de marca das empresas. Cada um tem uma atitude, variável, mas muitas vezes você se depara com absurdos. E são livros que não têm uma vida real de mercado. Agora se isso é possível no Brasil a partir de agora.... os livros da Cosac Naify provam que isso é possível. Eles não fazem só livros de texto. Tem uma série de livros de arte muito bem feitos que pelo visto tem uma vida própria. Os livros da Lei Rouanet são caros porque as tiragens são muito pequenas 3 mil exemplares são tiragem ridícula para livro de arte. A Taschen faz 90 mil, 120 mil exemplares, aí você tem um livro realmente barato. Eu gostaria de trabalhar sem a Lei Rouanet. É um risco, uma aposta grande porque eu vou ter também que investir capital, mas eu tô com um grande amigo, o Marcos Pereira [da Sextante Artes] que tá topando essas coedições. Vamos ver.

Entrevista Victor Burton – 07 de dezembro 2012

Analisando seus livros a gente percebe algumas influências e características. Uma é que você utiliza muito a folha de rosto em página dupla e que seu trabalho traz as referências do Renascimento, do Franco Maria Ricci

Robert Delpire, era uma mistura de designer e editor francês que produziu muito na década de 50, 60. Ele fez uma abertura em dupla que me lembro até hoje, que a imagem ocupava duas páginas, uma coisa que me impressionou muito. Ele foi um cara muito importante, completamente esquecido hoje em dia. Aliás todo grafismo francês, tá completamente fora de discussão. Você fala da Inglaterra, dos Estados Unidos e não se fala da França, o que é culpa dos franceses, não é culpa de ninguém não. Eles entraram em profunda decadência depois dos anos 1970, 1980. Mas a minha tradição, você falou em algum momento o negócio da Renascença.... Renascença sim, talvez, a instauração de uma mancha clássica de livro que tá no inconsciente de todo mundo até hoje, dos blocos que centralizam em relação a espinha do livro, aquele branco em volta. Para mim o grande ideal que provavelmente nunca vou realizar é muito ligado ao *livre d'art* francês que se fez entre as duas Guerras, década de 1920, 1930. Pra mim é o ápice da produção tipográfica. E eu acho que tava muito atrás do Gráfico Amador, do pessoal do Recife. Eu acho que é um tipo de livro que certamente eles gostavam muito também e que eu acho que teve muita influência no Brasil em geral, nas editoras José Olympio, entre as duas Guerras. No caso da José Olympio até depois, claro. Coincide com o modernismo brasileiro que era um modernismo muito orientado pela Europa. Meu avô tinha uma biblioteca muito rica nesse sentido...

Você falou dessa herança do seu pai e seu avô. De onde surgiu esse interesse pelos livros raros, pelo *livre d'art*?

Era uma mania muito comum da burguesia francesa da época, juntar grupos de 100, 200 pessoas e fundar pequenas associações de bibliófilos na França naquela época, era um hobby. Encomendar um texto e uma coleção de gravuras para determinadas pessoas e fazer uma bela edição. O grupo se paga e recebe os exemplares. Era um colecionismo que você provocava os itens para sua coleção. E teve coisas absolutamente extraordinárias. Uma quantidade enorme de pequenas editoras, umas mais bem sucedidas que outras. Meu avô [Henry Burton] chegou a fazer parte de um desses grupos de bibliófilos que encomendavam obras. Durante a Segunda Guerra ele chegou a hospedar um ilustrador porque Lyon ficou na “Zone No Occupée” (Zona não ocupada pelos alemães). Então Paris inteira baixou para Lyon naquela época. Grandes

ilustradores que não tinham trabalho, os jornais todos se mudaram para o sul da França de uma maneira muito precária. E ele chegou a hospedar na casa dele, durante muitos meses, um ilustrador que fez depois para ele, eu vou te mostrar depois, ele pegou um livro, um livro brochura normal, e ilustrou inteiramente página por página com aquarela, uma coisa magnífica. O cara tinha uma habilidade assim inacreditável. E nada, enfim. Só pra te dizer que havia essa mania colecionista de criar e viver em torno dessa coisa do *livre d'art*. Isso era uma grande questão.

O seu avô fazia o que?

O meu avô ele vivia de nada, ele vivia de dinheiro. Quem tinha feito a fortuna da família era meu bisavô, um industrial do ramo de importação e exportação de arte. Ele já tinha uma pequena coleção de livros, mas não era tão importante assim. Meu avô é que realmente investiu nisso. Criou uma biblioteca muito grande, muito interessante. O irmão dele também era bibliófilo e uma parte da coleção do meu tio-avô está hoje no museu de Genebra. Ele se mudou para Genebra e doou a coleção toda para o Museu de Genebra, enfim, uma coleção muito, muito impressionante.

O trabalho do seu pai [Michel Burton], a revista Senhor é a que ficou mais conhecida

Pois é, é o que ficou. Depois eu vou te mostrar umas capas que ele fazia para uma outra revista, a revista Rio, que eu acho que em alguns casos eram muito bacanas. Ele fazia muito ilustração de coluna para o JB [Jornal do Brasil]. Isso não tem nada, eu sei que ele fez, fez bastante, mas não sobrou nada. Ele tem uma cerâmica no Rio. A primeira cerâmica de arte, a segunda aliás. A primeira foi de um outro francês da década de 30, 40, Gonot, eu acho). Aí ele fez uma cerâmica em Itaipava e chegou a trabalhar com o Marcos Vasconcelos, um arquiteto relativamente conhecido na época, em cerâmicas de decoração integrada com a arquitetura.

A formação dele foi completamente diferente da formação de um designer alemão, suíço, dessa linha vulgarmente dizendo assim do estilo da Bauhaus. A escola que formou ele em Genebra, *Arts et Metiers*, era uma escola muito no estilo *Arts and Crafts*. Ele aprendia tudo: gravura, vitral, mosaico, tipografia, ilustração a mão livre, enfim, tudo, ele sabia fazer mural. Quando ele chegou ao Brasil inclusive, ele começou rs...., ele fugiu da família. Meu pai veio para o Brasil fugido, em 1950. Ele começou pintando afrescos na casa das pessoas. Deve ter por aí alguém que tenha guardado isso. Ele tinha um saber muito de artesanato, no bom sentido. Artesanato é outra palavra que ficou muito conspurcado hoje no Brasil, mas

enfim da artesanaria, muito variado, muito consistente. Ele era capaz de fazer todas as questões ligadas ao mundo gráfico.

Por que seu pai veio para o Brasil fugido da família?

Ele queria casar, e casou, com uma moça judia. Meu avô era antissemita, que era relativamente comum na França entre as duas Guerras e foi uma briga horrorosa, nunca mais se falaram. Ele veio para o Brasil como poderia ter ido para Argentina ou qualquer outro lugar, mas o Brasil era uma coisa que ele achava interessante. Começou logo a trabalhar logo, em 1950. Ele trabalhou muito, logo de cara, com publicidade. Quem conhecia muito bem ele era o Petit [Francesc Petit]. Ele chegou a conhecer todo o pessoal da DPZ, muito antes deles fazerem a DPZ. É isso, ele fugiu nesse sentido, nunca mais falou com o pai. Foi uma briga terrível. Eles se casaram, ela não se acostumou com o Brasil, não se adaptou ao país, não deu certo e três anos depois eles se separaram. Aí ele encontrou minha mãe depois. Minha mãe trabalhava na Oca, com o Sergio Rodrigues. Foi lá que eles se conheceram. O Sergio é meu amigo até hoje. Minha mãe era secretária, fazia milhões de coisas. Ela morou uma certa época com o Goeldi, tanto é que o Goeldi está enterrado em nosso túmulo de família ali no São João Batista. Filha de família do Rio Grande do Sul, totalmente decadente, ela se virou aqui no Rio de Janeiro. Entre outras coisas ela trabalhou na Oca e lá eles se conheceram e depois se casaram.

E por que ele foi morar na Itália?

Ele teve um problema de vista muito sério, nunca soube exatamente o motivo, te confesso, tem muitas versões, mas tá ligado a essa questão da vista, da perda, dele querer ficar só na propaganda mesmo, ele investiu aí claramente na propaganda porque de alguma forma era mais fácil ser um diretor de arte do que ter que produzir no cotidiano um trabalho gráfico de ilustração, para ele era mais tranquilo ficar na publicidade. A verdade também que o Brasil, em 1963, parecia um país complicado, com um futuro bem incerto, e acho que isso pesou muitíssimo. E aí ele resolveu voltar para Europa e onde ele encontrou melhor proposta de trabalho foi em Milão, e aí nós fomos para Milão. Foi lá que eu fiquei enterrado um tempão.

E você estudou lá, teve alguma formação na área?

Nenhuma, zero, zero, zero. Eu fiz o *baccalauréat*, o equivalente ao vestibular na França e no ano seguinte eu já estava trabalhando com o Ricci como estagiário. Eu pulei completamente essa parte. Hoje eu me arrependo um pouco, não tanto talvez pelo ensino em si, mas por não

ter esses quatro ou cinco anos que você está um pouco mais livre em relação às necessidades do dia a dia.

E quando você voltou pra cá, a convite do Lacerda, o seu pai veio junto?

Veio depois, ele demorou muito pra voltar. Quando ele se aposentou, em 1994, eu acho, é que ele veio pra cá, aposentado simplesmente, e acho que minha mãe também queria muito voltar pro Brasil, claro, e ficar com o filho, eu suponho, eu espero.

E ele não trabalhou mais?

Não, não. Quando ele fez 60 anos ele parou praticamente de trabalhar, em grande parte por conta do problema da vista. Ele morreu praticamente cego.

Agora voltando a falar do seu trabalho, o primeiro livro foi para a Confraria dos Amigos do Livro

Esse aqui [“Recordações da Exposição Nacional de 1861”] foi meu primeiro livro. Esse aqui não [“A casa do meu avô”]. Esse é do Rolf Gunther Braun que trabalhou com o Robert Delpire. Eu aprendi muito com ele (Rolf) e é uma grande injustiça ele já morreu, tinha um diabetes gravíssimo. Ele era um cara muito respeitado na época, muito conhecido. A Nova Fronteira estava indo muito bem, ele trabalhou com o Carlos Lacerda. Eu peguei uns três anos com ele, com o Rolf, primeiro era quase um assistente dele. Na verdade eu vim pra fazer a Confraria dos Amigos do Livro. Um projeto do Carlos Lacerda de fazer alguma coisa calcado no que o Ricci fazia. Eles fizeram coedições inclusive, fizeram Cândido Lopez e do Aleijadinho. Não era bem coedição. Era uma coisa que o Ricci fazia e ele fez uma tradução em português pra ser vendida aqui. E o Rolf era um cara muito competente, trabalhava muito bem com ilustração. Foi uma pessoa muito importante.

Quando o Dr. Carlos morreu acabou o projeto. E era um projeto calcado com muita inveja do Ricci, mas na verdade o modelo dele era o Castro Maia, era Os Cem Bibliófilos. Era a ideia de você apresentar um projeto para um grupo de amigos que faria uma pré-compra, uma compra antecipada para viabilizar o projeto.

E a editora Nova Aguilar? Era da Nova Fronteira?

A Nova Aguilar foi um título que foi comprado da Espanha ou Portugal, acho. Foi uma tentativa de implantar no Brasil a coleção da Pléiade que era o topo de linha, continua sendo, da Gallimard. Quando você entra pra Pléiade você é canonizado para o resto da vida. Ela

existe tecnicamente até hoje, ela faz parte da Ediouro que não está fazendo nada com isso. Alguém poderia pegar a nova Aguilar e ressuscitar, foi um projeto muito bacana, chegamos a fazer livros muito importante.

E seu trabalho na Nova Fronteira? Por que você diz que é vergonhoso?

Porque o Sergio, por mais que tenha sido importante, me deu muitas oportunidades na Nova Fronteira, eles [Sergio e Sebastião Lacerda] tinham uma visão muito comercial da capa de livro, a capa tinha que ser multicolorida, título grande. Todas essas concepções que a gente acha hoje em dia, com toda razão, completamente ultrapassadas, eles propugnavam pra tudo. então, a cada capa era uma briga. Eu chegava com uma proposta e pouco a pouco ela ia sendo vulgarizada, digamos assim. Eu acho que demorou muito no Brasil para se entender que existem vários públicos, que não tem uma capa ideal, você tem que falar para aquele público e saber dirigir o seu livro pro público certo.

Então nessa época o seu trabalho era influenciado por questões comerciais?

Totalmente.

Coisa que hoje em dia nem tanto...

Não, continua sendo, no fundo a gente faz uma capa para anunciar um livro. É pra isso que serve uma capa. Porém, as pessoas entenderam uma certa modulação desse discurso. Você faz uma capa de um *best seller* é diferente de fazer uma capa que vai ter um público mais restrito. As pessoas achavam que a letra grande vendia mais.

E por que o Lacerda te convidou pra vir pro Brasil? Ele já te conhecia?

Porque ele queria simplesmente pegar o *Know how* do Franco Maria Ricci. Ele achava que um garotinho de 20 anos de idade poderia transplantar isso para o Brasil. Foi uma coisa completamente irresponsável evidentemente, mas por vias tortas acabou dando certo. Também tinha esse projeto a médio e longo prazo de fazer realmente uma coedição com o Franco Maria Ricci. O Franco veio aqui muitas vezes, ele chegou a se vê aqui no Rio durante uns dois anos com uma certa regularidade. Até o Sergio [Lacerda] quis herdar esse projeto, mas nunca foi adiante.

E aí em 1986 o Schwarcz te convidou para a Companhia das Letras....

Ele me chamou, foi pra mim uma coisa muito difícil porque eu tinha esse contrato moral com a Nova Fronteira. A Nova Fronteira me dava todas as capas e eu só fazia capas para a Nova Fronteira e o Schwarcz me obrigou a quebrar a exclusividade. E a partir daí eu comecei a fazer não vou dizer todas, mas para muitas, muitas editoras brasileiras.

Você tinha dito que admirava o trabalho do Ettore Bottini e que eles [da Companhia das Letras] tinham visivelmente mais liberdade que a Nova Fronteira. Essa liberdade era relacionada a que?

Tecnicamente eram os mesmo recursos. A Nova Fronteira tinha uma quarta capa padrão. O Schwarcz chegou a dizer, explicitamente, que a Nova Fronteira era o modelo dele. Era um parâmetro. A Brasiliense era uma editora editorialmente bacana, mas graficamente nem tanto. O Ettore Bottini é uma das pessoas, tinha o João Batista [da Costa Aguiar] que fez o logotipo e um terceiro muito importante que eu estou me esquecendo agora, diretor de arte da Isto É. Enfim, todos eles faziam coisas que eu acho que impactaram muito. Os miolos da Companhia já eram muito melhores, a mancha gráfica era melhor, acho que foram uns dos primeiros a usar papel pólen. E aquele famoso livro “Estação Finlândia” que tinha aquela grande ilustração com aquela etiquetinha no meio da ilustração, deslocada pro lado. Isso foi uma coisa que tinha muita classe, muita elegância. Era o contrário daquele estilo da Nova Fronteira daquelas coisas mais escandalosas, títulos que ocupavam a largura toda do livro, as cores berrantes. Aquilo de repente deu uma tranquilizada no visual da capa e ficou uma coisa muito mais elegante.

A mudança é muito brusca em pouco tempo. A última capa da Nova Fronteira (1986) e a primeira capa da Companhia (1989). Esse salto estético, de qualidade.... Você era proibido de fazer isso na Nova Fronteira?

Praticamente, praticamente. Digamos que eu não era nada estimulado dentro da Nova Fronteira. Você está numa editora que você faz todas as capas, é uma coisa tranquila, vai acontecer todo mês, 8 a 9 capas por mês e de repente você é catapultado no verdadeiro mercado, então você é obrigado a exigir mais de você.

E como o Schwarcz chegou até você? Ele gostava do seu trabalho, mesmo sendo vergonhoso como você diz?

Foi numa entrega de prêmio Jabuti. Eu ganhei meu primeiro Jabuti, com uma capa de um livro de arte sobre a floresta da Tijuca. Aí ele me chamou pra trabalhar com ele. Tem mais, os títulos eram muito mais interessantes que os da Nova Fronteira.

E como é esse processo de fazer a capa de um livro?

Ah, a velha pergunta clássica. Quando você faz de 8 a 10 capas por mês, você não tem como ler os livros. O que que acontece? Quando o livro é de não ficção, por exemplo a biografia da Greta Garbo, eu acho que você não precisa ler, você precisa ter um mínimo de informação para saber o que precisa fazer. Agora livros de ficção eu sempre fiz mais ou menos questão de ler o suficiente para pegar o clima do livro. Tem alguns casos, por exemplo, que são raros é verdade, mas teve alguns casos como o “Quase memória”, do Cony, que é um livro que foi muito importante pra mim, foi um livro que eu peguei pra ler, eu tinha um profundo desprezo pelo Cony porque eu tinha ficado com aquela imagem do Cony da Manchete, aqueles artigos, eu tinha uma imagem errada, evidentemente. Eu lembro que peguei o original e li até o fim, um livro absolutamente extraordinário. Acontece isso e tem casos que você conhece o livro, já leu o livro, como é o caso do Umberto Eco, “O nome da rosa”, que eu fiz capas péssimas. As capas são uma porcaria. Porque quando você também tem muita coisa sobre o livro, você leu realmente, tem muita informação, você não consegue, pelo menos pra mim, eu não consigo colocar na capa. O excesso de informação e de compromisso com contar a história do livro na capa isso é uma coisa muito paralisante. Eu não vou dar conta.

Enfim, respondendo é isso. É uma coisa muito variável, a gente depende muito na verdade de uma informação que venha do editor. E essa quantidade varia muito.

A exposição na ESDI foi em 1983, ou seja, foi com seus trabalhos da Nova Fronteira. Você disse que alguns professores reclamaram da tipografia. Você disse que fazia questão de usar uma tipografia mais variada

É, na verdade era uma coisa assim muito da juventude. Eu tinha muito essa ideia de confrontação com o estilo da Bauhaus. Eu queria fazer algo completamente diferente. Eu tinha um certo horror da herança modernista, que é uma coisa que eu fui recuperando e revendo. Houve uma coincidência, não é porque eu saí da Nova Fronteira que eu mudei de estilo, mas naquele momento ali eu comecei a recuperar pouco a pouco algo do modernismo que eu tinha ojeriza absoluta.

Tem alguma influência do Tschichold?

Não, foi mais uma confirmação daquilo que eu achava, mas não foi influência não. A minha influência era absolutamente aquela herança que eu te falei do livro francês, que são coisas completamente esquecidas hoje. Não ficaram para a história, pelo menos não no mundo anglo saxão, e não no mundo brasileiro, mas a minha influência era aquela. O Tschichold de fato depois eu encontrei uma certa confirmação. Porque a trajetória dele foi ao contrário, ele saiu do modernismo pra voltar para um classicismo com a recuperação da letra serifada, da mancha clássica. Foi uma coisa muito interessante, foi quase que uma premonição, ele foi um pós-moderno *avant la lettre*, talvez.

Quando você falou a questão do computador....

Foi uma mudança muito grande, dá uma liberdade inacreditável. Fazer o projeto gráfico de uma capa era uma coisa monstruosamente trabalhosa. Você tinha que acertar, ninguém mais sabe o que é isso, fotoletra e a fotocomposição, eram dois instrumentos que a gente usava. No caso do livro de arte, por exemplo, chegava a ser angustiante, você tinha que fazer um cálculo prévio do rendimento, você tinha que acertar quase que na mosca. Então era muito complicado. O que também trazia uma certa consciência do que você estava fazendo, um pouco que nem a fotografia digital versus a fotografia clássica. Você tem que ter muito mais consciência do que está fazendo naquele momento. Hoje em dia a possibilidade de você experimentar é praticamente infinita. Então isso te dá muita liberdade, com certeza. A facilidade de você capturar a imagem, de trabalhar a imagem. A capa era uma coisa muito artesanal, no mau sentido. Você encomendava uma fotoletra já no tamanho certo, não tinha dinheiro pra ficar tentando, só os publicitários tinham essa liberdade. No meio editorial era sofrido, você tinha um *budget* apertadinho e para mostrar um layout eu fazia toda a base em preto e branco, depois eu xerocava aquilo e aplicava as cores em guache com um óleo que se usava que dava fixação na superfície. Em suma, produzir um layout era uma mão de obra desgraçada. Era um saco. Hoje em dia você faz e nem tem mais a materialidade do layout, você manda por email.

Mas, e esteticamente?

Eu acho que melhorou muito, não tenho a menor dúvida. Acho que não tem perda nenhuma. Não tenho a menor saudade de como fazia capa antigamente, nenhuma. Agora, a exigência aumentou muito. Você tem uma paleta infinita de escolhas, inclusive tipográficas, a exigência é muito maior.

Aquele salto que você deu da Nova Fronteira para a Companhia....

Coincidiu com a questão do computador. Influenciou completamente. Foi muito difícil no começo, porque toda mudança tem uma resistência enorme. É muito chato ter que aprender tudo.

Algumas pessoas dizem que o livro de arte, que a diagramação deve ser a mais invisível possível.

Sim, existe essa tendência. Mas eu acho que o livro de arte sobre um artista contemporâneo, não tenho a menor dúvida. Só que eu fiquei um pouco aprisionado numa coisa de século XIX porque durante muito tempo foi o que se fez no Brasil. A questão é que todo esse movimento das artes plásticas no Brasil é muito recente, de uns dez anos pra cá. Artes Plásticas eu digo produzida agora, arte contemporânea. Uns vinte anos atrás praticamente não existia publicação sobre esse tema. Então você tem toda uma geração de pessoas que realmente trabalham desse jeito, de valorizar ao máximo o trabalho do artista e não ter nenhuma interferência, nenhum acréscimo de informação no projeto gráfico. Só que eu acho que quando você está trabalhando com este material [mostrando o livro “Um porto para o Rio”], aí eu acho que pra você respeitar até o espírito, o tempo que você está de alguma forma resgatando, eu acho que é mais interessante você trabalhar com a mesma cabeça. Embora nunca ninguém faria isso aqui no século XIX, mas existe um diálogo entre agora e o passado. E acho que isso exige um trabalho gráfico, de design, mais atuante, mais presente.

Eu fiquei um pouco assim, design do século XIX. Mas o mercado vai te colocando num lugar um pouco isolado. A gente tá assistindo a recuperação triunfal do modernismo, o que é natural. Não é o mesmo modernismo dos anos 1950, mas é modernismo que está voltando. É isso.

Entrevista Victor Burton – 25 de novembro 2013

Alguns dos seus livros (iconográficos) como “Bem do Brasil” e “Quando o Brasil era moderno” você apresenta um estilo mais “clean” do que o de costume. Não sei se existem outros títulos com essa característica, mas acredito que esses sejam quase que uma exceção. Por que você optou por essa abordagem? O que te faz decidir se um projeto vai ter uma maior ou menor interferência gráfica?

Quando eu faço um livro sobre um tema do século XIX eu procuro fazer alguma coisa que tenha a ver com isso. O último que a gente fez foi o “A Batalha” [do Avaí]. Ali eu realmente

utilizei a tipografia da época, embora não tenha muitos enfeites, muitos adereços e outras questões, eu acho que sempre tem uma vontade de recuperar alguma coisa da estética da época. Poderia perfeitamente não ser essa a atitude, não acho que tem que ser assim, apenas eu gosto de fazer assim. Eu gosto de fazer um mergulho estético também na época em que a gente está trabalhando.

Agora a gente tá fazendo um livro sobre arquitetura moderna, justamente o do Lauro, por acaso, [“Arquitetura moderna carioca: 1937-1969”] aí eu acho que é um trabalho completamente diferente. No fundo, pra mim, eu faço esse daqui com o mesmo espírito com que eu fiz o “A Batalha do Avaí”, uma coisa mais clássica, assim. Mas no fundo a atitude é a mesma, o problema é que ali eu estou trabalhando com o modernismo então eu acho que eu tenho que ter uma atitude modernista. Eu acho que tudo depende do tema, do assunto. Talvez eu tenha ficado um pouco prisioneiro dessa questão do século XIX e aí as pessoas ficam trazendo essa temática pra mim e eu fico sempre um pouco preso nessa estética.

Você vê que no fundo a questão toda passa pela tipografia. Você só tem um elemento que pode chamar de decorativo que é essa capitular, o resto é quase tudo bastante contemporâneo [falando do livro “A Batalha do Avaí”]. Eu sempre fico pensando numa questão tipográfica. Você poderia ter e tem muita gente que trabalha assim, aliás a maioria, e são trabalhos ótimos, uma coisa que é absolutamente contemporânea e neutra em relação ao tema que você está trabalhando. Você está vendo um livro hoje, então usa uma linguagem de hoje. Uma solução, um grid, uma tipografia que não tem nenhuma relação historicista. É uma atitude absolutamente correta, não tem nada de errado, mas eu gosto de trabalhar com uma espécie de arqueologia tipográfica, de certa forma.

Analisando seus livros a gente percebe que você utiliza muitos elementos da iconografia abordada na obra como elemento decorativo.

Volta e meia sim, eu tô fazendo cada vez menos. Mas eu fiz isso durante muito tempo, com certeza. É verdade.

Aqui tem uma coisa que eu achei que pode ser interessante é que, geralmente, a nota é sempre um certo estorvo visual. E você de repente trazendo ela pra ser um coadjuvante mesmo, eu acho que fica interessante pro leitor, sobretudo. Você encontrar a nota imediatamente ao invés de jogar pro fim do capítulo. E é na verdade uma solução muito, muito clássica. É como se fazia no século XVII, você botar a nota como uma espécie de acréscimo mesmo ao lado do texto, uma anotação ao lado do texto.

[mostrando o livro “A Batalha do Avaí”] Esse aqui ficou legal, essa parte aqui eu acho uma coisa bem diferente que é você mergulhar dentro do quadro. Você tem esse trecho do quadro, aí você mergulha aqui, e aí você mergulha aqui. Isso é uma coisa que você não vê a olho nu. Eu acho que o livro hoje em dia ele tem que se esforçar, tem que fazer alguma coisa além da simples reprodução de um quadro. Aí você percebe a pincelada do cara, você tá acrescentando informação que não é só reproduzir o quadro. Eu acho que isso foi uma coisa diferente, além de ser um livro sobre um quadro só.

Agora esse aqui sim [mostrando o livro “Parc Royal”]. É uma coisa de novo, assim, clássico. É que você faz um, a coisa funciona, as pessoas vão querendo e você vai se especializando, o que é chato.

Mas basicamente os seus livros iconográficos abordam temas de história e arte.

É, mas você poderia fazer a mesma coisa com uma tipografia, um ponto de vista gráfico completamente contemporâneo. Não teria nada de errado. Só que eu acho mais interessante você trabalhar esse mergulho no tempo, na época.

Enfim, hoje estou fazendo cada vez menos capas, estou mais envolvido com livros de arte. Tentar fazer sem Lei Rouanet porque está cada vez mais difícil, né.

Você disse que alguns projetos você apenas coordena a equipe e, em outros, você faz questão de trabalhar sozinho. Que tipo de projeto é esse?

Geralmente livros para empresas, sobre empresas, que não são prioritários, aí eu trabalhava mais como diretor de arte mesmo. Eu dava uma orientação de como é que deveria ser a coisa, mas quem desenvolveu esse projeto e muitos outros foi o Angelo Bottino. Aí realmente eu faço questão de separar mesmo. É direção de arte minha, bem ou mal é uma coisa que é feita aqui no escritório, com a minha supervisão, mas o projeto, o design gráfico é inteiramente do Angelo. Agora, você não vê muito em livro de livraria, é mais em livro institucional.

A construção do livro envolve diversas atividades realizadas pelo designer - projeto gráfico, capa, diagramação, direção de arte, coordenação editorial etc. Você acha que a palavra “design” na ficha técnica do livro define bem essas atividades? Eu fico na dúvida quando seu nome aparece apenas como “design Victor Burton” se você, de fato, foi o responsável por todas as etapas de construção do livro. Já quando seu nome vem sob o título de “projeto gráfico” fica mais clara sua atuação apesar de nem sempre

sabermos quem foi (ou foram) o responsável pela diagramação. Enfim, como você vê essas nomenclaturas utilizadas nas fichas técnicas para definir a atuação das atividades realizadas pelo designer?

Pois é, a gente não tem ainda um termo que tenha ficado claro. De fato, não sei se é uma coisa do Brasil, acho que é, o designer tem que ser muito editor. Você acaba tendo que organizar o conteúdo, às vezes até, em alguns casos, produzir o conteúdo porque as pesquisas iconográficas são, muitas vezes, muito fracas. Então você tem que complementar e você acaba se tornando um pouco editor mesmo. E design no fundo é isso, é projeto, né. É difícil você separar. Talvez eu até me envolva demais, um pouco além da conta. Até porque nem sempre isso é remunerado ou reconhecido. Mas eu não consigo, é muito chato você ficar trabalhando num livro que vai ficar ruim porque o conteúdo é ruim. Aí você acaba tendo que ajudar muito no conteúdo. Esse livro aqui [“São Luís 400 anos”], por exemplo, acabou que o Cristiano fez as fotografias, mas toda essa parte aqui inicial, tudo isso foi pesquisa minha. Até nesse caso a editora pagou a pesquisa, mas é um trabalho que foi feito aqui praticamente. Toda essa iconografia que está além do tema *stricto sensu*, a gente acabou produzindo aqui. É uma coisa que é muito trabalhosa. Enfim, então a gente acaba editando muito os livros. Talvez eu vá um pouco além da conta em relação a outros profissionais.

E por essas questões o designer não deveria ser um coautor do livro? Tem até como exemplo aquele livro “Caricaturistas Brasileiros” que o seu nome aparece na folha de rosto, o que não é algo muito comum.

Isso é uma questão complicada. É uma coautoria. Eu acho que é um território um pouco novo, um pouco virgem, essa questão do projeto gráfico. Porque, por exemplo, quando você uma reedição de um livro, o autor, evidentemente, vai receber de novo. Aí depende dos contratos, mas basicamente é assim: o autor vai receber de novo, o fotógrafo vai receber de novo, mas na cultural editorial brasileira até agora, o designer gráfico não tem mais direito a nada. Você tem livros que fazem razoável sucesso editorial, e eu acho que você participa desse sucesso porque, no mínimo, você criou a cara daquele produto e as pessoas vão reconhecer esse produto pela cara dele, e você não recebe mais nada. Nos Estados Unidos existem contratos específicos pra isso, quando você tem uma terceira, quarta ou quinta edição você recebe pelas capas, pelo seu trabalho. Aqui não, inclusive as editoras te fazem assinar um contrato extremamente draconiano, em que você vende a sua alma, você não tem mais direito a nada. Não só você não tem mais direito a receber nada como eles também podem pegar aquela capa e transformar ela no que quiserem a nível de produto de divulgação etc e tal. Então isso é uma

coisa que, culturalmente, ainda tá só engatinhando. Mas eu acho que realmente em muitos casos, em casos ditos livros de arte, eu acho que a gente é um pouco coautor sim.

Isso é uma luta que a gente deveria tentar encarar nos próximos tempos porque vários outros designers realmente produzem um objeto que não é mais a capa. Não é só como é que você vai resolver a diagramação interna, muitas vezes vai organizar o livro, é editar mesmo.

Mas isso não acontece com o designer de móveis, por exemplo. O autor de uma cadeira continua recebendo pela sua venda.

É interessante você ter notado isso, mas uma cadeira ela só existe pelo designer. O livro, bem ou mal, você tem uma conjunção, você tem o autor do texto.... No caso do livro brochura você tem vários designers até. Você tem um projeto de miolo, às vezes existem casos raros em que o capista também faz um projeto global, total, mas é muito raro e acho até que financeiramente não faz muito sentido. Mas, de fato, o texto em si é apenas algo virtual. Ele só vai existir quando tiver passado por um projeto, com certeza. Mas eu acho que bem ou mal, no livro brochura foi como você disse, você não é um coautor, mas no livro de arte muitas vezes sim, realmente.

Mas mais no Brasil, nos Estados Unidos e na Europa, por exemplo, o crédito é até menor. fisicamente ele é até mais discreto do que o que você tem no Brasil, mas os editores são muito mais ativos, as editoras são muito mais organizadas, muito mais profissionalizadas. Então, o papel do editor eu vejo nas editoras de arte lá fora é muito mais ativo que aqui. Aqui é muito passivo. Te entregam um texto, geralmente, mal revisado, mal preparado e um bando de imagens e vire-se. A participação de uma Taschen, por exemplo, é muito, muito ativa. Então realmente o designer se torna um colaborador. Se você for observar, crédito de design gráfico na França, na Alemanha é muito discreto na maioria dos casos, mas porque o editor é muito presente.

Existe uma certa paixão pelo crédito no Brasil. Por exemplo, aqui se dá crédito para a revisão. Você dá crédito para várias atividades que lá fora são subentendidas porque as editoras estão organizadas para isso. E aqui você dá crédito, mas paga pouco. Lá você não dá crédito, mas remunera bem. Então você respeita o profissional de uma forma diferente. Eu acho que o crédito muitas vezes aqui é uma espécie de consolo. Te falam, “ah, vou te dar o crédito” como uma forma de divulgar seu trabalho, de te reconhecerem, quando na verdade não é bem isso que você está querendo. Você quer uma remuneração correta, sobretudo você quer papéis bem definidos. Aqui os papéis são muito misturados. As editoras ainda são muito amadoras nesse sentido.

Isso tem a ver um pouco com uma pergunta que você fez aqui - **A relação entre arte e design ainda é muito discutida. Alguns acham que são indissociáveis outros preferem não misturar esses dois campos. Algumas muitas pessoas te chamam de artista. O que você pensa sobre isso?**

Tem essa coisa no Brasil de até hoje, quando eu faço uma palestra, de me perguntarem: ah, mas você não se considera um artista? Eu sempre faço questão de dizer que não, absolutamente não. É uma coisa muito clara pra mim. Não tem nada a ver com arte.

Mas tem uma coisa, tem uma certa herança, eu não sei se é absolutamente brasileiro. Você tem na década de 1930/1940/1950 você tinha muito artista plástico mesmo, até o Di Cavalcanti, por exemplo, que fazia capa de livro, que tinha um trabalho na imprensa. Então eu acho que se criou uma confusão aí que o designer se tornou um artista, o capista se tornou um artista. E até isso se decantar, está levando muito tempo. As pessoas ainda acham, as pessoas não têm a menor noção do que a gente faz, né.

Eu acho que a gente é na verdade artesão, chato que no Brasil o termo artesão ficou completamente conspurcado. Virou feira de fim de semana, isso que é chato.

Alguns dizem que ao escolher determinada imagem como elemento decorativo, por ser uma escolha subjetiva, seria um trabalho de arte.

É subjetivo, mas uma cadeira também é subjetiva. A gente teria antes que definir o que é arte. Eu acho que é a questão da autonomia. Arte é um gesto inteiramente autônomo, ele existe só por si só. O que a gente faz, na verdade, é ligado a uma questão comercial, prático, você criar o múltiplo, criar um objeto que vai ser multiplicado para mostrar o trabalho de outra pessoa. Eu acho que a partir do momento que não é inteiramente autônomo, não é mais obra de arte. É difícil definir isso, mas realmente eu acho que não tem nada a ver. É engraçado que as pessoas acham que isso é desmerecer a atividade. E o designer fica também querendo entrar na seara das artes para buscar uma espécie de legitimidade maior. As pessoas acham que dessa forma vão ter uma remuneração, talvez uma posição melhor na sociedade. Que é uma bobagem. O nosso trabalho é esse, especificamente esse, e é importante porque é isto, não é outra coisa. E tem sua importância porque vai ter esses resultados. Às vezes eu acho que você tratar como artista não é sério, não é profissional, então não será remunerado de forma profissional. Eu acho que é uma batalha que você tem mais a perder do que a ganhar, enfim.

APÊNDICE 2 – Lista dos livros iconográficos de Victor Burton.

Título	editora	ano
Antônio Bandeira – Gravuras	Editora Monteiro Soares	1978
Recordações da Exposição Nacional de 1861	Confraria dos Amigos do Livro	1978
Cecilia Meireles/Vieira da Silva	Confraria dos Amigos do Livro	1979
Guignard por Frederico de Moraes	Monteiro Soares Editores	1979
Antigas fazendas de café da província fluminense	Editora Nova Fronteira	1980
Guignard, Frederico de Moraes	Monteiro Soares Editores	1980
O Rio de Janeiro por Glauco Rodrigues e Ferreira Goulart	Editora Monteiro Soares	1980
Ataíde / Lélia Coelho Frota	Editora Nova Fronteira	1982
A Itália e o Brasil Indígena	Editora Index	1983
Ibraim Sued, 30 anos de reportagem	Editora Nova Fronteira	1983
Dom Pedro II e a Fotografia no Brasil	Editora Index	1985
J.Carlos por Alvarus	Editora Nova Fronteira	1985
Comer e Amar	Editora Nova Fronteira	1986
Fazendas – Solares da região cafeeira do Brasil Imperial	Editora Nova Fronteira	1986
Porto Seguro	Editora Index	1986
Santos Dumont	Editora Index	1986
Arquipelago de Fernando de Noronha	Editora Cor Ação	1987
Festas Populares no Brasil	Editora Index	1987
Krajcberg-Natura	Editora Index	1987
O Cavalo do Brasil	Editora Nova Fronteira	1987
80 anos de moda no Brasil	Editora Nova Fronteira	1987
Arquivo Nacional 150 Anos	Editora Index	1988
Arte Francesa do Ferro no Rio de Janeiro	Memória Brasil	1989
O Olho Espacial	Editora Index	1989
Sangue e Raça, o Cavalo de Corrida Brasileiro	Editora Index	1989
À Mesa com Elegância	Editora Salamandra	1990
Gilberto Paim, a Cerâmica e o Horla	Triumph Internacional	1990
Mata Atlântica	Editora Index	1991
O Cavalo no Brasil	Editora Nova Fronteira	1991
A Floresta da Tijuca	Editora Nova Fronteira	1992
Carlos Bracher, do Ouro ao Aço	Editora Salamandra	1992
João Cabral de Melo Neto, Poemas Sevilhanos	Governo do Brasil	1992
Pantanal	Editora Cor Ação	1992
Saudades do Brasil: A Era JK	Memória Brasil / CPDOC	1992
5 Textos do Teatro Contemporâneo Brasileiro	Shell	1993
As Mais Belas Árvores da Mui Formosa Cidade do Rio de Janeiro	Editora Nova Fronteira	1994
Emmanuel Bassoleil, uma Cozinha sem Chef	Editora DBA	1994
O Brasil dos Viajantes (3 volumes)	Odebrecht	1994
O Rio Que Virou Moda por Iesa Rodrigues	Shopping Rio Sul	1994

Arquitetos do Brasil	Editora Salamandra	1995
Barão do Rio Branco	Fundação Alexandre de Gusmão	1995
O Museu vai à Praia, Moda e Cultura.	CCBB	1995
Os Restaurantes da Boa Lembrança	Editora Salamandra	1995
Vinhos, Arte da França	Editora DBA	1995
A Culinária Baiana no Restaurante Senac Bahia	Senac Bahia	1996
Antônio Bandeira, um Raro	Editora Salamandra	1996
Biblioteca Nacional	Editora Salamandra	1996
Ofélia, o Sabor do Brasil	Editora DBA	1996
Olivier Anquier, Pães de França	Editora DBA	1996
Palmeiras, a Eterna Academia	Editora DBA	1996
Roberto Magalhães	Editora Salamandra	1996
Bromélias da Mata Atlântica – Canistrum	Editora Salamandra	1997
Cinelândia por João Máximo	Editora Salamandra	1997
Claudio Kuperman	Editora Salamandra	1997
Documentos e Autógrafos Brasileiros na Coleção Pedro Corrêa do Lago	Editora Salamandra	1997
Gonçalo Ivo	Editora Salamandra	1997
Il Riso In Tasca / Luciano Boseggia	Editora DBA	1997
Atelier Contemporâneo, Projeto FINEP no Paço Imperial	Editora Salamandra	1998
Bromélias da Mata Atlântica – Canistropis	Editora Salamandra	1998
Copacabana Palace, um Hotel e sua História	Editora DBA	1998
Fantasia Brasileira, o Ballet do IV Centenário	SESC São Paulo	1998
Iconografia Paulistana no Século XIX	Metalivros	1998
Julio Senna, Um Decorador Brasileiro	Sextante Artes	1998
Caricaturistas Brasileiros 1836-1999	Editora Sextante Artes	1999
Claudio Bernardes Arquitetura	Editora DBA	1999
Documentos da História do Brasil	Lacerda Editores	1999
Flora Fluminensis / Frei José Mariano Conceição Velozo	Governo do Estado do Rio de Janeiro	1999
O Brasil e os Holandeses	Sextante Artes	1999
O Rio Jamais Visto	CCBB	1999
500 Anos de Brasil na Biblioteca Nacional	Biblioteca Nacional	2000
A Orquestra Sinfônica	Sextante Artes	2000
Armando Pedroso D’Horta, o Olho da Consciência	EDUSP	2000
As Legítimas Havaianas	Editora DBA	2000
Bromélias da Mata Atlântica – Nidularium	Editora Salamandra	2000
Cabral, o Viajante do Rei. As Origens do Brasil	Odebrecht	2000
Do Cosmógrafo ao Satélite – Mapas da Cidade do Rio de Janeiro	Prefeitura do Rio de Janeiro	2000
Docas de Santos	Editora Agir	2000
Fotógrafos Alemães no Brasil do Século XIX	Metalivros	2000
Gilberto Ferrez, Iconografia do Rio de Janeiro, 1530-1890	Casa Jorge Editora	2000
Herói por Nós – Adhemar Ferreira da Silva	Editora DBA	2000
Macunaíma de Andrade	Universidade Federal de Juiz de Fora	2000

Maracanã, Meio Século de Paixão	Editora DBA	2000
Monumentos Geológicos	Editora Luminatti	2000
O Século XIX na Fotografia Brasileira, Coleção Pedro Corrêa do Lago	FAAP	2000
21 Contos pelo Telefone	Embratel	2001
A Cozinha de Francesco Carli no Restaurante Cipriani do Copacabana Palace	Editora DBA	2001
Aromas e Sabores da Boa Lembrança – Tomate	Editora Senac Rio	2001
Barra da Tijuca, a Construção do Lugar	Sextante Artes	2001
BASF 90 Anos	Editora DBA	2001
Brasileira da Biblioteca Nacional	Biblioteca Nacional	2001
Bruno Giorgi	Metalivros	2001
Coleção “Visões do Brasil ” : Augusto Stahl	Editora Capivara	2001
Coleção “Visões do Brasil ” : Juan Gutierrez	Editora Capivara	2001
Coleção “Visões do Brasil ” : Militão Augusto de Azevedo	Editora Capivara	2001
Coleção “Visões do Brasil ” : Revert Henrique Klumb	Editora Capivara	2001
Hartt: Expedições pelo Brasil Imperial	Metalivros	2001
Mapa do Maravilhoso no Rio de Janeiro	Sextante Artes	2001
O Brasil (1889)	Editora Bom Texto	2001
Quando o Brasil era Moderno (3 volumes)	Editora Aeroplano	2001
Aromas e Sabores da Boa Lembrança – Feijão	Editora Senac Rio	2002
BNDES 50 Anos	Editora DBA	2002
Brasil: uma História – Eduardo Bueno	Editora Ática	2002
Caminhos, Ricardo Siqueira	Editora Luminatti	2002
Carlos e Mário	Editora Bem Te Vi	2002
Coleção Aldo Franco	Editora Pinakothek	2002
Histórias da Vale	Companhia Vale do Rio Doce	2002
Loredano, Alfabeto Literário	Editora Capivara	2002
Luzes do Novo Mundo	Marinha do Brasil/Editora Luminatti	2002
Nas Asas do Correio Aéreo	Metalivros	2002
O Aleijadinho e sua Oficina	Editora Capivara	2002
O Futuro é 21	Embratel	2002
O Livro e a Leitura na Lei Federal de Incentivo	Metalivros	2002
Parigi	Editora DBA	2002
Patrimônio Construído	Editora Capivara	2002
Pennacchi – Pintura Mural	Metalivros	2002
Pierre Verger, Retratos da Bahia	Editora Corrupio	2002
Rugendas e o Brasil	Editora Capivara	2002
Varig 75 Anos	Varig	2002
A República das Letras – Cartas de Escritores Brasileiros	XI Bienal do livro do Rio de Janeiro	2003
Aromas e Sabores da Boa Lembrança – Porco	Editora Senac Rio	2003
Bahia Vista do Alto	Editora Corrupio	2003
Braz, Pizza Tradicional	DBA editora	2003
Frans Post e o Brasil Holandês	Instituto Ricardo Brennand	2003

Guerra do Paraguai, Memórias e Imagens	Biblioteca Nacional	2003
Marília Carneiro – No Camarim das Oito	Casa da Palavra	2003
O Brasil na Fotografia Oitocentista	Metalivros	2003
O Século XIX nos Documentos Latino-Americanos	Editora Capivara	2003
Rio de Janeiro 1900-1930	G. Ermakoff Casa Editorial	2003
Selos Postais no Brasil	Metalivros	2003
Souza Cruz 100 Anos	Editora DBA	2003
100 Brasileiros	República Federativa do Brasil	2004
A Escrita da Memória (catálogo da exposição)	Instituto Cultural Banco Santos	2004
Adams, 60 Anos de Prazer	Editora DBA	2004
Aromas e Sabores da Boa Lembrança – Berinjela	Editora Senac Rio	2004
Catálogo dos Quinhentistas Portugueses da Biblioteca Nacional	Biblioteca Nacional	2004
Mata Atlântica	Metalivros	2004
Navios e Navegantes	Editora ArteEnsaio	2004
O Brasil do Século XIX na Coleção Fadel	Instituto Fadel	2004
O Negro na Fotografia Brasileira do Século XIX	G. Ermakoff Casa Editorial	2004
Obra Incompleta – Vik Muniz	Biblioteca Nacional	2004
Pedras Brasileiras	Editora Reler	2004
Raimundo Cela, 1890-1954	Editora Pinakothke	2004
Salvador da Bahia, Cidade Plural	Editora Corrupio	2004
Silvio Barbato, o Guarani	Biblioteca Nacional	2004
Orla Carioca, História e Cultura	Metalivros	2004
Atenas 2004, o Brasil no Berço dos Jogos Olímpicos	Casa da Palavra	2005
Di Cavalcanti, Um Mestre Além do Cavalete	Metalivros	2005
Iconografia Baiana do Século XIX na Biblioteca Nacional	Biblioteca Nacional	2005
Joaquim Nabuco – Diários (2 volumes)	Editora Bem-Te-Vi	2005
O Porto e a Cidade, o Rio de Janeiro entre 1565 e 1910	Casa da Palavra	2005
Palácio de São Clemente	Andréa Jakobsson Editora	2005
Amélia Megiollaro	Editora Reler	2006
Araquém Alcântara: A Grande Floresta	Editora Terra Brasil	2006
Benjamin Mary, o Diplomata e Desenhista	Editora Linha Aberta	2006
Boticas e Pharmacias	Casa da Palavra	2006
Canibais no Paraíso	Editora Mar de Idéias	2006
Dossiê IPHAN 1 – Círio de Nazaré	IPHAN	2006
Dossiê IPHAN 2 – Wajápi	IPHAN	2006
Fragmentos da Mata Atlântica do Nordeste	Andréa Jakobsson Editora	2006
Fundação Armando Álvares Penteado	Editora DBA	2006
Jean Baptiste Debret, Caderno de Viagem	Sextante Artes	2006
Leite de Rosas, uma História	Editora DBA	2006
Naïfs (entre culturas)	SESC São Paulo	2006
O Desafio de Voar	Metalivros	2006
O Rio de Janeiro na Rota dos Mares do Sul	Andréa Jakobsson Editora	2006
Oswald Brierly, Diário de Viagem, 1842-1867	Andréa Jakobsson	2006

Pasquim, Antologia	Editora Desiderata	2006
Rio de Janeiro 1840-1900	G. Ermakoff Casa Editorial	2006
Sérgio Fadel, Arte Moderna no Brasil	Instituto Fadel	2006
Tiradentes, Fotos de James Stewart Granger	Editora Bem Te Vi	2006
As Mãos do Mar	Andréa Jakobsson Editora	2007
Barão de Mauá, o Empreendedor	Editora Aori	2007
Cozinhando para Amigos 1	Editora DBA	2007
Franz Post – Catalogue Raisonné	Editora Capivara	2007
Nos trilhos do progresso – A ferrovia no Brasil vista pela Fotografia	Metalivros	2007
A Missão Francesa	Sextante Artes	2008
Aleijadinho, o Teatro da Fé	Metalivros	2008
Araquém Alcântara: Bichos do Brasil	Editora Terra Brasil	2008
Arte da Cozinha, 1680, de Domingos Rodrigues	Editora Senac Rio	2008
Arte e História do Brasil na Coleção Fadel	Instituto Fadel	2008
Casarão Vermelho	Casa da Palavra	2008
Cozinhando para amigos 2 – Entre panelas e tigelas, a aventura continua	Editora DBA	2008
Debret e o Brasil, Obra Completa	Editora Capivara	2008
Diário de Bordo, História da Indústria Naval Brasileira	Editora Aori	2008
Educar para o Futuro	Fundação Bradesco	2008
Ferrovia e Fotografia	Metalivros	2008
Fundação Roberto Marinho 30 Anos	Fundação Roberto Marinho	2008
Guia do Patrimônio Cultural Carioca/Bens Tombados	Prefeitura do Rio De Janeiro	2008
Igreja de Nossa Senhora do Carmo da Antiga Sé	Fundação Roberto Marinho	2008
José Olympio, o Editor e sua Casa	Editora Sextante Artes	2008
Nicolas Antoine Taunay no Brasil	Sextante Artes	2008
O teatro de Debret (catálogo da exposição)	Casa França Brasil	2008
O Vão da Líder	Metalivros	2008
Rio de Janeiro 1930-1960	G. Ermakoff Casa Editorial	2008
Sementes Ornamentais do Brasil	Editora Reler	2008
Tesouros do Louvre – Houdon	Museu Histórico Nacional	2008
Um Novo Mundo, Um Novo Império	Museu Histórico Nacional	2008
Viagem ao Ônibus Brasileiro	Editora ArteEnsaio	2008
Wilson & Sons	Editora ArteEnsaio	2008
A Carta de Pero Vaz de Caminha	Xerox do Brasil	2009
Antonella Kann, Imagens do Mundo	Metalivros	2009
Augusto Malta e o Rio de Janeiro, 1903-1936	G. Ermakoff Casa Editorial	2009
Brasiliana Itaú	Editora Capivara	2009
Capoeira	Editora Aori	2009
Carlota Joaquina, Cartas Inéditas	Casa da Palavra	2009
Cinco Visões do Rio na Coleção Fadel	Instituto Fadel	2009
Coleção "Franceses no Brasil" – 4 volumes	Fundação Darcy Ribeiro	2009
Música Secreta / Sigismund Neukomm	Editora ArteEnsaio	2009

Flora Brasileira, História, Arte e Ciência	Casa da Palavra	2009
Grandes Expedições à Amazônia Brasileira, 1500-1930	Metalivros	2009
Noêmia Guerra, Vida e Obra	Museu de Arte Moderna, Rio de Janeiro	2009
O Olhar de João, Fotografias de um Príncipe do Brasil	Metalivros	2009
Rolland Villard – A Dieta do Chef	Editora Senac	2009
Sérgio Telles	G. Ermakoff Casa Editorial	2009
Sertão Sem Fim	Casa da Palavra	2009
Albert Eckhout – Obra completa	Editora Capivara	2010
Araquém Alcântara: Fotografias	Editora Terra Brasil	2010
Bem do Brasil – Patrimônio histórico e artístico (catálogo da exposição)	IPHAN	2010
Brasil Geológico, Ricardo Siqueira	Editora Luminatti	2010
Brasil, uma Cartografia	Casa da Palavra	2010
Chocolate Todo Dia	Editora DBA	2010
Fazendas do Império	Instituto Fadel	2010
Grandes Expedições à Amazônia Brasileira, Século XX	Metalivros	2010
Imagens da Ciência	Museu de Astronomia	2010
Jaguar	Metalivros	2010
Lixo Extraordinário / Vik Muniz	G. Ermakoff Casa Editorial	2010
O Alto Sertão	Casa da Palavra	2010
O Círculo Veloso-Guerra e Darius Milhaud no Brasil	Editora Reler	2010
Theatro Municipal do Rio de Janeiro 100 Anos	G. Ermakoff Casa Editorial	2010
Bartolomeu Lourenço de Gusmão, o Padre Inventor	Andréa Jakobsson Editora	2011
Fazendas do Ouro	Instituto Fadel	2011
Jules Sauer – O Caminho das Pedras	Odisséia Editorial	2011
O Sabor do Brasil	Sextante Artes	2011
O Vale do Cuiabá	Editora Reler	2011
Paisagem do Rio de Janeiro. Aquarelas, Desenhos e Gravuras dos Artistas Viajantes 1790-1890	G. Ermakoff Casa Editorial	2011
Rio de Janeiro Art Déco	Casa da Palavra	2011
A Viagem ao Brasil de Marianne North	Sextante Artes	2012
Confeitaria Colombo	Casa da Palavra	2012
Dicionário Biográfico Ilustrado de Personagens da História do Brasil	G. Ermakoff Casa Editorial	2012
Engenhos de Açúcar	Instituto Fadel	2012
História e Cultura da Medicina no Brasil	Editora Aori	2012
Irineu Marinho – Imprensa e Cidade	Editora Globo	2012
O Rio Que o Rio Não Vê	Editora Aori	2012
Park Royal, Um Magazine na Belle Époque Carioca	G. Ermakoff Casa Editorial	2012
Parque Ibirapuera	Metalivros	2012
Rugendas e o Brasil – Obra Completa	Editora Capivara	2012
Um Olhar sobre o Brasil – A Fotografia na Construção da Imagem da Nação, 1883-2003	Editora Objetiva	2012
Um Porto para o Rio, Imagem e Memória de um Porto Centenário	Casa da Palavra	2012
Nove Cartas Sobre a Divina Comédia	Casa da Palavra	2013

APÊNDICE 3 – "O ofício do artista por trás das capas".

(Matéria publicada no *Jornal do Brasil*, em 3 de março de 1998)

O ofício do artista por trás das capas

Victor Burton, o mais solicitado 'designer' de capas de livros, festeja 20 anos de carreira com sete trabalhos expostos na Bienal de Artes Gráficas

Anabela Paiva

Quantos livros de Victor Burton você tem na estante? Confira outra vez. Se o leitor adquiriu livros nos últimos anos, é provável que tenha comprado pelo menos uma das 1.500 obras de Victor Burton. Seu nome, é verdade, não está na capa, mas em letras miúdas, na ficha técnica que os mais fanáticos gostam de checar. Completando 20 anos de carreira como *designer* gráfico. Victor é hoje o mais conhecido capista brasileiro, e já há quem identifique seguidores do seu estilo eclético, em que as imagens muitas vezes terminam dissolvidas em fumaça colorida. "É natural. Quando você trabalha muito, influencia o trabalho de outras pessoas, assim como é influenciado", sorri, tranquilo o carioca de 41 anos, que emplacou sete trabalhos seus na 4ª Bienal de Artes Gráficas, que começa hoje em São Paulo.

Dizem que quem vê capa não vê coração. Mas é impossível não comparar o estilo elegante, oscilando entre o sóbrio e o bem-humorado das suas capas com as roupas bem cortadas, em tons de marrom, e com a cobertura acolhedora na Glória, decorada com brinquedos antigos e móveis clássicos. Casado e com um filho de três anos, Victor reservou parte do apartamento para abrigar um escritório onde se alinham os seus últimos trabalhos para editoras como Nova Fronteira, Companhia das Letras, DBA e Objetiva. Apesar dos seis prêmios Jabutis que enfeitam a estante, Burton tem uma visão modesta do seu *métier*. "O *designer* gráfico não é um artista, ele exerce um ofício. O *designer* não expressa a si mesmo, ele deve se subordinar ao tema do livro", ensina.

Por isso mesmo, ele muitas vezes conversa longamente com o autor do livro antes de pensar a capa. De conversa em conversa, acabou ficando amigo de alguns autores, como o poeta Alexei Bueno e o romancista Carlos Heitor Cony, para quem fez o trabalho mais conhecido, a capa do livro *Quase memória*. "Fiz uma capa que adorei. Pensei o livro todo como um pacote - o pacote que você passa ao livro esperando atrair o leitor. O título vinha escrito a mão, como um endereço", lembra. Luiz Schwarcz, o editor da Companhia das

Letras, não gostou. “Ele disse que o livro não era hermético, era uma espécie de *Amarcord* brasileiro”, lembra. O suave Victor ficou furo da vida. “Odeio ter minhas capas rejeitadas”. Mas pôs mãos à obra. Juntou um balão, fotos de carnaval antigo e da cidade numa composição nostálgica. “Ficou melhor, como todas as vezes em que tive capas rejeitadas”, admite.

Pelo menos um terço delas ele mesmo gostaria de refazer. Uma das que mais o afligem é a de 1958 - *Um ano que não terminou*, do jornalista Zuenir Ventura. “Havia expectativa demais e gente demais opinando sobre como ela deveria ser”, lembra, ainda acabrunhado. Mas há também toda uma fase sua, na editora Nova Fronteira, que ele encara com restrições. Em dez anos de capista exclusivo da editora carioca, ele confessa que se “repetia um pouco”. Suas capas, explica, “tendiam a ser barrocas, a usar o efeito pelo efeito, o gráfico pelo gráfico”. Hoje, ele pode ser sóbrio, colocando o rosto de Greta Garbo como um ícone na capa da sua biografia, coberto por uma cinta de papel como se fosse um véu, ou experimentar, pondo objetos ou sementes diretamente sobre o *scanner*. “Para fazer uma capa sobre Hannah Arendt, muito mais importante do que princípios estéticos é saber sua importância para a filosofia”, diz o leitor de Balzac e Nabokov.

Uma capa bem óbvia e sem imaginação da biografia de Burton teria de misturar o Pão de Açúcar, a torre Eiffel e o Scala de Milão. “No Brasil, me sinto 100% brasileiro; na França, 100% francês; na Itália, 100% italiano”, resume. Filho de um diretor de arte de publicidade francês que viera dar com os costados no Brasil, Victor foi em 1963, aos sete anos, morar na Itália. Teve uma educação baseada na cultura francesa. Mas aulas mesmo tinha na biblioteca de casa, onde só podia entrar acompanhado do pai e apenas de vez em quando. “Meu pai, assim como meu avô, tinha uma relação totalmente fetichista com os livros. Ele me levava para folhear os volumes”, lembra Burton, exibindo orgulhoso um dos tesouros paternos: uma raríssima edição de *L'art d'aimer* (A arte de amar), do poeta Ovídeo, encapada em couro, com papel de pano e gravuras de Aristide Mayol.

Criado nessa atmosfera de reverência pelo livro enquanto objeto, Burton desde cedo se dedicou a emprestar beleza e funcionalidade ao texto. Estagiário e depois funcionário da editora Franco Maria Ricci, de livros de arte, aprendeu todo o processo de planejamento e impressão. E, em meio caminho, uma lição de independência. “Naquela época, havia uma ditadura da simplicidade. Nós fazíamos fios, capas decorativas e o que era condenado pelos outros”. Foi ali que, em 79, Carlos Lacerda, que visitava a Itália, o fisionou. “Ele convidou a mim, um garoto, para ser diretor de arte da editora que criara, a Nova Fronteira”, diz agradecido.

Trabalhar com Carlos Lacerda não era fácil, lembra. “Ele era uma personalidade atormentada, fascinante e extremamente autoritária. Uma vez chegou na prancheta onde eu estava trabalhando e derrubou tudo o que estava em cima no chão, irritado com uma capa que ele aprovara, mas da qual não gostara quando impressa”, conta. A volta ao Brasil também teve percalços. “Houve uma certa incompreensão mútua. As pessoas achavam que eu era pretensioso, e provavelmente era mesmo”, ri Victor. Por outro lado, ele se divertiu com a possibilidade de “circulação vertical” entre classes sociais. “Brigava muito com o Sérgio Lacerda, que era tão autoritário quanto o Carlos, mas éramos muito amigos. Passar o fim-de-semana com o patrão seria algo impensável na Itália”.

A sucessão de Sérgio por Carlos Augusto pôs fim à exclusividade de Burton com a Nova Fronteira. “Foi muito melhor para ele e para mim.” Depois de uma década trabalhando como *free-lancer*, Burton conhece bem o estilo de cada editora, resultado da personalidade de seus editores. “As editoras aqui são empresas familiares, que assim podem ter uma cara mais definida. Na Companhia das Letras as capas são mais experimentais, na Nova Fronteira, mais clássicas”, compara. A Nova Fronteira foi a primeira a investir consistentemente no *design* e em estabelecer um determinado padrão tipográfico, explica. “Mas só fazíamos a capa, não fazíamos a lombada nem a contracapa. A Companhia das Letras entendeu o livro como um objeto tridimensional, criando um padrão mais alto”, explica. E acrescenta: “Hoje as capas brasileiras são melhores que as francesas e as italianas.”

Num país de poucos leitores, as editoras precisam atrair a atenção dos que entram nas livrarias. “Os franceses investem em anúncios, *outdoors*. Os brasileiros investem na capa e na divulgação.” E nem investem tanto assim. As vacas magras impedem Burton, por exemplo, de encomendar fotos especialmente para uma capa: quase sempre usa imagens de domínio público. “As editoras hoje são muitas, mas os leitores poucos. Os livreiros são despreparados. Já pedi um livro de Proust numa livraria e recebi outro sobre o corredor Alain Prost”, ri. Uma edição de 3 mil exemplares, informa Victor, custa R\$8 mil para ser feita. “Se eu ganhar 10% disso, considero justo. Quem quiser ficar milionário não deve escolher esta profissão”. O que não o impede de viver bem, recebendo amigos para saborear espaguete ou *magret de cannard*, duas especialidades suas em casa. “Saio pouco, não vou a vernissages ou lançamentos de livro. E come-se mal no Rio”, critica. O que lhe falta? “Sinto falta de um país melhor para as pessoas que me rodeiam. Não sinto falta de nada para mim, a não ser de uma noite no Scala de Milão de vez em quando.”