

LIVRO-ARTE.

A artista plástica Gabriela Gusmão levou dois anos para fazer a obra: apenas 64 exemplares, a R\$ 1 mil

Novinho em folha

NA CONTRAMÃO DOS LIVROS DIGITAIS, AUTORES INDEPENDENTES E EDITORAS APOSTAM EM OBRAS FEITAS DE MANEIRA ARTESANAL E LUXUOSA

POR **MARIANA FILGUEIRAS**
mariana.filgueiras@oglobo.com.br

No último mês, a galeria Largo das Artes — que fica num arejado casarão do século XIX no Largo de São Francisco, no Centro do Rio — abrigou uma feira de arte impressa, a Turnê, com expositores de todo o Brasil e seus trabalhos em suportes como gravura, lambe-lambe, cartaz, carimbo, fanzine e sticker. Havia livros artesanais de Curitiba, revistas de arte de Brasília, e lá no meio dos estandes uma espécie de vitrine de acrílico exibia

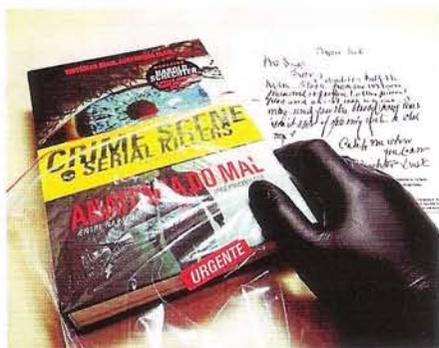
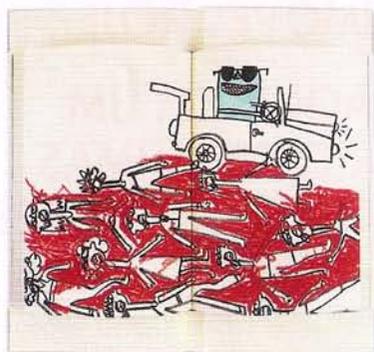


NO CAPRICHIO.

Imagens do livro de Gabriela, “Vírgula no infinito”: narrativa visual sobre a passagem do tempo



OUTRA PRAIA. Capa (ao lado) e ilustração (abaixo) do livro de Gustavo Piqueira, que usa a areia como suporte



CENA DO CRIME. Exemplares de luxo da Darkside, "Anatomia do Mal" e "Psicose"

Gustavo conseguiu o que queria: é impossível manusear o livro e não sentir o estranhamento. Cai areia no colo, há (supositos) anúncios publicitários a desafiar a lógica das páginas de rosto, o miolo tem encaixe fora do habitual.

— Nenhuma gráfica topou. Nos meus livros anteriores, eu já tinha sentido essa dificuldade, quando quis fazer uma capa com um espelho e outra com um pedaço de madeira travando a leitura — lembra Gustavo, que contou com o apoio da editora alternativa recém-criada Lote 42 na empreitada. — O livro não é só o texto. E já fiz muitos designs de livros na minha carreira, acho que não faz sentido não arriscar um pouco. Mas admito que assusto as pessoas com as minhas ideias. Tenho um livro que é uma falsa biografia de Marlon Brando, por exemplo, em que pus uma foto do James Dean na capa. Toda hora alguém joga na internet, achando que é um erro, e viro um meme. Para que fazer uma coisa que as pessoas já estão acostumadas?

A questão também intriga os editores da carioca Darkside. Especializada em livros de terror e fantasia, a editora tem por característica sempre lançar um título em edição "normal" e sua versão caprichadíssima de luxo. A do livro "Anatomia do mal", por exemplo, um dossiê sobre *serial killers* escrito por Harold Schechter, vem embalada num saco plástico como se fosse ele mesmo a prova de um crime. O kit com todos os títulos da editora, por exemplo, pode ser adquirido numa estante em forma de caixão.

— Queremos apresentar livros clássicos para um novo público. Um leitor exigente, que vê o mundo de uma maneira peculiar. Livros que mexam diretamente com a memória afetiva das pessoas, e o design é peça fundamental. Nossa intenção é ajudar na formação literária de leitores que cresceram na era



"O MERCADO ESTÁ EM TRANSFORMAÇÃO, SENDO GUIADO POR UM PÚBLICO JOVEM, INOVADOR, SEDENTO POR NOVIDADES E EXTREMAMENTE COMUNICATIVO"

CRISTIANO MENEZES
Designer e editor

"Harry Potter" e hoje em dia buscam novos voos — demonstra Cristiano Menezes, designer e um dos sócios da Darkside, que não acredita que os livros de luxo disputem o mesmo mercado dos e-books. — Uma coisa que só confirmou a nossa linha editorial foi uma reportagem que saiu na revista "Forbes" há algumas semanas, informando que as vendas de livros de capa dura cresceram mais de 10% nos primeiros oito meses de 2013 nos EUA, segundo os últimos dados da Associação dos Editores, número maior que a venda de *e-books* adultos, com alta de 4,8%, e de *e-books* em geral, com queda de cerca de 5%.

Foi assim que a edição da Darkside para "Os goonies", com capa dura, mapas originais e acabamento envelhecido (como se fosse o livro uma das peças da caravela encontrada pelos meninos da trama) se esgotaram em poucos meses nas livrarias. Criado para a estreia da editora, há um ano, a obra de James Kahn que deu origem ao clássico filme de Steven Spielberg dos anos 1980 era vendida por R\$ 54,90 em 2012. Hoje, pode ser achada em sites de produtos usados por até R\$ 299.

Cristiano vê com bons olhos este nicho:

— O mercado editorial no Brasil está em total transformação, sendo guiado por um público jovem, inovador, sedento por novidades e extremamente comunicativo. Precisamos cada vez mais de conteúdo e identidade. A química entre design e conteúdo é o principal pilar para este novo mercado editorial. As feiras de arte impressa (como a já citada *Turnê* ou a *Fatia, que passa a acontecer toda última quinta-feira do mês na Comuna, em Botafogo*) ajudam também na formação desse novo público, que é extremamente crítico e com senso estético cada vez mais aprimorado. ●