

ENTREVISTA / MARCELO SOUTO MAIOR, SÓCIO DA EDITORA DARKSIDE

‘Queremos que o público se desligue da tomada e se conecte com o folhear das páginas’

Divulgação

Por Olga de Mello

Especial para o Correio da Manhã

A editora Darkside celebra, em 2025, 13 anos no mercado, mantendo-se contra a corrente: as versões digitais de seus títulos permanecem reduzidas. “Somos a editora que menos faz transposição para e-book. Queremos estimular o leitor a vivenciar a experiência sensorial do livro físico”, conta Marcelo Souto Maior, diretor de Novos Negócios e um dos três fundadores da Darkside, especializada em títulos de terror, suspense e magia, entre outros segmentos góticos, mas primordialmente “pop”: o primeiro livro da editora era baseado no filme “Os Goonies”, um blockbuster produzido por Steven Spielberg.

A fidelidade dos jovens leitores, aos quais a Darkside reconhece dever muito de seu sucesso, leva Souto Maior a duvidar das pesquisas que apontam a queda dos índices de leitura no país. A base de seu público tem entre 16 e 24 anos, coleciona brindes – copos, postais, adesivos, ecobags e os tradicionais marcadores de livros –, além de participar com entusiasmo de eventos da editora ou clubes de leitura. Para marcar o cabalístico 13º aniversário, estão previstos 120 lançamentos em 2025, com perspectiva de ultrapassar as habituais vendas de mais de um milhão de exemplares por ano. “Somos iguais a uma banda de rock, acompanhada por fãs entusiasmados, nossos maiores divulgadores”, disse Marcelo Souto Maior em conversa com o Correio.

Como um país de raros leitores comportou uma editora espe-

cializada em terror?

Marcelo Souto Maior – O projeto da Darkside foi estruturado por dois designers, Cristiano Menezes (diretor editorial) e Francisco de Assis (diretor comercial), que haviam acabado de se desfazer da editora Barba Negra, e observaram uma lacuna desse segmento no mercado. A ideia era produzir edições impecáveis, que demonstrassem respeito por esse universo, com qualidade gráfica e editorial. Desde o início investimos nos brindes e em vendas pelo e-commerce, mas não tanto em livros digitais. Nosso DNA é do livro físico, queremos que o público se desligue da tomada, dos equipamentos eletrônicos, e se conecte com o presente, com o folhear das páginas. É um princípio conceitual da Darkside, porque hoje vivemos muito plugados, porém em profunda solidão. É uma alegria vermos o público jovem buscando pertencimento através do livro.

O perfil desses leitores é predominantemente jovem?

Temos quase três gerações de leitores. A maioria é de jovens adultos, que gostam de fantasia e do terror. A eles se soma um público mais maduro, feminino, que devora os livros sobre serial killers e true crime, gênero que cresceu muito no Brasil. As mulheres também gostam da linha Magicae, quase xamânica, com títulos sobre autoconhecimento, magia, tarô. O público masculino gosta mais de mangá, terror. E todos são muito engajados, são os maiores propagadores de nossos produtos. As mulheres são muito ativas nas redes sociais, onde hoje temos mais de 2 milhões de seguidores. É uma editora que nasceu no



online, na década de ultra conexão, em diálogo direto com os fãs.

Quantos selos a editora tem atualmente?

Existe um diálogo estético, a pegada do mistério, dos limites entre vida e morte, entre o físico e o não visível representados em 667 títulos divididos nas 13 linhas editoriais. Elas abrigam, segmentos como o terror clássico, com nomes consagrados como Edgar Allan Poe, Lovecraft; e títulos de domínio público, entre eles “Alice no País das Maravilhas”, “Drácula”, “O retrato de Dorian Gray”, todos com edições requintadas. Para este ano será lançada uma nova edição de “Faus-

to”, de Goethe. Temos também a linha E.L.A.S., com thrillers de escritoras contemporâneas, como a Tana French, e que já é um sucesso. São livros da chamada “fast reading”, uma leitura rápida, narrativas velozes, muito imagéticas, dando impressão ao leitor de que assiste à cena. Alguns já estão em adaptação para cinema ou série de streaming. Temos muitas coleções como a da saga “Star Wars”, e a Medicina Macabra, que traz bastidores dos experimentos médicos mais absurdos e é um sucesso. Acabamos de fazer nossa primeira aquisição, da editora Wish, que trará contos de fadas a romances fantásticos, suspenses vitorianos e biografias.

Qual dessas linhas vem se ampliando?

A criminologia tem um crescente interesse no Brasil, há muitos jovens querendo ser criminólogos. Existe também procura por perfis de serial killers. Para tratar de um tema sensível como esse, buscamos autores que participaram daqueles casos, que apresentam minúcias da investigação e psicologia dos criminosos. Não são livros de sensacionalismo barato, mas textos consistentes, que mostram como funciona uma investigação profissional, os erros da polícia ou da justiça que permitiram a atuação desses criminosos.

Com a maturidade de seu público, os brindes ainda são essenciais?

Eles fazem parte do encantamento e do engajamento, brindes fidelizam o cliente e tornam a experiência de abrir uma caixa da Darkside algo único, especial. Todo livro de e-commerce vai com marcador, copos lindos, cadernos, bloquinhos, reproduções daquelas fitas que a polícia usa para isolar cenas de crime. Meus filhos penduravam essas fitas na porta dos quartos, para impedir minha entrada... Os brindes são bonitos, chamam atenção para os livros. Uma vez entrei num restaurante com exemplares variados de copos e saí sem nenhum. Dos garçons ao cozinheiro, todos queriam um copo. A experiência mais engraçada foi sair de uma reunião com uma ecobag térmica a tiracolo. A imagem da bolsa era de uma caixa de doação de órgãos, uma cruz vermelha. Na rua, percebi que estavam me abrindo caminho, imaginando que eu estivesse carregando um órgão para transplante.