

Texto de **Telma Miguel**, enviada a Colónia

O alemão Benedikt Taschen é o magnata visionário, único dono e criador da estética da editora Taschen. Aos 18 anos abriu uma loja de BD. Hoje, aos 42, tem o mundo a seus pés



O SENHOR TASCHEM

Benedikt Taschen, o criador da mais famosa editora de livros de arte do mundo, está ansioso por se levantar do sofá de cabedal escuro no seu elegante escritório de Colónia. Dirige-se a um armário junto à secretária de onde retira, como um troféu, a carta enviada de São Paulo, escrita em português num pedaço de papel, por um homem que diz que gasta os primeiros reais da reforma a comprar um dos livros básicos da Taschen. É o género de coisa que enche de satisfação este alemão vagamente parecido com Humphrey Bogart e que, aos 42 anos, tem uma grande parte do mundo a seus pés. Ele gosta, claramente, de «feedback».

A editora alemã Taschen tornou-se mundialmente conhecida como a Zara dos livros ilustrados. A comparação é imperfeita mas, *grosso modo*, ambas, mais do que mercadorias, criaram dois conceitos de sucesso universal. Quem não tem uma camisola da marca espanhola e quem nunca comprou ou desejou um dos livros da coleção de arte Taschen que se vendem aos milhões e se editam em 25 línguas no mundo inteiro? Na verdade, o que a editora fez ao arrogante mundo da arte, pondo-a ao preço de 6,99 euros nas estantes de qualquer um, pode parecer igual ao esforço da Zara em vestir toda a gente. Mas se o que a Zara faz é inspirar-se em modelos de alta-costura, com materiais menos nobres, a Taschen, com o mesmo objectivo de globalização, edita livros únicos e emocionantes que vão da pintura à

cultura digital, cobrindo grande parte do mundo visual contemporâneo, com preços imbatíveis. Por isso, tem fãs.

Ao contrário do que seria de esperar de alguém que tem o seu próprio nome repetido milhões de vezes em capas de livros, Benedikt não vive num santuário. É, aliás, um patrão extremamente popular. Veronica Weller, a sua assistente e directora de comunicações há dez anos, recorda o episódio da sua contratação como exemplar. No dia em que recebeu uma carta da editora a recusar a candidatura, ficou furiosa. **«Eu tinha a certeza de que era a pessoa ideal para o cargo. Não queria acreditar».** Vendo-a naquele estado, o filho, então com oito anos, obrigou-a a ir à piscina para juntos relaxarem. E então aconteceu um daqueles acasos que mudam a vida. **«Vejo ao longe um homem muito parecido com as fotografias que conhecia do Benedikt».** Veronica perguntou, incrédula, ao homem se ele era quem ela pensava. Resolvida a dúvida, Veronica encheu-se de coragem: **«Acabei de receber uma carta sua. E acho que vocês se enganaram».** Benedikt ouviu-a, pediu-lhe para reenviar o currículo e marca uma entrevista. **«Tivemos uma conversa estranhíssima. Ele pedia-me opiniões e eu cheguei a dizer-lhe que um dos livros em que ele estava envolvido não me agradava».** Veronica nunca se arrependeu de trabalhar com este homem, dotado de humor e de

O jovem empresário, em 1980, na sua loja de livros de banda desenhada; a cantina e uma escultura de Martin Kieppenberger sobre a escadaria principal do nº 53 da Hohenzollernring, em Colónia



um sentido da provocação intenso e que contagia toda a equipa com a sua paixão pelo trabalho.

A sede da Taschen, em Colónia, onde trabalham 65 pessoas, é um dos vários espelhos do dono da empresa. Fica num belo edifício do século XIX, um dos raros a sobreviver aos bombardeamentos dos Aliados na II Guerra Mundial, na Hohenzollernring, uma das principais avenidas da cidade. Quase não se dá por esta relíquia do passado, me-

«Só vivo e trabalho em sítios agradáveis, com boas vibrações»

tida entre edifícios banais, mas após empurrar a porta principal, cuja austeridade é negada pela maçaneta em bronze com a cara do Pato Donald, percebemos que entrámos num universo particular. Aqui, em vez do anónimo mobiliário de escritório, o que se encontra são peças do melhor «design» do século XX, escolhidas a dedo pelo senhor Taschen. Nestes dias, as altas paredes do edifício, normalmente repletas de obras de arte contemporânea, estão nuas e brancas. Toda a colecção de arte de Tas-

chen se encontra no museu Rainha Sofia e no Palácio Velázquez, em Madrid, naquela que é sem dúvida, uma consagração da sua actividade de colecionador.

«JEFF KOONS É O MEU HERÓI»

À hora de almoço, grande parte dos privilegiados que trabalham no número 53 da Hohenzollernring, e frequentemente o próprio Benedikt, vestido em «jeans» e «t-shirt», dirigem-se à requintada cantina com grandes janelões virados para o pátio ajardinado. Refeições sofisticadamente confeccionadas custam seis euros. Na sede da Taschen não há seguramente o «fast-food» alemão de salsichas e «choucroute». «Só consigo viver e trabalhar em sítios agradáveis, com boas vibrações.

Imagino que as outras pessoas sintam o mesmo», explica Benedikt, numa visita guiada até ao seu gabinete onde uma tela do alemão Oehlen substitui temporariamente a gigantesca provocação de Jeff Koons «Ilona with Ass Up», numa versão bastante irónica dos quadros burgueses de casal, em que Cicciolina (nome artístico de Ilona Staller), a actriz pornográfica e antiga eurodeputada, actua semidespida sobre o seu então marido e autor do retrato. «Um dos grandes quadros dos últimos 20, 25 anos», diz, en-



quanto procura a imagem no catálogo da sua colecção editado em capa dura. «Jeff Koons é o meu herói», conclui sem pestanejar e repetindo o que já dizia quando o norte-americano era visto como uma grande anedota ao imprimir na tela e em esculturas bastante

realistas as suas performances sexuais com Ilona Staller.

Benedikt não tem medo de opiniões. Confia na sua própria sensibilidade. E não há dúvida que o seu instinto lhe tem sido precioso ao longo dos anos. O intrépido magnata do mundo edi-



ALICE SPRINGS



HOWARD L. BINGHAM

Taschen com Muhammad Ali, em Setembro de 2003, no escritório de Los Angeles; com Helmut Newton e o livro «SUMO»; um gabinete de trabalho e o escritório de Benedikt na sede em Colónia

torial alemão começou por ser um empresário precoce. Com 12 anos, o filho de dois médicos de Colónia criou uma empresa de venda postal para toda a Europa de livros de banda desenhada. E aos 18 abriu na cidade natal uma pequena loja de 25 m2. Quatro

anos depois fez o negócio da sua vida, que lhe abriu possibilidades para, «muito simplesmente, passo a passo», como ele diz, chegar ao que é a Taschen hoje. Num leilão comprou um «stock» inteiro de 40 mil livros do surrealista belga Magritte e

revendeu-os 10 vezes mais caro. No ano seguinte, em 1984, um livro sobre o iconoclasta Salvador Dalí dá início ao seu extraordinário e igualmente provocador programa editorial.

Já nesses dias, o jovem Benedikt convivia com a comunidade artística de Colónia, uma cidade quase na fronteira com a Holanda e mais cosmopolita e curiosa do que qualquer outra. Talvez por isso, o interesse de Benedikt por arte não o levou a apenas reimprimir em edições cuidadas e baratas artistas consagrados e mortos. Com Kieppenberger — que considera também um herói — estabeleceu uma longa colaboração até à mor-

te do artista, não só editando em livro a sua obra como colecionando toda a produção. 1986 é o ano do encontro com Angelika Muthe-sius, contratada para fazer um guia para solteiros em Colónia, que abriria uma colecção para solitários em todo o mundo. A colecção não seria editada, mas a louca Angelika entrou para o universo Taschen pela via do casamento (separaram-se no ano passado), tornando-se, ao mesmo tempo, editora dos livros de «lifestyle» da casa. Desde esses dias, os dois não só se tornaram íntimos de artistas e celebridades do mundo inteiro, como eles próprios passaram a fazer parte desse universo glamoroso,

«Ilona with Ass Up», a gigantesca tela de Jeff Koons, de 1990, e aquela que é considerada uma das melhores fotos de desporto de sempre, tirada em 1966, no momento em que Cassius Clay derrota Williams, editada no livro «GOAT»



recheado de «oportunidades fotográficas» em que surgem ao lado dos ícones da cultura pop dos nossos dias, com os quais a editora tem trabalhado. Philippe Starck é um deles.

A própria residência de Benedikt, em Los Angeles, faz parte desse mundo da alta sociedade artística. Farto de ficar em hotéis nas suas muitas deslocações à capital do cinema, procura um poiso. Em 1998, Benedikt comprou a Chemosphere,

«Se tenho vontade de fazer uma coisa, faço-a»

uma espécie de disco voador, concebido por John Lautner, sobre uma colina de Los Angeles. «Nem acreditava que esta casa magnífica estivesse à venda já há dez anos». E a nova residência de L.A., onde passa largas temporadas fugindo ao frio alemão e dirigindo o outro centro de operações da empresa situado no Sunset Boulevard, entrou de tal modo para o imaginário da Taschen que Oehlen (um dos artistas «fetiche» da casa) a reproduziu no chão da cantina de Colónia.

Mas o universo Taschen corresponde também a uma interpretação descomplexada da cultura contemporânea. Nos compêndios visuais do extenso catálogo da Taschen, com mais de mil títulos publicados, cabe tanto uma edição em *fac simile* da *Bíblia de Lutero*, como a *Erotica Universalis*, os desenhos homoeróticos de Tom of Finland ou a fotografia fetichista de Elmer Batters, o auto-intitulado e subvalorizado fotógrafo dos pés, ou, mais recentemente *Terryworld*, uma compilação das fotografias super-atrevidas de Tony Richardson, o fotógrafo da «Vogue» e «Harper's Bazaar» que a marca Sisley deixou à solta para fazer a publicidade de roupa mais picante dos últimos anos. «Não vejo nenhum problema em editar tudo isto. Faz todo o sentido, porque a variedade é o tempero da vida», diz o homem que recebe as visitas no seu gabinete, com toda a elegância, com uma Cicciolina pintada de cinto de ligas. «Tratamos todos os temas com a mesma seriedade», justifica.

OS PRINCÍPIOS DO EDITOR

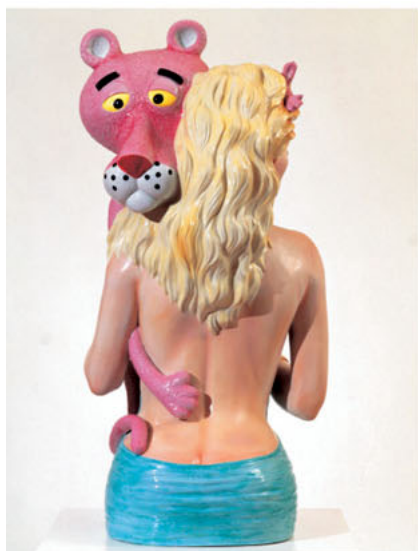
A Taschen recusa quaisquer estudos de mercado ou sondagens, embora tenha uma noção da demografia dos seus leitores que não está longe da verdade: «Dos 15 aos 75 anos, fazemos livros



para todo o tipo de pessoas». E o instinto editorial do patrão radica numa regra: «Se tenho vontade de fazer uma coisa, faço-a». Há princípios em que o editor não condescende: «Não aceitamos fazer livros maçadores nem nos contentamos, mesmo nas linhas mais baratas, em publicar livros abaixo das nossas expectativas só porque pouparíamos algum dinheiro». Outro princípio: «Não

aceitamos encomendas externas. Estamos muito concentrados em seguir a nossa linha».

Pedro Lisboa candidatou-se há oito anos ao lugar de director de produção da Taschen, após ter sido assessor de administração do gigantesco grupo Berthlesman que em Portugal tem, por exemplo, o Círculo de Leitores. Actualmente é director de operações, o que significa que é responsável pela produção, logística e compras e



'Buff, Straub & Hensman, Case Study House#20', de Julius Shulman; 'Partner's Choice', de Eric Stanton, e 'Pink Panther', de Jeff Koons, Objectos da coleção Taschen, em exposição temporária no Rainha Sofia

nos 16 anos em que é comercializada cá, foram vendidos mais de três milhões de livros de todo o catálogo. Este ano foram 200 mil.

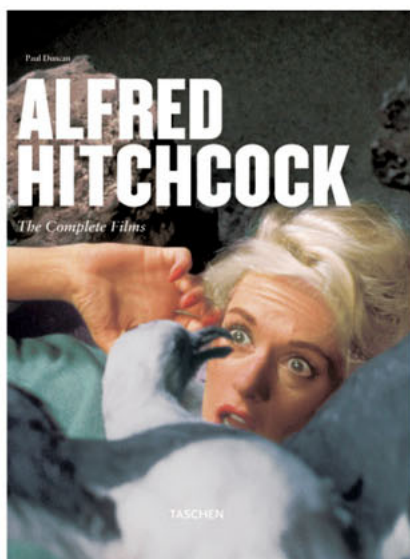
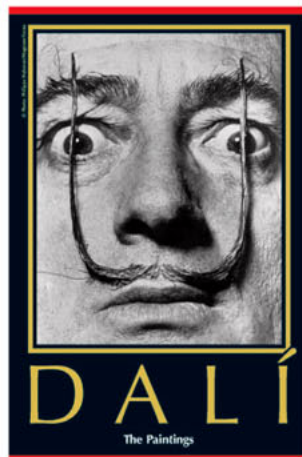
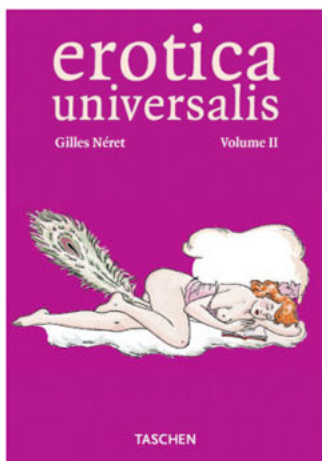
TASCHEN SONHA, A OBRA NASCE

Por estranho que pareça, num mundo em que as grandes empresas foram engolidas por multinacionais com centros de decisões dispersos por anónimos, na Taschen todos os euros pertencem ao seu fundador. E isso dá-lhe uma enorme liberdade. Por exemplo, explica, folheando o recém-editado primeiro dos seis grossos volumes da história das revistas para homens desde os anos 20 e profusamente ilustrado: «Agora, imagine-se uma empresa típica. As decisões editoriais de fundo

por todas as filiais comerciais no estrangeiro. Tem, por isso, um enorme conhecimento do mundo editorial e está à vontade para declarações definitivas: «A Taschen tem o sucesso que tem por ter à frente o grande empresário que é o Benedikt, uma

pessoa com uma sensibilidade visual impressionante, que se ocupa com tudo e que imprime uma marca única». Quanto aos preços de capa, um dos enigmas editoriais, Pedro Lisboa explica: «Os baixos preços conseguem-se com as grandes tira-

gens em várias línguas». Muitas vezes, nas primeiras impressões de um livro perde-se dinheiro. Ganha-se a longo prazo e nas vendas em massa. Até Outubro deste ano, a série básica de arte vendeu quatro milhões de exemplares no mundo inteiro. E só em Portugal,



Livros Taschen: Salvador Dalí foi o primeiro génio a abrir uma editora genial. Em 2001, Billy Wilder abriu a categoria de cinema. Hitchcock é dos mais recentes

são tomadas por um comité de dez pessoas e precisam de ter o acordo de um director executivo, da administração. Se alguém propusesse uma coisa destas, as cinco mulheres do comité editorial diriam que se trata de um projecto misógino, a administração diria que era uma loucura e o pessoal do 'marketing' que não se vendia». Aqui, simplesmente, o patrão sonha e a obra nasce. «Também não tenho accionistas a quem prestar contas, por isso, se correr riscos, quem paga sou eu».

Têm sido muito altos esses riscos. Nos últimos anos, a Taschen tem-se envolvido em optimistas

operações megalómanas. Em 1999 lançou o que foi anunciado como o maior livro encadernado do século XX, SUMO, um fabuloso volume com a obra fotográfica de Helmut Newton, vendido a 1.600 euros, juntamente com uma mesa desenhada por Philippe Starck, indispensável para sustentar os 30 quilos das suas 480 páginas. O livro encontra-se esgotado e já faz parte do circuito dos leilões a preços que atingem os oito mil euros. Em 2002, com a criação da linha Taschen Limited, a editora enveredou decididamente por livros de edição limitada

em colaboração directa com os próprios artistas. O primeiro foi Araki, com 1.000 fotos do japonês Nobuyoshi Araki numa edição de 2.500 exemplares e assinada pelo próprio. Africa, de Leni Riefensthal, foi o segundo, feito em colaboração com a realizadora e lançado ainda a tempo da comemoração do 100º aniversário da cineasta.

Em Outubro deste ano, foi posto à venda em língua portuguesa o monumental Leonardo da Vinci, a mais completa recolha da obra do génio renascentista, num formato XXL, ao preço de 165 euros.

Em quatro dias, os dois mil exemplares postos no mercado nacional esgotaram. Além da sistematização da obra e da fabulosa impressão, a última palavra sobre o génio renascentista imprime, pela primeira vez, um conjunto de desenhos da colecção do Castelo de Windsor, até então inéditos. Mas a verdadeira obra-prima desta filosofia de livros extraordinários é GOAT — sigla de «Greatest of All Times» —, uma homenagem

«Se correr riscos, quem paga sou eu»

impressa ao lendário «boxeur» Muhammad Ali. A produção do livro pôs em marcha uma operação sem precedentes em que durante quatro anos uma equipa de 10 pessoas vasculhou em todo o mundo milhares de documentos sobre o campeão norte-americano. Nos últimos dois anos, Benedikt trabalhou ainda mais obsessivamente do que o normal. Entre 10 a 15 milhões de euros foram investidos na obra, avança Pedro Lisboa, precisando que a empresa não tem por hábito fornecer números. O livro compra-se por encomenda — custa 10 mil euros a versão com uma escultura de Jeff Koons, e três mil a versão simples. É um preço justo para uma peça luxuosa que nasceu da paixão de menino de Benedikt pela figura do «boxeur». «É um livro emocionante para qualquer pessoa e que comoveu imenso o próprio Ali», sustenta Pedro Lisboa. GOAT foi posto à venda em Março e já se pagou.

Neste últimos dias, Benedikt está em estado de graça, e a recuperar de um ano em cheio. Editou um livro que ficará para a história da arte de imprimir — além dos cerca de 60 títulos que a casa produz anualmente —, levou a sua colecção ao prestigiado Rainha Sofia em Madrid, e está a virar uma página da sua vida pessoal: «Sim, posso dizer que estou feliz com tudo!»