



O MERCADO EDITORIAL DAS CURADORIAS EDITORIAIS/LITERÁRIAS: DO CÍRCULO DO LIVRO AO MODELO DA TAG EXPERIÊNCIAS LITERÁRIAS

THE EDITORIAL MARKET OF LITERARY/EDITORIAL CURATORSHIP:
FROM CÍRCULO DO LIVRO TO THE MODEL BY TAG EXPERIÊNCIAS
LITERÁRIAS

Isa Marques Oliveira*

* poetaisa@gmail.com
Doutoranda e Mestra em Estudos de Linguagem – Letras, CEFET/
MG. Pós-graduanda em Gestão Cultural: cultura, desenvolvimento
e mercado – SENAC. Pós-Graduada em Comunicação: Imagem e
Culturas Midiáticas – UFMG – e em Linguística – UGF. Graduada
em Administração Pública – EG/FJP. Poeta, escritora, revisora e
pesquisadora.

RESUMO: A curadoria, tradicionalmente, esteve atrelada à atuação museológica ou artística, tanto como forma de organização quanto como cargo profissional. O crescimento do Círculo do Livro, nos anos 1970, foi o marco do grande ciclo editorial brasileiro de uma incipiente curadoria literária. No século XXI, surgem clubes de livros que foram apropriados pelo mercado editorial. Este estudo aborda a atuação no mercado editorial da TAG Experiências Literárias, um clube de assinatura de livros nos moldes de uma curadoria literária. Foi feita análise do clube e da empresa. Assim, postula-se que o atual mercado editorial, ao apostar na retomada desse modelo de negócio, visa superávit financeiros que nenhuma editora consolidada alcançaria em um lançamento de livro. As curadorias editoriais/literárias são voltadas para um nicho de leitores que dão a elas garantias de vendas e público, assim como o êxito obtido pelo Círculo do Livro. O resultado do atual sucesso das curadorias deve-se aos avanços das tecnologias e meios de comunicação de massa, de forma que a TAG divulgou seu nome

e cresceu como empresa. O papel influenciador do curador fortalece o modelo de curadoria no mercado editorial. As curadorias fazem o papel de mediação literária entre a obra e o leitor, não criam espaços para debates literários com a participação do curador, mas estimulam fortemente a consolidação da ideia do clube de leitores ou clube do livro.

PALAVRAS-CHAVE: Curadoria; Literatura; TAG Experiências Literárias; Livros; Mercado Editorial.

ABSTRACT: Traditionally, curating has been linked to museological or artistic performance, both as a form of organization and as a professional position. The growth of the Book Circle in the 1970s was the mark of the great Brazilian publishing cycle for an incipient literary curatorship. In the 21st century, book clubs appeared and have been

appropriated by the publishing market. This study deals with the performance in the publishing market of TAG Experiências Literárias, a book club created in the mold of a literary curatorship. The club and the company were analyzed. Thus, it is postulated that the current publishing market, when betting on the resumption of this business model, aims at financial surpluses that no consolidated publisher would achieve in a book launch. The Editorial / literary curatorship is geared toward a niche of readers who give them guarantees for sales and audiences, as occurred with the success achieved by the Book Circle. The result of the current success of that curating practice is due to the advances of mass media and technologies: TAG has, in fact, grown as a name and as a company. The curator's role influences the curatorial model in the publishing market. Curators act as literary mediations between the work and the reader, they do not create spaces for literary debates with the participation of the curator, but strongly stimulate the consolidation of the idea of the book club or readers club.

KEYWORDS: Curating; Literature; TAG Literary experiences; Books; Editorial Market.

INTRODUÇÃO

[...] a curadoria poderia ser sobre transformar coisas impossíveis em possíveis.

Hans Ulrich Obrist. "Caminhos da Curadoria"

Na história cultural, a curadoria esteve atrelada à atuação museológica ou artística, seja como campo de atuação profissional ou, ainda, como prática de seleção, disposição

e valoração de objetos. O curador é conhecido como aquele responsável por uma exposição ou coleção de obras artísticas.

Proveniente da ideia advinda do curador das artes, o termo designa aquele que é "responsável pela organização e manutenção de acervo de museu, etc. [também se diz apenas curador]"¹. E curadoria: "Cargo, poder ou função de curador; curatela"². Segundo Obrist (2014), o termo "curadoria" tem sido utilizado nos mais diversos contextos, e esse termo foi cunhado em pleno século XX, o que significa uma mudança no entendimento entre o profissional curador e a curadoria enquanto projeto, sendo ambos vistos como a mesma "atividade em si"³.

O conceito de curadoria é extenso, amplo e abrange diversas perspectivas de atividades até um cargo de função comercial. A concepção de curadoria nas artes está voltada para a organização e administração de peças de arte. Estendendo o conceito a outras práticas, como o campo das Letras/Linguística, é que se pretende analisar o mercado das curadorias editoriais/literárias, especificamente o caso da TAG Experiências Literárias (www.taglivros.com.br). Dentro desse modelo contemporâneo de curadoria tem-se a constituição de práticas de atividades literárias ligadas à formação de clubes de leitores com o objetivo de debater, organizar encontros ou eventos literários, que tenham o livro como o objeto-alvo e a marcante presença da figura do curador.

1. FERREIRA. *Dicionário Aurélio da língua portuguesa*, p. 626.

2. FERREIRA. *Dicionário Aurélio da língua portuguesa*, p. 626.

3. OBRIST. *Caminhos da Curadoria*, p. 36.

4. OBRIST. *Caminhos da Curadoria*, p. 38.

5. Disponível em: <www.leiturinha.com.br>.

6. Disponível em: <www.booxs.com.br>.

7. Disponível em: <<https://loja.ataba.com.br>>.

8. Disponível em: <www.expressoletrinhas.com.br>.

9. Disponível em: <www.brinquebook.com.br>.

10. Disponível em: <www.book.petitebox.com.br>.

11. Disponível em: <www.clubedolivro.sesienaisp.org.br>.

12. Disponível em: <www.garimpo clube.com.br>.

13. Disponível em: <www.azougue.com.br/colecao-antologia-postal>.

Obrist salienta que a “profissão de curador é considerada relativamente nova.”⁴ No século XXI, a concepção de curador se ampliou e se expandiu para outros campos, tais como gastronomia, mercado erótico, vinhos, cervejas, artigos infantis para bebês e outros, e não deveria ser surpresa que abarque o âmbito literário. No Brasil, verifica-se atualmente crescente expansão do mercado dos clubes de assinaturas de livros – com destaque para a literatura infantil. Nesse segmento, há sete clubes conhecidos, a saber: o Clube da leiturinha⁵, Booxs⁶, TABA⁷, Expresso letrinhas⁸ (pertencente à Editora Companhia das Letras), Brinque-book⁹, Petitebook¹⁰, Clube do livro literatura viva¹¹ (pertencente ao SESI). No âmbito de literatura para adultos, a TAG Experiências Literárias, até o mês de outubro de 2016, era a única a oferecer o serviço para esse público. No mês de outubro de 2016 surgiram duas novas curadorias editoriais, a Garimpo Clube do Livro,¹² que não atende apenas o nicho literário, mas outros assuntos como negócios, biografia, infantil e humor, e a Antologia Postal, da Azougue Editorial¹³, que é voltada para edições exclusivas de poesia.

Considerando a singularidade empreendedora da TAG, a escolha dela para este estudo deu-se por ser a única com perfil de curadora que oferece o serviço para um público leitor adulto e por seu notório reconhecimento pela imprensa de negócios e cultura. Outro fator importante é o alto

crescimento do número de assinantes que a empresa adquiriu nos seus dois anos de existência. No seu primeiro ano, em 2013, a TAG possuía 500 assinantes e, um ano depois, já contabilizava 11 mil assinantes. Em 2017, ao completar três anos, possuía 18 mil associados, 50 funcionários e faturamento mensal de R\$1,2 milhão¹⁴. Considerando esses números, é um crescimento vertiginoso em tão pouco tempo para um mercado que está em processo de incubação da retomada desse modelo de vendas de livros por curadoria.

O método adotado foi o de análise da rede social Facebook ligada à TAG, matérias de imprensa/mídia, entrevista e adesão ao clube.¹⁵ A revisão bibliográfica serviu para a construção de um arcabouço teórico prévio com discussões sobre o tema da curadoria literária/editorial.

Para refletir sobre a presença e atuação das curadorias no mercado editorial, o estudo instiga a perguntar: qual o papel do crítico e do curador nas indicações literárias? As editoras podem ter interesse em alavancar obras por meio de clube de assinaturas de seus catálogos utilizando a estratégia de um curador de referência?

No Brasil, há vários registros dos primeiros clubes do livro. Algumas pesquisas consideram que o surgimento da primeira proposta de formação de um clube de assinatura de livros ocorreu em 1881, pela Biblioteca do Exército, com catálogos

14. Os dados atualizados foram extraídos da matéria publicada em 03 jul. 2017 no *site* Zero Hora por Rafael Balsemão. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/livros/noticia/2017/07/clube-de-assinatura-de-livros-com-sede-em-porto-alegre-chega-aos-18-mil-associados-em-tres-anos-9831055.html>>. Acesso em: 11 ago. 2017.

15. Para realização da pesquisa foi feita adesão ao clube. O intento desse gesto consistiu em: receber o *kit* para análise do material; acompanhar as interações entre leitores do clube nas redes sociais (uma vez que o acesso tanto ao *site* como às redes sociais da TAG é permitido apenas aos assinantes).

de títulos de assuntos militares e história. Hallewell acredita que foi em 1966 – no RJ e SP –, com o Círculo do Livro¹⁶; e Milton declara que foi o Clube do Livro – em 1943 –, o primeiro no Brasil: “O Clube do Livro, presidido pelo seu diretor administrativo, Mário Graciotti, começou a funcionar em 1943 e foi o primeiro clube de livros no Brasil”.¹⁷ De acordo com os diferentes registros encontrados dos pesquisadores, a concepção da curadoria editorial já era um caminho conhecido.

1. O CÍRCULO DO LIVRO

O Círculo do Livro surgiu nos anos 1960 em meio ao grande ciclo editorial brasileiro que perdurou por muitos anos. Ele funcionava através da “distribuição gratuita, pelo correio, de uma revista promocional quinzenal, pela qual o leitor, para continuar filiado ao clube, tinha que encomendar no mínimo um livro (entre cerca de uma dúzia)”.¹⁸ Nesse período os números alcançados foram de “250 mil sócios até novembro de 1975, e em 1978, já eram mais de 500 mil – em comparação com os 360 mil membros do Círculo português, implantado há muito mais tempo”.¹⁹

As estatísticas de vendas do Círculo do Livro chegaram a alcançar 800 mil sócios, em 2.850 municípios do país com vendas de cinco milhões de exemplares em 1982, “somando 17 milhões de exemplares vendidos só na primeira década de

existência do Círculo”.²⁰ A *Revista do Livro*, veículo de propaganda do Clube que circulou entre 1973 e 1993, foi a grande responsável pela difusão do empreendimento, fidelização e conquista de novos associados. O Clube cresceu a ponto de adquirir direitos de tradução da obra *As melhores receitas de Cláudia*²¹, que obteve recorde de vendas.

Com esse breve panorama daquele que foi considerado um dos primeiros clubes do livro por associação no Brasil, conforme descrição de Hallewell, se percebe o quanto a ideia de um clube por assinatura obteve grande alcance de vendas. Ainda segundo Hallewell, o Círculo imprimia e encadernava os livros, ou seja, a produção era mais barata do que a das demais editoras comerciais, além de as tiragens, em grande número, contarem com público garantido.

O próprio Círculo realizava a impressão e acabamento dos livros que, apesar de atraentemente encadernados, custavam de 10% a 15% menos que as edições comerciais de que se originavam, graças a um mercado garantido e à economia de escala (as tiragens oscilavam entre seis e cinquenta mil, sendo vendidos em média dez mil exemplares por título), embora muitas vezes fossem lançadas ao mesmo tempo as edições comerciais e as do clube. Ocasionalmente, o Clube adquiriu os direitos de tradução de um livro estrangeiro para seu uso exclusivo.²²

16. HALLEWELL. *O Livro no Brasil: sua história*, p. 548-549.

17. MILTON. *O Clube do Livro e a Tradução*, p.25.

18. HALLEWELL. *O Livro no Brasil: sua história*, p. 682-683.

19. HALLEWELL. *O Livro no Brasil: sua história*, p. 683.

20. HALLEWELL. *O Livro no Brasil: sua história*, p. 683.

21. HALLEWELL. *O Livro no Brasil: sua história*, p. 683.

22. HALLEWELL. *O Livro no Brasil: sua história*, p. 683.

O Círculo do Livro é um claro exemplo na história editorial brasileira de que nichos específicos de atuação são possibilidades de sucesso. O curioso desse modelo é a credibilidade e aceitação do público leitor assinante de condicionar-se às escolhas direcionadas e oferecidas pelo editor dentro de um pequeno catálogo de edições limitadas, que são reimpressas e entregues diretamente ao leitor, pelos Correios. A ascensão das tecnologias móveis com a internet no século XXI reacendeu a prática de clubes de livros por assinatura através do molde de curadoria. Alguns aspectos do Círculo do Livro são perceptíveis ainda hoje nos modelos atuais, tais como: edições especiais com encadernações atrativas ou de luxo em capa dura, revista do clube, indicações para as próximas associações ou adesões. Sob o modelo de influência curatorial, os clubes do livro, hoje, são constituídos de fiéis seguidores que abdicam da livre escolha de leitura por acreditar nas referências que lhes são entregues pela empresa curadora.

Para compreender o papel do curador dentro do mercado de assinatura de livros e sua importância para as empresas, é possível pensar nessa figura como uma estratégia das empresas para ganhar a adesão de novos associados e alavancar suas vendas. Para Thompson, os curadores dentro desse processo são considerados “ativadores de reconhecimento” por serem a “peça-chave” de sucesso do negócio.

2. CURADORES LITERÁRIOS COMO “ATIVADORES DE RECONHECIMENTO”

A formação de clubes de leitores por assinatura tem como pressuposto o compartilhamento do gosto pela leitura, do livro como objeto de consumo, apreciação e leitura. Pessoas que se associam aos clubes possuem interesses refletidos por meio de um fator determinante no momento da adesão: o livro. Dentre outras possibilidades há também interesses diversos envolvidos, como debater a obra, discutir problemas em torno do tema da obra literária, expor posicionamentos em relação à narrativa literária e até mesmo estabelecer uma rede de troca de livros e ideias.

Em toda e qualquer arena de discussão, sempre há um mediador que conduz ou ao menos inicia a conversa para que surjam os interesses de um debate coletivo entre leitores acerca de um livro. Antes dessa mediação acontecer, há o papel de quem indica ou sugere a obra, a quem chamarei de curador literário. Essa figura, que atua como curadora dentro de um clube de leitores, ganha espaço à medida que sua aceitabilidade é da mesma força e proporção que se deve à sua credibilidade. São eles(as) quem estimulam o mercado editorial com suas indicações de leitura, movimentando uma rede de seguidores que geram compartilhamentos de comum interesse e querem descortinar a obra sugerida. Para Thompson esses indicadores de obra configuram-se como “ativadores de

reconhecimento”. Nesta pesquisa, entende-se que os curadores exercem essa função de ativadores de reconhecimento.

Thompson, em seus estudos sobre o mercado editorial inglês (EUA e Reino Unido), apresenta os “ativadores de reconhecimento” como provocadores instantâneos de um sucesso editorial de obras lançadas no mercado. Thompson define essa expressão para se

[...] referir àqueles indutores de vendas que possuem três características. Primeiro, eles são ativadores baseados em uma forma de reconhecimento que confere *visibilidade credenciada* à obra. Graças a esse reconhecimento, a obra é agora considerada tanto *visível* – selecionada de um mar de títulos concorrentes e levada à percepção dos consumidores – quanto *digna de ser lida*, isto é, digna não apenas do dinheiro gasto pelo consumidor ao comprá-la, mas – igualmente importante – digna do tempo que eles gastarão lendo-a. Visível e meritória: uma forma de reconhecimento que mata dois coelhos com uma só cajadada.

A segunda característica é que o reconhecimento é concedido por pessoas ou organizações outras que não os agentes e organizações diretamente envolvidos na criação, produção e venda da obra. [...]

[...]

A terceira característica é que, exatamente porque o reconhecimento é concedido por indivíduos e organizações independentes e vistas como tal, conclui-se que as próprias editoras têm capacidade apenas limitada de influenciar nas decisões que resultam na outorga do reconhecimento e, portanto, uma capacidade limitada de controlar os efeitos de tais decisões [...]²³

Dos três tipos de “ativadores” elencados nos estudos de Thompson, ele destaca aqueles que causam um efeito imediato nas indicações. São os principais “ativadores de reconhecimento”: 1 - premiações literárias; 2 - adaptações de obras para o cinema; 3 - programas de TVs como *talk shows*.

Os curadores são também responsáveis pelo surgimento de clubes do livro em que eles também norteiam e mediam o debate sobre a obra indicada. De acordo com Thompson, esses clubes costumam ser fechados, não são muito receptivos a outras indicações e se restringem à discussão de obras sugeridas, exclusivamente, pelo curador do clube.

Para Thompson, não existe uma fórmula ou receita para o sucesso que faça determinado livro alcançar vendas e entrar na lista de *best sellers*. Segundo Thompson, o que acontece é um processo de construção que gira em torno do curador no qual a obra “pega carona” e que faz com que ela e até seu autor sejam reconhecidos.

23. THOMPSON. *Mercadores de cultura: o mercado editorial no século XXI*, p. 300-301, grifos do autor.

3. AS CURADORIAS EDITORIAIS LITERÁRIAS: MERCADO EDITORIAL *VERSUS* CICLOS DE LEITURAS PÚBLICAS

Müller considera que a área que mais se apropriou da pluralidade de sentido da curadoria foi o mercado editorial, que criou “curadores de coleções, curadores de antologias, e, principalmente, curadores de eventos e feiras literárias”.²⁴ O livro adquiriu valor simbólico ao integrar coleções particulares, um objeto de consumo. O leitor no mercado de livros não é mais visto como aquele que apenas lê e tem a leitura como uma atividade de lazer, mas passa a ser considerado um consumidor potencial do objeto livro. A partir dessa configuração do perfil de leitor, que compra obras com acabamentos especiais, os marqueteiros editoriais atuam de forma incisiva para capturá-los, investindo em marketing.

Na contramão dos investimentos de marketing editorial, existem os ciclos de leituras públicas e as resenhas críticas por críticos literários renomados. Esses ciclos, constituídos como espaços de performance do alcance do livro no seu compartilhamento talvez até desinteressado de pleno capital (lucro) e mais voltado para o reconhecimento da obra em si e do autor, tornam-se cada vez mais comuns e também alvos de autores pouco conhecidos, independentes ou de primeira viagem.

As curadorias literárias exercem um papel fundamental na escolha de obras, uma vez que são partes responsáveis pelo

sucesso ou fracasso da obra. O curador é quem conquista o público da empresa curadora e este mesmo público é quem vai garantir o sucesso da obra. Os ciclos de leituras públicas são uma espécie de resenha ao vivo da obra escolhida: há um debate entre autor, mediador e crítico, com a participação e presença do público-leitor. Considerado um mecanismo de fomento das vendas de obras à margem do mercado editorial, pela via dos chamados terceiros setores, os ciclos de leituras públicas são formados por associações ou entidades sem fins lucrativos de escritores e leitores com o objetivo de promover obra e autor, momentos oportunos para debates e saraus e, claro, de vendas ou até mesmo distribuição de livros.

Da mesma forma que outros mercados de curadorias, a curadoria literária é recente, mas estabeleceu-se como palco de “espetacularização dos eventos de massa voltados para consumidores de livros, especialmente no final do século XX, embora as feiras literárias remontem há mais de cinco séculos”.²⁵ Assim acontece nos festivais e feiras do livro espalhados por todo o país: as salas de debates com autores ficam lotadas com leitores que buscam conhecer e aproximar-se do autor, tendo ali a janela de oportunidade de discutir a obra com o autor e com a mediação de curadores.

Na perspectiva de uma curadoria voltada para a ideia de escolhas, Müller expõe que a proposta curatorial é expandir os sentidos em torno da obra, por meio das “escolhas estéticas”,

24. MÜLLER. *Obrist e a curadoria artística: Caminhos para uma curadoria editorial*, p. 4.

25. MÜLLER. *Obrist e a Curadoria Artística: Caminhos para uma Curadoria Editorial*, p. 4.

“em consequência os mais diversos campos se aproveitam para emprestar-se da terminologia nos contextos mais variados, como se o papel do curador pudesse ser reduzido à questão de ‘fazer escolhas estéticas’”.²⁶ Müller considera que há o caráter duplo da curadoria literária, de “fortalecer nomes de autores estabelecidos e revelar novos talentos”²⁷; o que se percebe é a predominância da função de legitimar o primeiro sobre o segundo, uma vez que as incertezas pautadas no sucesso de um livro giram em torno da receptividade do público que compartilha das mesmas referências. Muito embora exista essa dependência, o papel do curador é alavancar a obra conjuntamente com a imagem do autor, de forma a possibilitar garantias de que o público cativo irá apreciar a escolha feita por ele. Assim se pauta a curadoria da TAG Experiências Literárias.

4. O LUGAR DA CRÍTICA LITERÁRIA E DO CURADOR

Refletir sobre o caso da TAG Experiências Literárias no mercado editorial, dentro do modelo de atuação de uma curadoria, requer uma tentativa de situar seu papel dentro das relações a serem estabelecidas com o leitor e demais agentes do campo. A proposta curatorial da TAG é proporcionar aos seus leitores do clube de assinatura uma experiência, no sentido estético, como um convite para vivenciar o mundo dos sentidos que lhe são expostos.

Segundo Osorio, “a prática curatorial”²⁸ deve ser considerada como parte da atividade crítica, sem se ater às questões já institucionalizadas no campo. Para o autor, o papel da crítica é uma constante atividade na construção de posicionamentos frente ao objeto, fazendo ajuizamentos “quando a desorientação aumenta e a diversidade é a norma”²⁹, em meio ao emaranhado de opções de títulos ao dispor do leitor. O critério de escolha do que ler, quando é lançado para o leitor, torna-se um conflito, e com isso perde-se a percepção do estilo quando a decisão de optar por uma obra em detrimento de outra lhe é jogada sobre o seu colo. Isso remete ao pressuposto de que esse leitor “desorientado” necessita de indicativos para que faça a escolha que melhor ofereça a ele a liberdade de agir conforme suas experiências de leituras. Segundo argumenta Osorio, “seja através do texto, seja das decisões curatoriais que definem quais obras apresentar e como expô-las, a crítica lida sempre com as possibilidades de chamar o público para o interior de campos de sentido constituídos”.³⁰

O divisor de papéis entre o crítico e o curador está no limiar das opções que são entregues ao indivíduo que desfrutará (pela recepção) das indicações expostas. De um lado, pela análise crítica com o olhar racional sobre a obra e o do outro, o curador que constrói um conjunto de referências que possuem sentidos compartilhados da subjetividade, que estão ligadas às mesmas percepções e gostos identificados pelo leitor, evidenciando as

26. MÜLLER. *Obrist e a Curadoria Artística: Caminhos para uma Curadoria Editorial*, p. 2.

27. MÜLLER. *Obrist e a Curadoria Artística: Caminhos para uma Curadoria Editorial*, p. 9.

28. OSORIO. *Desafios da crítica na era dos museus: curadoria como exercício relacional*, p. 129.

29. OSORIO. *Desafios da crítica na era dos museus: curadoria como exercício relacional*, p. 130.

30. OSORIO. *Desafios da crítica na era dos museus: curadoria como exercício relacional*, p. 131.

diferenças ocultas. Sendo assim, o papel do curador está diretamente ligado às escolhas que ele faz pelo outro, para suscitar nele o mesmo sentido apreendido por si, dentro de uma linha de concepções que perfazem todo o conjunto de interesses em diálogo no campo. Hantelmann demonstra que cabe à curadoria criar sentidos nas escolhas que são feitas:

[...] toda curadoria é baseada em escolhas que buscam alguma coerência – produzir, enquanto exposição, mais do que a soma das partes. Esta é a diferença entre uma mera escolha de obras e uma curadoria, que também aponta para algo a ser demandado de cada indivíduo em uma sociedade de consumo: não apenas escolher, mas saber como unir estas escolhas na produção de sentido, seja este um estilo ou uma personalidade coerente.³¹

Diante da dificuldade que se coloca, o leitor que busca na curadoria referências que possam moldar ou construir um olhar sobre a obra literária, o leitor se depara com o ato de ter que fazer escolhas a partir de leituras prévias feitas pelos curadores sobre a obra. No entanto, o julgamento que se faz sobre determinadas obras ocorre quando o indivíduo necessita de ponderações de que vale a pena ou não arriscar-se na leitura, como bem expôs Osorio sobre o papel da crítica: “A necessidade de julgar faz-se presente justamente porque não temos mais nenhuma certeza *a priori* sobre como uma obra

cria sentido. Julgamos as obras, não para reconhecer aquilo que se sabe a respeito da arte”.³²

A atuação do crítico e a do curador não caminham em separado: uma é complementar à outra e podem exercer suas interferências sobre o mesmo objeto. Dessa forma, Osorio considera que a crítica é a porta de entrada para a curadoria dentro do campo, assim pode-se pensar que o curador exerce em algum momento a função crítica: “Um dos desdobramentos da crítica, como já sublinhado desde o começo, é a atividade curatorial [...]”.³³

Com isso, o autor resume que a função curatorial deve ser

[...] menos normativa e mais relacional e especulativa, que seja menos uma escrita *sobre a obra*, e mais um exercício arriscado, exploratório, tateante, argumentativo e, por que não poético, participando do processo aberto de criação de sentido, sendo assim uma escrita *com as obras e através delas*. O debate sobre a dimensão criativa, por que não, poética, das curadorias não deve ser reduzido ao ofuscamento das obras ou à substituição de papéis.³⁴

O fato de serem funções voltadas para o público a serviço da arte-literária, da promoção do livro como objeto de apreciação e fruição faz com que o papel do crítico e do curador se confundam. Ao convidar o leitor a adentrar a obra e nela

32. OSORIO. *Desafios da crítica na era dos museus: curadoria como exercício relacional*, p. 131.

33. OSORIO. *Desafios da crítica na era dos museus: curadoria como exercício relacional*, p. 133.

34. OSORIO. *Desafios da crítica na era dos museus: curadoria como exercício relacional*, p. 133, grifos do autor.

31. Hantelmann citada por OSORIO. *Desafios da crítica na era dos museus: curadoria como exercício relacional*, p. 131.

mergulhar como se fizessem o mesmo, já se constitui um julgamento de sentido estabelecido “de já trazer embutidos uma escolha e um chamado”.³⁵

Da parte do público ou leitor cabe fazer a discriminação das escolhas por meio de considerações ou ponderações e impressões que foram construídas ao longo das percepções em volta das ideias produzidas pelas curadorias e suas articulações colocadas em questão. Contudo, o papel de construir sentidos em torno das obras escolhidas é o desafio curatorial “nos modos de recepção”, ao convidar o público a explorar as significações proporcionadas pela literatura por meio da experiência de compartilhamentos. Segundo Osorio, deve-se “encontrar modos inteligentes e sensíveis de dar sentido às obras através de curadorias originais é um gesto simultâneo de ajuizamento e criação, exigindo um exercício crítico que ocupe simultaneamente vários espaços”³⁶. O que provoca o leitor não será apenas a apropriação do livro, mas o modo como isso acontece.

O ato poético não é do artista diante do espectador, mas se constitui a partir do modo pelo qual a proposição-obra afeta e mobiliza o espectador. Isso pode se dar independentemente de onde e quando a posição ecoar no receptor, ou seja, a impressão causada por uma obra, o modo como uma proposição se inscreve na sua subjetividade, pode ficar latente e ser despertado por situações cotidianas imprevisíveis.³⁷

5. A CURADORIA EDITORIAL LITERÁRIA DA TAG EXPERIÊNCIAS LITERÁRIAS

A TAG Experiências Literárias é uma empresa que funciona como um clube de assinatura de livros, cuja ideia surgiu em meados de 2013, fundada por três estudantes de administração que tinham uma paixão em comum: o livro. Aliando o interesse pessoal ao mundo dos negócios, optaram por trilhar o caminho do empreendedorismo. Em meio à alta dos clubes de assinaturas de diversos produtos, pensaram em fazer o mesmo com o livro.

As informações institucionais e o funcionamento da TAG Experiências Literárias foram obtidas por meio de entrevista com questionário semi-estruturado de perguntas abertas que foi concedida pelo sócio-fundador. A empresa é constituída atualmente de cinco sócios e 50 funcionários, distribuídos em pequenos setores como: produção, marketing, recursos humanos, financeiro, produto, design, tecnologia de informação e gestão de clientes. Dentro dessa estrutura, a TAG cria os chamados *kits* para os associados, que entram no clube como assinantes, pagando uma taxa mensal fixa. A cada mês o associado do clube recebe um *kit*, contendo: o livro indicado pela curadoria do mês, uma revista sobre a obra, o autor e o curador, mimos literários (objetos) e marcador de livro. O *kit* é embalado em uma caixa personalizada com arte gráfica e

35. OSORIO. *Desafios da crítica na era dos museus: curadoria como exercício relacional*, p. 134.

36. OSORIO. *Desafios da crítica na era dos museus: curadoria como exercício relacional*, p. 140.

37. OSORIO. *Desafios da crítica na era dos museus: curadoria como exercício relacional*, p. 137.

enviado através dos Correios (da mesma forma como ocorreu com o Círculo do Livro na década de 1970).

Os *kits* da TAG e a revista são criados pela equipe de produto. A revista possui design e arte com editorial direcionado para a obra, o curador e o autor, com textos simples contendo entrevistas, relatos de assinantes com espaço para o leitor e ao final dela uma breve descrição sinóptica da próxima indicação e de seu curador. Na contracapa há o anúncio de venda avulsa dos *kits* de meses anteriores, caso o novo associado tenha interesse em adquirir edições passadas. A assinatura é simples, sem vínculo contratual com o leitor, operando nos mesmos moldes das distribuidoras e varejistas virtuais como Submarino, Livraria Cultura, Saraiva e outras, porém oferecendo um serviço com conteúdo voltado apenas para as edições comercializadas pela TAG.

Em relação às obras indicadas pelos curadores, a TAG informou, em entrevista para esta pesquisa, que ela as adquire diretamente das editoras por meio de uma parceria e, dependendo da obra, a TAG faz edições próprias, que são especiais, de luxo, com capa dura. As parcerias estabelecidas com as editoras incluem negociações de desconto e prazos de pagamento, além das tiragens necessárias. Thompson (2013)³⁸ afirma que somente as grandes empresas editoriais conseguem responder rapidamente às demandas de curto prazo, pois possuem uma relação de crédito no cumprimento do

retorno financeiro como garantia para as gráficas e distribuidoras. Para atender às grandes quantidades exigidas pela TAG, presumivelmente, as editoras pequenas ou independentes não dariam conta de produzir o número de exemplares da obra indicada pela curadoria. Outro ponto que se percebe é que os livros na lista dos indicados da curadoria são pertencentes às *backlists*, tais como *O Vermelho e o Negro*, de Stendhal, *O Seminarista*, de Rubem Fonseca, *O Casamento*, de Nelson Rodrigues, *A Balada de Adam Henry*, de Ian McEwan – este último, por exemplo, é da editora Companhia das Letras, considerada uma das grandes empresas no mercado editorial.

Quanto aos curadores mensais, a TAG faz as escolhas das pessoas que ela julga serem referências no cenário cultural. O critério de escolha para definição de quais serão os curadores é baseado em referências como escritores, intelectuais e críticos de renome nacional e internacional. Definem para os quatro próximos meses os futuros curadores e seguem dessa forma ao longo do ano, para despertar interesse dos associados e angariar novas adesões, além de planejar a produção e as entregas dos *kits*. O perfil dos curadores é bastante diverso, entre nomes nacionais e internacionais, alguns são amplamente conhecidos nos meios de comunicação de massa como a televisão e internet. É o caso do humorista Hélio de La Peña, curador do mês de novembro de 2016, e Gregorio Duvivier, de setembro de 2015. Do meio intelectual, artístico, literário e jornalístico, cito

38. THOMPSON. *Mercadores de cultura: o mercado editorial no século XXI*, p. 287.

alguns curadores escolhidos: Frei Beto (novembro de 2014), Maria Rita Kehl (setembro de 2016), Patch Adams (janeiro de 2017), Mario Vargas Llosa (maio de 2017), Marina Colasanti (março de 2017) e Martha Medeiros (fevereiro de 2017). A TAG contata os curadores através de e-mail ou pessoalmente, a responsável pelos contatos é a equipe e em algumas situações contam com ajuda de parceiros. Na entrevista não fizeram menção ou referência a agentes literários ou alguém influente do meio como lhes foi perguntado.

Foi observada nas redes sociais vinculadas à TAG uma relação muito forte de interação com os associados. A TAG utiliza esses canais como um dos principais meios de comunicação, além do seu *site*³⁹, para anunciar o nome do próximo curador mensal. Ao sair o anúncio, os associados já manifestam posicionamentos como críticas ou elogios quanto à escolha do próximo curador e aproveitam a oportunidade para indicarem outros nomes. Foi observado que todos os comentários e sugestões dos associados são anotados pela empresa como forma de avaliar o interesse dos assinantes, o que configura uma interação entre os associados e a empresa para traçar os perfis dos futuros curadores e também o intuito de manter a associação contínua, sem interrupções, na assinatura mensal.

A TAG mantém uma página exclusiva apenas para os associados, ideia dos tradicionais clubes do livro ou de leitores.

O clube não é movimentado pelo mediador representante da TAG, que utiliza o codinome Machado de Assis. O mediador não alavanca as discussões em torno das obras do mês; quem faz isso muitas vezes são os(as) próprios(as) associados(as). O mediador apenas cria várias páginas no Facebook que são restritas e mensais para cada obra indicada. Essa página tem o intuito de que haja entre os assinantes do clube que leram o livro do mês uma discussão da obra. Na verdade, ele faz o papel de administrador das páginas de fã. É permitido publicar *spoilers* com a condição de que o post anuncie que o texto inclui informações sobre o final ou revelações sobre o enredo. O “mediador” faz esclarecimentos sobre projetos promocionais que envolvam os associados, como, por exemplo, em setembro de 2016 foi a antecipação do mês das crianças, e a obra indicada pela curadora aborda uma narrativa pela perspectiva de uma criança de dez anos de idade com uma obra ficcional que discute a questão familiar. O projeto conta com a ajuda dos associados ao doarem livros que formarão o acervo bibliográfico de várias instituições que necessitam de espaço para leitura para crianças carentes, o projeto intitulado “Um Pé de Biblioteca” que teve bastante adesão dos associados.

O clube de assinatura é constituído em sua maioria de clientes do sexo feminino, cerca de 70%, com idade média em torno dos 34 anos. A TAG busca alcançar todo tipo de

39. Disponível em: <www.taglivros.com.br>.

público leitor. As discussões do clube acontecem por meio das redes sociais, e a TAG possui ainda um canal no YouTube com vídeos de resenhas das obras indicadas e sobre a do mês seguinte. Esses vídeos são feitos pelos associados, que respeitam a proposta do clube de não fazer menção ao nome da obra e autor do próximo *kit*. A proposta do clube é fazer do *kit* literário uma caixa de surpresas para o leitor. A curadoria indica a obra, mas o assinante sabe qual é a obra no momento em que recebe seu *kit* em casa, diferentemente das propostas das outras duas novas curadorias, como a curadora Garimpo Clube do Livro e a Antologia Postal, que antecipam os nomes das obras que seus assinantes receberão.

Quanto ao perfil editorial, a TAG se considera um livreiro dentro do mercado varejista, mesmo que esporadicamente trabalhe com produções de reedições em algumas indicações. Não se considera editora, pois, segundo ela, “o papel de editor exige um esforço muito grande e, como esse não é nosso negócio central, [...] preferimos focar na experiência literária”.⁴⁰

A perspectiva da curadoria literária proposta pela TAG é permanecer focada em obras e autores já inseridos no mercado editorial. A empresa não descarta a possibilidade futura de apostar na ideia de indicações de obras de lançamento ou obra de autor anônimo (desconhecido no mercado) que esteja publicando pela primeira vez, mas não sabe como será

essa indicação curatorial ou se virá de fato a acontecer, pois depende muito da escolha do curador. Por ser uma das especialistas no segmento de curadoria literária para adultos, acredita que as novas ações desenvolvidas dentro desse modelo curatorial podem tornar impossível a sua replicação por empresas concorrentes. De acordo com a sua visão “de uma nova maneira de consumir literatura”⁴¹, ela possui a expectativa de tornar a noção de clube cada vez mais forte com projetos em andamento para esse propósito.

Para compreender a relação curatorial e o propósito da empresa dentro desse modelo, pode-se notar que o nome TAG, em inglês, significa etiqueta ou rótulo utilizado para marcar objeto ou mercadoria. No vocabulário digital, TAG é a ideia de organizar palavras-chave relevantes ou com significados similares, escolhidas de forma pessoal pelo autor ou criador do item de conteúdo. A empresa possui como lema “Experiências Literárias”, aliando a estratégia do nome TAG com o lema, o que significaria ser uma espécie de marcador de livro para leitores, proporcionando novas experiências de leitura literária. A concepção estratégica do nome dialoga com a ideia curatorial quando se pensa que o papel do curador é proporcionar a experiência estética literária por meio das indicações organizadas por ele dentro de um conjunto de referências que marcam o cenário cultural.

40. VALDEZ. *Entrevista: sócio fundador da TAG*.

41. VALDEZ. *Entrevista: sócio fundador da TAG*.

6. CONCLUSÃO

Pensar nos caminhos da curadoria editorial literária por meio de seus agentes e curadores é descortinar uma vereda singular no mercado editorial no século XXI. As barreiras na formação de leitores esbarram também nas dificuldades do mercado editorial, que depende e sobrevive desse público: é um efeito dominó. Todavia, as curadorias foram perspicazes ao fazer uma ação direcionada, criando dentro do mercado editorial um nicho capaz de assegurar leitores cativos por meio de associação a um clube.

O alcance de vendas dos clubes de assinaturas é significativo e apresenta-se à frente dos demais mecanismos tradicionais no mercado livreiro. Cabe considerar que sua atuação de início foi tímida, mas se tornou bastante evidente devido aos avanços tecnológicos e de comunicação de massa, ampliando sua divulgação e formas de alcançar o público para além das fronteiras territoriais.

O caso da TAG Experiências literárias mostra o perfil do atual público adulto, que abre mão do posicionamento crítico baseado na própria experiência estética de escolher um livro e opta por ler obras indicadas, dando crédito aos curadores. Ao se tornarem agentes passivos no processo de aquisição de uma obra, cria-se um perfil direcionado de público e garantia de produção e edição de obras sem acarretar risco de perdas ou sobras de estoque; para ambos os lados, editora parceira

e a TAG, o déficit de vendas constitui uma margem pequena de erro.

A crítica contundente à atuação da TAG concerne à formação do espaço de discussão do clube dos associados, que deveria ser um espaço de debate com a participação do(a) curador(a) do mês sobre a obra indicada e a mediação da TAG. O “mediador” atua mais como administrador das páginas de fã, adicionando os associados do mês a cada página social e criando o *post* fixo com as regras. A TAG busca deixar abertas as páginas de discussão de dois últimos livros por vez, o que significa que ela mesma limita a criação de clubes de discussão acerca da obra e detém o controle do grupo, mas não modera as postagens que não tratam da obra em questão. Alguns grupos de associados locais buscam reunir-se fora do espaço virtual no intuito de fortalecer a noção de clube do livro, ideia defendida pela empresa. Uma ideia oriunda desta pesquisa é que a TAG poderia abrir um espaço virtual onde os associados pudessem discutir a obra entre eles com a participação do(a) curador(a) em rodadas regionais; uma vez que o grupo é fechado, é possível criar essa agenda.

Em termos de números, a associação com 18 mil associados no clube representa uma distribuição mensal alta no mercado editorial. A vitrine de uma obra para a TAG são os próprios curadores: os nomes indicados representam um peso maior em relação ao interesse da obra em si. Isso configura

a estratégia de que por trás da curadoria existe uma crítica formalizada da obra sugerida. Outro elemento evidente foi a opção por obras que constituem as *backlists*, ou seja, obras que possuem tendência ascendente de vendas e venceram o tempo e a crítica, além de possuir permanência nas listas de leituras e procura para compra.

Na história editorial do Brasil, o modelo curatorial surgido ainda na década de 1940 com o Clube do Livro mostrou que a venda de livros por assinatura já era promissora mesmo utilizando uma lista de livros selecionados pelo livreiro-editor compondo um catálogo enviado aos seus associados. O estudo apontou vários indicativos de formatos diferentes de curadoria no Brasil, a curadoria através de ciclos de leituras públicas, a curadoria mercantil por assinaturas, a curadoria digital por canais virtuais como YouTube e Instagram. Por essa perspectiva, novas alternativas podem surgir e expandir a concepção de curadoria, como uma Radiobook utilizando aplicativos como Whatsapp ou *Talk shows* literários. À exceção desses tipos de curadorias baseadas nas *backlists* estão os *best sellers* e os casos de obras indicadas em ciclos de leituras públicas ou ações do terceiro setor que privilegiam autores novatos, anônimos ou pouco conhecidos comercialmente como edições independentes.

Como Osorio destacou o sentido estético que a obra adquire do leitor ocorre por meio de percepções compartilhadas da

forma que ela chega ao leitor, criando um conjunto de sensações permeadas de outras leituras, mediações são construídas no momento em que ela é sugerida. Assim, acredita-se que a obra ganha seu espaço ao expandir-se para um público maior e adentra as formas imprevisíveis de sucesso.

O estudo das curadorias literárias mostrou que a atual conjuntura do mercado editorial brasileiro traz um caminho novo e incipiente que se encontra em consolidação. São poucas empresas atuantes no ramo, embora a concepção já existisse há décadas, como forma de angariar público-leitor para obras que buscam reconhecimento.

Estima-se que o percurso da curadoria editorial seja bastante iminente com o próximo passo das grandes editoras para poderem alavancar seus estoques de livros por meio de ações de marketing que possam até mesmo causar a reviravolta para os livros que tiveram vendas abaixo de 10% de suas tiragens impressas. Trata-se de caminho potencial se as editoras apostarem num perfil curatorial voltado para as suas próprias edições, o que significaria criar valor simbólico para a sua marca editorial e migrar o modelo de negócio baseado em distribuidoras comerciais de revenda para autodistribuição.

REFERÊNCIAS

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 5.ed. Curitiba: Positivo, 2010.

HALLEWELL, Laurence. **O Livro no Brasil: sua história**. 2. ed. rev. ampl. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (Unesp), 2005.

MILTON, John. **O Clube do Livro e a Tradução**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

MÜLLER, Leandro. Obrist e a Curadoria Artística: Caminhos para uma Curadoria Editorial. In: **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)**, Rio de Janeiro, RJ. 4 a 7 set. 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0632-1.pdf>> Acesso em: 28 nov. 2016.

OBRIST, Hans Ulrich. **Caminhos da Curadoria**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2014.

OSORIO, Luiz Camillo. Desafios da crítica na era dos museus: curadoria como exercício relacional. In: FREITAS, Verlaïne; DUARTE, Rodrigo; CECCHINATO, Giorgia; SILVA, Cíntia V. (Orgs) **Gosto, interpretação & crítica**. Belo Horizonte: Relicário, 2014. p. 129-140.

TAG Experiências Literárias [site]. Disponível em <www.taglivros.com.br>. Acesso em: jul. 2016 a out. 2017.

THOMPSON, John B. **Mercadores de cultura: o mercado editorial no século XXI**. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

VALDEZ, Pablo Soares. **Entrevista**: sócio fundador da TAG [por e-mail]. Entrevista recebida por <poetaisa@gmail.com> em [ago. e set. 2016]. Entrevistadora: Isa Maria Marques de Oliveira.

Submetido: 25 ago. 2017.

Aprovado: 6 fev. 2018.