

## MEMÓRIA, RITUAL E CONSUMO NO CLUBE DE LIVROS TAG EXPERIÊNCIAS LITERÁRIAS

*Memory, ritual and consumption in the TAG Experiências Literárias book club*

*Memoria, ritual y consumo en el club de libros TAG Experiências Literárias*

*Débora Regina Bacega*

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas do Consumo da ESPM/SP e Bolsista CAPES-PROSUP  
*deborabacega@gmail.com*

*Mônica Rebecca Ferrari Nunes*

Docente e Pesquisadora do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas do Consumo da ESPM/SP  
*monicarfnunes@espm.br*

### Resumo

Este artigo apresenta as práticas editoriais do clube de livros TAG Experiências Literárias compreendidas como fenômenos da memória da cultura e do consumo. Busca-se entender como a TAG articula rituais como práticas. O referencial teórico inclui a teoria da semiótica da cultura da Escola de Tártu-Moscou e a teoria cultural do consumo de Mary Douglas e Baron Isherwood. Apresenta-se reflexões sobre memória de Paul Ricoeur, Pierre Nora; Baruch Espinosa e Mônica Nunes. Adota-se a pesquisa qualitativa com base em pesquisas bibliográficas e documentais, além de observações empíricas. Espera-se demonstrar como as práticas da TAG contribuem para a permanência do clube na memória da cultura e no mercado editorial.

**Palavras-chave:** Memória e consumo. Práticas editoriais. TAG Experiências Literárias.

### Abstract

This article presents the publishing practices of the TAG Experiências Literárias book club perceived as phenomena of culture memory and consumption. The aim is to understand how TAG articulates rituals as practices. The theoretical reference includes the Tartu-Moscow School's semiotics of culture theory and the cultural factor to theories of consumption by Mary Douglas and Baron Isherwood. It also presents reflections about memory posed by Paul Ricoeur, Pierre Nora; Baruch Espinosa and Mônica Nunes. The qualitative research is selected based on bibliographic and documentary references as well as on some empirical observations. The objective is to demonstrate how the practices of the TAG book club contribute to its permanence in the memory of culture and in the publishing market.

**Key words:** Memory and consumption. Publishing practices. TAG Experiências Literárias.

### Resumen

Este artículo presenta las prácticas editoriales empleadas por el club de libros llamado TAG Experiências Literárias. Esas prácticas son observadas como fenómenos de la memoria de la

cultura y del consumo. El objetivo es entender como el club TAG articula rituales como prácticas. Los marcos teóricos comprenden la teoría de la semiótica de la cultura en la Escuela de Tartu-Moscú y la teoría cultural del consumo de Mary Douglas y Baron Isherwood. También se presentan las reflexiones de Paul Ricoeur, Pierre Nora; Baruch Espinosa y Mônica Nunes acerca de la memoria. La investigación cualitativa se adopta en base bibliográfica y documental, así como observaciones empíricas. Finalmente, se propone demostrar como esas prácticas pueden contribuir para la permanencia del club de libros TAG en la memoria de la cultura y en el mercado editorial.

**Palabras clave:** Memoria y consumo. Prácticas editoriales. TAG Experiências Literárias.

## 1 INTRODUÇÃO<sup>1</sup>

Por que alguém delega a outrem o prazer de escolher um livro? Por que alguém declina desse prazer em nome de uma curadoria? Por que visualizamos, desde 2014, no mercado editorial brasileiro a ascensão dos clubes de assinatura de livros?<sup>2</sup> Esses três porquês balizam a nossa pesquisa sobre a nova geração de clubes de assinatura de livros e suas práticas editoriais recentes que apontam para outras formas de experiências comunicacionais, mas que se valem da tessitura da memória da cultura graças a similaridades com os clubes de livros antecessores, especialmente, o Clube do Livro (1943) e o Círculo do Livro (1973).

Entre estes novos clubes, a TAG Experiências Literárias<sup>3</sup> se tornou nosso objeto empírico em razão de alguns pontos que nos instigam: a presença de um curador que escolhe as obras dos kits literários; o nome do livro ser uma surpresa – contrariamente a outros clubes de livros; a lembrança do Círculo do Livro como inspiração de seus criadores; mimos, brindes temáticos e caixinhas de papelão que prometem literatura, amor e experiências literárias.

O encadeamento e a recorrência de determinadas práticas em um clube de livros no qual se compartilha não só leituras, mas também os significados simbólicos e afetivos dessas experiências são aqui compreendidos como rituais. Neste artigo, nosso objetivo é analisar justamente como a TAG articula esses rituais como práticas editoriais. Para sustentar nossa análise, observamos os kits literários da TAG, considerando as seguintes etapas: de agosto de 2014 a dezembro de 2016, denominando-a, neste artigo, como fase 1; de janeiro de 2017 a dezembro de 2018, denominando-a como fase 2.

No que diz respeito às reflexões sobre os rituais em um clube de livros enquanto fenômeno das culturas do consumo, adotamos, como referencial teórico, a teoria cultural do consumo (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006) e a semiótica da cultura, fundamentada pelos estudiosos da Escola de Tártu-Moscú (LOTMAN, 1996). Também apresentamos autores que

embasam as nossas análises sobre memória e seus desdobramentos na cultura e nos afetos (RICOEUR, 2007; NORA, 1993; ESPINOSA, 1979; NUNES, 2001).

Além da pesquisa bibliográfica, utilizamo-nos também da pesquisa documental por meio do levantamento dos kits literários da TAG em seu site<sup>4</sup>, de reportagens sobre o clube<sup>5</sup>, assim como, de observações empíricas de objetos físicos e de materiais impressos enviados na caixa de papelão do clube a seus associados<sup>6</sup>.

Nas seções a seguir, o artigo apresenta o clube TAG Experiências Literárias e seus antecessores, descreve e analisa os rituais deste clube como práticas editoriais.

## **2 O CLUBE TAG EXPERIÊNCIAS LITERÁRIAS E SEUS ANTECESSORES NA MEMÓRIA DA CULTURA**

O clube de livros TAG Experiências Literárias foi oficialmente lançado no mercado em meados de 2014. Em sua história, seus sócios-fundadores contam que a startup foi concebida dentro da biblioteca que Tomás Susin, Arthur Dambros e Gustavo Lemberg frequentavam na condição de jovens universitários do curso de administração da UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul). Notamos que, apesar de se configurarem como recentes e inovadores, a TAG e outros clubes de assinatura de livros não são inéditos. As práticas dos clubes de leitura datam do século XVIII e estão relacionadas à história da cultura escrita e à história de livros e leitores. Já os clubes de livros surgem da associação de leitores que fazem sua adesão por meio do pagamento de uma taxa ou mensalidade. Em contrapartida, esses leitores podem receber, como observamos no Clube do Livro, no Círculo do Livro e na TAG, o exemplar de um livro impresso.

Com base na observação pontual empírica de exemplares das edições impressas de obras literárias<sup>7</sup> editadas pelo Clube do Livro e Círculo do Livro e da consulta a Hallewell (1982), percebemos que ambos apresentavam competências comunicativas e de consumo em suas propostas. Cobravam uma taxa de inscrição dos associados e divulgavam notas explicativas, prefácios, contextualização de autores e obras, além de cupons promocionais. O Clube do Livro organizava concursos literários, enviava livros-brinde e anunciava nas últimas páginas do livro o título a ser lançado no próximo mês. Já o Círculo tinha uma revista quinzenal para os sócios escolherem dois livros da seleção de 12 títulos, livros recomendados e todos os seus exemplares eram impressos em capa dura e com projeto gráfico específico.

Enquanto o Clube do Livro foi criado pelo editor Mário Graciotti, o Círculo do Livro surgiu da parceria entre duas editoras com presença na mídia, a editora Abril e a editora alemã

Bertelsmann. Já a TAG nasceu como uma startup inserida na cultura empreendedora inerente ao novo espírito do capitalismo, que compreende as transformações históricas do sistema capitalista nos últimos trinta anos (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009), no qual a inovação por meio de alavancas tecnológicas, a disrupção criativa<sup>8</sup>, o discurso de gestão empresarial e as crises incentivam novos negócios em contínuas reinvenções como uma forma de cooptação das crises e críticas como engajamento em prol do bem comum em comunhão com o que apontam os pesquisadores Boltanski e Chiapello (2009). Para nós, a ideia de bem comum está relacionada à preservação do livro em resposta às possíveis ideias correntes que anunciam seu desaparecimento na história da cultura escrita.

É sabido que o mercado editorial brasileiro vem enfrentando desafios econômicos nos últimos anos, o que, de certa forma, tem estimulado a contínua criação de canais de distribuição alternativos. Nesse sentido, os novos clubes de assinatura de livros, incluindo a TAG, se configuram como mais um canal alternativo para escoar a produção editorial, a exemplo de seus antecessores Clube do Livro e Círculo do Livro<sup>9</sup>. Momentos diferentes, porém, objetivos similares: comercializar livros.

As competências comunicativas adotadas pela TAG vêm se configurando exitosas ao proporcionar ao clube o sucesso midiático e a sustentabilidade financeira previstas na cultura empreendedora. Constatamos, no entanto, que as práticas comunicacionais e de consumo da TAG estabelecem relações diretas com os seus antecessores quando observamos anúncios publicitários, conteúdo dos canais digitais (site, blog e redes sociais) e as declarações à imprensa, a exemplo da entrevista concedida por Gustavo Lemberg, um dos fundadores da TAG, para o jornal Valor Econômico, em que disse: “o Círculo do Livro sobreviveu ao longo de quase 30 anos, apesar de sucessivas crises econômicas, em momentos parecidos com o que vivemos agora.”<sup>10</sup> Ou quando Arthur Dambros revelou ao Projeto Draft: “temos edições nas nossas bibliotecas pessoais, nossos pais faziam parte do Círculo [do Livro], então chegamos a ler os livros por rebote. Foi uma fonte de inspiração bastante forte, que remodelamos para chegar à ideia da TAG.”<sup>11</sup> Essa exposição midiática corrobora para que a TAG seja reconhecida como uma startup que inovou o modelo antigo de clubes de livros.

Concomitantemente, identificamos que os rituais como práticas editoriais reatualizam os clubes na mídia. Ao ser mencionada em reportagens, a TAG vai sedimentando a sua própria memória, pensando com Nunes (2001) ao explicar o processo de construção da memória midiática: ao mesmo tempo, herdada e, paulatinamente, construída. Desta forma, a TAG vem se afirmando positivamente no mercado editorial tanto no que se refere à sua

sustentabilidade financeira quanto à sua performance como startup, acumulando destaques, como os prêmios recebidos *Empreendedor de Sucesso 2017* e *The Quantum Innovation Award 2018*.

Por outro lado, percebemos que muitas das práticas comuns aos clubes de livros são ressignificadas pela TAG quando comparadas a seus antecessores Círculo do Livro e o Clube do Livro. Por isso, entendemos que estes clubes podem funcionar como textos culturais, no sentido de Lotman (1996), igualmente como rastros mnésicos (RICOEUR, 2007) na semiosfera editorial.

### **3 PRÁTICAS EDITORIAIS, MEMÓRIAS E OS SIGNIFICADOS DOS RITUAIS NA TAG EXPERIÊNCIAS LITERÁRIAS**

Douglas e Isherwood (2006) argumentam que um dos desafios da vida social em comunidades, tribais ou contemporâneas, é tornar os significados perenes e estáveis pelo máximo período de tempo, uma vez que sua instabilidade comprometeria a existência de um ambiente mínimo para a convivência em sociedade. Na visão dos pesquisadores, os rituais existem justamente para conter uma possível variação desses significados, de forma que as convenções e os modos sejam definidos e visíveis publicamente na sociedade. Assim, ao vivermos sem rituais, estaríamos vivendo sem significados e, conseqüentemente, sem memórias. Há dois tipos de rituais: aqueles que são orais ou verbais, desaparecendo com mais facilidade; e aqueles que se tornam mais perenes porque usam outras materialidades, o que creditaria maior visibilidade ao ritual, já que os bens traduziriam mais fortemente a sua própria função em cristalizar significados. Sob essa perspectiva, os bens são acessórios em um ritual. Concomitantemente, os bens são marcadores sociais em categorias de classificação, ocupando a parte mais visível, nas palavras dos autores, do processo social como um todo. Os pesquisadores do Reino Unido afirmam:

Os bens são usados para marcar, no sentido de categorias de classificação. Marcar é a palavra certa aqui. Ela assume os sentidos de marcação do outro, da prata e do estanho; a assinatura, por pessoas analfabetas, de suas intenções; a autenticação da obra; a marcação na sala de aula, onde os desempenhos são classificados como alfa, beta, gama, a marcação pela fixação de marcos físicos, limites de paróquias; a unção com os óleos; e a marcação com cinzas, ferros e medições de todo tipo. Pode haver marcação privada, mas aqui nos referimos a um uso público (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 123).

Por meio das categorias de classificação de marcação social, os bens são valorados pela opinião de outros consumidores que se agrupam para classificar bens, eventos, mantendo ou alterando determinados juízos de valor de forma contínua. Dessa forma, cada um de nós é tanto fonte quanto objeto de julgamentos e classificações. Dessas relações, surge o fluxo dos bens consumíveis que vai deixando um sedimento que constrói a estrutura da cultura. Nesse sentido, os teóricos esclarecem que o desfrute do consumo físico dos bens é apenas uma “parte do serviço prestado pelos bens, sendo que a outra parte refere-se ao compartilhamento de nomes” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 124).

Dessa maneira, o consumo físico de bens permite novas experiências vivenciadas. Por outro lado, como o significado de um ritual, afirmam os pesquisadores, está nas relações entre todos os bens, e não somente em um deles, o estudo do consumo nos indica as bases para a compreensão e reconhecimento de uma determinada cultura. Ao mesmo tempo, para Douglas e Isherwood (2006, p. 149), o homem é um ser social que necessita de bens para “comunicar-se com os outros e para entender o que se passa à sua volta”, um sistema de linguagem em que os significados estão estruturados. Uma vez retirados da interação humana, os bens perdem a sua capacidade enquanto sistema de informações, advogam os autores. Isso significa que um determinado indivíduo necessita de um grupo que compartilhe as mesmas categorias de classificação para que possam frequentar os rituais uns dos outros. Na presença do grupo ou comunidade, obtém-se o “julgamento da adequação da escolha que fez em relação aos bens de consumo para celebrar ocasiões particulares e também o julgamento de sua própria posição como julgador, assim como um julgamento da adequação da ocasião a ser celebrada” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 116).

Consequentemente, podemos entender que o consumo se torna um processo ativo e que todas as categorias sociais são constantemente rearranjadas. Aproximando essa reflexão à temática da memória e seus desdobramentos, o estudo do consumo de objetos, físicos ou simbólicos, enquanto operadores de memórias, também se revela no estudo da memória de uma determinada cultura, evocando os trabalhos de Lotman e Uspênski (1981).

Ainda em diálogo com as perspectivas de Douglas e Isherwood (2006), no que diz respeito à relação entre rituais, experiências e memórias, podemos inferir que os bens, enquanto acessórios rituais, permitem que um indivíduo participe de um ritual e, ao mesmo tempo, compartilhe e classifique este ritual em pessoas, bens, eventos, etc. O ato de consumir se torna uma atividade compartilhada não só de objetos, mas de seus significados culturais. Ampliando o conceito para o consumo em um clube de livros, podemos afirmar que este seja

mais do que compartilhar ou consumir livros ou leituras, mas compartilhar significados culturais, simbólicos, midiáticos do que se torna memorável na cultura. Em nossas observações sobre a TAG, identificamos que a escolha do nome deste clube já corrobora com nossa análise quando “tag” significa em inglês “marcado”, “etiquetado” ou “classificado”. Se expandirmos essa definição para a teoria cultural do consumo, podemos dizer que a TAG já se insere como categoria social de classificação enquanto clube de livros. Assim, fazer parte deste clube pressupõe participar de um ritual em que percebemos não somente o consumo de bens físicos, como livros ou leituras, mas um sistema de linguagem em que os significados estão estruturados em seu processo comunicativo quando reconhecemos suas práticas de comunicação e de consumo.

A seguir, apresentamos as práticas editoriais contemporâneas e os objetos operadores do ritual do clube TAG.

## 2.1 Os kits e os mimos

Todos os meses, desde agosto de 2014, a TAG envia uma caixa de papelão, um livro, uma revista, um marcador de página e um mimo ou brinde aos seus associados. Para padronizarmos nossas observações, utilizaremos a terminologia “kit literário” sempre que nos referirmos à caixa de papelão somada aos objetos livro, revista, marcador e mimo. Consideramos a caixa de papelão um quinto objeto. Observamos a composição dos kits literários no site e nas redes sociais da TAG ou em canais de booktubers, além de manusearmos um deles.<sup>12</sup> Notamos que o kit literário sofreu alterações desde o lançamento oficial do clube. Muitas dessas mudanças estão relacionadas às transformações da própria startup, como mencionamos, com o objetivo de manter sua sustentabilidade financeira. Por isso, como sinalizamos na introdução, agrupamos os kits literários em duas fases a partir das similaridades e diferenças que observamos na composição dos objetos: fase 1 (de agosto de 2014 a dezembro de 2016); fase 2 (de janeiro de 2017 a dezembro de 2018).

Durante o período de agosto de 2014 a dezembro de 2018 foram, no total, expedidos 52 kits literários, porém, não houve a participação de 52 autores ou curadores, uma vez que percebemos que houve a reincidência de alguns curadores e autores em mais de uma edição da TAG. Alguns kits foram contemplados com um brinde adicional, além do mimo, enquanto outros não apresentaram nenhum dos dois.

Na primeira fase, os kits literários da TAG continham um livro com capa comercial (idêntico ao vendido em livrarias), um exemplar da revista, um marcador e, eventualmente,

um mimo (ou brinde) que poderia ter ou não relação com o curador, escritor ou obra literária. No kit inaugural, expedido em agosto de 2014, o curador foi o professor Mario Sergio Cortella, que indicou *O Físico*, de Noah Gordon, mas não teve mimo.

Observamos que, a partir das edições de janeiro de 2016, o kit passa a contar com uma luva ou box, um tipo de embalagem para guardar o livro dentro. Normalmente, as luvas são concebidas para proteger ou deixar os livros em pé nas estantes. Confeccionada em papel kraft, a luva apresentava uma arte gráfica com o nome do autor do livro em destaque, como ilustra a figura 1.

Figura 1 Kits Literários de agosto.2014, janeiro.2015 e fevereiro.2016 (da esquerda para a direita)



Fonte: Telas capturadas do site da TAG <sup>13</sup>

Já os marcadores de página, os exemplares das revistas, os brindes, as luvas e as caixas de papelão podem ser considerados, em diálogo com Nora (1993), lugares de memória quando apresentam os sentidos material, simbólico e funcional, simultaneamente, dentro do ritual de um clube de livros como a TAG. Quando reunidas na seção “Kits Passados”<sup>14</sup>, disponível no site do clube, as imagens desses kits, com seus respectivos curadores e escritores, se tornam um acervo e podem traduzir uma vontade de memória que não é espontânea por si mesma, mas que exige um esforço de recordação com o apoio de suportes externos (NORA, 1993; RICOEUR, 2007). Por outro lado, ressaltamos que, nesta primeira fase, apesar dos livros não terem nenhuma personalização, estes estão atrelados ao clube por meio da revista, que menciona em sua capa o nome do livro e o mês de seu envio. A revista se insere, então, como um objeto de marcação do ritual de consumo e de memória, como apresentaremos na sequência.

A segunda fase compreende o período de janeiro de 2017 a dezembro de 2018 com mudanças. A primeira delas é que a TAG passa a desenvolver, em parceria com editoras, um projeto editorial e estético para cada edição, que ganha impressão em capa dura. Essas edições

não estão disponíveis nas livrarias, como podemos notar em texto publicado no site do clube em 15 de maio de 2017, que transcrevemos:

Edições exclusivas. As edições dos livros enviados aos associados são exclusivas, e portanto [sic] indisponíveis para compra em livrarias. Projetos editorial e estético primorosos, que buscam levar aos associados as mais belas edições do mercado. Cada vez que nossos curadores recomendam o livro que será enviado ao clube, comunicamos o desafio à editora: que a edição enviada aos associados seja a mais bela disponível no mercado.<sup>15</sup>

A TAG também passa a enviar livros de autores ainda não publicados no Brasil. Dentre eles, destacamos o kit literário expedido em outubro de 2017, que apresentou o livro *As alegrias da maternidade*, da escritora nigeriana Buchi Emecheta, indicação da também escritora nigeriana Chimamanda Adichie. Neste kit literário foi acrescentado um livro-brinde da curadora Chimamanda Adichie intitulado *No seu pescoço*. Ressaltamos que tanto a escritora quanto a curadora eram inéditas no mercado editorial brasileiro.

Como comentamos anteriormente, a exemplo do Clube do Livro, a TAG tem acrescentado em seus kits literários um livro-brinde, de autoria do curador ou do escritor, ao título do mês. Observamos essa prática nos kits literários expedidos nos meses de fevereiro e outubro de 2017 e em março e outubro de 2018, o que pode indicar sua recorrência. Durante a investigação, notamos também que a luva (onde se guarda o livro), o marcador e a capa da revista dialogam com projeto gráfico, o que nos permite reconhecer a construção de um padrão visual e estético como mais uma prática do clube, como podemos ver na figura 2.

Figura 2 Kits literários de novembro.2017 e março.2018 (da esquerda para a direita)



Fonte: Telas capturadas do site da TAG<sup>16</sup>

Os mimos ou brindes, que compõem o kit literário, podem ser tanto lúdicos, como o baralho literário que têm caricaturas de escritores consagrados e contemporâneos desenhadas nas cartas, quanto relacionados à sinopse da obra literária. Destacamos dois deles: o difusor

de ambiente aroma floral, enviado no kit literário de fevereiro de 2018, e o chá oriental encaminhado na edição de maio do mesmo ano. Percebemos também que a frase “Esta edição foi feita pela TAG, com carinho, para seus associados”<sup>17</sup> está impressa em todos os livros do clube. Enquanto na folha de rosto de cada livro são aplicadas as logomarcas da editora e da TAG, na última folha, a TAG evidencia que o livro foi publicado em parceria com a respectiva editora da obra literária.

## 2.2 O livro, a revista e a luva

Observamos que a revista TAG se apresenta como um elo entre o curador, a obra e o autor de cada mês, uma vez que as páginas da revista se dedicam a: 1) apresentar o curador; 2) contextualizar o livro indicado e sua temática traduzida em outros produtos culturais, como filmes, peças de teatro, exposições; 3) apresentar o escritor da obra, além de revelar o curador do próximo mês. Por outro lado, percebemos que a revista estabelece também um elo entre o clube e seus associados, já que a revista tem a função de mediar não só a leitura da obra, mas de elucidar as razões pelas quais aquele foi o livro escolhido. O conteúdo elaborado pela equipe editorial da revista, em certa medida, articula as possíveis charadas elaboradas no jogo de adivinhação que antecede a entrega de cada kit e a escolha da obra literária. Percebemos que, sem a revista, o ritual do clube poderia se romper mais facilmente, uma vez que a revista articula todos os outros objetos. Expliquemos: a revista é suporte externo que cristaliza a vontade de lembrar ou de não esquecer não só aquilo que se leu, mas todo o acervo que ela reúne em suas páginas.

Como identificamos em nossa pesquisa, notas explicativas, prefácios, contextualização do autor e da obra faziam parte também das edições do Clube do Livro. Ao manusearmos um exemplar deste clube antecessor, encontramos vestígios da memória da cultura, uma recordação de como funcionava o seu ritual. Reconhecemos essas práticas também no Círculo do Livro, uma vez que cada exemplar apresentava, em páginas impressas, uma introdução, explicando o contexto social daquele autor e sua obra. Mais de trinta anos se passaram e essas informações estão disponíveis nas edições do Clube do Livro ou do Círculo do Livro. Quando observamos as práticas da TAG, podemos perceber que, se não houvesse este trabalho de pesquisa e editoria, consolidados na revista, teríamos menos rastros mnésicos, retomando o diálogo com Ricoeur (2007), para sedimentar a memória deste clube na cultura.

Nesse sentido, a revista é um conector cuja importância também foi percebida pela TAG quando o clube criou uma luva para que o associado guardasse o livro e a revista juntos.

No início, ao enviar a revista e o livro na mesma caixa de papelão, como garantir que a revista não se perdesse ou fosse descartada? A primeira luva em papel kraft resolveu parte deste problema, porém, o livro não tinha nenhuma personalização ou aproximação de identidade visual com a revista, então, para quê guardá-los? Em nossas observações empíricas, aos manusearmos o kit que recebemos, notamos que a luva só fica em pé se colocamos, ao mesmo tempo, o livro e a revista. Cada luva tem a largura exata para acomodar o livro do mês e a revista, de acordo com o número de páginas de cada obra literária, por isso, as luvas têm lombadas distintas.

Concomitantemente, a decisão de numerar a lombada da luva em sequência cardinal, por exemplo, a luva de dezembro tem o número 12 impresso, enquanto a de janeiro tem o número 1 e, assim, sucessivamente, permitiu a possibilidade de uma coleção, mas também estimulou os associados a continuarem o ritual de guardar o livro e a revista dentro da luva, evidenciando as marcações e classificações entre todos os indivíduos de uma comunidade, neste caso, de leitores. Percebemos que esses objetos ou bens físicos, retomando os estudos da teoria cultural do consumo de Douglas e Isherwood (2006), tornam a cultura visível. Quando refletimos sobre o ritual em um clube de livros, compreendemos não só o consumo de cada um dos objetos em si, mas a relação entre todos eles, como podemos perceber entre o livro, a revista e a luva. Apreendemos também que a revista mantém seis seções fixas: texto introdutório ao leitor, indicação do mês, ecos da leitura, espaço do associado e a próxima indicação, sendo que a parte interna da quarta capa da revista tem sido dedicada para divulgação de anúncios da loja virtual TAG ou do aplicativo TAG.

### **2.3 As camisetas, as canecas e os livros**

A loja virtual da TAG tem edições anteriores dos kits literários, cadernos de leitura, capas protetoras de livro, carimbos ex-libris, camisetas, canecas, sacolas, marcadores de livros com a logomarca do clube. Em meados de 2018, a loja virtual se torna um e-commerce disponível para o público geral, mas os associados têm descontos de até 15%, como informa o site da loja<sup>18</sup>. Na loja virtual, há um catálogo de livros publicados por escritores ou curadores que já participaram de um dos kits literários enviados pelo clube, livros para o público infantil, além de itens de papelaria, de vestuário e de decoração.

Como abordamos anteriormente, o mercado editorial brasileiro vem enfrentando desafios, o que, de certa forma, estimula a criação de novos canais de distribuição, a exemplo

da TAG que vem intensificando o relacionamento direto com leitores ao transformar a sua loja virtual, antes exclusiva para associados, num e-commerce vinculado à sua marca.

## 2.4 O celular, a pizza e os taggers

A TAG tem um aplicativo que funciona como uma rede social exclusiva para os associados do clube, que se identificam, muitas vezes, como taggers. Pela ferramenta, os associados podem conversar sobre os livros e leituras, inclusive registrando avaliações das obras no aplicativo. Além disso, os associados têm acesso ao histórico de leituras do clube, grupos de discussão e chat.

Percebemos, em nossa observação empírica do aplicativo<sup>19</sup>, que a maioria dos taggers conversam sobre assuntos relacionados a livros e leituras e, não necessariamente, sobre os livros do clube. Muitos perguntam a opinião dos taggers sobre outros livros ou pedem recomendações de leituras para a comunidade conectada pelo aplicativo, subvertendo a lógica prevista, talvez, pela TAG. Isso foi o que também aconteceu com a realização dos encontros presenciais, em seu blog, o clube revela: “não sabemos ao certo qual foi o primeiro encontro entre associados da TAG que aconteceu – afinal, eles surgiram gradual e espontaneamente.”<sup>20</sup>

Além do contato por meio de telas, os taggers realizam encontros presenciais. Em outras palavras, os taggers passaram a se encontrar com frequência mensal para comer uma pizza, por exemplo, e falar sobre o kit literário. Pelo aplicativo, é possível acessar a agenda de encontros programados por cidade, como ilustra a figura 3.

O clube vem estimulando a realização desses encontros presenciais periodicamente, solicitando aos taggers que compartilhem as fotografias dos eventos nas redes sociais Facebook e Instagram, o que pode ser compreendido como uma forma de cristalizar as memórias dos encontros entre os taggers, que sempre vão conseguir revê-las nas mídias sociais. Ao mesmo tempo, percebemos que a TAG coopta a iniciativa dos taggers para rememorar o próprio propósito do clube, que é estimular a leitura numa comunidade de leitores.

Figura 3 Tela Encontros Aplicativo TAG



Fonte: Tela capturada do site TAG<sup>21</sup>

Na página do clube no Facebook, notamos que a TAG divulgou a realização de mais de 500 encontros durante o ano de 2018, como podemos perceber neste texto:

Em 2018, mais de QUINHENTOS encontros presenciais entre os nossos associados aconteceram por todo o Brasil. Conversamos sobre leituras e vivemos experiências únicas ao lado daqueles que compartilham conosco a maior das paixões: os livros! <3 E, como você sabe, a literatura sempre leva além: amores e amizades pra vida toda floresceram nos nossos encontros. Quer fazer parte da maior comunidade literária do Brasil? <sup>22</sup>

Por outro lado, percebemos que o clube passou a registrar a realização desses encontros presenciais também na seção Espaço do Associado da revista mensal. Por sua vez, essa dinâmica também compõe uma identidade entre leitores e uma comunidade de leitores. Dessa forma, os taggers compartilham e dão visibilidade aos significados simbólicos e afetivos quando pensamos no ritual de um clube de livros.

## 2.5 A caixa e a surpresa

Ainda durante nossas observações, tivemos a oportunidade de manusear um dos kits literários compreendidos na segunda fase da TAG. Observamos a caixa de papelão, o livro, o marcador, a revista, além de recebermos uma lanterna de brinde. O livro enviado foi *O coração é um caçador solitário*, da escritora norte-americana Carson McCullers, indicação do escritor mexicano Juan Pablo Villalobos, como podemos notar na figura 4.

Abrir uma das caixas de papelão da TAG nos inseriu num ritual em que cada um dos objetos nos transporta para outros caminhos que não somente a materialidade do livro. Observar uma caixa de papelão, a princípio como outra qualquer que embala encomendas, nos permitiu, empiricamente, compreender suas propriedades: a caixa apresenta mensagens do lado interno e externo. Internamente somos convidados a reciclar a caixa, montando um porta-livros a partir das instruções impressas na própria caixa. Externamente, visualizamos a seguinte mensagem, como transcrevemos: “contém: literatura, amor e uma dose de faça você mesmo.” Percebemos também a textura da capa do livro, do marcador, folheamos a revista, o manual do associado e uma carta.

Observamos que as práticas editoriais da TAG estão compreendidas em uma curadoria, que se difere da concepção de curadoria literária dedicada, exclusivamente, à seleção de escritores e obras. Notamos que se trata de uma curadoria que insere os associados em um ritual que envolve uma experiência literária. Esse ritual se apresenta em fases. Uma delas, mais evidente, é abrir a caixa de papelão, que o clube envia pelo correio, sinônimo de surpresa, de livro; e outra, menos evidente, é vivenciar as três fases dessa experiência literária: o antes, o durante e o depois da caixa de papelão aberta.

Assim, o ritual pode ser conhecido ou reconhecido, mas, seu desfecho não. Entendemos que essa é uma das principais diferenças entre a TAG e seus antecessores Círculo do Livro e Clube do Livro: ambos estabeleciam uma lista de livros recomendados para escolha dos sócios. A TAG não faz isso: o clube promete aos seus associados uma experiência literária/ estética na qual a fruição com o livro somente acontecerá quando a caixa de papelão estiver fisicamente aberta nas mãos dos associados, como podemos perceber no texto inscrito no Manual do Associado TAG Curadoria que transcrevemos abaixo:

Por meio da caixinha – a definição palpável daquilo que oferecemos como “experiência literária” -, nós orbitamos por diferentes universos, discutimos todo o tipo de livro, conhecemos novos autores...Enfim: permitimo-nos brincar com essa inesgotável fonte de prazer e de transformação, a imaginação (TAG, 2018).

Podemos inferir que a caixinha é o objeto que torna “palpável” a surpresa, o prazer, a transformação e a imaginação. Nesse processo, destacamos também a revista que apresenta informações como se fosse um itinerário da leitura, uma mediação que orienta o espectador a interagir com uma experiência. De acordo com os sócios-fundadores, a revista foi concebida para ser lida antes da leitura do livro indicado, como podemos observar nesta declaração de Arthur Dambros, um dos sócios, em uma reportagem sobre clubes de livros: “pra que tu [sic] termine e fale: ‘eu preciso ler esse livro ontem!’”<sup>23</sup>

Figura 4 Visão da caixa de papelão aberta do kit literário dezembro.2018



Fonte: fotografia da autora

Por outro lado, ao compreendermos o livro como um objeto da memória da cultura, em diálogo com Lotman (1996), ou um lugar de memória, a partir das discussões de Nora (1993) e de Ricoeur (2007), então, podemos inferir que em um clube de livros, além do consumo da cultura material intrínseca ao objeto livro, existe o consumo de memórias, em todas as suas possibilidades: cultural, afetiva, midiática, do passado e do futuro. Concomitantemente, reconhecemos o consumo de experiências literárias quando entendemos que essas experiências são, também, estéticas.

Assim, ao vivenciar o ritual, iniciado por um clube de livros, a comunidade de leitores não compartilhará somente o que se leu, mas também as memórias afetivas de cada um em relação aos objetos, quando acionamos Espinosa (1979, p. 186), uma vez que há “objetos que nos afetam de alegria ou de tristeza, apenas pelo fato de terem qualquer traço de semelhança

com aqueles que habitualmente nos afetam com essas afecções”. As contribuições do neurocientista António Damásio (2004) corroboram com nossa análise quando descobertas da neurociência e da neurobiologia demonstram que todo organismo dotado de um sistema nervoso central é sensibilizado por afecções. Assim como deduziu Espinosa (1979) em suas proposições e demonstrações: sempre que um corpo for afetado por um ou mais objetos, deles se recordará ainda que por traços de semelhança. Quando percebemos esses objetos operadores do ritual como práticas, reiteramos que se trata de uma curadoria ritualizada em três fases: antes, durante e depois da caixa de papelão aberta. A essas três fases chamamos de experiência literária enquanto experiência estética, porque rompe o fluxo do cotidiano, em interlocução com Gumbrecht (2006), porque gera novas memórias afetivas tanto no acervo individual quanto no acervo coletivo, que contempla a memória da cultura.

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Identificamos que a memória de um clube de livros também se traduz na caixa de papelão que a TAG envia todos os meses com um livro surpresa, uma revista, um mimo ou brinde para seus associados. Quando, em nossas observações empíricas, abrimos a caixa, nos inserimos em um ritual de um clube de livros articulado por uma série de objetos ou bens, repletos de significados. Assim, ao vivermos os rituais, estaríamos vivendo seus significados e, conseqüentemente, memórias, de acordo com a teoria cultural do consumo de Douglas e Isherwood (2006). Os rituais mais perenes se fortalecem na cultura porque se utilizam também de materialidades como aquelas que trouxemos neste artigo: kits, mimos, livros, revistas, luvas, camisetas, canecas, aplicativos, caixas de papelão, já que esses bens traduzem mais fortemente a cristalização desses significados na visão dos pesquisadores.

Sob esse ponto de vista e, considerando as características anteriormente mencionadas, entendemos que a TAG faz a curadoria de um ritual por meio da articulação de práticas editoriais com objetos comunicacionais e de consumo: a caixa, a revista, o mimo, o livro, os aplicativos. Uma vez inseridos nas plataformas das mídias digitais, por meio de mensagens, vídeos ou publicações, esses objetos também se tornam midiáticos.

Podemos inferir que o clube TAG vem fazendo das memórias da cultura, midiática e afetiva de um clube de livros parte da sua história, como uma *bricolage*, uma montagem que se revela em um movimento ora para o passado, ora para futuro do que é memorável na cultura. Por outro lado, o clube também vem sedimentando a sua própria memória. Assim,

podemos entender que a ascensão dos clubes de assinatura de livros permite, em certa medida, a expansão do ato de partilhar livros, leituras, memórias e afetos em uma comunidade de leitores, o que justificaria o prazer em delegar as escolhas a uma curadoria da experiência literária articulada por meio de práticas editoriais, comunicativas e de consumo que, por sua vez, também incentivam a formação e o interesse de novos leitores.

Essas práticas ancoradas na memória midiática, afetiva e da cultura se projetam nesse futuro também por meio do uso de tecnologias, de novos modelos de negócios e de alavancas aderentes ao novo espírito do capitalismo, como os aplicativos e as redes sociais. Dessa forma, percebemos numa comunidade de leitores a existência de uma memória criadora e projetiva. Ao mesmo tempo, podemos inferir que a permanência da startup TAG no mercado editorial vislumbra também a memória e seus desdobramentos como uma estratégia empresarial que fomenta o consumo de livros, de leituras e das materialidades observadas nas práticas editoriais deste clube de livros.

## REFERÊNCIAS

ASSIS, Machado de. **Dom Casmurro**. São Paulo: Círculo do Livro, [198-].

BACEGA, Débora Regina. (2019). **Através da TAG e o que Alice encontrou por lá: memória, comunicação e consumo em um clube de livros**. Orientadora: Mônica Rebecca Ferrari Nunes. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo. Disponível em: <https://pesquisa.espm.br/wp-content/uploads/2019/05/ppgcom-2019-debora-bacega.pdf>.

BARRET, Warren. **O Esconderijo**. São Paulo: Clube do Livro (CDL), fev.1976.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

DAMÁSIO, António. **Em busca de Espinosa: prazer e dor na ciência dos sentimentos**. São Paulo: Companhia da Letras, 2004.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

ESPINOSA, Baruch. Pensamentos Metafísicos, Tratado da Correção do Intelecto e Ética (Partes II e III). In: CHAUI, Marilena (Org.). **Os Pensadores**. São Paulo: Abril S/A Cultural e Industrial, 1979.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Pequenas crises: experiência estética nos mundos cotidianos. In: GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos Camargos; (Orgs) **Comunicação e experiência estética**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.

HALLEWELL, Laurence. **O Livro no Brasil: sua história**. São Paulo: Queroz Editora, 1982.

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

LOTMAN, Iúri. **La semiosfera**. Madri: Ediciones Cátedra, V 1, 1996.

LOTMAN, Iúri., & Uspênski, Boris. Sobre o mecanismo semiótico da cultura. In.: S.T. de Menezes (Org.) **Ensaio de Semiótica Soviética**. Lisboa: Livros Horizontes, 1981.

McCULLERS, Carson. **O coração é um caçador solitário**. São Paulo: TAG em parceria com Companhia das Letras, 2018.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Revista Projeto História*. São Paulo, n 10, p. 7-28, dez.1993. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/viewFile/12101/8763>. Acesso em: dez. 2018

NUNES, Mônica R. F. **A memória na Mídia: a evolução dos memes de afeto**. São Paulo: Annablume, FAPESP, 2001.

PICHIA, Menotti Del. **Juca Mulato**. São Paulo: Círculo do Livro, [198-].

QUEIROZ, Eça. **A Perfeição**. São Paulo: Clube do Livro (CDL), mar. 1974.

RICOEUR, Paul. **A memória, a história, o esquecimento**. Campinas: Editora Unicamp, 2007.

TAG. **Manual do Associado TAG Curadoria**. Porto Alegre, p. 1, dez., 2018.

---

<sup>1</sup> Este texto se apresenta como extrato parcialmente modificado da Dissertação de Mestrado da autora Débora Regina Bacega, defendida em 2019, São Paulo, Brasil, sob orientação da autora Mônica Rebecca Ferrari Nunes.

<sup>2</sup> Em 2014, existiam cinco clubes de assinatura de livros. De acordo com as estimativas da CBL (Câmara Brasileira do Livro) já são 25 clubes de assinatura de livros computados nacionalmente.

<sup>3</sup> As práticas editoriais da TAG Experiências Literárias se inserem nas iniciativas da nova geração de clubes de livros brasileiros. Ver mais em BACEGA (2019).

<sup>4</sup> TAG LIVROS. [Site institucional/Blog]. Disponível em: < <https://taglivros.com/edicoes-exclusivas.html> >. Acesso em: 15 maio 2017.

<sup>5</sup> Para obter mais informações, consultar em Valor. “A nova fase dos clubes de livros”. Disponível em <<http://www.valor.com.br/cultura/4758425/nova-fase-dos-clubes-de-livros>>. Acesso em: 12. março. 2017 e G1RS. “Jovens criam clube que entrega livros selecionados e 'mimos' a assinantes”. 4 maio. 2015. Disponível em:<<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2015/05/jovens-criam-clube-que-entrega-livros-selecionados-e-mimos-assinantes.html> > Acesso em: 15 agosto 2017

<sup>6</sup> As observações ocorreram entre fevereiro 2017 a fevereiro de 2019. Associamo-nos ao clube TAG em 2018.

<sup>7</sup> Foram observados dois exemplares impressos de cada clube. *A Perfeição* (Eça de Queiroz, 1974) e *O Esconderijo* (W. Barret, 1976) do Clube do Livro; *Dom Casmurro* (Machado de Assis, [198-]) e *Juca Mulato* (Menotti Del Picchia, [198-]) do Círculo do Livro.

<sup>8</sup> Mais sobre este conceito, consultar em *Capitalismo, Socialismo e Democracia* de Joseph Schumpeter (1942).

<sup>9</sup> De acordo com as pesquisas de Lawrence Hallewell (1982), o Clube do Livro e o Círculo do Livro se configuraram como canais de distribuição alternativos da produção editorial brasileira.

<sup>10</sup> Valor. “A nova fase dos clubes de livros”. Data. 28 outubro 2016. Disponível em

<<http://www.valor.com.br/cultura/4758425/nova-fase-dos-clubes-de-livros>>. Acesso em: 12. março. 2017

<sup>11</sup> Projeto Draft. Brasileiro não lê? A TAG inovou e já é referência mundial vendendo livros por assinatura”.

Data. 21 março 2018. Disponível em: <<https://projetodraft.com/brasileiro-nao-le-a-tag-inovou-e-ja-e-referencia-mundial-vendendo-livros-por-assinatura/> >. Acesso em: 15 novembro 2018

<sup>12</sup> N.A. Associamo-nos ao clube TAG em 2018.

- <sup>13</sup> Montagem a partir das imagens dos kits literários da TAG Livros disponíveis em: < <https://taglivros.com/kits-passados/curadoria>>. Acesso em: 12 agosto 2018.
- <sup>14</sup> TAG LIVROS. [Site institucional]. Disponível em: < <https://taglivros.com/kits-passados/curadoria/>>. Acesso em: 12 agosto 2018.
- <sup>15</sup> TAG LIVROS. [Site institucional]. Disponível em: < <https://taglivros.com/edicoes-exclusivas.html/> >. Acesso em: 15 maio 2017.
- <sup>16</sup> Montagem a partir das imagens dos kits literários da TAG disponíveis em: < <https://taglivros.com/kits-passados/curadoria>>. Acesso em: 12 novembro 2018.
- <sup>17</sup> TAG. [Site institucional]. Disponível em: < <https://taglivros.com/> >. Acesso em: 15 maio 2017.
- <sup>18</sup> TAG. [Site / e-commerce]. Disponível em: < <https://loja.taglivros.com/> >. Acesso em: 19 novembro 2018.
- <sup>19</sup> Compreende o período de novembro a dezembro de 2018, quando nos associamos ao clube.
- <sup>20</sup> TAG. [Site Institucional/ Blog]. Disponível em < <https://www.taglivros.com/blog/encontros-de-associados-tag/>> Acesso em 18 novembro 2018
- <sup>21</sup> TAG. [Site institucional] “Você já participa dos encontros de associados da TAG?” Data. 19 outubro 2018 Disponível em < <https://www.taglivros.com/blog/encontros-de-associados-tag/>>. Acesso em 18. novembro. 2018
- <sup>22</sup> TAG. “Trocas de ano prometem mudanças”. 31 dezembro 2018. Post do Facebook. Disponível em:<<https://pt-br.facebook.com/taglivros/posts/trocas-de-ano-prometem-mudancas-viramos-uma-pagina-comecamos-um-novo-capitulo-so/2601103126782827>>. Acesso em: 31 dezembro 2018.
- <sup>23</sup> Projeto Draft. “Como a Tag fez dos antigos clubes do livro um negócio lucrativo. Sim, deu bem errado no começo...”. 15 março 2016. Disponível em <<https://projetodraft.com/como-a-tag-fez-dos-antigos-clubes-do-livro-um-negocio-lucrativo-sim-deu-bem-errado-no-comeco/>> Acesso em: 16 outubro 2018.

*Original recebido em: 25 de maio de 2020*

*Aceito para publicação em: 22 de outubro de 2020*

*Débora Regina Bacega*

Doutoranda e mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pelo PPGCOM- ESPM/SP. Bolsista CAPES-PROSUP. Desde 2017, integra o MNEMON, Grupo de Pesquisa em Memória, Comunicação e Consumo, certificado pelo CNPq/ESPM. Possui MBA Executivo em Marketing de Serviços também pela ESPM, com especialização complementar em Gestão Internacional de Negócios pela Universidad Nebrija (Espanha). Bacharel em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero. Graduada em Publicidade e Propaganda pela ESPM. Em sua trajetória profissional, teve a oportunidade de ocupar posições nas áreas de marketing e comunicação.

*Mônica Rebecca Ferrari Nunes*

Docente e Pesquisadora do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo, PPGCOM- ESPM, SP. Líder do Grupo de Pesquisa MNEMON, Memória, Comunicação e Consumo (CNPq/ ESPM). Editora da revista CMC, Comunicação, Mídia e Consumo, da ESPM. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUCSP, 1998) com formação complementar na École des Hautes Études en Sciences Sociales, EHESS, Paris, França, e também na Université Paris VIII, Saint-Denis, França. Pós-Doutorado em Ciências Sociais (PUCSP). Mestre em Comunicação e Semiótica (PUCSP, 1993). Suas pesquisas e publicações voltam-se às teorias da memória, da comunicação e do consumo. Publicou, entre outros títulos, Cena cosplay: consumo e memória nas



---

culturas juvenis (Sulina, 2015); Cosplay, Steampunk e Medievalismo: memória e consumo nas teatralidades juvenis (Sulina, 2017). A Memória na Mídia: A Evolução dos Memes de Afeto (Annablume/FAPESP, 2001); O Mito no Rádio: A Voz e os Signos de Renovação Periódica (Annablume, 1993).



Esta obra está licenciada com uma Licença  
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional

