



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO
CARLOS CENTRO DE EDUCAÇÃO E
CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE LITERATURA



“EXPERIÊNCIA LITERÁRIA”: uma análise mediológica da
caixinha da TAG

JÚLIA MARTINS FERREIRA

São Carlos
2024



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO
CARLOS CENTRO DE EDUCAÇÃO E
CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE LITERATURA



“EXPERIÊNCIA LITERÁRIA”: uma análise mediológica da caixinha da TAG

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Literatura da Universidade Federal de São Carlos, como requisito obrigatório para obtenção do título de mestre em Estudos de Literatura.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Salazar Salgado

São Carlos
2024

para os meus

AGRADECIMENTOS

Ao meu pai, João Roberto, que foi pai e professor e me ajudou a reconectar com esta pesquisa quando precisei.

Ao meu companheiro, Davi, por me apoiar e me fazer rir. Também à minha mãe, Ângela, e minha irmã, Luísa, que mesmo longe estiveram perto. À minha família e amigos, também os que já se foram, que me acompanharam neste processo que foi longo, mas se mantiveram presentes.

À professora, Luciana Salazar Salgado, pela orientação que construiu um caminho para meu raciocínio, e aos meus colegas do grupo de pesquisa *Comunica Inscricões linguísticas na comunicação*, por terem sido uma rede de apoio para a reflexão e desenvolvimento dessa pesquisa.

Também ao grupo de pesquisa *Grupo de Estudos Observatório da Literatura Digital Brasileira* que, embora eu tenha participado de poucos encontros, ampliou minha concepção e referencial teórico em relação aos temas tratados neste trabalho.

Aos professores e funcionários do Programa de Pós-graduação em Estudos de Literatura (PPGLit) pelo suporte para a materialização desta pesquisa na linha de pesquisa Literatura, Linguagens e Meios.

Às professoras Rejane Rocha e Lara Utzig que compuseram a banca de qualificação e defesa por se disponibilizarem para a leitura do meu texto e pela arguição certa que me auxiliou no fechamento deste trabalho.

E aos meus alunos que acompanharam todo o caminho percorrido e me ajudaram das mais diversas maneiras.

A todos vocês, muito obrigada!

Como os escribas continuarão, os poucos leitores que no mundo havia vão mudar de profissão e adotar também a de escriba. Cada vez mais os países serão compostos por escribas e por fábricas de papel e de tinta, os escribas de dia e as máquinas de noite para imprimir o trabalho dos escribas.

(Júlio Cortázar. Fim do mundo do fim. In: _____. Histórias de cronópios e famas)

RESUMO

“EXPERIÊNCIA LITERÁRIA”: um vetor de sensibilidade que aponta para uma matriz de sociabilidade

Neste trabalho nos propusemos a responder a pergunta: o que é a “experiência literária” vendida pela TAG – Experiências Literárias? A TAG é um clube de livros com duas modalidades de assinatura, a TAG – curadoria e a TAG – inéditos, que envia aos seus associados, mensalmente, uma caixinha “surpresa”, contendo um box colecionável, um livro em edição exclusiva, uma revista, um marca páginas e um mimo literário. Como metodologia de análise tomamos esta caixinha enviada mensalmente como um médium (DEBRAY, 1993; 2000), ou seja, um objeto técnico mediador das relações institucionais e subjetivas que em seu duplo corpo, matéria organizada (MO) e organização materializada (OM) nos permite articular três níveis de análise: o material, o diacrônico e o político. No nível material, entendemos os objetos que compõem a caixinha como objetos editoriais (SALGADO, 2020) que são organizado por valores sógnicos que ensejam uma circulação pública e projetam um público leitor, ou seja, são vetores de sensibilidade (MO) que apontam a uma matriz de sociabilidade (OM). Para discutir como os níveis político e diacrônico se materializam na caixinha enviada usamos os conceitos de discurso literário (MAINGUENEAU, 2018a), meio técnico-científico-informacional (SANTOS, 2013, 2006a, 2006b) e sociedade do controle (HAN, 2020; 2019; 2015 & SILVEITA, 2018). Ao analisar nosso objeto desde a perspectiva do discurso literário descrevemos as estratégias que a empresa usa para se posicionar e validar a si mesma no campo literário. Além disso, pudemos descrever a cenografia textualizada no site e nos editoriais das revistas enviadas e os ethos que daí emergem apontando para os mesmos valores: o da comodidade, da proximidade e do desempenho. Ethos característicos dos mídiuns digitais (SAGADO, 2021) que, apoiados na tradição prometeica (MARTINS, 2012) faz com que a “experiência literária” chegue aos associados como fábula: “uma maneira de ler mais e melhor”. Circunscrever nosso objeto no contexto do meio técnico-científico-informacional nos proporcionou analisar como as características desse meio transpassam também a construção de sentido da “experiência literária”. Entendemos que enviar o mesmo livro com o mesmo design e com uma revista que contém um passo a passo para aproveitar a “experiência do mês” homogeneiza a relação dos associados com a leitura do livro enviado e com a própria “experiência literária”. Neste sentido, pretendemos demonstrar por meio da descrição da caixinha de outubro de 2022 e fevereiro de 2023 que esta “experiência” atua como uma verticalidade aos seus associados, impondo um ritmo de leitura (um livro ao mês) e controlando suas percepções e interpretações tanto da história do livro quanto do que é a “experiência literária”. Construindo assim, uma única “experiência”, a experiência do igual. Sendo assim, descrevemos neste trabalho como os objetos que compõem a caixinha enviada pela TAG (MO) constituem o que é a “experiência literária” (OM) e como a “experiência literária” (OM) organiza os objetos que compõem a caixinha enviada pela TAG (MO).

Palavras-chave: Campo literário, discurso literário, médium, meio técnico-científico-informacional, TAG – Experiências Literárias.

ABSTRACT

"LITERARY EXPERIENCE: A vector of sensitivity pointing towards a sociability matrix

In this work, we aimed to answer the question: what is the 'literary experience' sold by TAG - Literary Experiences? TAG is a book club with two subscription modalities, TAG - curation and TAG - unpublished, which monthly sends its members a 'surprise' box containing a collectible book jacket, an exclusive edition book, a magazine, a bookmark, and a literary gift. As a methodology of analysis, we consider this monthly sent box as a medium (DEBRAY, 1993; 2000), that is, a technical object mediating institutional and subjective relationships that in its double body, organized matter (OM) and materialized organization (MO), allows us to articulate three levels of analysis: the material, the diachronic, and the political. At the material level, we understand the objects that compose the box as editorial objects (SALGADO, 2020) organized by signifying values that lead to public circulation and project a reading public, that is, they are vectors of sensitivity (MO) pointing to a sociability matrix (OM). To discuss how the political and diachronic levels materialize in the sent box, we use the concepts of literary discourse (MAINGUENEAU, 2018a), technical-scientific-informational environment (SANTOS, 2013, 2006a, 2006b), and society of control (HAN, 2020; 2019; 2015 & SILVEIRA, 2018). Analyzing our object from the perspective of literary discourse allows us to describe the strategies that the company uses to position and validate itself in the literary field. Moreover, we could describe the textual scenography on the website and in the editorials of the sent magazines and the ethos that emerge from there, pointing to the same values: convenience, proximity, and performance. Ethos characteristic of digital media (SALGADO, 2021) that, supported by the Promethean tradition (MARTINS, 2012), make the 'literary experience' reach the members as a fable: 'a way to read more and better'. Framing our object in the context of the technical-scientific-informational environment allowed us to analyze how the characteristics of this environment also permeate the construction of meaning of the 'literary experience'. We understand that sending the same book with the same design and with a magazine containing a step-by-step guide to enjoy the 'monthly experience' homogenizes the relationship of the members with the reading of the sent book and with the 'literary experience' itself. In this sense, we intend to demonstrate through the description of the October 2022 and February 2023 boxes that this 'experience' acts as a verticality to its members, imposing a reading rhythm (one book per month) and controlling their perceptions and interpretations of both the book's story and what the 'literary experience' is. Thus, we describe in this work how the objects that compose the box sent by TAG (MO) constitute what the 'literary experience' is (OM) and how the 'literary experience' (OM) organizes the objects that compose the box sent by TAG (MO)."

Keywords: Literary Field, literary Discourse, medium, technical-Scientific-Informational, TAG – Literary Experiences

Lista de Figuras

Figura 1 - exemplo de caixinha enviada pela TAG	12
Figura 2 - propósito na revista de 2021	13
Figura 3 – dúvida frequente no site da TAG	14
Figura 4 - kit enviado em abril de 2021	15
Figura 5- pedido de desculpas da TAG	16
Figura 6- comentário dos associados no post do Instagram sobre o mimo enviado em abril de 2021 – parte 1	17
Figura 7 - comentário dos associados no post do Instagram sobre o mimo enviado em abril de 2021 – parte 2	18
Figura 8 - capturas de tela das capas dos livros O físico, As três marias e A praça do diamante	322
Figura 9 - capturas de tela das capas das revistas e da página na qual começam a falar sobre o livro nas revistas dos livros O físico, As três marias e A praça do diamante ..	333
Figura 10 - comentário no Facebook sobre o kit de agosto de 2014	34
Figura 11 – baralho literário	34
Figura 12 – agenda literária 2018	35
Figura 13- livros na estante da coleção completa enviada em 2021 e da coleção enviada em 2022 entre janeiro e setembro	36
Figura 14 - lateral box enviado em fevereiro de 2023	37
Figura 15 - perguntas frequentes no site I	39
Figura 16 – dentro do aplicativo da TAG – experiências literárias	51
Figura 17 – como estão apresentadas as duas modalidades no site	58
Figura 18 - perguntas à curadora do mês de março de 2020	69
Figura 19 – área do associado	76
Figura 20 - parte da revista reservada para a propaganda	76
Figura 21 - mudança para o uso do vocativo “Tagger” na revista	79
Figura 22 - site parte I	83
Figura 23 - site parte II	84
Figura 24 - site parte III	86
Figura 25 perguntas frequentes II	87
Figura 26 - perguntas frequentes III	87
Figura 27- – editorial da revista enviada em janeiro de 2021	88
Figura 28 – editorial da revista enviada em janeiro de 2022	89
Figura 29 – editorial revista janeiro de 2020	90
Figura 30– editorial revista janeiro de 2016 (à esquerda) e editorial revista julho de 2016 (à direita)	92
Figura 31 - editorial de maio de 2018	93
Figura 32 – caixinhas fechadas. A menor enviada em outubro de 2022 e a maior enviada em fevereiro de 2023	95
Figura 33– caixinhas abertas. Do lado esquerdo enviada em outubro de 2022 e do lado direito fevereiro de 2023	96
Figura 34 – objetos que compõe a caixinha enviada em outubro de 2022	96
Figura 35 – carta enviada em outubro de 2022	97
Figura 36– objetos que compõe a caixinha enviada em fevereiro de 2023	97
Figura 37 - carta enviada em fevereiro de 2023	98

Figura 38 – contracapa do livro Apocalipse Bebê.....	100
Figura 39 – contracapa do livro Migração.....	101
Figura 40 – segunda e terceira capa do livro enviado em outubro de 2022 (à esquerda) e segunda e terceira capa do livro enviado em fevereiro de 2023 (à direita).....	102
Figura 41 – início da primeira parte do livro enviado em outubro de 2022 (à esquerda) início da primeira parte do livro enviado em fevereiro de 2023 (à direita).....	102
Figura 42 – iconografias usadas para separar o início do capítulo e para separar parágrafos no meio do capítulo, do livro enviado em outubro de 2022 (à esquerda); iconografias usadas para separar o início do capítulo e para separar parágrafos no meio do capítulo, e para separar parágrafos no meio do capítulo, do livro enviado em fevereiro de 2023 (à direita).....	103
Figura 43 - lombada do livro enviado em outubro de 2022 (à esquerda) lombada do livro enviado em fevereiro de 2023 (à direita).....	106
Figura 44 – recado aos associados no livro enviado em outubro de 2022 (à esquerda) recado aos associados no livro enviado em fevereiro de 2023 (à direita).....	106
Figura 45 – explicação sobre o mimo na revista TAG – curadoria de fevereiro de 2023	107
Figura 46 – explicação sobre o mimo na revista TAG – inéditos de fevereiro de 2023	108
Figura 47 – editorial revista enviada em outubro de 2022	109
Figura 48 – editorial revista enviada em fevereiro de 2023	110
Figura 49– à esquerda sumário da revista de outubro de 2022 e à direita sumário da revista de fevereiro de 2023).....	111
Figura 50– aviso sobre a divisão do prefácio e posfácio (à esquerda na revista enviada em outubro de 2022 e à direita na revista enviada em fevereiro de 2023).....	112
Figura 51– Seção experiência literária da revista de outubro de 2022.....	115
Figura 52 - Seção experiência literária da revista de fevereiro de 2023.....	116
Figura 53– Seção “Por que ler o livro” da revista enviada em outubro de 2022.....	117
Figura 54- Seção “Por que ler o livro” da revista enviada em fevereiro de 2023	118
Figura 55– página dedicada às características dos personagens no livro enviado em fevereiro de 2023	119
Figura 56 – Ilustração do mês (à esquerda, revista enviada em outubro de 2022, à direita, revista enviada em fevereiro de 2023).....	121
Figura 57– Seção “Agenda”. Revista enviada em outubro de 2022 (à esquerda) e revista enviada em fevereiro de 2023 (à direita)	123

SUMÁRIO

1. Introdução	11
2 – Contexto de surgimento da TAG	22
2.1. Meio técnico-científico-informacional	22
2.2. Olá, taggers	47
2.3. O conceito de campo	52
3 – Chegou a caixinha do mês	62
3.1. A categoria de discurso x campo	62
3.2 – O discurso constituinte	64
3.3. Entre a tradição fáustica e a prometeica	81
4 – Aproveite sua “experiência literária”	94
5 - Considerações finais	128
Referências	131

1. Introdução

Este trabalho parte da afirmação de que a técnica não é neutra, ela carrega em si desejos e hábitos (SANTOS, 2006; 2013), discursos (MAINGUENEAU, 2018a), cultura e herança (DEBRAY, 1993, 2000), por isso pode ser analisada como médium (DEBRAY, 2000). Esta é a base teórica e metodológica deste trabalho no qual nos propusemos a responder à pergunta: o que é a “experiência literária” vendida pela empresa TAG – Experiências Literárias?

A TAG – Experiências Literárias (a qual a partir de agora será referida como TAG) é uma empresa de assinantes de livros criada em 2014, com sede na Rua Cântio Gomes, nº 571, Porto Alegre/RS. Todos os meses, os assinantes pagam um valor mensal de aproximadamente R\$61,90, no plano anual, e de R\$72,90, no plano mensal (dependendo do valor do frete). Este valor é o equivalente a aproximadamente 4,3% do salário-mínimo, no ano de 2024, que vale R\$1.412,00¹. Com o intuito de comparação, segundo estudo de março deste ano do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), o percentual necessário do salário-mínimo para a compra de uma cesta básica no Estado de São Paulo, onde a cesta vale R\$ 808,38 (menor apenas que o valor no Rio de Janeiro de R\$832,80), é de 61,89%.

Então, o que esses 4,3% do salário-mínimo proporciona? O clube envia dois tipos de “experiências”: mensalmente, a TAG – curadoria envia um livro capa dura com edição exclusiva, um marcador de páginas, um mimo literário, uma revista e um box colecionável, enquanto a TAG – inéditos (lançada em 2018, ou seja, 4 anos depois do primeiro kit enviado) envia um livro que é best-seller em outro país, em brochura, um marcador de páginas, um mimo literário, uma revista e um box colecionável. Além disso, todos os assinantes têm acesso exclusivo a um aplicativo da empresa chamado “TAG Livros” que atende os dois clubes. Neste trabalho, nos dedicamos a analisar duas caixinhas enviadas pela TAG – Curadoria. Esta escolha se deve ao fato de que, como assinante, recebo todos os meses as caixinhas enviadas, além disso, TAG – curadoria foi a primeira modalidade enviada pela empresa e, por isso, sofreu algumas mudanças que nos ajudaram a entender melhor o funcionamento do clube. Ainda assim, a TAG – inéditos nos ajuda a entender melhor as estratégias da empresa TAG para se posicionar no campo literário (conceito desenvolvido a partir de BOURDIEU, 2006, no capítulo 2,

¹ Disponível em: <https://abre.ai/jeBe> Acesso em 04/02/2023.

e MAINGUENEAU, 2018a, no capítulo 3). A seguir, um exemplo de uma caixinha enviada pela TAG – curadoria:

Figura 1 - exemplo de caixinha enviada pela TAG



Captura de tela. Disponível em: <https://site.taglivros.com/kits-passados/curadoria/o-ceu-da-meia-noite/>
Acesso em 11/10/2023.

Na imagem acima, a caixinha enviada em março de 2021 contém o livro *O céu da meia-noite*, de Lily Brooks-Dalton, cuja curadoria foi de Maja Lunde, autora e roteirista norueguesa. Nesta caixinha, o projeto gráfico foi de Paula Hentges, adaptado do projeto original de Beatriz Borges e o mimo foram porta-copos lunares. Em seu site, a empresa escreve que em cada caixinha há

Histórias [que] tornam o mundo mais sensível e a vida mais bonita. Assusta-nos muito a perspectiva da morte do livro, e lutamos contra ela. Criamos o clube para construir uma experiência literária saborosa e reunir todos aqueles que adoram o cheirinho de páginas impressas, vão à livraria comprar um e voltam com dez, choram por personagens e acreditam em histórias inventadas. Juntos, e através dos livros, navegamos por universos literários, discutimos obras, conhecemos novos autores e brincamos com essa fonte de prazer e transformação chamada imaginação.

Acreditamos na leitura como exercício de alteridade, na força das delicadezas e no carinho como relação social. No prazer como objetivo estratégico e no sorriso como indicador de resultado. Num clube de livros em um país de poucos leitores e na boa literatura. (Disponível em: <https://taglivros.com/proposito> Acesso em 05/10/2019)

Atualmente, ao acessar o site oficial da TAG que aparece na primeira busca do Google, já não é possível acessar esta seção intitulada “propósito”. É possível acessá-la somente pelo link de referência neste trabalho. No entanto, este propósito de “reunir todos aqueles que adoram o cheirinho do livro” e “ser um clube de livros em um país de poucos leitores e da boa literatura” é retomado e se repete em muitos momentos, e em diferentes

objetos editoriais formulados pela empresa (como discutiremos no capítulo 4). Um exemplo é o editorial da revista enviada em 2021, no qual é retomado o “manifesto e o compromisso [de] fazer do Brasil um país de leitores – e desses leitores, leitores do Brasil”, e o mimo do mês é “um livro de contos escrito especialmente para a TAG por grandes nomes – novos e consagrados – da literatura brasileira”.

Figura 2 – propósito na revista de 2021

OLÁ, TAGGER

É com o coração transbordando de orgulho e de alegria que apresentamos um mês de maio inteiramente dedicado à literatura do nosso país.

Além de livros brasileiros inéditos em ambos os clubes, teremos conversas, teremos eventos e teremos aquilo que mais amamos: mais literatura. Temos um manifesto e um compromisso: o de fazer do Brasil um país de leitores – e desses leitores, leitores do Brasil.

Você recebe na caixinha deste mês o vencedor do Prêmio Kindle de Literatura – o potente *O pássaro da noite*, da paraibana Marília Arnaud. Neste prefácio, portanto, você conhecerá um pouco do universo da protagonista, Aglaia Negromonte, e seus tropeços rumo à maturidade.

Há dois vértices na história de Aglaia: a aparição inesperada de uma irmã cuidadosamente escondida da família e uma batalha às vezes incapacitante com as tristezas de crescer. O repórter Igor Natusch investiga essas temáticas em textos imbuídos em igual medida de pesquisa e sensibilidade.

Ficou querendo mais? O mimo deste mês é especial: um livro de contos escrito especialmente para a TAG por grandes nomes – novos e consagrados – da literatura brasileira.

Viva a literatura do Brasil!

Boa leitura.

Figura 2 - propósito na revista de 2021

Captura de tela. Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/issu_passarosecreto Acesso em:

11/07/2023

No entanto, desde julho de 2017, como comemoração do aniversário da empresa, a curadoria do referido mês é feita pela equipe da TAG e, nestes últimos sete anos, nos meses de julho, foram enviados os seguintes livros: em 2017, o livro *Uns e Outros: contos espelhados*, uma edição de contos na qual escritores brasileiros foram convidados para escrever um conto a partir da leitura de um outro conto clássico, por exemplo, a autora contemporânea Eliane Brum escreveu o conto *Simplício* a partir do conto *Os desastres de Sofia* de Clarice Lispector. Ou autores de outras nacionalidades como o conto de

Cristovão Tezza, *O herói da sombra*, baseado no conto do russo Liev Tolstói, *Depois do baile*. No ano de 2018, foi enviada a obra *Autobiografia* do português José Luís Peixoto, inédita no Brasil. Em 2019, foi enviado o livro *Últimas testemunhas*, da ganhadora bielorrussa do Nobel de 2015, Svetlana Alexijevich. No ano de 2020, foi a vez da obra *Sul da fronteira, oeste do sol*, do escritor japonês mundialmente premiado e traduzido para mais de 50 idiomas Haruki Murakami. Em 2021, *O mapeador de ausências*, do moçambicano Mia Couto, uma edição inédita no Brasil. Em 2022, a obra *À beira mar*, do autor tanzaniano, ganhador do Nobel 2021, Abdulrazak Gurnah. E por fim, em 2023, *Memphis*, livro de estreia da estadunidense Tara M. Stringfellow, indicado ao Goodreads Choice Awards. Sendo assim, mesmo quando tem a liberdade de ser curadora do mês, opta por enviar livros de autores de outras nacionalidades. Esta contradição é ressaltada quando vamos aos números de autores brasileiros já enviados aos seus associados: dos 114 livros enviados pela TAG curadoria, de julho de 2014 a janeiro de 2024, 12 foram de autores brasileiros, 26 autores estadunidenses (sendo que três deles tiveram seus livros enviados duas vezes), 12 ingleses (sendo que dois deles também tiveram seus livros enviados duas vezes), 6 italianos, 6 espanhóis, 6 franceses e, entre os outros, 40 variam entre diferentes nacionalidades.

Em se tratando dos curadores, essa relação muda: 66 dos 114 curadores são brasileiros, mais da metade, e, por serem curadores, têm sua obra divulgada na revista em uma seção dedicada ao curador (como veremos no capítulo 4). Para ter acesso às obras desses autores, o associado deve comprá-las por outros meios que não a TAG. Neste sentido, não podemos simplesmente aceitar e afirmar que a “experiência literária” é uma “experiência” para promover a leitura de autores brasileiros em um país que não lê, como anunciado pela empresa, então o que é a “experiência literária”? Qual a diferença entre ela e comprar um livro em uma livraria? Provavelmente uma pergunta muitas vezes respondida, a ponto de compor as dúvidas mais frequentes que aparecem no site:

Figura 3 – dúvida frequente no site da TAG

Por que assinar a TAG ao invés de comprar livros? ^

É diferente: comprar livros é ótimo e queremos que você continue fazendo isso! Mas o que os assinantes gostam na TAG é receber todo mês um livro excelente em uma edição exclusiva e linda na porta de casa. Sem precisar escolher, sem o risco de acabar com um livro ruim que vai travar a leitura, sem ficar nos mesmos autores de sempre. E com tudo que precisa para ter uma experiência muito além do livro.

Captura de tela. Disponível em: <https://site.taglivros.com/> Acesso em 11/07/2023

A diferença entre comprar um livro e assinar a TAG está exatamente na “experiência muito além do livro”: o associado recebe um livro todos os meses com edição exclusiva, sem o risco de acabar com um livro ruim e sempre com autores novos e tudo isso sem precisar escolher. Bem, mas se isso é a “experiência literária” para que o mimo e a revista que vão juntos? Eles não fazem parte da “experiência”?

A porta de entrada para esta pesquisa foi justamente o protagonismo do mimo nas discussões, elogios e reclamações sobre a empresa. No mês de abril de 2021, a caixinha do mês enviada pela empresa a seus associados continha o livro *Nêmesis*, de Philip Roth. A história do livro é sobre a epidemia de pólio que assolou os Estados Unidos durante o verão de 1941 e como afetou a comunidade judaica de Newark, a cidade natal do autor, cenário de sua infância. A curadora do mês foi a professora e antropóloga Lilia Schwarcz, reconhecida também sobre seus estudos sobre Lima Barreto. Como mimo para esta caixinha, a empresa enviou um copo americano e, para homenagear autores brasileiros (que seria o tema do mês seguinte, como veremos a seguir), os copos foram feitos com estampas referentes aos autores: Clarice Lispector, Machado de Assis, Raquel de Queiróz e Lima Barreto. No entanto, o envio deste mimo gerou um desconforto na curadora do mês. O desconforto foi exposto ao público a partir de uma postagem com um pedido de desculpas da empresa TAG para a curadora e todos seus associados:

Figura 4 - kit enviado em abril de 2021



Captura de tela. Disponível em: <https://site.taglivros.com/kits-passados/curadoria/nemesis/>

Acesso em 06/09/2023

Figura 5 - pedido de desculpas da TAG



Captura de tela. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CNAJ1SrjBMZ/> Acesso em

06/09/2023

Sempre tivemos o desejo de enviar um mimo que celebrasse nossa missão: tornar a literatura pauta de conversas de bar. Queremos que “qual livro você está lendo?” seja tão comum quanto “que série você recomenda?”, trazendo a leitura para o cotidiano.

Depois do envio das canecas literárias, que foram um sucesso justamente por brincar com a leitura e tirá-la de um certo pedestal, surgiu a ideia do “copo de boteco”, ícone do nosso Brasil, trazendo a lembrança de um café preto passado no balcão ou de uma cerveja gelada na mesa de bar. O mimo anteciparia o que viria em maio: uma homenagem à literatura brasileira do passado, presente e futuro. Escolhemos quatro obras para ilustrar os copos, brincando, dessa vez, com os títulos dos livros. A escolha dos autores não foi fácil, mas representatividade e diversidade eram nossas premissas. Chegamos a quatro gigantes, entre eles Lima Barreto, vítima de racismo e excluído do círculo literário por anos.

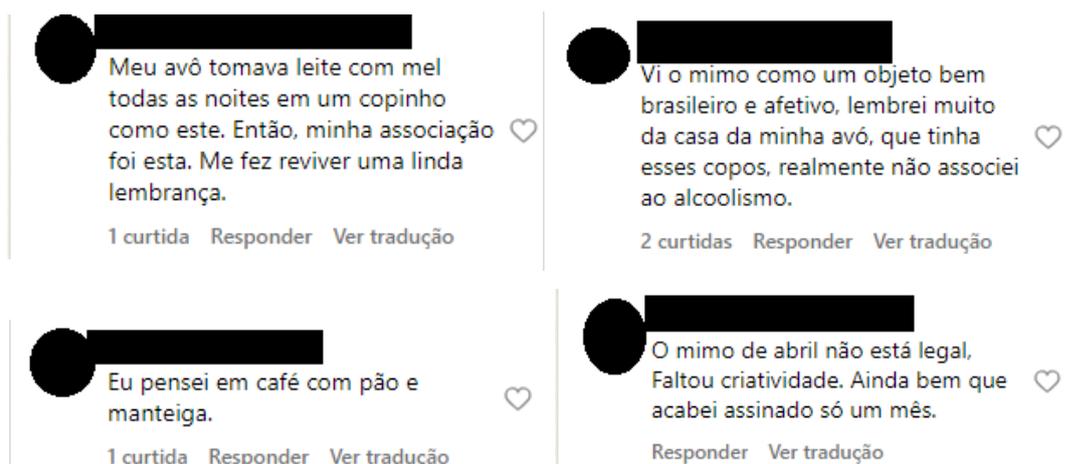
Apesar da intenção de dar visibilidade a esse grande autor, não conhecíamos toda a sua história e erramos ao associá-lo a um aspecto triste e doloroso de sua vida, o de ter passado por depressão e alcoolismo. Lilia Schwarcz, autora de “Lima Barreto - triste visionário” e curadora do mês, foi quem nos alertou sobre o sério equívoco. Ressaltamos que o erro aconteceu por falta de informação, nunca por julgarmos que isso era motivo de brincadeira. Nunca tivemos a intenção de diminuir algo tão grave quanto a dependência química. Tiramos disso a lição de aprofundar ainda mais nossas pesquisas. Também aproveitamos para pedir desculpas a Lilia Schwarcz por termos vinculado indevidamente sua imagem. Para além do erro com Lima Barreto, ressaltamos que a curadora e historiadora, cujo trabalho a respeito de Lima ajudou a trazer novamente seu nome ao debate contemporâneo, é apenas a curadora do mês, e que não lhe foi submetido previamente o projeto do “mimo”, de responsabilidade exclusiva da TAG, nem se buscou autorização para uso de sua imagem vinculada a esta campanha, que a surpreendeu. Pedimos desculpas a todos e colocamos a equipe inteiramente à disposição para esclarecer o problema da forma mais transparente possível. (Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CNAJ1SrjBMZ/> Acesso em 06/09/2023)

A partir desse pedido, inquietações foram levantadas: o mimo não é escolhido conforme a história do livro ou o autor; a empresa tem como proposta “tornar a literatura pauta de conversas de bar” e retoma a temática da “literatura brasileira” que seria o tema do mês seguinte; além disso, ainda que haja curadores já canonizados no campo da literatura (por exemplo, ganhadores de prêmios, escritores publicados por grandes

editoras, críticos literários) para definir o livro a ser enviado, o mimo não faz parte da curadoria, é de escolha da empresa. Sendo assim, como o mimo constituiu e é constituído pela “experiência literária”?

Esta foi a primeira questão elaborada para esta pesquisa, uma vez que o mimo é o *objeto editorial* (SALGADO, 2020, conceito desenvolvido em seguida) menos óbvio dentro da caixinha, em outras palavras, uma revista literária, um curador, um marca-páginas, uma edição exclusiva e um livro já são aceitos como parte desse “guarda-chuva” da “experiência literária”, no entanto, os objetos que estão sob o “guarda-chuva” do termo “mimo literário”, não. Podemos observar, nos comentários no post sobre as desculpas da TAG à curadora do mês de abril de 2021 que seguem (Imagem 6), como os associados receberam o mimo:

Figura 6 - comentário dos associados no post do Instagram sobre o mimo enviado em abril de 2021 – parte 1

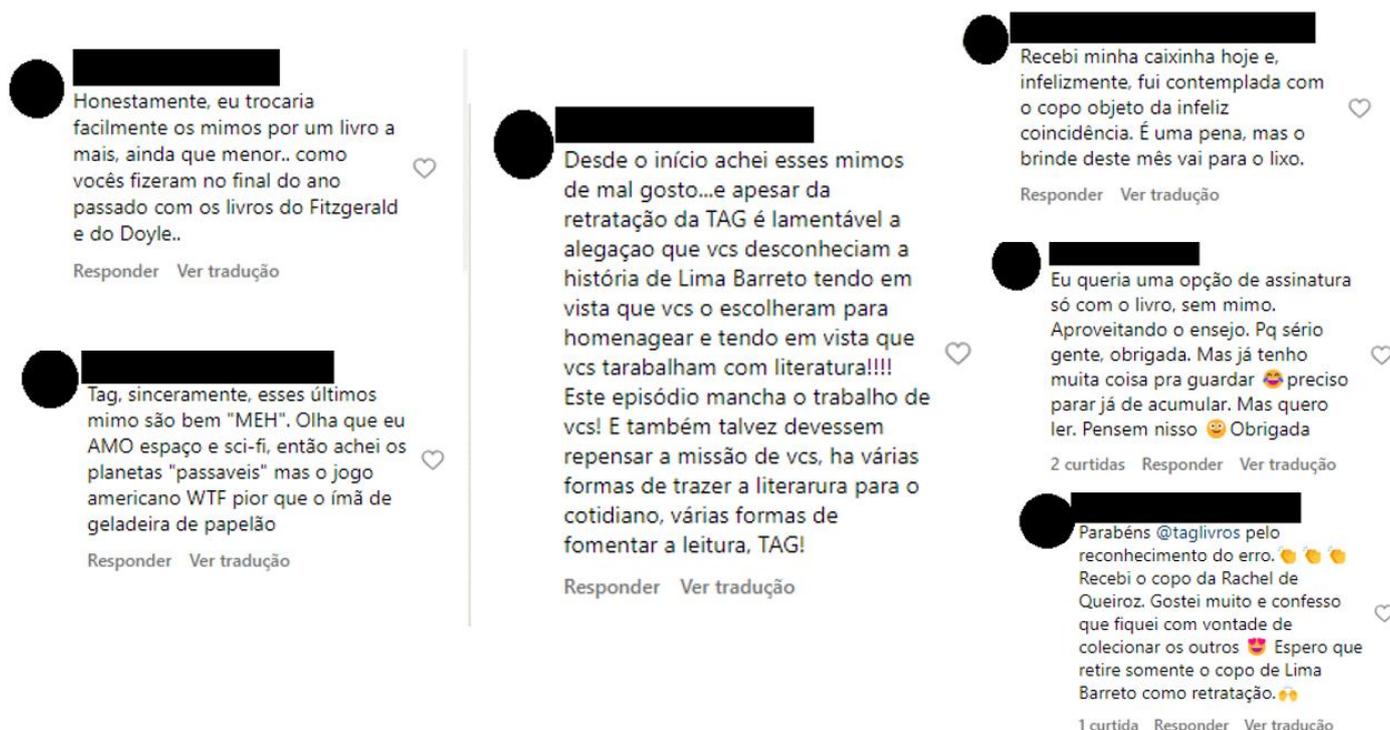


Captura de tela. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CNAJ1SrjBMZ/> Acesso em 15/11/2023

Ainda que alguns associados tenham relacionado o copo ao problema de alcoolismo de Lima Barreto, como veremos na Figura 6, muitos outros comentários foram na direção de defender a empresa ou parabenizá-la pelo pedido de desculpas. Os selecionados acima relacionam o copo com suas próprias memórias afetivas: o avô que bebia leite com mel, a avó, o brasileiro, o pão com manteiga. O que chama a atenção, considerando que se trata de um “mimo literário” é que não é feita nenhuma conexão com a literatura ou a própria justificativa da empresa ao enviar o copo: transformar a literatura em uma conversa de bar. No último comentário apresentado, a crítica não é colocada sobre a questão da “literalidade” do mimo, mas sim a sua falta de criatividade.

Seguindo com a crítica ao mimo, alguns comentários extrapolaram a crítica a somente o mimo de abril de 2021:

Figura 7 - comentário dos associados no post do Instagram sobre o mimo enviado em abril de 2021 – parte 2



Captura de tela. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CNAJ1SrjBMZ/> Acesso em 15/11/2023

Nestes comentários, há uma comparação com outros mimo enviados: outros livros menores, ímã de geladeira de papelão, jogo americano e “os planetas” fazendo referência ao mimo enviado em maio de 2021 (Figura 1). Por se tratar de mimos anteriores ou comentário de pessoas que receberam o mimo, podemos deduzir que esses comentários foram feitos por associados do clube. Para esses associados, o mimo é insatisfatório, pode ser jogado no lixo, substituído por outro livro, não é “passável”, não contribui para a missão da empresa de difundir a literatura, muita coisa para acumular ou é um item de desejo de acúmulo. Estas opiniões reforçam nossa inquietação de que o mimo é o objeto questionado pelos associados como parte da “experiência literária”. Por isso, como dito anteriormente, ele é a nossa porta de entrada, pois, estes questionamentos nos levam a outra inquietação, retomando nossa pergunta: por que um livro de edição exclusiva,

enviado em uma caixinha surpresa, contendo, além do livro, um box colecionável, um marca páginas e um mimo literário é uma “experiência literária”?

A partir desta pergunta formulamos a seguinte hipótese: a caixinha é um médium, ou seja, um objeto técnico mediador das relações institucionais e subjetivas, nos termos de Debray (2000), ele tem um duplo corpo: funciona como uma materialidade que é um *vetor de sensibilidade* na medida em que se configura como *matéria organizada* (MO), que aponta para uma *matriz de sociabilidade* ou, nos termos do autor, uma *organização materializada* (OM), uma instituição que nesse objeto técnico se materializa (DEBRAY, 2000). No entanto, ao circunscrever nosso objeto com base nessa perspectiva mediológica, ou seja, de estudo dos médiuns, objetos técnicos mediadores, segundo a perspectiva mediológica que aqui assumimos, entender MO, ou seja, a matéria organizada na caixinha – e a própria caixinha, claro – permitirá compreender que OM lhe dá sustentação, ou seja, que matriz de sociabilidade emerge na composição desse duplo corpo.

Por se tratar da metodologia de análise desenvolvida neste trabalho, se faz necessário discorrer com mais atenção sobre o médium. Antes de tudo, é importante ressaltar que não se trata do estudo das mídias: a mediologia “gostaria de ser o estudo das *mediações* pelas quais “uma ideia se torna força material”, *mediações* pelas quais os nossos “meios de comunicação de massa” são apenas um prolongamento particular tardio e invasor” (DEBRAY, 1993, p.14, grifo do autor). Ainda que as mídias corroborem para a difusão de uma ideia, elas sozinhas não são capazes de manter essa ideia viva por várias gerações, não são capazes de gerar herança ou transmitir.

Este esclarecimento sobre a mediologia foi o argumento utilizado pelas autoras Ferreira, Damasceno e Salgado (2021), ao apontarem para o problema da tradução para o português brasileiro. Segundo as autoras, em seu site oficial, Debray afirma que o neologismo em francês *Mediologie* está composto por *Médium* e *logie*, do grego *logos*, ou seja, o estudo do médium. No português brasileiro, no entanto, o termo médium foi traduzido tanto para médium como para mídiun. A confusão se instaura com o termo mídiun e midiologia, ao produzir um possível entendimento de que Debray fala sobre mídias, “a *Médiologie* não tem como objeto as mídias, mas as mediações técnicas que transmitem cultura” (FERREIRA, DAMASCENO, SALGADO, 2021, p.17). Neste sentido, as autoras apontam “que entendemos ser o caso de assumir a grafia mediologia, indicando que se trata de investigar a mediação, que é a potência da transmissão” (FERREIRA, DAMASCENO, SALGADO, p. 24, 2021). Por isso, neste trabalho,

optaremos pelo uso do termo *médium*, ainda que possa aparecer outras traduções em eventuais citações.

Debray (1993; 2000) está interessado em pensar sobre como algumas ideias se propagam e resistem ao tempo, enquanto outras desaparecem, em como a transmissão de uma ideia se dá e cria herança e cultura enquanto outras não. As mídias estão reservadas para a comunicação das ideias, a mediologia está interessada na transmissão das ideias. Comunicar é diferente de transmitir.

Segundo o autor, transmitir atua em três níveis: material, diacrônico e político. Como nível material é bastante abrangente:

não existe linguagem espiritual que não tenha sido invenção ou reciclagem de marcas e gestos; não existe movimento de ideias que não implique movimentos de homens (peregrinos, comerciantes, colonos, soldados, embaixadores); não existe subjetividade nova sem objetos novos (livros ou rolos, hinos e emblemas, insígnias e monumentos) (DEBRAY, 2000, p. 14).

Sendo assim, a linguagem também é uma materialidade – relação articulada por Maingueneau (2018a) ao desenvolver sua teoria sobre o discurso literário, discussão feita no capítulo 3 – assim como as estradas, os computadores ou smartphones. Sendo assim, o nível material é bastante abrangente, no entanto, para ser analisado como *médium* é necessário acarretar outros dois níveis de atuação: como nível diacrônico “a transmissão é essencialmente um transporte no tempo [...] ela estabelece ligação entre os vivos e os mortos, quase sempre na ausência física dos “emissores”” (DEBRAY, 2000, p.15). Enquanto nível político “[s]e a vida se perpetua pelo instinto, a herança não se faz sem projeto, projeção que nada tem de biológico. A transmissão é encargo, missão, obrigação: cultura” (DEBRAY, 2000, p. 17-18).

Ao descrever os três níveis da transmissão, Debray (2000) chega ao objeto de estudos da mediologia: o *médium*, objeto que se manifesta em seu “duplo corpo”, como matéria organizada (MO) e organização materializada (OM). A seguinte citação resume essa relação inseparável: “O historiador defende que não há Império (OM) sem estradas (MO), enquanto o geógrafo defende que não há estradas sem império” (DEBRAY, 2000, p. 27).

Se voltarmos para o objeto deste trabalho, nossa hipótese de que a caixinha é um *médium* nos permitirá descrever os objetos que a compõem como objetos editoriais

objetos técnicos que supõem uma cadeia criativa e uma cadeia produtiva nas quais técnicas e normas são administradas por diferentes atores com vistas à

formalização material de uma síntese de valor sógnico que enseja uma circulação pública apontando para uma autoria e projetando um público leitor (SALGADO, 2022)².

A partir desta breve conceituação, podemos entender que os objetos editoriais produzidos pela empresa TAG funcionarão como vetor de sensibilidade, pois sensibilizam, não no sentido poético, mas causam reações nos emissores e receptores, reações essas que estão relacionadas às intenções que, como nível político do médium, não são arbitrárias e apontam uma matriz de sociabilidade ao materializar um valor sógnico. Além disso, este conceito nos permite articular também o público projetado pelos objetos editoriais que compõem a caixinha que materializa a “experiência literária”.

Para estudar essa relação entre os objetos da caixinha e o que é referido por “experiência literária”, no **segundo capítulo** nos dedicamos a desenvolver nossa segunda hipótese: a “experiência literária” aponta para uma matriz de sociabilidade instruída em contexto de globalização, tal qual nos apresenta Milton Santos (2006; 2013), e à decorrente sociedade de controle formulada por Byung-chul Han (2015; 2019; 2020). Além disso, usaremos o conceito de *campo literário* de Bourdieu (2021) para analisar as estratégias empregadas pela TAG para se posicionar no campo, em uma correlação de forças com outros agentes e, nele, se autodenomina “experiência literária” e denomina seus produtos como “literários”. No **terceiro capítulo** articulamos os conceitos de médium (DEBRAY, 2000), objetos editoriais (SALGADO, 2022) e *discurso literário* de Maingueneau (2018a) que nos permitirá apresentar a cenografia da qual emerge o *ethos* discursivo que caracteriza como é apresentada a “experiência literária” aos associados e aos não associados, analisando a página principal do site oficial da TAG e alguns editoriais da revista, nos quais são apresentadas mudanças nos objetos editoriais que compõem a caixinha. O **quarto capítulo** está destinado à análise de duas caixinhas enviadas aos associados da TAG – curadoria nos meses de outubro de 2022 e fevereiro de 2023, com o objetivo de desenvolver as duas hipóteses apresentadas. Por fim, o **quinto capítulo** trata sobre as considerações finais em que retomamos o que foi apresentado nas páginas anteriores, de forma a fechar o raciocínio analítico desenvolvido neste estudo.

² Definição proposta pela Pro. Dra. Luciana Salazar Salgado em Minicurso intitulado Produção Cultural e objetos editoriais ministrado na III Semana de Linguística organizada pelos discentes do Bacharelado em Linguística da Universidade Federal de São Carlos, no dia 22 de novembro de 2022 pela plataforma *Google Meet*.

2 – Contexto de surgimento da TAG

A primeira parte dessa dissertação é destinada a contextualizar o surgimento da TAG – Experiências Literárias no meio técnico-científico-informacional, conceito desenvolvido por Milton Santos (2006, 2013). Partindo dos conceitos de tecnoesfera e psicoesfera (SANTOS, 2013), entendemos que a história da humanidade se desenvolve a partir do estado das técnicas que está diretamente relacionado com o estado da política. Nosso estudo, a partir dessa perspectiva, nos permite contextualizar o momento histórico e as técnicas vigentes que possibilitam o surgimento da “experiência literária” vendida pela TAG.

2.1. Meio técnico-científico-informacional

Partimos da afirmação, com base nos teóricos já apresentados, de que a história da humanidade foi se constituindo por meio de sistemas de técnicas que estão estritamente relacionados ao sistema político. Em outras palavras, quando um novo sistema de técnicas se instaura é, ao mesmo tempo, resultado e gerador de um novo sistema político. Usemos o exemplo do carro, é uma técnica nova que faz uso de outras técnicas: a roda, o motor, a combustão, a eletricidade, entre várias outras, além disso, para que seja possível usar o carro, foi necessário construir ruas, estradas, postos de gasolina. Consigo, essas novas técnicas, materializaram sistemas políticos: as leis de trânsito, o valor do carro, mudança das paisagens das cidades ou, como o caso do Brasil, o investimento, nos anos 50, na construção de rodovias e não de trilhos para circulação de trens³. Nesse sentido, analisar as técnicas de um momento histórico possibilita analisar, também, os sistemas políticos de que elas fazem parte e que, fazendo parte, contribuem para construir. Partindo dessa perspectiva, a “experiência literária” vendida pela TAG é resultado e gerador do sistema de técnicas e do sistema político capitalista atual, como discorreremos a seguir.

Milton Santos, em sua obra *Técnica, Espaço, Tempo: Globalização e Meio Técnico-científico-informacional* (2013), defende que há duas dimensões da técnica: a *tecnoesfera* e a *psicoesfera*. Descrever a técnica, sua materialidade em funcionamento, significa também descrever os desejos, crenças e relações estabelecidas como

³ Cf: PAULA, Dilma Andrade de. Estado, sociedade civil e hegemonia do rodoviarismo no Brasil. Revista Brasileira de História da Ciência, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 142-156, jul | dez 2010. Disponível em: <https://rbhciencia.emnuvens.com.br/revista/article/view/350/295> Acesso em 03/02/2024

características do sistema de técnicas implementado nas sociedades. É nessa relação que o sistema capitalista se constitui, se mantém e se renova, mas também é nessa relação que se pode resistir e propor outras maneiras de organizar as relações sociais:

A tecnoesfera é o resultado da crescente artificialização do meio ambiente. A esfera natural é crescentemente substituída por uma esfera técnica, na cidade e no campo.

A psicoesfera é o resultado das crenças, desejos, vontades e hábitos que inspiram comportamentos filosóficos e práticos, as relações interpessoais e a comunhão com o Universo (SANTOS, 2013, p. 30).

Este par conceitual pressupõe uma interdependência crucial para nossa perspectiva: um novo sistema de técnicas atende a novas crenças e desejos, enquanto novos desejos e crenças se constituem a partir de novos sistemas de técnicas. Entender o mundo a partir desses conceitos é entender que as técnicas não estão isentas dos desejos, hábitos e comportamentos filosóficos e práticos e, especialmente, na atualidade, de uma dada ideologia. Ou seja, ao se distanciar da natureza artificializando-a a partir de técnicas – atualmente, baseadas na ciência – significa, também, elaborar, como um projeto, uma dada organização social e política.

Um exemplo mais atual: se vende como fábula a liberdade e flexibilidade no trabalho, “ser dono do seu tempo”. As plataformas, como Ifood⁴, Uber⁵, Airbnb⁶, proporcionam aos usuários uma “liberdade” e uma “comodidade”: para o usuário que faz o pedido, poder fazer pedidos em sua casa ou alugar lugares mais baratos para hospedagem ou até mesmo proporcionar uma vida nômade, para o usuário que trabalha poder “fazer seu tempo”, aceitar as corridas que quiser, desligar o aplicativo quando não quiser mais trabalhar, alugar a casa quando não estiver ocupada, não pagar impostos de hotelaria. No entanto, o que vemos são grandes lutas locais (ainda que muitos desses aplicativos já sejam globais, como o Airbnb e a Uber), os entregadores dos aplicativos no Brasil, por exemplo, fizeram uma grande mobilização por direitos básicos trabalhistas⁷ e as locações por estrangeiros em bairros mais nobres, causa um movimento de

⁴ Ifood é um aplicativo de delivery de comida de restaurantes e supermercado. Em seu site oficial podemos encontrar as categorias de entrega <https://www.ifood.com.br/> Acesso em 03/02/2024

⁵ Uber é um aplicativo de serviços de transporte de passageiros. Em seu site oficial encontramos informações tanto para pedir uma viagem, como para se cadastrar como motorista. <https://www.uber.com/br/pt-br/> Acesso em 03/02/2024

⁶ Airbnb é um aplicativo de locação de estadias. Em seu site oficial, podemos encontrar casa, apartamentos, entre outros tipos de locação. Além disso, a disponibilidade de dias e valores. <https://www.airbnb.com.br/> Acesso em 02/03/2024

⁷ Cf. <https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/economia/paralisacao-entregadores-de-aplicativo-relatam-fome-e-jornada-exaustiva/> Acesso em 03/02/2024

deslocamento da população local que conseguia pagar um aluguel nesses bairros e agora já não consegue mais, pois é cotizado em dólar e não mais na moeda local⁸. Neste sentido, existem três aplicativos que atuam em campos distintos (aluguel de estadias, aluguel de carro e entrega de refeições), mas que usam da mesma técnica, um aplicativo (e todas as outras técnicas que envolvem o desenvolvimento de um aplicativo – tecnoesfera) que vende a fábula de que uma pessoa pode alugar um serviço sem passar por um intermediário, a “comodidade” e a “liberdade” (psicoesfera). “A máquina ideológica que sustenta as ações preponderantes da atualidade é feita de peças que se alimentam mutuamente e põem em movimento os elementos essenciais à continuidade do sistema” (SANTOS, 2006, p. 18).

A repetição, padronização e homogeneização, farão parte da base sólida da tecnoesfera e a psicoesfera do momento histórico em que vivemos o ápice do processo de internacionalização do capitalismo, o que Santos (2006, 2013) conceituará como *globalização perversa*. Neste sentido, contextualizar nosso objeto a partir desta perspectiva, significa também demonstrar que a literatura não está fora dessa máquina ideológica que dá continuidade ao sistema, ela também estará atravessada pelo estado da técnicas, crenças, desejos e o estado da política. Nosso objeto, por exemplo, atua como repetidor da fábula da “comodidade”: a empresa TAG envia a cada mês um livro escolhido por outra pessoa, que não o usuário, com a garantia de que será um bom livro, uma vez que é escolhido por um curador ou um best-seller já consolidado em outro país e, caso o usuário já tenha esse livro, é possível fazer a troca por outro livro. Além disso, faz uso da tecnoesfera regente, um aplicativo exclusivo para assinantes, um site para mais informações, um blog de leituras sobre os livros enviados, podcast com comentários sobre os livros enviados, perfil no Instagram, no Facebook, no X, Pinterest, Issu, um livro com design exclusivo, uma marca-páginas exclusivo e um box colecionável (discutiremos cada item da caixinha com mais detalhe no capítulo 4).

Dito isso, tanto o carro quanto os aplicativos citados (inclusive o da TAG) são técnicas que materializam políticas, cada um de sua época. Atualmente vivemos o que Milton Santos (2006, 2013) conceitua como o *meio técnico-científico-informacional*. Enquanto vivíamos o meio técnico-científico foi possível nos desvencilharmos das soluções mágicas e, ao fim do século XX, quando esse meio passa a ser todo ele informacional, novas relações se estabelecem. Neste sentido, esses exemplos se

⁸ Cf. <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cy0p1z80yelo> Acesso em 03/02/2024

distanciam exatamente pelas relações que se estabelecem a partir da “informação” que soma na equação do meio técnico-científico-informacional.

A partir, sobretudo, do fim da segunda Guerra Mundial, os espaços e as relações sociais passam a ser remodelados com base em três dados: ciência, tecnologia e informação. De maneira sucinta, a tecnologia diz respeito ao desenvolvimento da técnica atualmente hegemônica, a ciência atua como racionalidade e justificativa para a tecnosfera e psicosfera decorrentes, e tudo se transforma em informação que busca instruir e convencer ao invés de informar no sentido de possibilitar a construção do conhecimento.

Esse imperativo e essa onipresença da informação são insidiosos, já que a informação atual tem dois rostos, um pelo qual ela busca instruir, e um outro, pelo qual ela busca convencer. Este é o trabalho da publicidade. Se a informação tem, hoje, essas duas caras, a cara do convencer se torna muito mais presente, na medida em que a publicidade se transformou em algo que antecipa a produção (SANTOS, 2006a, p. 38)

Ao analisar como a língua se materializa nos médiuns digitais, característicos da tecnosfera vigente como discutiremos a seguir, Salgado (2021, p. 16) se propõe a defender a técnica como uma dimensão central nos estudos da análise do discurso e defende que há uma “técnica hegemônica de distribuição dos dizeres” próprio do meio técnico-científico-informacional atual. Um exemplo claro dessa transformação apontada pela autora é o dinheiro que deixou de ter lastro material no ouro e passou a ser uma informação dada pela correlação de forças de produções e especulações variadas e dinâmicas, no caso específico atual, o dólar. Esta mudança acarretou a possibilidade de imprimir dinheiro a todos os países, sem necessariamente ter ouro. No entanto, os acordos de Bretton Woods para um sistema monetário internacional relacionaram o lastro no dinheiro ou dólar, consolidando a soberania dessa moeda em relação a outras, em outras palavras, o dinheiro deixa de ser rastreado por uma materialidade (o ouro) e passa a ser rastreado por informação, uma moeda que está sujeita à especulação (o dólar), o dinheiro também é informação. Fazendo um exercício de lógica facilmente contestável, que, porém, introduz um raciocínio que será desenvolvido adiante, se tudo se torna informação e o dinheiro se torna informação, tudo pode se transformar em dinheiro.

De fato, a partir daí tudo pode virar informação e circular intensamente pelo planeta – nos anos 1980, os bancos ofereciam as aplicações assim: “enquanto você dorme, seu dinheiro trabalha pra você”, era o overnight. Aceleradamente era possível saber mais e mais coisas, juntar mais e mais dados, cruzá-los. E é

esse estágio do cruzamento de dados que nos traz, no tempo presente, à produção de verdades que nós mal podemos compreender (SALGADO, 2021, p. 17)

Essa relação com o dinheiro, no entanto, só se dá dentro da lógica capitalista globalizada que se instala mundialmente porque existe um *motor único*, operado pela *unicidade técnica* que produz a *cognoscibilidade planetária* da qual decorre a *convergência dos momentos*. Em resumo,

temos em vista a atual conjuntura de um motor único (um funcionamento econômico global) materializado em uma unicidade técnica (basicamente, a internet) que suscita uma experiência de ubiquidade sem precedentes, tecida pelo que Milton Santos (2000) chama de cognoscibilidade planetária (todo espaço pode ser conhecido) e de convergência dos momentos (todo os eventos podem ser alcançados), condicionantes produzidas fundamentalmente pela ampla circulação de informação selecionada (OLIVA J.; SALGADO, L.S. 2020, p. 46).

Estes serão os pilares da produção da globalização que "impõem-se a maior parte da humanidade como uma globalização perversa" (SANTOS, 2006, p. 37). A unicidade técnica é a chave de partida para entender todos os outros aspectos da produção da globalização perversa. Se existe uma única técnica mundial, em outras palavras, uma tecnoesfera, logo existirá uma psicoesfera hegemônica gerenciando os desejos e crenças do mundo todo ao mesmo tempo. Como geógrafo, Milton Santos, olhará para a técnica desde a perspectiva do espaço. Segundo o autor, espaço, tempo e mundo mudam juntos a cada momento e se influenciam mutuamente, por isso podemos pensar em tempo-mundo e espaço-mundo, “por tempo, vamos entender grosseiramente, o transcurso, a sucessão dos eventos e sua trama. Por espaço vamos entender o meio, o lugar material da possibilidade de eventos. E por mundo entendamos a soma, que é também síntese, de eventos e lugares” (SANTOS, 2013, p.38). O autor segue sua reflexão em convergência com a perspectiva da mediologia (Debray, 2002), conceito que será discutido no capítulo 3), ao escrever que,

o espaço é mídia nos dois sentidos. Ele é linguagem e também o meio onde a vida é tornada possível. A percepção, pela sociedade e pelo indivíduo, do que esse espaço é depende da forma de sua historicização, e esta resulta, em grande parte, dos progressos nos transportes e nas comunicações, na construção do tempo social (SANTOS, 2013, p. 38)

Em outras palavras, entender o espaço como médium significa analisar suas técnicas materiais como transportes e comunicações porque estarão carregados de sua

historicização e construção do tempo social. Colocar o tempo, o espaço e o mundo nesta perspectiva, significa materializar o tempo e o espaço e, conseqüentemente, os eventos (políticos, culturais, filosóficos, comportamentais) que também são analisados a partir de suas materialidades. Sendo assim, “empiricizamos o tempo tornando-o material e o assimilamos, desse modo, ao espaço, que não existe sem a materialidade. A técnica entra aqui como um traço-de-união, histórica e epistemologicamente” (SANTOS, 2013, p. 39). A técnica assume, então, a materialidade do tempo-mundo e espaço-mundo ao se colocar como duplo corpo da matéria organizada (MO) e da organização materializada (OM) (conforme apresentamos na introdução e retomaremos no capítulo 3). Santos (2013) considera que

O estudo das técnicas ultrapassa largamente, desse modo, o dado puramente técnico e exige uma incursão bem mais profunda na área das próprias relações sociais. São estas, finalmente, que explicam como, em diferentes lugares, técnicas (ou conjunto de técnicas semelhantes) atribuem resultados diferentes aos seus portadores, segundo combinações que extrapolam o processo direto da produção e permitem pensar num verdadeiro processo político da produção (SANTOS, 2013, p. 60).

A unicidade técnica, característica deste período histórico, tem a intensão de se colocar como única: única maneira de produzir, de se relacionar socialmente e de fazer política. Sendo assim, a globalização “não é apenas a existência desse novo sistema de técnicas. Ela é também o resultado das ações que asseguram a emergência de um mercado dito global, responsável pelo essencial dos processos políticos atualmente eficazes” (SANTOS, 2006, p. 24).

A partir da Revolução Industrial, uma nova condição técnica se instalou no mundo (especialmente no ocidente e em suas áreas de dominação), ainda assim, era possível separar os “motores”: existia um motor espanhol, um português, um alemão etc. Todos motores do capitalismo que se instaurava, mas cada um impulsionava seus trabalhadores, máquinas, circulação, comércio, mercado e consumo em seu próprio ritmo com modalidades e combinações diferentes, atualmente, desde o final do século XX como foi dito acima, “na história da humanidade, é a primeira vez que tal conjunto de técnicas envolve o planeta como um todo e faz sentir, instantaneamente, sua presença” (SANTOS, 2006, p.25), desenvolvendo e consolidando um motor único: a mais valia-universal.

A mais valia-universal só pode atuar globalmente porque compartilhamos globalmente uma unicidade técnica que é sentida simultaneamente como convergência dos momentos – que também é resultado das técnicas atuais. Voltemos aos exemplos do

carro e dos aplicativos: se nos anos 50 foi uma decisão política governamental a construção das rodovias e incentivos fiscais para a produção de carros, a vinda e uso dos aplicativos no Brasil não necessariamente passa por uma decisão política governamental, mas sim por uma decisão política de empresas (estrangeiras ou nacionais) que estabelecem, na ausência de regulação produzida pelo Estado, novos tipos de serviço, novas formas de transação, novas relações laborais. A unicidade técnica mundializada tem como característica a convergência de momentos. Tanto no Brasil quanto na Colômbia, por exemplo, o uso do aplicativo Uber se faz presente e atua ao mesmo tempo, se a interface do aplicativo muda em um país também mudará no outro ao mesmo tempo, ou seja, como objeto técnico, instala-se todo um funcionamento, uma lógica que se impõe aos mais diversos lugares. Em escala menor, porém é a que nos interessa aqui, como resultado da unicidade técnica e do motor único, as mudanças feitas por uma empresa que atua em nível nacional como a TAG, chegam a todos os seus associados ao mesmo tempo também instaurando e impondo seu funcionamento aos mais diversos lugares. Estes exemplos colocados na perspectiva apresentada apontam para a construção de características do meio técnico-científico-informacional: a repetição, padronização e homogeneização,

Quando o sistema político adere esta lógica da unicidade técnica, ou seja, os Estados e empresas fazem uso dessa técnica para promover a globalização, nos é imposta uma lógica de produção e relações humanas que mantém expulsos das tomadas de decisão e escravos para o bom funcionamento do sistema, pois devem ser seguidas em total obediência, pois é inevitável (SANTOS, 2006, p. 46).

As características citadas acima são estratégias de manutenção do sistema político que se instaura e cria a ilusão do “inevitável”. Ser expulso das tomadas de decisão acarreta ter acesso à técnica como fábula, “o evento já é entregue maquiado ao leitor, ao ouvinte, ao telespectador, [...] por isso que se produzem no mundo de hoje, simultaneamente, fábulas e mitos” (SANTOS, 2006, p. 40).

O evento maquiado por um lado se baseia em outra característica da globalização perversa: a cognoscibilidade planetária. “Até a nossa geração, utilizávamos os materiais que estavam à nossa disposição. Mas a partir de agora podemos conceber os objetos que desejamos utilizar e então produzirmos a matéria prima indispensável à sua fabricação” (SANTOS, 2006, p. 32). Em outras palavras, se até o final do século XX as pessoas tinham acesso direto às técnicas que lhes permitiam sua produção política, depois dessa

data, as técnicas se distanciam e são apresentadas como mistério. No exemplo dos aplicativos, não temos acesso às ferramentas necessárias para editar o aplicativo. A fábula da comodidade também se manifesta assim: não precisamos nem mesmo saber como funciona o aplicativo, como recolhem nossos dados “pessoais”, quais são os dados recolhidos, “basta” apertar um botão chega até a sua casa o carro, a comida, a “experiência literária”. Sendo assim, “as bases materiais históricas dessa mitificação estão na realidade da técnica atual. A técnica apresenta-se ao homem comum como um mistério e uma banalidade. De fato, a técnica é mais aceita do que compreendida” (SANTOS, 2006, p. 45), por isso, estão baseadas em todos os processos de produção da globalização perversa: se os novos sistemas de técnicas (unicidade técnica) chegam a todos ao mesmo tempo em todos os lugares (convergência de momentos), todos teremos acesso a essas novas técnicas que se instalam. Voltemos a nosso objeto de estudo: no caso da TAG, a fábula vendida é a própria “experiência literária” que, ainda que fale de si mesma o tempo todo, como veremos no capítulo 3, não há um questionamento real sobre o que é esta “experiência” e muito menos por que ela é “literária”, no entanto, são produzidos objetos técnicos que validam e são validados pela “experiência literária”: uma revista literária, um mimo literário, um livro, um marca-páginas, um box colecionável. Nenhum desses objetos é questionado quando estão sob a marca de “experiência literária” (como discutido no capítulo 4).

Esta mitificação da técnica também está relacionada com o fato de que, como dito anteriormente, a globalização chega à maioria da população como perversa, mas não a toda a população: há os atores do tempo rápido e os do tempo lento. Os primeiros são os que têm controle sobre os novos sistemas de técnicas e políticas que se instalam, enquanto os segundos são os que recebem essas imposições vindas dos atores do tempo rápido. Por isso, uma outra fábula bastante popular, a de que a informação globalizada nos levaria a uma “aldeia global” perde o sentido quando entendemos que “nas condições atuais, as técnicas de informação são principalmente utilizadas por um punhado de atores em função de seus objetivos particulares. Essas técnicas da informação (por enquanto) são apropriadas por alguns Estados e algumas empresas, aprofundando os processos de criação de desigualdades” (SANTOS, 2026, p. 39). A globalização perversa terá como fundamento “a informação e o seu império, que encontram alicerce na produção de imagens e do imaginário, e se põem a serviço do império do dinheiro, fundado este na economização e na monetarização da vida social e pessoal” (SANTOS, 2006, p.18). Sendo assim, os objetivos particulares das empresas e Estados que apropriam as técnicas

da informação estão relacionados ao “império do dinheiro”, esses atores assumem características e produzem uma certa tecnoesfera que retomam, reforçam e produzem a psicoesfera do momento histórico que vivemos.

O surgimento de novas técnicas não faz desaparecerem as antigas técnicas vigentes, elas coexistem ressaltando a diferença entre novos autores hegemônicos e os atores não hegemônicos que seguem usando conjuntos técnicos menos atuais e menos poderosos. Até recentemente, quando a sociedade vivia o tempo da lentidão, esta realidade de velocidades diferentes não separavam os respectivos agentes. Hoje, vivemos um mundo da rapidez e da fluidez e, o novo sistema de técnicas ligadas à conjunção da cibernética com a informática e a eletrônica desde os experimentos do final do século XX, tem a característica de ser “invasor” e, como descrito acima, de se reproduzir pela repetição, padronização e homogeneização. Em outras palavras, os atores do tempo rápido também serão os atores homogeneizadores, enquanto os do tempo lento, serão os atores homogeneizados. Nesta relação contemporânea, já não há tempo e espaço para que novos autores hegemônicos e não hegemônicos coexistam usando conjuntos de técnicas diferentes, pois, existem técnicas que são *vetores homogeneizadores e verticais* que chegam a todo o mundo de maneira simultânea. Neste sentido, os atores do tempo rápido exigem uma fluidez para que os seus objetivos particulares sejam alcançados.

A fluidez potencial aparece no imaginário e na ideologia como se fosse um bem comum, uma fluidez para todos, quando, na verdade, apenas alguns agentes têm a possibilidade de utilizá-la, tornando-se desse modo, os detentores efetivos da velocidade. O exercício desta é, pois, o resultado das disponibilidades materiais e técnicas existentes e das possibilidades de ação (SANTOS, 2006, p. 83).

A esta altura,

Dentro de um mesmo país se criam formas e ritmos diferentes de evolução, governados pelas metas e destinos específicos de cada empresa hegemônica, que arrastam com sua presença outros atores sociais, mediante a aceitação ou mesmo a elaboração de discursos “nacionais-regionais” alienígenas ou alienados (SANTOS, 2006, p. 87).

Agora, há uma incompatibilidade entre as velocidades diversas, coisa que não existia antes, dado que existiam diferentes técnicas e compartimentação e não fragmentação. Os atores hegemônicos que controlam essa velocidade precisam que as outras velocidades os acompanhem. Dessa forma, “os portadores das velocidades extremas buscam induzir os demais atores a acompanhá-los, procurando disseminar as infraestruturas necessárias à desejada fluidez nos lugares que consideram necessários para

a sua atividade" (SANTOS, 2006, p.84). Pensemos no nosso objeto de estudo: há uma fluidez e uma velocidade esperada para que se tenha a “experiência literária” vendida pela empresa, deve-se ler um livro por mês, escolhido por um curador, acompanhado de uma revista, um mimo literário e um design exclusivo, participar do aplicativo exclusivo, avaliar a “experiência” no aplicativo, e, quando possível, participar de um encontro presencial. Além disso, são produzidas “infraestruturas”, os objetos enviados na caixinha, que permitem e encaminham a fluidez necessária para a “experiência”.

Um exemplo da construção necessária para a fluidez da “experiência literária” é a mudança feita em relação ao papel do design. Até o ano de 2016, a TAG fazia parcerias com as editoras que tinham os direitos sobre a publicação do livro e enviava aos seus associados, a edição exatamente igual a que se encontrava nas livrarias, além da revista, do mimo literário e a surpresa de receber o livro na sua casa. No entanto, a partir de 2016, a empresa passa a produzir edições exclusivas, no caso da TAG-curadoria com capa dura. Neste momento o design passa a ser o grande diferencial da empresa em relação aos livros enviados. Ela seguiu com as parcerias com as editoras que tinham o direito sobre a obra, mas agora seus projetos gráficos já não estariam nas livrarias.⁹ O primeiro kit enviado pela empresa foi em agosto de 2014, o livro *O físico* de Noah Gordon, indicado pelo filósofo brasileiro Sergio Cortella. Na figura 8 a seguir, podemos observar como essa mudança aparece nos livros, enquanto para o livro de Noah Gordon aparece somente uma capa e a mesma para a pesquisa, para os livros de Raquel de Queiroz e de Mercè Rodoreda, enviados em novembro de 2017 e dezembro de 2017, respectivamente, aparecem as capas produzidas pela TAG e outras capas de outras editoras. O livro de Raquel de Queiroz expõe à venda não só o livro mas também o box e o marca-páginas, todos seguindo o mesmo design, para o livro de Mercè Rodoreda, além do box, também vemos a revista. O design não se restringe somente à capa do livro, mas atravessa também estes outros objetos que complementam a caixinha, como podemos observar na figura 8. A revista que acompanha o livro *O físico* tem um design para a capa e outro para o interior da revista que são diferentes da capa do livro. As revistas que acompanham os livros *Três Marias* e *A praça do diamante*, seguem o mesmo design da capa do livro.

⁹ Cf. <https://vocesa.abril.com.br/empreendedorismo/a-historia-e-os-planos-da-tag-club-de-assinatura-de-livros-que-faturou-us-35-milhoes-em-2022> Acesso em: 04/02/2024

Figura 8 - capturas de tela das capas dos livros *O físico*, *As três marias* e *A praça do diamante*

Google O físico, de Noah Gordon edição tag

Todas Shopping Imagens Vídeos Notícias Mais

Pinheiros, São Paulo - SP

Mostrar apenas

Promoção

Preço

Até R\$ 30

R\$ 30 – R\$ 50

R\$ 50 – R\$ 90

R\$ 90 – R\$ 200

Acima de R\$ 200

R\$ Mil – R\$ Mil

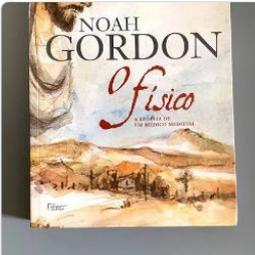
Formato (novo)

Brochura

Capa dura

Tipo

Não ficção

 **O Físico Noah Gordon | Usado**

 **Livro O Físico Noah Gordon | Sem Marca || Usado**

Google Raquel Queiroz, três marias edição tag

Promoção

Preço

Até R\$ 25

R\$ 25 – R\$ 60

R\$ 60 – R\$ 200

Acima de R\$ 200

R\$ Mil – R\$ Mil

Gênero

Culinária

Religião

Romântico

Formato (novo)

Brochura

Capa dura

Tipo

Não ficção

 **Livro - Box - as Três Marias**

R\$ 23,90 Usado
Estante Virtual

 **Tag Jose Olympio | As Três Marias Rachel De Queiroz | Usado**

R\$ 53,00 Usado
Enjoei.com

 **ASTRÊS MARIAS**

 **RACHEL DE QUEIROZ ASTRÊS MARIAS**

 **Rachel de Queiroz As Três Marias**

Google A Praça Do Diamante, Mercê Rodoreda edição da TAG - Experiências literárias

Mostrar apenas

Promoção

Preço

Até R\$ 20

R\$ 20 – R\$ 45

R\$ 45 – R\$ 100

R\$ 100 – R\$ 300

Acima de R\$ 300

R\$ Mil – R\$ Mil

 **Livro A Praça do Diamante - Mercê Rodoreda**

 **A Praça Do Diamante - Tag**

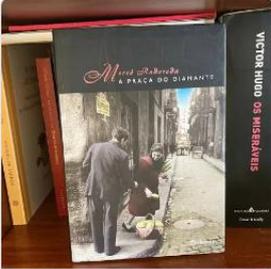
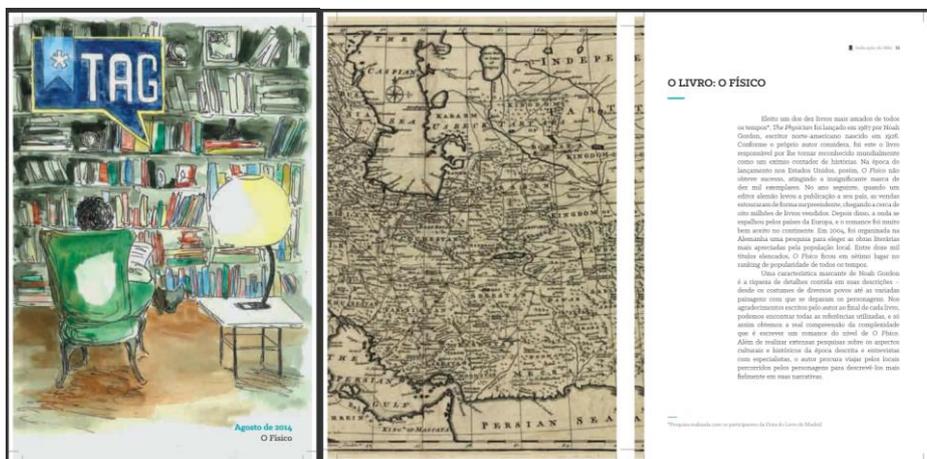
 **Livro: A praça do diamante, de Mercê Rodoreda - Novo**

Figura 9 - capturas de tela das capas das revistas e da página na qual começam a falar sobre o livro nas revistas dos livros *O físico*, *As três marias* e *A praça do diamante*



Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_o_fisico Acesso em: 04/02/2024



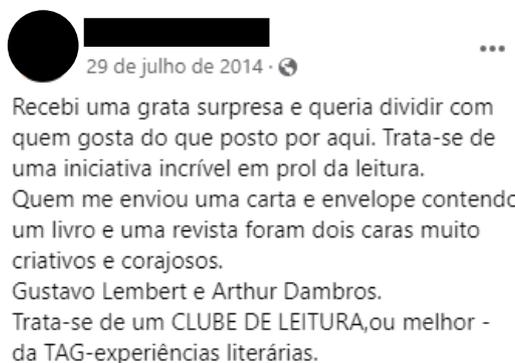
Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/tag_revista_novembro_web Acesso em: 04/02/2024



Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/12.dez.2017.a_pra_a_do_diamante Acesso em: 04/02/2024

Em relação aos mimos, no primeiro kit foi enviada uma carta aos associados, como podemos ver na figura 10. Por se tratar do primeiro kit em 2014, já não há mais dados sobre ele no site oficial, neste só temos acesso aos kits entre 2020 e 2024¹⁰. O mimo enviado em novembro de 2017 foi um baralho literário (figura 11) e o enviado em dezembro de 2017 foi uma agenda literária de 2018 (figura 12).

Figura 10 - comentário no Facebook sobre o kit de agosto de 2014



Disponível em: <https://11nk.dev/KRNRf> Acesso em 04/02/2024

Figura 11 – baralho literário



Disponível em: <https://acesse.one/QPlrC> Acesso em: 04/02/2024

¹⁰ Cf. <https://site.taglivros.com/kits-passados/curadoria/#> Acesso 04/02/2024

Figura 12 – agenda literária 2018



Disponível em: <https://acesse.one/ZcUyp> Acesso em: 04/02/2024

Além disso, o primeiro kit enviado foi indicado pelo filósofo brasileiro Sérgio Cortella, o livro de Raquel de Queiroz foi indicado pela crítica literária e professora Heloisa Buarque de Hollanda e, por fim, o livro de Mercè Rodorena indicado pela romancista, contista e tradutora Carol Bensimon.

Observando os dados apresentados até o momento, podemos acordar que há uma frágil coerência nos kits enviados pela TAG. O que têm em comum: em todos os kits há um livro indicado por uma referência intelectual, acompanhado por uma revista, um mimo literário e um box colecionável. Da revista há o acesso a um podcast, uma playlist e ao aplicativo exclusivo. No entanto, não há uma linearidade, uma narrativa clara que relacione os livros, os designs ou os mimos entre si. Não há uma compreensão da totalidade, como vimos no caso do mimo na introdução deste trabalho, já é sabido que o curador não tem conhecimento do mimo que será enviado, assim como a temática de um livro não tem, necessariamente, relação com o enviado no mês seguinte, é o caso do livro *Três Marias* que conta a história da adolescência e início da vida adulta de três Marias em um colégio de freiras na capital e *A praça do Diamante*, livro enviado no mês seguinte, escrito por uma catalã, ainda que também trate da condição de ser mulher, tem como plano de fundo a Guerra Civil Espanhola, enquanto ao primeiro livro enviado pelo clube,

conta a história de um jovem que enfrenta um cristianismo rígido que entra em conflito com a construção de sua carreira como médico.

O mesmo acontece com os mimos, um mês um baralho, no mês seguinte uma agenda. Até mesmos os designs, como podemos ver na figura 13, não conversam entre si. Na figura, há a coleção de 2021, numeradas do 1 ao 12, na qual cada box pode ser entendido visualmente como parte de qualquer ano da TAG, somente no ano de 2022, a empresa manteve a numeração de 1 a 12 (na imagem a numeração vai até o 9), porém adicionou uma faixa para indicar uma “coleção”. Esse acréscimo, no entanto, não é o suficiente, uma vez que cada faixa corresponde ao design do livro enviado e não ao ano. Na coleção de 2023 as faixas se mantiveram como as de 2022. Se substituirmos o livro numerado como 2, enviado em 2022, pelo número 2 enviado em 2023 (figura 14), visualmente, não haverá mudança na concepção de “coleção” indicada pela faixa.

Figura 13 - livros na estante da coleção completa enviada em 2021 e da coleção enviada em 2022 entre janeiro e setembro.



Foto de autoria própria

Figura 14 - lateral box enviado em fevereiro de 2023



Foto de autoria própria

Não há um projeto claro. Até mesmo existe a possibilidade de trocar o livro do mês caso o associado já o tenha lido. Neste sentido, os objetos produzidos pela TAG materializam a fluidez necessária para a produção de sua atividade, a “experiência literária” e não, necessariamente, constrói um projeto de leitura, esta “experiência” também exige uma adaptação rápida e controlada de seus associados que, antes mesmo de receber o primeiro kit, já aceitaram a “velocidade de leitura” requerido pela “experiência literária”, um livro por mês.

Os atores do tempo rápido atuam como verticalidades que, segundo Milton Santos (2006a, p. 105), podem ser definidas

num território, como um conjunto de pontos formando um espaço de fluxos [...]. Esse espaço de fluxos seria, na realidade, um subsistema dentro a totalidade-espaço, já que para os efeitos dos respectivos atores o que conta é, sobretudo, esse conjunto de pontos adequados às tarefas produtivas hegemônicas, características das atividades econômicas que comandam este período histórico.

Estes pontos verticalizados são pontos “descontínuos, mas interligados, que definem um espaço de fluxos reguladores” (SANTOS, 2006b, p. 192). São pontos descontínuos pois não pressupõem um tempo lento de adaptação aos novos fluxos exigidos, são atores do tempo rápido, da rápida introdução de novas técnicas que atendam suas necessidades de produção. No entanto são interligados atendem, como subsistema, às características das atividades econômicas vigentes.

Neste cenário, as verticalidades ganham papel de regulamentadoras com o intuito de manter o sistema político vigente, além das características de produção da globalização perversa já discutidas acima,

com a globalização impõe-se uma nova noção de riqueza, de prosperidade e de equilíbrio macroeconômico, conceitos fundados no dinheiro em estado puro e aos quais todas as economias nacionais são chamadas a se adaptar. [...] O consumo, tornado um denominador comum para todos os indivíduos, atribui um papel central ao dinheiro nas suas diferentes manifestações; juntos, dinheiro e consumo aparecem como reguladores da vida individual. O novo dinheiro torna-se onipresente. Fundado numa ideologia, esse dinheiro sem medida se torna medida geral, reforçando a vocação para considerar a acumulação como uma meta em si mesma (SANTOS, 2006, p. 56).

O dinheiro em seu estado puro é “dinheiro pelo dinheiro”. O objetivo da produção humana passa a ser o acúmulo de dinheiro para alguns (os atores do tempo rápido) ou o acúmulo de consumo que leva ao endividamento para outros (os atores do tempo lento). O fluxo dos atores do tempo rápido assume a “produção pela produção” com o objetivo de acumular riquezas que precisam do “consumo pelo consumo”. O consumo passa a ser o regulador da produção.

O consumo como base das ações da produção capitalista globalizada propõe, dentro da lógica apresentada, a propaganda e o design como anteriores ao produto final, “atualmente, as empresas hegemônicas produzem o consumidor antes mesmo de produzir os produtos” (SANTOS, 2006a, p.48). Contextualizando nosso objeto neste cenário, ao projetar este consumidor, a TAG elabora estratégias para se inserir no mercado editorial brasileiro como discutiremos na segunda parte desse capítulo. As estratégias criadas nesse contexto só podem funcionar como verticalidades, ora, se a empresa “cria” o consumidor, ela cria o ritmo necessário para continuidade desse fluxo.

Há, no entanto, um movimento não previsto pelas verticalidades, que são as horizontalidades. Elas “são zonas de contiguidade que formam extensões contínuas” (SANTOS, 2006), estão estritamente ligadas ao espaço de todos e ao tempo lento. Tanto as verticalidades quanto as horizontalidades se manifestam no *espaço banal*, no espaço das vivências, “de todas as pessoas, de todas as instituições, capaz de ser descrito como um sistema de objetos animados por um sistema de ações” (SANTOS, 2006b, p. 191). Sendo assim, as horizontalidades permitem a presença de outras maneiras de vivências que não as impostas pelos fluxos verticais. “Ao contrário das verticalidades, regidas por um relógio único, implacável, nas horizontalidades assim particularizadas funcionam, ao mesmo tempo, vários relógios, realizando-se, paralelamente, diversas temporalidades” (SANTOS, 2006a, p.111). É no espaço banal que o local e o global se encontram e disputam espaço, desejos e crenças. “Esse processo dialético impede que o poder, sempre crescente e cada vez mais invasor, dos agentes hegemônicos, fundados nos espaços de

fluxos, seja capaz de eliminar o espaço banal, que é permanentemente reconstruído segundo uma nova definição” (SANTOS, 2006, p.111).

Se consideramos acima que a “experiência literária” atua como uma verticalidade em relação aos seus associados, ela também encontra um “espaço de vivências”, horizontalidades não previstas em suas projeções. É o caso apresentado na introdução do presente estudo, por exemplo, no qual o copo enviado com a intensão de “transformar a literatura em conversa de bar” encontra uma outra interpretação dada pela curadora e causa reações em associados e não associados, obrigando a empresa a se posicionar. Também é neste processo de choques entre verticalidade e horizontalidades que a “experiência literária” se consolida, como veremos na segunda parte desse capítulo.

Este choque entre verticalidades e horizontalidades, que se encontram no espaço banal, segue o *modus operandi* de uma das técnicas que compõe a tecnoesfera atual apontada por Hui (2020, p. 101). Segundo o autor, a cibernética de hoje

Se tornou o *modus operandi* de máquinas que vão desde smartphones até robôs e a tecnologia espacial. A ascensão da cibernética foi um dos eventos mais importantes do século XX. Diferentemente do mecanicismo, cuja base é a causalidade linear (A-B-C) a cibernética opera em uma causalidade circular (A-B-C-A’), o que significa que é reflexiva no sentido básico de que é capaz de determinar a si mesma na forma de uma estrutura recursiva. [...] A cibernética como uma das formas do organicismo¹¹, mobiliza dois conceitos-chaves, *feedback* e informação, para analisar o comportamento de todos os seres, tanto animados (vivos) quanto inanimados (sem vida), mas também natureza e sociedade.

O *modus operandi* na atualidade é o *input* e o *output*. As máquinas recebem e processam uma quantidade inumana de dados, *input* e devolve respostas esperadas, um *feedback*.¹² Um dos processos da TAG que ilustram essa relação é a avaliação do livro no aplicativo: um livro é enviado por mês (*output*), os associados avaliam este livro no aplicativo (*input*) e, a partir dessa nota, a empresa decide sobre os próximos livros e usa este dado para fazer mais vendas (*output*). Em seu site oficial, um dos argumentos à pergunta sobre “saber se o associado vai gostar do livro” é a nota dos livros do aplicativo:

Figura 15 - perguntas frequentes no site I

¹¹ Segundo o Yuk Hui (2020. P.101), o organicismo, para explicar a existência dos seres vivos, “obtem suas bases na matemática”.

¹² Com o intuito de demonstrar que este *modus operandi* atua nas mais diversas esferas sociais, seguem dois exemplos de aprendizagem de máquina, o primeiro na área da estatística Cf: <https://desenhos-eletronicos.vercel.app/rizoma/lexia/ive-seen-the-future-and-its-a-robot> Acesso em: 04/02/2024; e o segundo na área do teatro Cf: <https://arxiv.org/abs/1602.04938> Acesso em 04/02/2024

Como saber se vou gostar dos livros enviados?

Nós pesquisamos e avaliamos com especialistas para encontrar o livro certo para cada mês. Com 8 anos de experiência, conseguimos manter uma avaliação alta em todos os livros no app exclusivo para assinantes. Se quiser, você pode dar uma olhada na nossa [biblioteca de kits passados](#).

Disponível em: <https://site.taglivros.com/#> Acesso em: 05/03/2024

Como apontado por Hui (2020), a relação *input output* é, atualmente, o *modus operandi* de máquinas que vão desde os elevadores sincronizados de um prédio até robôs e tecnologia espacial. Han (2019, p. 45) também evidencia essa operação a partir do smartphone. Segundo o autor, esta máquina

é um aparato digital que trabalha com um modo de input-output pobre em complexidade. Ele abafa toda forma de negatividade. Desse modo se desaprende a pensar de um modo complexo. Ele também faz com que definham formas de comportamento que demandam uma amplitude temporal ou uma visibilidade ampla. Ele demanda o curto prazo e oculta o longo [Lange] e o lento [Langsame]. O curtir sem lacunas produz um espaço da positividade. [...] O smartphone, como o digital em geral, enfraquece a capacidade de lidar com o negativo

Han (2015, 2019, 2020) faz uma análise da psicoesfera pela qual esse novo conjunto de técnicas do digital se caracteriza. Segundo o autor, o sistema *input output*, produz pelo fim da negatividade. A baixa complexidade de interações gera o excesso de positividade: é o caso do uso dos dados de usuários de plataformas como o Instagram que ao apertar “curtir” em uma foto alimenta a máquina com aquela “curtida” e cada vez aparece mais “conteúdo” do mesmo gênero para este usuário. É o usuário com ele mesmo o tempo todo. A negatividade precisa do afastamento, da distância, precisa do outro. A falta de negatividade “caracteriza-se pelo desaparecimento da *alteridade* e da *estranheza*” (HAN, 2015, p.10, grifos do autor).

Observemos como essas relações interpessoais foram se intensificando ao longo do tempo. Milton Santos (2006a, p. 47) afirma que o dinheiro em estado puro como produto do meio-técnico-científico-informacional atual justifica a competitividade em estado puro, é preciso eliminar o outro. Assim, a negatividade também se vê eliminada e são exaltados e incentivados

os individualismos arreatadores e possessivos: individualismos na vida econômica (a maneira como as empresas batalham umas com as outras); individualismos na ordem política (a maneira como os partidos frequentemente abandonam a ideia de política para se tornarem simplesmente eleitores); individualismos na ordem do território (as cidades brigando umas com as outras, as regiões reclamando soluções particularistas) Também na ordem social

e individual são individualismos arrebatadores e possessivos, que acabam por constituir o outro como coisa.

Ainda que os individualismos sejam ressaltados, há dois “tipos”, o “coletivo”, marcado pelas empresas, partidos, territórios; e os “individuais” que são representados nas relações interpessoais atuais que transformam o outro em “coisa” que deve ser eliminada, neste caso, o outro não é um sujeito diferente, mas assume a posição de “rival”, não há diálogo.

as pessoas sentem-se desamparadas, o que também constitui uma incitação a que adotem, em seus comportamentos ordinários, práticas que alguns decênios atrás eram moralmente condenadas. Há um verdadeiro retrocesso quanto à noção de bem público e de solidariedade, do qual é emblemático o encolhimento das funções sociais e políticas do Estado com a ampliação da pobreza e os crescentes agravos à soberania, enquanto se amplia o papel político das empresas na regulação da vida social (SANTOS, 2006a, p. 38).

Han (2019), no entanto, aponta que este individualismo avançou e hoje vivemos sob a supremacia do “eu”. Se Milton Santos (2006a) ainda consegue apontar “coletivos individualistas” como os partidos políticos, Han (2019) descreve indivíduos incapazes de se dissolverem nestes coletivos: é necessário, no meio da manifestação, por exemplo, fazer uma “self”.

Se Milton Santos (2006a, 2013) fala sobre o fim da solidariedade, Han (2019, p.11, grifo do autor) fala sobre o fim do respeito. "O respeito pressupõe um olhar distanciado, um *pathos da distância*. Hoje, ele dá lugar a um ver sem distância, característico do espetáculo”. A distância não está reservada à distância física, mas também temporal e mental "[a] comunicação digital desconstrói a distância de modo generalizado. A desconstrução da distância espacial acompanha a erosão da distância mental" (HAN, 2019, p.12), com todas as distâncias apagadas não há nada que possa fazer com que um sujeito saia de si mesmo, não existe o outro no qual possa “morrer” e “reviver”. Frente a este cenário, não há mais negatividade, somente positividade, não há nada que provoque mudança, caímos no tédio do igual, o que o autor conceitua como a agonia do eros (HAN, 2020).

No caso do livro enviado pela TAG, alimentar o aplicativo com as notas dos livros permite que a empresa “conheça” seus associados e quais livros fizeram “mais sucesso” que outros, e este “conhecimento” é o suficiente para que a empresa envie livros parecidos para manter a nota da avaliação alta. Neste sentido, tampouco a “experiência literária” é capaz de enviar algo realmente novo aos seus associados, uma vez que projeta , em

primeiro lugar, consumidores e não leitores. “O fazer compras não pressupõe nenhum discurso. O consumidor compra aquilo que lhe apraz” (HAN, 2019, p.118).

Salgado (2021, p. 16) reforça os problemas levantados pela falta da negatividade nos médiuns digitais, afirma que

Ao usarmos os dispositivos digitais, fornecemos nossos dados e, mais além, nosso tempo, nosso desejo, e este é o negócio dos aplicativos e plataformas proprietários: nós. Em nome de participar desse mundo de facilidades, aceitamos. Transformados em produtos, chamam-nos de clientes, mas pouca coisa nessa arquitetura atual da internet está de fato a nosso serviço. Nós é que servimos a um acúmulo de hits, cliques e likes que são a moeda corrente nesses negócios, que nos ultrapassam como seres humanos.

Como já vimos descrevendo neste trabalho, o tédio do igual só acontece dessa forma, dadas a tecnoesfera e psicoesfera que vivemos. Uma vez mais, a mediação digital leva a outro patamar um dos aspectos da produção da globalização perversa: a cognoscibilidade planetária (SANTOS, 2006a, 2013). Com o uso dos aplicativos de relacionamento atuais, dados são gerados diariamente, a todo o instante e são recolhidos com nossa autorização, mas sem nosso entendimento – a técnica como mistério que nos ultrapassa como seres humanos. Segundo Silveira (2018, p. 34) “as plataformas ganharam ainda mais poder quando mais armazenavam dados dos seus clientes para construírem amostras que permitiam às empresas de marketing atingirem com precisão aqueles que elas buscavam influenciar”. O autor afirma que a “modulação” é a chave dentro da fase do capitalismo como sistema neoliberal. Ao comparar os conceitos de sociedade disciplinar, sociedade de controle e modulação, Cassino (2018, p.15) afirma que

Em síntese, a *sociedade disciplinar* precisa da ação da autoridade sobre os corpos, até mesmo da punição física, para a introjeção comportamental. Já a *sociedade de controle* é mais sutil, ocorre à distância, penetrando os cérebros e forjando as mentes com seus mecanismos de influência. Portanto, o conceito de *modulação*, criado pelo filósofo francês Gilles Deleuze amplamente utilizado pelo sociólogo Maurizio Lazzarato, é a base da sociedade do controle (CASSINO, 2018, p.15, grifos do autor).

Sendo assim, modular é diferente de manipular. *Manipular* está ligado a uma intenção clara de alcançar um objetivo claro em relação ao outro, o *modular* é sutil e mais eficaz, perdura por mais tempo e não requer tanto de quem modula, os próprios usuários lhes fornecem dados. As grandes companhias de marketing estão interessadas nos diversos dados que são gerados dentro das grandes plataformas como Facebook e Instagram para direcionar a compra dos seus consumidores. Não se trata somente de

manipular, mas de induzir, reter atenção, atuar sobre as decisões de compra, de fato as decisões de adesão, tudo isso mediado por inteligências artificiais que funcionam com o *modus operandi* de *input* e *output*. A partir desses dados, são criadas o que o Silveira (2018) nomeia como “bolhas”, esses espaços onde todas as pessoas “pensam igual”, ou ainda, foram moduladas para “pensarem iguais”, ou dito de maneira mais certa, um público-alvo para vendas direcionadas.

Para modular é necessário reduzir o campo de visão dos indivíduos ou segmentos que serão modulados. [...] A modulação encurta a realidade e a multiplicidade de discursos e serve assim ao marketing. Os sistemas algoritmos filtram e classificam as palavras-chaves das mensagens, detectam sentimentos, buscam afetar decisivamente os perfis e, por isso, organizam a visualização nos seus espaços para que seus usuários se sintam bem, confortáveis, e acessíveis aos anúncios que buscarão estimulá-los a adquirirem um produto ou um serviço. A modulação opera pelo encurtamento do mundo e pela oferta, em geral, de mais de um caminho, exceto se ela serve aos interesses de uma agência de publicidade, instituição ou uma corporação compradora. Assim, ficamos quase sempre em bolhas que prefiro chamar de amostras, filtradas e organizadas conforme os compradores, ou melhor, anunciantes" (SILVEIRA, 2018, p. 38)

Ao discutir sobre a palavra “tecnologia” em conferência no evento de 2023 da Associação Nacional de Pós-Graduação em Letras e Linguística, Salgado (2023, p. 1, grifo da autora) traz a seguinte reflexão:

Sobre **tecnologia**, penso que caberia dizer o quanto esse prefixo **tecno-** tem sido usado para referir certas tecnologias – as digitais – e não todas as tecnologias mecânicas ou eletrônicas... – e como isso, em muitos campos de saber, tem funcionado como apagamento da dimensão técnica do que não é digital, do que não é computador, nem smartfone, nem internet... [...] Reforça-se, com o uso indiscriminado desse prefixo, a fábula de que o mundo em que vivemos hoje nasce com essa hipermídia, como se a internet fosse um ponto zero da atual civilização, e assim se apaga o fato de que ela decorre de decisões que fomos tomando, historicamente, nos pactos sociais e políticos que nós fomos fazendo.

A autora nos chama atenção para o fato de que não somente as tecnologias digitais estão baixo este modo de organização social atual, mas também os outros objetos técnicos que o organiza e são organizados por ele, assim como vimos discutindo neste capítulo. Neste sentido, um clube de livros que divide em duas modalidades suas assinaturas também retoma e reforça o *modus operandi* do *input output*: agrupam associados que “pensam” igual e “querem” a mesma “experiência”.

Além disso, Salgado (2023) esclarece que o “ponto zero” não são os médiuns digitais tal qual organizados como apresentados neste trabalho, mas são resultado das decisões que tomamos historicamente.

Voltamos ao representante por excelência dos novo sistema de técnicas regente: o smartphone. Em um único “lugar” encontramos o aplicativo de banco, o aplicativo do supermercado, o aplicativo de vida social, o aplicativo de jogos, o aplicativo de vídeos, o aplicativo de acompanhar suas leituras. Com ele podemos: ler QRCodes de museus, de restaurantes, apresentar um documento para entrar em um avião, documentos para votar, documentos de vacinação, fazer fotos e compartilhá-las com pessoas que participaram ou não do momento, enfim, tudo ao mesmo tempo em um único “lugar”. Ainda que possamos usar todas essas funções sozinhos com o “passar dos dedos” não sabemos como elas funcionam de verdade, como estão programadas, como registram nossos dados, para onde vão esses dados. É neste contexto bizarro que se dá o encontro entre “liberdade” e “prisão”. Pois o lema de “curtir” do consumidor digital não é o “curtir” do ócio, mas sim do desempenho (HAN, 2015).

Este problema pode ser pensado a partir do que Richard Barbrook e Andy Cameron (2018) denominam como Ideologia Californiana. Os estadunidenses analisam um momento crucial na história dos Estados Unidos: no auge do enfrentamento entre os hippies e os yuppies. Os hippies lutavam contra a expansão do imperialismo americano e eram liberais quando se tratava de comportamentos sociais: a democracia, a tolerância, autossatisfação e justiça social, por isso viam nas novas técnicas a possibilidade do surgimento de uma *ágora eletrônica*: “um lugar virtual onde todos poderiam expressar sua opinião sem medo de censura” (BARBROOK, CAMERON, 2018, p. 15), enquanto os yuppies tinham caráter empreendedor e buscavam pelo livre mercado e pela diminuição do tamanho do Estado. Em ambos os casos, uma rede de comunicação sem intermediários era almejada e cada um desses grupos assumia a bandeira "faça você mesmo" com distintos traços semânticos. Dessa mistura de anseios distintos que pareciam sinérgicos no que tangia à comunicação descentralizada como realização urgente para as novas formas de organização social, nasceu a Ideologia Californiana “fundadora” das empresas no Vale do Silício:

Esta nova fé emergiu de uma bizarra fusão da boemia cultural de São Francisco com as indústrias de alta tecnologia do Vale do Silício. Promovida em revistas, livros, programas de televisão, páginas da rede, grupos de notícias e conferências via Internet, a Ideologia Californiana promiscuamente combina o

espírito desgarrado dos hippies e o zelo empreendedor dos yuppies (BARSROOK, CAMERON, 2018, p. 12).

Esta fusão bizarra só é possível graças aos prognósticos promissores de alcançar a liberdade a partir das novas tecnologias digitais que surgiam na época e a ampla difusão da ideia, como citado acima, em revistas, livros, programas de televisão. Neste cenário, os autores apontam o surgimento de uma nova classe trabalhadora: a “classe virtual”. Estes trabalhadores são especialistas da comunicação (engenheiros da computação, criadores de jogos eletrônicos, especialistas em engenharias eletrônicas etc.) e, por serem altamente qualificados, uma vez que a indústria precisa de pessoas especializadas e criativas para o desenvolvimento de novos produtos e por seus trabalhos não se enquadrarem nas linhas de produção das fábricas, têm autonomia sobre ritmo e local de trabalho, mas são trabalhadores de contratos temporários, sem sindicato e que “[e]m vez de rebelar-se abertamente contra o sistema, estes artesãos hi-tech agora aceitam que a liberdade individual somente pode ser atingida trabalhando-se dentro das restrições do progresso tecnológico e do “livre mercado” (BARBROOK, CAMERON, 2018, p. 28).

Sendo assim, a Ideologia Californiana consegue “suprir” as necessidades de “liberdade” do movimento hippie ao mesmo tempo em que, ao forjar a “liberdade” no “faça-você-mesmo”, conseguiu “suprir” as necessidades empreendedoras dos yuppies.

A Ideologia Californiana, assim, simultaneamente reflete as disciplinas da economia de mercado e as liberdades do artesanato hippie. Esse híbrido bizarro só é possível através de uma crença quase universal no determinismo tecnológico. Já desde os anos 60, os liberais – no sentido social da palavra – esperavam que as novas tecnologias da informação fossem realizar seus ideais. Respondendo ao desafio da Nova Esquerda, a Nova Direita ressuscitou uma forma antiga de liberalismo: liberalismo econômico. Em lugar da liberdade coletiva visada pelos radicais hippies, eles defendiam a liberdade dos indivíduos no mercado (BARBROOK, CAMERON, 2018, p.18).

Ao fazer uma análise discursivo-mediológica da apropriação que os usuários fazem da nova tecneoesfera que caracteriza o atual período, Salgado (2020) aponta duas vertentes geradoras de duas possíveis pilares da psicoesferas, levando em consideração também esta história que constituiu a relação bizarra da *Ideologia Californiana*, fazendo uma distinção entre: a *cibercultura* e a *cultura digital*:

Postulamos, assim, o que entendemos ser um desenvolvimento sobre a tecneoesfera globalizante atual: os aspectos mais ligados aos protocolos, portanto à sofisticação dos sistemas de controle, produzem uma cibercultura, efetivamente ligada à cibernética, anterior ao advento dos dispositivos digitais, privilegiando os aspectos de filtragem e seleção; já os aspectos mais ligados à propagabilidade, remontam ao mundo ético da cultura hacker e privilegiam formas de partilha de conteúdo, licenças creative commons e vertentes do copyleft e do software de código aberto, produzindo uma cultura da

distribuição a serviço da multiplicação – uma cultura propriamente digital, nativamente digital (SALGADO, 2020, p. 108).

Neste sentido, a autora exemplifica a cibercultura mostrando o funcionamento das licenças de uso de aplicativos e os aplicativos gratuitos com cadastro obrigatório para o uso de serviços, como o Uber e a cultura digital está representada por aplicativos de código aberto, pagos ou não ou as escritas wiki. Ou seja, no caso da cibercultura ainda que aplicativo seja “acessível”, “qualquer um” pode entrar, nos são exigidos login e senha, o que já é um primeiro filtro, além desse, se pensamos nas redes hegemônicas hoje, como o Instagram, por exemplo, além de login e senha, trata-se de um aplicativo não só de código fechado mas de algoritmo protegido, o que impele a formatar-se esteticamente e a fornecer muitos dados a uma lógica de combinações desconhecida do usuário.

Dessa perspectiva, a cibercultura também pode ser analisada a partir dos conceitos de Milton Santos (2006) de verticalidades e horizontalidades. São as macroempresas ou os atores do tempo rápido quem tomam as decisões e controlam os pontos que formam um espaço de fluxos. São nesses espaços controlados pelas verticalidades onde se faz necessário adaptar comportamentos locais aos interesses globais, gerando dois comportamentos em atrito, assim como os apontados na Ideologia Californiana (BARBROOK, CAMERON, 2018): por ser o controlador dos espaços de fluxo, as macroempresas acabam ganhando um papel de regulamentação dos fluxos, ao mesmo tempo em que as horizontalidades são regidas pela continuidade, ou seja, integram tanto as regras impostas pelas macroempresas quanto as que atuam no espaço banal, empresas, instituições, pessoas. Sendo assim, precisamos lidar com dois sistemas ao mesmo tempo, um da fragmentação, que atua em pontos, e outro da continuidade, que atua no espaço banal. Podemos postar uma foto de nossas vidas pessoais, interagir com os nossos amigos, construir um perfil, mas as fotos precisam ser na vertical, na horizontal são cortadas, todos temos os mesmos designs de perfis, as fotos vão nas mesmas ordens, sem avisar, temos que atualizar o aplicativo para mudanças de interface, se o sistema cair, não saber como fazer voltar. Nós somos parte do input e output das plataformas digitais, especialmente as de relacionamento. Conforme pondera Silveira,

As principais plataformas de relacionamento online não produzem conteúdo. Não realizam discursos, nem criticam narrativas. Quem faz o conteúdo do Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, LinkedIn, Snapchat são seus próprios usuários[...] poderíamos até lançar a hipótese de que as plataformas teriam pouca condição de interferir nos processos de formação de opinião. Nada mais equivocado" (SILVEIRA, 2018, p. 36).

É nesse lugar de atrito que,

Nesta versão da Ideologia Californiana, é prometida a cada membro da “classe virtual” a oportunidade de se tornar um empreendedor hi-tech de sucesso. As tecnologias da informação, continua o argumento, dão poder ao indivíduo, aumentam a liberdade pessoal e radicalmente reduzem a força do estado-nação. As estruturas de poder social, político e legal existentes irão murchar, para serem substituídas por interações irrestritas entre indivíduos autônomos e seus softwares. Estes McLuhaníacos reestilizados argumentam vigorosamente que o governo deveria sair da frente de empreendedores engenhosos, as únicas pessoas ligadas e corajosas o suficiente para aceitar riscos. Em vez de regulamentos contraproducentes, engenheiros visionários estão inventando as ferramentas necessárias para a criação de um “livre mercado” no ciberespaço, tais como codificação, dinheiro digital e procedimentos de verificação (BARBROOK, CAMERON, 2018, p. 22).

Mais poder ao indivíduo, o “livre mercado” e a diminuição do estado são as principais características do estágio atual do capitalismo: o neoliberalismo. É nesse contexto que o processo histórico da globalização como ápice do desenvolvimento do capitalismo se encontra, e, nele, as empresas favorecidas com os conhecimentos científicos materializados em tecnologias (a tecnoesfera) de ponta podem se adaptar às demandas do mercado, bem como impor, como verticalidades, uma psicoesfera que favorece o manejo da produção e circulação de conjunto de técnicas, dentre eles as do mercado editorial. É nesse contexto em que o neoliberalismo se fortalece pela modulação e a cibercultura que se encontra a TAG.

Se a mediação digital intensificou as características de produção da globalização perversa, o mesmo passou com a TAG. A empresa em seu site fala que se baseou em um antigo clube de livros, atualmente não atuante, que se chamava Círculo do livro. Esse clube também enviava um livro por mês aos seus associados, porém pelos Correios. A TAG retoma esse modelo, mas agora com aplicativo, site, tudo o que já foi brevemente apresentado na introdução e será aprofundado nos próximos capítulos, e se coloca no mercado editorial brasileiro como novidade, até mesmo ganha prêmio de inovação. No entanto, o que ela faz é uma revolução conservadora, é o que discutiremos a seguir.

2.2. Olá, taggers

A TAG – Experiências Literárias é uma empresa de assinantes de livros fundada em 2014 que, além de clube de livros, também é uma editora de livros literários com designs exclusivos que atua no mercado editorial brasileiro.

Entendemos o mercado editorial a partir da perspectiva apresentada por Salgado (2016) que, ao se propor a analisar as práticas de edição no mercado editorial brasileiro a partir de documentos que registram a atual regulação desse mercado, notícias emitidas por entidades juridicamente reconhecidas como editoriais ou livrarias e estudos recentes que tratam o tema, estabelece como ponto de partida o mercado editorial como instituição discursiva à qual corresponde um campo em delimitação. Segundo a autora, o mercado editorial brasileiro funciona dentro do que Maingueneau define como interdiscurso (Cf. MAINGUENEAU, 2005, SALGADO, 2016). Poderíamos resumir da seguinte forma: o interdiscurso funciona como um “regulador”, espaço onde todos os discursos estão “submetidos a uma *regularidade pertinente* que os faz pertencer a uma dada instituição ao mesmo tempo em que constroem esse pertencimento” (SALGADO, 2016, p. 42, grifo da autora). Neste sentido, o mercado editorial é esta instituição pela qual diferentes discursos são regulados ao mesmo tempo em que constituem e constroem a própria concepção de mercado editorial.

Entendido como instituição discursiva, o mercado editorial é um ambiente de trocas entre entidades (por exemplo, editoras, livrarias, autores) e procedimentos (por exemplo, publicações, logística de distribuição) que valida e é validado pelos discursos que transitam entre essas trocas. Neste sentido, “vemos que fazem parte do mercado editorial brasileiro todas as discursividades que nele se produzem e que assim o sustentam” (SALGADO, 2016, p. 41). A autora ainda afirma que

Diversas práticas e dizeres participam desse mercado, e o arquivo constituído pretendeu reunir, nos dizeres em circulação, indícios de suas relações com certas práticas, e entre estas também, partindo do princípio de que a atividade linguageira está sempre ligada a práticas não-linguísticas e também aos objetos e técnicas relacionados a essas práticas. As práticas dos escritores, os meios que utilizam para escrever, as razões pelas quais escrevem, a gama enorme de atividades profissionais que se relaciona com esses escritos em diferentes etapas de sua circulação e também as atividades não-profissionais, como é o caso de muitos leitores, por exemplo. Tudo isso institui esse mercado, esse ambiente de trocas, as condicionantes a que estão submetidas (SALGADO, 2016, p. 42).

O mercado editorial está composto por discursividades textualizadas em publicações e discursividades sobre essas publicações que, mutuamente, retomam, reforçam, constituem diferentes discursos que se encontram no mercado editorial.

Se voltamos a nosso objeto, entender que o mercado editorial abrange muito mais que simplesmente “publicar livros” significa afirmar que não somente o livro que vem dentro da caixinha é regulado pelo mercado editorial, mas todos os objetos editoriais

dentro da caixinha e a própria “experiência literária” o são. Além disso, também por participar desse ambiente de troca, a “experiência literária” retoma, reforça e constitui o próprio mercado editorial, mais especificamente, dentro dos discursos que participam desse ambiente, o discurso literário (MAINGUENEAU, 2006, conceito que será desenvolvido no capítulo 3). Aqui nos interessa pensar como a “experiência literária” está posicionada no mercado editorial brasileiro.

Como dito anteriormente, a TAG é uma empresa fundada em 2014 com o propósito de enviar um kit literário em uma caixinha surpresa por mês aos seus associados. Ainda que a primeira caixinha tenha sido enviada em 2014, o clube só se consolidou em 2016 quando passou de 2.000 para 10 mil associados, como dito por um dos fundadores em entrevista para CNN Brasil, em 17/03/2021¹³. Em 2014 a empresa contava com seus três fundadores: Gustavo Lemberg da Cunha, Arthur Dambros e Tomás Susin dos Santos, todos são ex-estudantes de Administração, segundo a reportagem já citada, sem investimento externo, os fundadores da companhia injetaram R\$ 100 mil no primeiro ano, somados aos R\$ 30 mil investidos para o pontapé inicial.

Atualmente, a equipe da TAG soma mais de 100 funcionários¹⁴ e cerca de 40 000 membros em 2022¹⁵. Já foram enviadas, até janeiro de 2024, 114 caixinhas no clube TAG – curadoria e mais de 84 caixinhas no clube TAG – inéditos e é um dos maiores clubes de livros que sobreviveram depois da pandemia. Durante a pandemia do COVID-19 que, no Brasil, durou oficialmente de 2019 a 2021, houve um crescimento pela procura de clubes de assinatura, devido à necessidade de evitar aglomerações unida à comodidade de receber produtos em casa, os números aumentaram em todos os segmentos, ainda que, como citado na reportagem da CNN Brasil em 17/03/2021, o segmento de livros tenha sido o que mais ganhou o bolso do consumidor, representando 27% do total dos clubes. Em seguida, aparecem as categorias bebidas, com 18%, alimentos, com 17%, cuidados pessoais, com 12% e pet, com 11%.

Ainda que tenha ocorrido um aumento de assinantes e também de clubes de livros durante a pandemia, o “pós-pandemia” não favoreceu tanto este segmento. Devido à inflação e dificuldades econômicas postas por este período, no ano de 2022, como dito na reportagem da revista online *Veja São Paulo* no dia 15/09/2022, vários clubes fecharam

¹³ Disponível em: <https://encurtador.com.br/eIS05> Acesso em: 04/02/2024

¹⁴ Disponível em: <https://exame.com/pme/para-atingir-novo-publico-tag-lanca-clube-de-livros-de-negocios/> Acesso em: 04/02/2024

¹⁵ Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/coluna/terrace-paulistano/tag-livros-lanca-campanha-com-50-de-desconto-para-novos-assinantes> Acesso em 04/02/2024

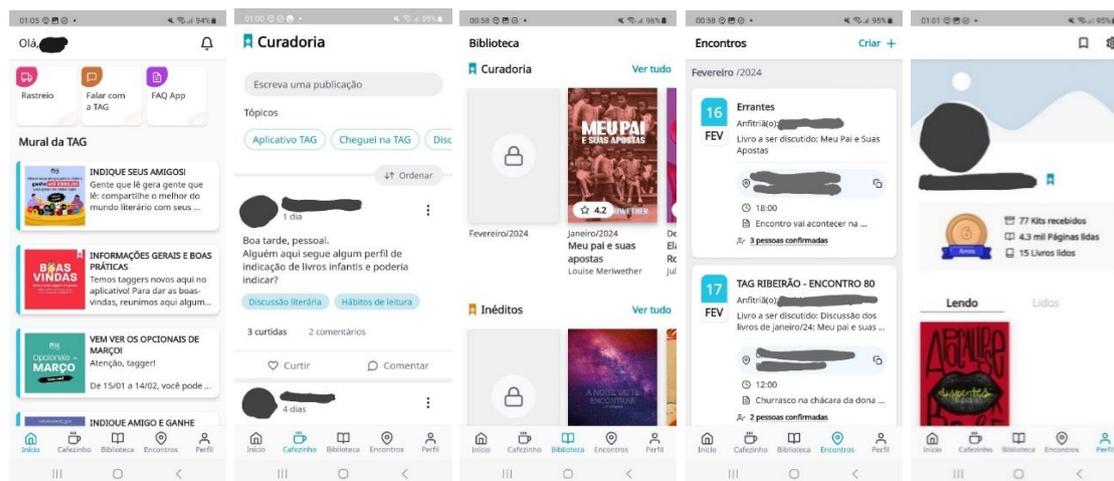
as portas, como o Pacote de Textos, Panaceia, Intrínsecos e, agora, mais recentemente, o Clube Skoob.¹⁶ Ainda que a TAG tenha também sofrido com a queda dos seus associados de 65 000 assinantes, em 2020, para 40 000, em 2022, no mês de agosto de 2023, a empresa fez uma parceria com a Livraria Dois Pontos¹⁷. A partir desta parceria, os livros da TAG terão um espaço físico para venda e o catálogo da livraria passa a fazer parte do e-commerce no site da TAG. Além disso, o clube de leitura faz projeções para ampliar o seu alcance, chegando a países latino-americanos, como a Colômbia.

Além da caixinha enviada mensalmente, como dito anteriormente, os assinantes também têm acesso a um aplicativo exclusivo (isso significa que ele precisa pagar a mensalidade do clube, além de ter um login e senha, e não ter acesso ao código do aplicativo). O aplicativo (figuras 16) está dividido em cinco partes: início, onde estão as informações gerais da TAG para todos os usuários, o cafezinho, onde os usuários podem postar suas leituras fora da TAG, ou fazer perguntas ao público, e atualmente, podem colocar tags como “aplicativo TAG”, “cheguei na TAG”, “Discussão literária”, “Divulgação”, “Dúvidas”, “Encontro TAG”, “Hábitos de leitura”, “Indicação”, “Literatura estrangeira”, “Literatura nacional”, “Pets” e “TAG” ; a biblioteca, espaço reservado para a “experiência do mês”, no qual, podemos avaliar o livro e o design, além de acompanhar a leitura conforme sugestão da TAG e comentar a leitura com outros associados. Também podem, dentro do aplicativo, marcar encontros com outros usuários para discutir o livro pessoalmente, essa prática é incentivada pela empresa que a cada mês publica uma foto de algum encontro na revista que acompanha o livro. E por fim, o perfil, onde aparecem os dados dos associados: quantos anos na TAG, quantos kits recebidos, quantas páginas lidas, quantos livros lidos e qual é sua leitura do clube atual.

¹⁶ Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/coluna/terrace-paulistano/tag-livros-lanca-campanha-com-50-de-desconto-para-novos-assinantes> Acesso em: 04/02/2024

¹⁷ Disponível em: <https://www.taglivros.com/blog/tag-e-dois-pontos/> Acesso em: 04/02/2024

Figura 16 – dentro do aplicativo da TAG – experiências literárias



Captura de tela

A empresa se promove em outros aplicativos que também fazem parte da cibercultura: o Instagram, usado pela empresa para publicar fotos de suas caixinhas enviadas, fazer post sobre livros, tipos de leitores, fazer enquetes, publicar memes sobre leitura, fotos de bibliotecas e sobre sua equipe e seu propósito. Além do Facebook¹⁸, o X¹⁹, a plataforma Issuu²⁰ e o Pinterest²¹ que são acessíveis ao público geral, e têm como objetivo divulgar a marca e manter uma relação de diálogo com esse público; podcast no Spotify que também é acessível ao público geral, mas faz parte da “experiência literária”, uma vez que na revista vem um QR code que dirige o associado ao episódio na plataforma. Além do aplicativo criado pela empresa TAG – Experiências literárias, chamado “cabeceira²²”, no qual os diferentes leitores registram suas leituras favoritas, dão notas aos livros, recebem conquistas e há uma calculadora para registrar seu ritmo de leitura, há também a loja no site e o canal no telegrama e no WhatsApp também abertos ao público.

Para continuar nossa descrição, nos parece oportuno analisar esta organização da empresa desde o conceito de campo de Bourdieu (2018, 2021) que está na base do entendimento do mercado editorial como instituição discursiva, como vimos.

¹⁸ Disponível em: https://www.facebook.com/taglivros/?locale=pt_BR Acesso em: 04/02/2024

¹⁹ Disponível em: <https://twitter.com/taglivros> Acesso em: 04/02/2024

²⁰ Disponível em: <https://issuu.com/taglivros> Acesso em: 04/02/2024

²¹ Disponível em: <https://br.pinterest.com/taglivros/> Acesso em: 04/02/2024

²² Disponível em: <https://cabeceira.app/> Acesso em 04/02/2024

2.3. O conceito de campo

O conceito de campo é um conceito elaborado pelo sociólogo francês Bourdieu para analisar as relações de poder presentes na sociedade. Bourdieu, descrito como um “agitprop” (“agitador profissional”), segundo Catani (2022, p.9),

procurou questionar como e por que, na sociedade francesa — mas que podem ser generalizadas para várias outras formações sociais —, pequenos grupos conseguem se apoderar dos meios de dominação, “permitindo nomear e representar a realidade, construindo categorias, classificações e visões de mundo às quais todos os outros são obrigados a se referir. Compreender o mundo”, como já se escreveu antes, “converte-se em poderoso instrumento de libertação”. E tal procedimento se realiza, dentre outros domínios, no educacional (HEY; CATANI, 2008, p. 62).

Sendo assim, Bourdieu estava interessado em compreender as relações “arbitrárias” de dominação que, ao serem analisadas dentro das categorias de análises dos campos propostos pelo sociólogo, se mostram não tão arbitrárias assim. O autor estabeleceu propriedades comuns a todos os campos. Em primeiro lugar, para um campo ser delimitado como tal é necessário:

definir questões de interesse específicos que sejam irreduzíveis às questões e interesses próprios de outros campos [...] desafios e pessoas prontas para jogar o jogo, dotadas de *habitus*. [Além disso] a estrutura do campo é um estado da relação de poder entre os agentes ou as instituições engajadas na luta, ou, se se preferir, da distribuição do capital específico que acumulado no decurso das lutas anteriores, orienta as estratégias ulteriores (BOURDIEU, 2021, p. 110).

Sendo assim, em primeiro lugar, um campo deve ser entendido tanto em seus processos diacrônicos quanto sincrônicos. É nos processos diacrônicos que podemos observar os interesses específicos e irreduzíveis em relação aos outros campos. Em outras palavras, são os processos históricos que nos permitem diferenciar um campo literário de um científico ou, ainda, do campo da moda. Mesmo que exista uma disputa entre os agentes do campo, há um acordo mútuo para a continuidade do campo, estratégias repetidas e retomadas ao longo da história que consolidam o campo como tal.

No entanto, o jogo entre agentes ou instituições acontecem nos processos sincrônicos do campo. É a luta por ocupar uma posição no jogo (seja de dominante ou de pretendente) e a luta pela distribuição do capital específico que orientará as próximas

estratégias a serem seguidas, possibilitando assim, a reestruturação do próprio campo, ou seja, as estratégias que serão repetidas e retomadas a partir de então. Em outras palavras, é nos processos sincrônicos que podemos (i) observar as estratégias que constituíram o campo até o momento analisado e, (ii) a partir desta análise, apontar possíveis estratégias que orientarão o *habitus* do campo em períodos ulteriores.

Há, no entanto, uma maneira de jogar o jogo, uma vez que

Os antigos têm *estratégias de conservação* com o objetivo de tirar proveito de um capital progressivamente acumulado. Os novos concorrentes têm *estratégias de subversão* orientadas para uma acumulação de capital que pressupõem uma inversão mais ou menos radical da tábua de valores, uma redefinição mais ou menos revolucionária dos princípios de produção e de avaliação de produtos e, ao mesmo tempo, uma desvalorização do capital detido pelo dominante. [...] Mas a condição de entrada no campo é o reconhecimento do desafio e, ao mesmo tempo, o reconhecimento dos limites que não devem ser ultrapassados, sob pena de ser excluído do jogo. Segue-se que da luta interna só podem sair revoluções parciais, capazes de destruir a hierarquia, mas não o próprio jogo. Aquele que quiser fazer uma revolução em matéria de cinema ou de pintura diz: “Esse não é o *verdadeiro* cinema” ou “Não é isso a *verdadeira* pintura”. Ele lança anátemas, mas em nome de uma definição mais pura, mais autêntica do que aquela em nome da qual os dominadores dominam. Assim, cada campo tem as suas próprias formas de revolução, e, portanto, a sua própria periodização. E os recortes dos diferentes campos não estão necessariamente sincronizados. O fato é que as revoluções específicas têm uma certa relação com mudanças externas (BOURDIEU, 2021, p.188 - 189 grifo no original).

As estratégias de conservação e as de subversão, em disputa, serão o motor do campo que permitirá que ele permaneça e se propague no decorrer dos anos, pois, ainda que haja disputa pela posição de dominante, ainda que haja uma subversão, o que acontece é uma reestruturação do campo e não o fim de um campo. Neste sentido, entende-se melhor uma frase como “o verdadeiro cinema” invocada pelo autor: não se discute o que é cinema, mas sim o verdadeiro, que pode ser discutido dentro de uma visão mais conservadora ou mais subversiva, mas não com a proposta de ruptura com o campo.

Como apresentado acima, a TAG é uma empresa de oito anos que atualmente atua em nível nacional, com mais de 40 000 associados e mais de 200 livros enviados a cada associado. É a empresa que mais cresceu em seu segmento, inclusive durante a pandemia, e a primeira a se popularizar neste “novo formato” que já foi descrito: edição exclusiva, mimo literário, box colecionável, aplicativo exclusivo, conta em diferentes plataformas digitais (formato este, que é resultado da tecnoesfera e psicoesfera referentes ao meio técnico-científico-informacional (SANTOS, 2006a, 2013) – conceitos discutidos na primeira parte deste capítulo).

Dito isso, assumimos neste trabalho que a TAG é um novo agente no campo literário brasileiro que promove uma mudança no *habitus*: este modelo de negócio é seguido por outras editoras como o clube de leitura Turista literário²³, lançado em junho de 2016, que propõe uma experiência sensorial ao assinante, envia também um item para o tato e outro para o olfato ou paladar, o clube conta hoje com 1500 assinantes e tem um faturamento mensal médio de R\$ 130 mil, ou o clube de grandes editoras como a Intrínseca que lançou um clube de assinaturas em 2019 com edições exclusivas, inéditas e com um “brinde”, mas que, ainda que tenha o respaldo de uma grande editora como a Intrínseca, fundada em 2003 pelo empresário e economista Jorge Oakim, atualmente publica em média 100 livros por ano e é responsável por lançamento de best-sellers como *A garota de roubava livros*, a trilogia do *Crepúsculo* e a coleção do *Percy Jackson e os Olimpianos*²⁴, encerrou suas atividades em 2022²⁵. Ao mesmo tempo, em que, como colocado na introdução, livrarias que já eram detentoras do capital acumulado, referências no mercado, estavam em crise e fecharam suas portas²⁶. Como por exemplo a Livraria Cultura, com sede em São Paulo, na Avenida Paulista que, aberta desde 1960, em 2023 está passando por um processo de despejo por falta de pagamento de alugueis. Como resposta ao julgamento, houve espaço para o pedido da vereadora Laura Zarattini (PT-SP) à Justiça para que a Cultura fosse considerada patrimônio tombado²⁷, tamanho é seu capital acumulado. A ação foi negada e o processo segue em andamento até o momento de entrega deste trabalho.

Além de ter sido a pioneira e com mais sucesso no mercado de assinatura de livros, a TAG foi premiada em 2020²⁸ no prêmio LadAwards (Latin American Design Awards) pelo projeto gráfico da obra “A velocidade da luz”, que fez parte da caixinha da Curadoria enviado pelo clube de livros em 2019. O livro é de autoria do espanhol Javier Cercas e foi editado em parceria com a editora Globo. Como se pode ler, publicado na internet,

Receberam a medalha os criadores do projeto, os designers Bruno Miguell Mendes Mesquita e Paula Hentges, que contaram com a colaboração de Gabriela Heberle na criação. “A TAG busca ser referência no design editorial brasileiro e, receber um prêmio como o LAD, é uma forma de concretizar esse

²³ Disponível em: <https://www.turistaliterario.com.br/produtos.asp?categoria=7> Acesso em: 07/03/2024

²⁴ Disponível em: <https://intrinseca.com.br/a-editora/> Acesso em: 08/04/2024

²⁵ Disponível em: <https://www.intrinsecos.com.br/> Acesso em: 07/03/2024

²⁶ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2018/10/clubes-do-livro-ganham-forca-em-meio-a-crise-no-mercado-editorial.shtml> Acesso em: 08/03/2024

²⁷ Disponível em: <https://www.metropoles.com/negocios/o-que-esta-por-tras-do-abre-e-fecha-da-livraria-cultura> Acesso em: 08/03/2024

²⁸ Disponível em: <https://shre.ink/TSVt> Acesso em: 04/02/2024

objetivo. Buscamos proporcionar uma experiência única para nossos associados, e por isso nos preocupamos com cada detalhe, desde o momento em que o associado recebe a caixinha em casa, até as suas interações em nossos aplicativos. O projeto gráfico é parte essencial dessa experiência e influência muito a percepção que os usuários têm sobre os livros”, afirma Mesquita. Disponível em: <https://shre.ink/TSVt> Acesso em: 04/02/2024

Receber esse prêmio retoma e valida o que a empresa se propõe a fazer, criar uma “experiência literária” *única* a seus associados a partir das edições exclusivas, algo que a diferencia de suas concorrentes. Além do prêmio pelo design, a empresa também foi premiada pela Top de Marketing ADVB/RS 2019 na categoria Incentivo – Cultura com o projeto #Desafio1LivroPorMês²⁹. Este desafio era aberto ao público e divulgado no Instagram e no grupo de Telegram da TAG. No grupo também há influencers que compartilham suas leituras.

Nesta lógica, a TAG vai constituindo um “novo” *habitus* que entrega aos seus associados não “somente o livro”, mas uma “experiência literária”. Observemos os três exemplos de clubes apresentados: todos entregam uma edição exclusiva, todos enviam objetos editoriais que “complementam” a leitura, buscando entregar uma “experiência”, no clube do Turista Literário são objetos sensoriais, no clube da Intrínseca eram brindes como um cartão postal com uma frase do livro e uma revista sobre o livro, e no caso da TAG todos os objetos já descritos neste trabalho.

Nas palavras de Bourdieu (2021, p. 128), o *habitus* é

Um capital, mas que, sendo incorporado, apresenta-se exteriormente como inatismo. Mas por que não dizer hábito? O hábito é considerado espontaneamente como repetitivo, mecânico, automático, antes reprodutivo do que produtivo. Ora, eu queria insistir na ideia de que o *habitus* é algo poderosamente gerador. O *habitus* é, indo depressa, um produto dos condicionamentos que tende a reproduzir a lógica objetiva dos condicionamentos, mas fazendo-lhes sofrer uma transformação; é uma espécie de máquina transformadora que faz com que nós “reproduzamos” as condições sociais de nossa própria produção, mas de uma forma relativamente imprevisível, de uma forma tal que não podemos simplesmente e mecanicamente passar do conhecimento das condições de produção ao conhecimento dos produtos.

Ou seja, *habitus* também é estar em disputa, significa disputar o condicionamento e o capital de determinado grupo. Frente ao exposto, podemos afirmar que o modelo de negócios da TAG causou uma mudança no comportamento entre o leitor e a leitura do

²⁹ Disponível em: <https://www.matinaljornalismo.com.br/rogerlerina/literatura/desafio1livropormes-rende-premio-a-tag/> Acesso em: 04/02/2024

livro, agora se vende uma “experiência literária” e a TAG como precursora desse “novo” *habitus*. Em outras palavras, houve um deslocamento no campo, a TAG que era um novo agente com estratégias de subversão, hoje ocupa o papel de dominante, já consolidado no mercado editorial.

Como exemplo das lutas entre agentes e instituições, em seu artigo “Uma revolução conservadora na edição”, Bourdieu (2018) apresenta o resultado de uma pesquisa extensa a partir do estudo de 61 editoras de obras de literatura francesa ou obras traduzidas que foram publicadas entre julho de 1995 e julho de 1996³⁰. O artigo apresenta o resultado da análise do campo editorial francês no momento estudado.

Nesse artigo, foi possível identificar os agentes que estavam no jogo e estabelecer as estratégias utilizadas por esses agentes na luta por suas posições dentro do campo editorial francês no fim do século XX, além de levantar hipóteses sobre quais seriam as estratégias a serem seguidas nos próximos passos para disputar posições no campo.

As categorias de análises foram, no âmbito jurídico, (sociedade anônima, sociedade de responsabilidade limitada, outras) tamanho da empresa, número de funcionários, peso no mercado, capital simbólico e importância da literatura estrangeira.³¹

A categoria “Peso no mercado” diz respeito ao “êxito comercial” e, como não se pode medir o êxito comercial a partir das tiragens médias, dado que essas cifras não são divulgadas, buscou-se construir um índice aproximado do êxito comercial tendo como base as listas de best-sellers (de L’Express e de Livres-Hebdo) (BOURDIEU, 2018, p. 211), duas revistas francesas. Além disso, Bourdieu (2018) também estava interessado em saber se a editora publicou um autor premiado e a capacidade do editor em conseguir fomentos editoriais. Em relação ao “capital simbólico”, este foi avaliado “a partir de diferentes índices: antiguidade, localização, prestígio do fundo editorial (capital simbólico acumulado) e Prêmio Nobel de Literatura” (BOURDIEU, 2018, p. 212).

Ao analisar todas essas categorias, Bourdieu (2018) assinala que

A mudança mais significativa que se observa na política de diferentes editoras tem a ver com mudanças na posição que ocupam no campo: o deslocamento em direção às posições dominantes coincide com uma forte tendência a privilegiar a gestão de sucessos em vez de investir em novas experiências, e a

³⁰ É pertinente esclarecer que o artigo foi originalmente publicado em: BOURDIEU, Pierre. Une révolution conservatrice dans l’édition. Actes de la Recherche en Sciences Sociales. v. 126-127, mars 1999. Édition, Éditeurs. O ano de 2018 é referente ao ano de publicação no Brasil traduzido por Luciana Salazar Salgado e José Moniz.

³¹ O objetivo ao trazer este artigo não é resumir-lo, mas sim apresentar exemplos que corroborem a análise que será feita neste trabalho. Sendo assim, não comentaremos todas as estratégias apresentadas no artigo de maneira particular.

pôr o capital simbólico que detêm a serviço de autores cada vez mais “comerciais”, que não são os que, nos tempos míticos de seus primórdios, contribuíram para a acumulação desse capital (BOURDIEU, 2018, p. 200).

Em outras palavras, no período analisado pelo autor em tela, houve um deslocamento em relação às posições dominante, mas também houve mudanças no *habitus* do campo editorial francês: se antes as posições dominantes priorizavam as novas experiências, agora priorizam a gestão de sucessos, isso significa que os leitores estarão mais abertos aos livros de sucesso e os escritores e editoras estarão mais interessados em publicar esse tipo de livro, além de todos os outros agentes engendrados no campo literário.

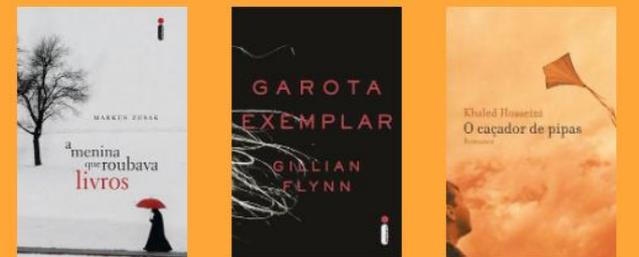
Podemos, frente ao exposto, deduzir que o modelo de negócios da TAG, discutido acima, também produz leitores abertos a outras “experiências”. No entanto, há outra característica deste modelo empregado pela TAG que a difere em relação aos outros clubes de assinatura de livros: separar duas modalidades de assinaturas. A TAG – curadoria e a TAG – inéditos. Para apresentar essa característica e seguir nossa análise, se faz necessário retomar o conceito de objetos editoriais trabalhado na introdução: “objetos técnicos que supõem uma cadeia criativa e uma cadeia produtiva nas quais técnicas e normas são administradas por diferentes atores com vistas à formalização material de uma síntese de valor sócio que enseja uma circulação pública apontando para uma autoria e projetando um público leitor” (SALGADO, 2022). Os objetos editoriais que compõe a caixinha materializam a posição de dominante da TAG no mercado editorial brasileiro. A partir dessa citação, analisamos a cadeia produtiva e criativa e a projeção do público leitor a partir das estratégias implementadas no sentido de auto validar sua posição no campo literário.

O site oficial da empresa está dividido em quatro abas: TAG – inéditos, TAG – curadoria, Kits passados e área do associado. Como veremos com mais detalhes no capítulo 3, o possível associado que entra no site pode se identificar com uma das modalidades ou com as duas. Para ajudar nesta decisão, as abas destinadas a cada modalidade descrevem o funcionamento delas baseado na concepção de que existem “tipos de leitores” (reforçando o *habitus* já instituído do “leitor sério”³² (MORA, 2017).

³² Tomamos emprestado o conceito de “escritor sério” proposto por Mora (2017, p. 27) “pero lo certo es que resulta complicado ser un escritor *serio*. Hagamos um rápido repasso los requisitos preciosos para ser considerado como un “escritor de verdade” em términos tradicionales: se debe tener una figura solemne; jamás debe escribirse con propósitos comerciales o espurios y la obra literaria debe hacerse con y contra la

Há duas projeções de leitores nessa separação: os que leem livros best-seller e os que leem “indicações singulares”. Na figura 17 podemos ver as principais diferenças destacadas pela própria empresa:

Figura 17 – como estão apresentadas as duas modalidades no site

<h2>Como escolhemos os livros?</h2> <p>Os livros são recomendados por quem entende do assunto: todo mês, nomes como o Nobel de Literatura Mario Vargas Llosa, a escritora nigeriana Chimamanda Adichie e o cronista Luis Fernando Verissimo são desafiados a selecionar o melhor livro de suas bibliotecas para compartilhar com o associado.</p>	<h2>Como escolhemos os livros?</h2> <p>Nossa equipe de bookhunters investiga os lançamentos mais recentes para descobrir aqueles que estejam fazendo sucesso entre os leitores ao redor do mundo, mas que ainda não tenham vindo ao Brasil, para trazer em primeira mão aos associados.</p>
<h2>Que tipo de livro é enviado?</h2> <p>Como quem escolhe os livros são grandes escritores, são sempre obras muito bem-conceituadas pela crítica e de excepcional qualidade. Geralmente são obras de ficção pouco conhecidas do grande público, de estilos diversos: algumas serão envolventes e repleta de diálogos, outras exigirão maior reflexão para apreciação do leitor. A certeza é a de que o leitor navegará por épocas, países e estilos literários, descobrindo obras singulares e explorando o que há de melhor na literatura. Se você gostou de algum desses livros abaixo, gostará dos livros da TAG Curadoria:</p>	<h2>Que tipo de livro é enviado?</h2> <p>São livros best-sellers ou grandes apostas de leitura rápida e linguagem contemporânea, daqueles repletos de diálogos e cenas emocionantes, que fixam o leitor desde as primeiras páginas. Como os livros são surpresa, não podemos revelar o que vem por aí, mas listamos alguns livros que são parecidos. Se você gostou de algum desses livros abaixo, gostará dos livros da TAG Inéditos:</p>
	
<h2>Como assim "edições exclusivas"?</h2> <p>Nossas edições têm tiragens limitadas e são exclusivas aos associados do clube, ou seja, você não as encontrará em livrarias. Para a coleção TAG Curadoria, preparamos edições de luxo: capa dura, papel creme e eventuais acabamentos especiais como fitilho, costuras especiais, pintura trilateral e hotstamping.</p>	<h2>Como assim "livros inéditos"?</h2> <p>Obras que você não encontrará em outro lugar: livros inéditos ainda não publicados no Brasil, em edições exclusivas. Em parceria com uma editora, fazemos a edição, o projeto gráfico e editorial e trazemos a obra em primeira mão aos associados.</p>

As principais diferenças entre as duas modalidades são: (1) os curadores na TAG – curadoria são figuras renomadas no campo literário, como o Nobel de literatura Maio

tradição de los clásicos.” Esta definição nos sugere que também haja um “leitor sério” que será o público que consumirá o “escritor sério”.

Vargas Llosa, enquanto no TAG – inéditos a curadoria é feita por uma equipe da empresa de “bookhunters” que “caçam” os livros com mais sucesso em outros países e que ainda não chegaram ao Brasil. (2) Os livros enviados pela TAG – curadoria são obras bem conceituadas pela crítica literária, obras ganhadoras de prêmios como a obra *As últimas testemunhas* de Svetlava Aleksievitch, ganhadora do Nobel de 2015, enviado em julho de 2018³³, enquanto as obras da TAG – inéditos estão respaldadas pelo “sucesso” que atingiu em outro país. (3) Na TAG – curadoria o que o associado “não encontrará em outro lugar” é a edição exclusiva e edições de luxo (capa dura, papel creme e eventuais acabamentos especiais); na TAG – inéditos, é a própria obra, que também vem em edição exclusiva, ainda que não seja uma edição de luxo (livro em brochura). Em resumo, as diferenças são os curadores, as obras e as edições exclusivas.

Tais diferenças direcionam o associado projetado a decidir qual compra efetuar (ou inclusive assinar os dois clubes), ao mesmo tempo em que posiciona a TAG no campo literário como uma opção “nova e exclusiva” no mercado. As duas modalidades que apresentadas como diferentes entre si, se posicionam no mercado editorial assumindo as mesmas características que as distinguem dos demais atores do campo: curadoria, obra, edição exclusiva.

Como dito anteriormente, a TAG é um agente novo no campo que busca se posicionar a partir de estratégias de subversão com o objetivo de acúmulo de capital. Há, no entanto, a possibilidade de esta subversão ser mais ou menos revolucionária. É o movimento analisado por Bourdieu (2018) que no título do artigo já anuncia “Uma revolução conservadora”. Ainda que tenha ocorrido uma mudança que modifica as posições no campo, um deslocamento entre os agentes dominantes e pretendentes, com mudança no *habitus* dos leitores franceses, não questiona o próprio campo, as concepções e relações estabelecidas e intactas do campo, como por exemplo, o que é a “literatura”, ou o que é “literário”, ou ainda, trazendo a discussão para o nosso objeto, o que é uma “experiência literária”.

No caso do mercado editorial francês, ainda que tenha havido esta mudança das posições e projeções das editoras, não quer dizer que uma editora que antes estava em uma posição dominante perdeu tal posição, uma vez que é necessário observar todas as variantes que dão suporte à posição de dominante, além disso, as editoras que se deslocaram no campo como pretendentes e passaram a ocupar a posição de dominante

³³ Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/tag_revistajulho_issu Acesso em: 07/03/2024

mantiveram essas “variantes dominantes”. No estudo apresentado por Bourdieu (2018), algumas práticas que conservam tal posição são: a localização (no caso de Paris, significa viver nos *arrondissements* ao *rive gauche*, ao lado esquerdo do rio Sena, onde a história intelectual, artística e boêmia celebrizou a cidade desde o século XIX), a publicação de Nobel, lista de best-seller em revistas reconhecidas, entre outras das categorias apresentadas anteriormente. Ou seja, as editoras que passam a ocupar a posição de dominante, não altera de maneira revolucionária o campo, mas reforçam as estratégias conservadoras do campo, “como os dominantes no campo das relações entre as classes, eles têm estratégias conservadoras, defensivas, que podem permanecer silenciosas, tácitas, uma vez que somente têm que ser o que são para serem o que é preciso ser” (BOURDIEU, 2021, p. 189).

A partir desta perspectiva, uma editora menor que aposta em novas experiências (no sentido apresentado no artigo de novos autores, outros gêneros literários etc.), não necessariamente disputa a posição de dominante (a proposta da editora pode ser exatamente publicar novos autores), mas disputa a participação no jogo, pois, ainda que exista a disputa entre os agentes que fazem parte do jogo, há uma “cumplicidade objetiva” que é a chave para a revolução conservadora: aos dois lados interessa o manutenção do campo. Como dito anteriormente, as estratégias de conservação e as de subversão em disputa são o motor do campo, sendo assim, na análise da conjuntura do campo na Paris do fim do século XX, feita por Bourdieu (2018), publicar obras de sucesso configura uma estratégia de conservação, ao mesmo tempo que publicar obras com novas experiências é a oposição necessária para manter o motor do campo em funcionamento sem necessariamente questionar o próprio campo.

Esta cumplicidade objetiva se dá pelo fato de que “todas as pessoas que estão engajadas em um campo têm em comum um certo grau de interesses fundamentais, a saber, tudo o que está ligado à própria existência do campo: daí uma cumplicidade objetiva subjacente a todos os antagonismos” (BOURDIEU, 2021, p. 111). Sendo assim, a categoria de Prêmio Nobel de Literatura se autoexplica, todas as pessoas que jogam o jogo reconhecem o valor desse prêmio, o mesmo vale para as revistas que trazem a lista de best-sellers.

Voltando a nosso objeto, separar as modalidades entre obras enviadas em duas caixinhas “diferentes” não faz uma revolução no mercado editorial brasileiro, apenas retoma e reforça as estratégias tácitas dos agentes que ocupam a posição de dominantes. As obras enviadas, tanto na TAG – curadoria, quanto na TAG - inéditos, baseando-se nos

conceitos apresentados de Bourdieu (2018; 2021), já transitam no campo literário como dominantes: autores e obras premiadas escolhidas ou por curadores premiados ou baseados em uma lista de livros inéditos que já têm “sucesso” no exterior, apresentadas aos associados em edição exclusiva, compondo a caixinha com todos os objetos editoriais que a constituem sob o conceito guarda-chuva do “literário”. A afirmação anterior reforça o caráter conservador da “experiência literária” vendida pela TAG: como há uma cumplicidade entre os agentes do jogo, se auto titular “literária”, enviar livros literários e dialogar com autores renomados é o suficiente para a palavra “experiência”, neste contexto, não ser questionada e nem mesmo os objetos editoriais enviados, incluindo o livro do mês.

No próximo capítulo nos propomos a observar, a partir do conceito de discurso literário de Dominique Maingueneau (2018a), como o discurso materializado na cenografia da TAG auxilia na consolidação da “experiência literária” como inquestionável.

3 – Chegou a caixinha do mês

No capítulo anterior nos dedicamos a descrever o contexto de surgimento do que é referido por “experiência literária”. Mais que contexto de surgimento, o sistema que instaura um campo, no qual uma instituição discursiva organiza, ao ser organizada, os elementos que serão reconhecidos como seus constitutivos.

Neste capítulo nos interessa pensar sobre a enunciação que é parte do que é referido pela TAG como "experiência literária". Se antes a relacionamos com outros agentes do campo, agora nos interessa pensar como ela se relaciona e se posiciona no discurso literário (MAINGUENEAU, 2018). Será a partir dessa relação que discutiremos nossa hipótese de que a empresa TAG – Experiências literárias transita entre o *ethos* fáustico e o *ethos* prometeico para retomar, reforçar e se posicionar como parte do discurso literário e dialogar com seus destinatários.

Para isso, começaremos com algumas considerações sobre a diferença entre analisar nosso objeto a partir do conceito de campo literário de Bourdieu (2018; 2021) e discurso literário de Maingueneau (2018a). Logo conceituaremos discurso literário, cenografia e *ethos* a partir de Maingueneau (2018a) e retomaremos as tradições filosóficas prometeica e fáustica a partir de Martins (2012).

3.1. A categoria de discurso x campo

O conceito de campo de Bourdieu (2021) e o conceito de discurso literário como discurso constituinte de Maingueneau (2018a) traçam algumas similaridades, por isso, nos propomos a discutir suas diferenças e justificar o uso das duas teorias neste trabalho.

Enquanto Bourdieu (2021), como sociólogo, olha para as relações sociais não arbitrárias que se estabelecem dentro dos campos a partir da luta, entre agentes e instituições, pelas posições no campo, permeada pelo *habitus* referente a tal campo, Maingueneau (2000, p. 3) está interessado em pensar o objeto de estudo da disciplina análise do discurso. Segundo esse autor,

O interesse específico da análise do discurso é apreender o discurso enquanto articulação entre texto e lugares sociais. Consequentemente, seu objeto não é a organização textual nem a situação comunicativa, mas o que os articula através de um gênero de discurso. A noção de “lugar social” não deve ser considerada de um ponto de vista literal: esse “lugar” pode ser uma posição em um campo simbólico (político, religioso, etc.).

Neste sentido, analisar nosso objeto a partir da perspectiva do discurso literário proposto por Maingueneau (2018a) amplia nossas possibilidades de análise ao introduzir, além das relações sociais estabelecidas pelo campo, o discurso correspondente a tal campo. Nossa hipótese é de que a TAG usa como estratégia de marketing características do discurso literário, como discutiremos a seguir.

Sendo assim, olhar para as relações não arbitrárias dentro do campo nos possibilitou analisar as estratégias usadas pela empresa para se posicionar no mercado editorial brasileiro. Ao voltar nossa análise para a perspectiva do discurso literário, pretendemos demonstrar como a empresa se mostra a partir de uma dada cenografia e constituiu um dado *ethos* (conceitos tratados a seguir) que validam a “experiência literária”.

O discurso supõe uma organização transfrástica, é uma forma de ação, é interativo, orientado, contextualizado, é assumido por um sujeito, regido por normas e considerado no âmbito do interdiscurso (MAINGUENEAU, 2018a, p. 40-42). Neste sentido, o discurso não está pautado no tamanho (de linhas ou palavras) de um enunciado, mas sim, nas condições de enunciação. Os discursos estão “submetidos a regras de organização em vigor numa sociedade determinada” (MAINGUENEAU, 2018a, p. 40). Além disso, as interações não necessariamente pressupõem a presença física do destinatário, “é um intercâmbio, explícito ou implícito, com outros locutores, virtuais ou reais” (MAINGUENEAU, 2018a, p. 41), no entanto, pressupõe, sim, uma destinação. Por fim, o discurso “não intervém num contexto, só há discurso contextualizado” (MAINGUENEAU, 2018a, p. 42).

É possível identificar um ponto de convergência entre o campo literário de Bourdieu (2021) e o discurso literário de Maingueneau (2018a, p.43) que é “contestar o caráter central deste ponto fixo, dessa origem “sem comunicação” com o exterior [...] Fazê-lo é renunciar ao fantasma da obra em si; [...] é restituir as obras aos espaços que as tornaram possíveis, onde elas são produzidas, avaliadas, administradas”. Ou seja, os dois autores nos permitem questionar esse “lugar intocável” da criação literária como fora de um contexto de interações. No entanto, também há pontos de divergência.

Segundo Maingueneau (2018a), enquanto a análise do discurso está interessada em analisar a atividade discursiva (da enunciação, do texto, da relação texto e contexto), a teoria sociológica de Bourdieu (2021) não consegue sair da oposição entre estrutura e conteúdo, pois,

“nunca se vai além da concepção espontânea da obra como reflexo de uma realidade social já dada. Essa sociologia não visa articular a estruturas dos “conteúdos”, a enunciação e a atividade de posicionamento num dado campo, quando é de fato aí que reside o motor da atividade criadora [...] A “verdade” já está presente, oferecida no contexto, ou seja, uma posição no campo, e a atividade criadora apenas a manifesta e conforta” (MAINGUENEAU, 2018a, p. 48).

Maingueneau (2018a) propõe, desta forma, uma ampliação do campo de visão, além de pensar as estratégias conservadoras ou subversivas dos agentes em um campo, ele propõe analisar as condições de emergência das obras. Em outras palavras, não somente as relações que se estabelecem na luta entre os dominantes e os pretendentes (BOURDIEU, 2021), mas também as condições da própria atividade enunciativa. Por isso a necessidade de pensar a obra dentro da instituição discursiva:

A obra se enuncia através de uma situação que não é um quadro preestabelecido e fixo: ela pressupõe uma cena de fala determinada que precisa validar por meio de seu próprio enunciado. Ela legitima através de um circuito: mediante o mundo que instaura, ela precisa justificar tacitamente a cena de enunciação que impõe desde o começo (MAINGUENEAU, 2018a, p. 55).

Analisar a “experiência literária” a partir do discurso literário nos permitirá observar as condições de sua própria atividade enunciativa, como ela se legitima a partir de seu próprio enunciado sem depender, necessariamente e somente, das relações entre dominantes e pretendentes.

Essa relação complexa em que a obra, ao mesmo tempo, pressupõe uma cena de fala determinada, mas que precisa se validar por meio de seu próprio enunciado, está baseada no conceito de discurso constituinte de Maingueneau (2018a).

3.2 – O discurso constituinte

Analisar um discurso significa entender que “só uma parte do dizível é acessível, [...] esse dizível constitui um sistema e delimita uma identidade” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 16). Ou seja, o vocabulário, os temas, os gestos o tom, tudo o que não é dito também aponta o momento histórico e um posicionamento discursivo do enunciatador. Entender o dito pelo não dito é papel do destinatário, um exemplo a partir de vocabulário são as gírias geracionais, uma geração mais velha tem dificuldade de entender gírias de uma geração mais nova. Ou o discurso religioso que, ao se referir à interrupção de uma

gravidez, lança o movimento “Pelo direito de decidir”³⁴, enquanto as feministas saem às ruas “a favor do aborto” ou “a favor da legalização do aborto”.

Ao observar esta dinâmica dos discursos, Maingueneau (2018a, p. 60) afirma que parte do não-dizível está relacionado a discursos que se pretendem ser Origem: os discursos constituintes. “[A] expressão “discurso constituinte” designa fundamentalmente os discursos que se propõem como discurso de Origem, validados por uma cena de enunciação que autoriza a si mesma”. Alguns exemplos de discursos constituintes são os discursos religioso, filosófico ou o literário. Se voltamos às noções do discurso colocadas à cima, o vocabulário, os temas, os gestos e o tom de cada um desses discursos são diferentes e “facilmente” identificados. Superficialmente analisado, um enunciador que faz referência a uma frase de Machado de Assis em seu enunciado, pode ser identificado como alguém que transita no discurso literário, agora, se faz referência a uma passagem bíblica, pode ser identificado como alguém que transita no discurso religioso. No entanto, para que seja “facilmente” identificado, o interlocutor também precisa conhecer, ainda que superficialmente, essas referências.

A intensão do enunciador ao usar uma frase do Machado de Assis ou uma passagem bíblica como referência em seu discurso valida essa noção de Origem dos discursos constituintes, trata-se de um “lugar” onde enunciadores legitimam seus próprios discursos ao mesmo tempo que legitimam o discurso constituinte evocado. Tomemos como exemplo o discurso jornalístico que quer informar ao público sobre uma feira de livros, no intuito de validar seu próprio discurso – a notícia sobre a feira de livros –, recorre a entrevistas com editores, escritores, críticos literários, professores de literatura ou até mesmo aos leitores. No entanto, o mesmo não se faz necessário para a enunciação dessas pessoas entrevistadas que já estão validadas pelo discurso de Origem do qual e pelo qual falam, não há nada acima de um discurso constituinte.

Quando trabalhamos com discursos constituintes, estamos diante de sólidas estruturas textuais que pretendem ter um alcance global, dizer algo sobre a sociedade, a verdade, a beleza, a existência... A bem dizer, esses discursos de alcance global são elaborados localmente, no seio de grupos restritos que não se ocultam por trás de sua produção, que a moldam por meio de seus próprios comportamentos (MAINGUENEAU, 2018a, p. 68).

Agrupar discursos tão diversos como o literário, o filosófico, o científico e o religioso em uma única categoria, significa entender que estes são os discursos que

³⁴ Cf: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42372359> Acesso em 06/02/2024

disputam o “algo a dizer sobre a sociedade”, são discursos que darão “regras” às elaborações discursivas do âmbito público ao individual, por isso, uma vez mais, não há nada acima desses discursos, eles são Origem.

Ainda que um discurso constituinte se proponha como Origem, não se trata de um discurso fundador não há um momento preciso (uma data e uma hora) em que surgiram os discursos constituintes. Maingueneau (2018a, p. 9) aponta que somente no século XIX o discurso literário ganha autonomia e se torna “assunto de grupos de artistas independentes e especializados que pretendem só reconhecer as regras por eles mesmos estabelecidas”. Em outras palavras, houve um movimento no seio de um grupo restrito em um dado momento histórico que se passa a reconhecer como literário o que se caracterizava a partir das regras por este próprio grupo estabelecidas. Podemos, assim, afirmar que no século XIX se faz necessário diferenciar o que é literário e o que não é literário, é nesta dinâmica de ser e não ser que o discurso literário se coloca como constituinte.

No sentido que o atribuímos, o discurso literário não é isolado, ainda que tenha sua especificidade: ele participa de um plano determinado da produção verbal, o dos *discursos* constituintes, categoria que permite melhor apreender as relações entre literatura e filosofia, literatura e religião, literatura e mito, literatura e ciência (MAINGUENEAU, 2018a, p. 60).

Ainda que um discurso constituinte se valide a si mesmo, ele também se apresenta e se diferencia em relação aos outros discursos constituintes, ele atua no interdiscurso. O discurso literário precisa ao mesmo tempo dizer o que “é” e o que “não é”, delimitando as barreiras entre os outros discursos constituintes: quais temas serão tratados e quais não ganharão atenção, pois, “cada discurso constituinte revela-se a um só tempo interno e externo aos outros, aos quais atravessa e pelos quais é atravessado. Eles se excluem e se convocam simultaneamente” (MAINGUENEAU, 2018a, p. 63). Esses discursos estão em disputa em relação ao “dizer algo sobre a sociedade”, por isso, ao mesmo tempo em que precisam um do outro para estabelecer as próprias barreiras, eles pretendem ser absolutos.

A pretensão associada a seu estatuto advém da **posição limite que ocupam no interdiscurso**: não há acima deles nenhum outro discurso, e eles se autorizam apenas a partir de si mesmo. Isso não significa que a multiplicidade de outras variedades discursivas (a conversação, a imprensa, os documentos administrativos etc.) não aja sobre eles; bem ao contrário, há uma contínua interação entre os discursos constituintes e discursos não constituintes, assim como entre os discursos constituintes entre si. É, porém, da natureza destes últimos negar essa interação ou pretender submetê-la a seus princípios (MAINGUENEAU, 2018a, p.62, grifo nosso).

Neste sentido, o discurso constituinte e, conseqüentemente, o discurso literário é um tipo de discurso que, na história, tem sempre que reivindicar seu lugar ao mesmo tempo em que joga com o fato de ser um não-lugar. Este movimento paradoxal é conceituado por Maingueneau (2018) como *paratopia*.

Segundo o autor, a paratopia é um elemento constitutivo dos discursos constituintes:

A literatura, como todo discurso constituinte, pode ser comparada a uma **rede de lugares** na sociedade, mas não pode encerrar-se verdadeiramente em nenhum território. [...] O pertencimento ao **campo literário** não é, portanto, ausência de todo lugar, mas, como dissemos, uma negociação entre o lugar e o não lugar, um pertencimento parasitário que se alimenta de sua inclusão impossível. Trata-se daquilo que antes denominamos “paratopia” (MAINGUENEAU, 2018a, p. 92, grifos nossos).

A paratopia não é nem causa nem condição do discurso constituinte, ela é o efeito das relações que se estabelecem legítimas e legitimadas no discurso constituinte. Estas relações se instituem a partir de um “espaço literário” formado por uma *rede de aparelhos, um campo* e um *arquivo*.

O espaço literário, então, se dará nestes três planos: rede de aparelhos, campo e arquivo (Cf, MAINGUENEAU, 2018, p. 90-91). A rede de aparelhos são as instituições, objetos e pessoas que constituem o espaço literário garantindo e estabilizando os contratos genéricos considerados literários. Para além de “autor” e “leitor”, também atuam como rede de aparelhos os mediadores do texto (editores, avaliadores, críticos e professores), os que se ocupam da circulação (vendedores, transportadoras, impressoras) e ainda os cânons (manuais, antologias, listas...). A partir desses exemplos podemos entender que o discurso literário faz uso “parasita” de outros “lugares” que não os “esperados” pela literatura. Há uma relação paratópica com essa rede. Uma obra não é consolidada como cânone somente porque foi escrita por um autor “genial”, mas existe toda uma rede de aparelhos e instituições que a validam e validam a si mesmas, ao mesmo tempo que retomam e validam o próprio discurso literário. É o caso das listas de melhores livros do ano, ao mesmo tempo que valida os livros que a compõem, são validadas por estes mesmos livros e retomam, repetem e reforçam outras “categorias” que compõem o discurso literário: livros mais vendidos, ganhadores de prêmios literários, reforçam quais são os gêneros literários.

Nosso objeto de estudos, por exemplo, na “experiência literária”, para além do “autor” e do “leitor”, estão o curador, os editores da revista, os fabricantes dos mimos (que a cada caixinha são instituições diferentes, como veremos no próximo capítulo), o designer, as outras editoras que têm os direitos autorais sobre as obras, os transportadores dos livros, os programadores responsáveis pelo site e pelo aplicativo, o departamento de marketing que elabora as propagandas, as parcerias com os Influencers, os responsáveis por montar as caixinhas, entre outros trabalhadores. No entanto, toda essa rede é “apagada” para legitimar a própria “experiência literária”, que se mostra legitimada e legitimadora a partir do livro e do curador como discutiremos a seguir.

O campo discursivo, noção que é herdeira direta da conceituação de Bourdieu, é o lugar do confronto entre posicionamentos que podem ser dominantes ou dominados, centrais ou periféricos. É possível que exista um posicionamento central e dominado, mas não um posicionamento periférico e dominante. Por ser um espaço de embate, não se trata de um lugar estável, mas sim um lugar de disputa constante. O campo discursivo é um “lugar de confronto entre posicionamentos estéticos que investem de maneira específica gêneros e idiomas” (MAINGUENEU, 2018a, p. 90), por isso além das relações sociais descritas por Bourdieu (2021), aqui também estão em disputa os gêneros e a estética materializados nos mídiuns que circulam no discurso literário.

O mídiun é, então, um imbricamento do que se tem referido nos estudos discursivos por *circulação* com o que se costuma referir, mais amplamente, nos estudos da linguagem por *suporte*. Sem estabelecer uma relação biunívoca de noções, pode-se dizer, enfim, que o mídiun se define na articulação de um *vetor de sensibilidade* a uma *matriz de sociabilidade* (DEBRAY, 2000b). Essas matrizes (institucionalidades fiadoras de discursos) são *organização materializada* (OM), ou seja, o modo como a sociedade disciplina práticas e cultiva valores produzindo sistemas de objetos técnicos. Esses vetores (dispositivos inscricionais que afetam os sentidos de um texto e eventualmente até mesmo do que é um texto) são *matéria organizada* (MO), os próprios objetos técnicos que resultam de lógicas de uso e impõem lógicas de uso, nem sempre coincidentes, e que convivem também com resistências ou apropriações não previstas. A metodologia consiste, então, em conjugar OM/MO (SALGADO; DELEGE, 2018, p. 377).

Dizer que os gêneros e estéticas se materializam no mídiun significa dizer que a história contada em um romance e o próprio gênero romance “nascem” juntos: o gênero se valida ao repetir e retomar o que já é esperado de uma narrativa longa e a história ali contada se valida ao assumir as características esperadas de um romance, um narrador, vários personagens, um cenário etc. Como dito na introdução, ao analisar a TAG entendemos que a MO é a caixinha e a OM é a “experiência literária”, esta hipótese será

desenvolvida no capítulo 4. Aqui, essas noções articuladas de discurso e médium são usadas para analisar como o discurso da TAG se constitui entre o ethos fáustico e prometeico (conceitos discutidos em seguida).

A TAG – Curadoria, desde agosto de 2014, já enviou a seus associados 114 livros como livros indicados por um curador. Desses livros, cinco foram livros de contos, sendo eles: *Contos de Imaginação e Mistério* de Edgar Allan Poe, enviado em outubro de 2015; *Doze contos peregrinos* de Gabriel García Marques, enviado em dezembro de 2015; *Uns e outros*, livro inédito da TAG organizado por Helena Terra e Luiz Ruffato, enviado em julho de 2017 – para comemoração de três anos do clube –; *Intérprete de Male* de Thumpa Lahini, enviado em setembro de 2019 e *Um homem bom é difícil de encontrar e outras histórias* de Flannery O’Connor, enviado em março de 2022. Além desses livros, também foi enviado o livro de Svetla Aleksievitch, em julho de 2018, intitulado *As últimas testemunhas* que não segue o tradicional romance, mas copila curtos relatos de memórias de pessoas que eram crianças durante a Segunda Guerra Mundial. Fora esses seis livros, todos os outros 108 livros são narrativas longas, romances.

A poesia, a crônica e o teatro aparecem de outra maneira e em outros médiuns. Por exemplo, o autor de *O casamento*, enviado em agosto de 2016 é Nelson Rodrigues, famoso por ser o maior dramaturgo brasileiro, tem suas outras obras citadas na revista (Cf: revista TAG, agosto, 2016, página 13, Disponível em: <https://encr.pw/fjbmnn>); ou a curadora Marília Garcia, poeta e tradutora brasileira que, em março de 2020, indica para o clube a narrativa *Estação Atocha* de Ben Lerner. Na revista da caixinha, há uma entrevista com a curadora, em que ela conversa sobre sua própria obra e suas percepções sobre a obra indicada a partir das seguintes perguntas:

Figura 18 - perguntas à curadora do mês de março de 2020

- Pergunta 1 - **TAG — Queria começar pedindo que você contasse como foi a sua descoberta da leitura.**
- Pergunta 2 - **Você é tradutora e também explora tanto prosa quanto poesia como autora. Como você faz para transitar por tantos idiomas e tantas sensibilidades diferentes? Que paralelo você faz de sua experiência com a trajetória do protagonista de *Estação Atocha* e a de seu autor, escritor que também transita entre poesia e romance?**
- Pergunta 3 - **Por sinal, o que o livro significa para a Marília leitora? Quais foram seus pensamentos na hora de indicar *Estação Atocha* para a TAG Curadoria?**

Apresentando *Árvore de Diana*, de Alejandra Pizarnik, você destaca o medo da poeta de “não saber nomear o que não existe” e aponta sua “necessidade de achar palavras para fazê-lo”. Achei essa frase interessante e aplicável não só ao processo criativo, como também a conversar a respeito de poesia. Isso se aplica a você como pessoa que precisa falar de escrita? Como?

Pergunta 4 -

Falando em buscar nomes, você pode falar um pouco da palavra “desastre” para nós? Da sua relação com ela e da relação dela com o *Câmera lenta*, seu último livro?

Pergunta 5 -

Você se debruça muito sobre o fazer da poesia como tema. Lembro também que Adam, lendo um poema de John Ashbery, diz que ele “descreve como é ler um poema de John Ashbery”. A Ana Martins Marques, em uma entrevista ao Suplemento Pernambuco, também já disse que a sua “é uma poesia que pensa e que se pensa, e que atravessa várias paisagens”. Como é isso de escrever um poema para dissecar um poema?

Pergunta 6 -

Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_estacaoatocha_09.03_issuu Acesso em 26/02/2024

As perguntas feitas transitam entre a tradutora, a poeta, a leitora, a poesia e o poema, e a obra indicada. Há espaço para a construção de uma reflexão sobre o gênero literário poesia, ao mesmo tempo em que há uma tentativa de relacionar quem indica e a obra indicada, como podemos observar, mais diretamente na pergunta 3, mas também de forma indireta na pergunta 6, na qual a pergunta relaciona a maneira de escrever de Marília Garcia com um pensamento de Adam, o personagem principal do livro *Estação Atocha* de Ben Lerner. Também a partir da pergunta 6, deduzimos que a poesia aparece na obra enviada não como gênero literário, mas em diálogo com o personagem principal.

Ainda sobre o gênero poesia, no mês de novembro de 2018, foi enviado como mimo literário uma coletânea de poesias selecionadas pela curadora do mês, também poeta, Alice Sant’Anna. São 15 poemas de autoras brasileiras contemporâneas que tratam dos temas adaptação, viagem, decadência, solidão e inadequação que, segundo a empresa TAG, são os temas também presentes no romance *Nada*, escrito pela espanhola Carmen Laforet³⁵. Outro gênero que é entregue aos associados, pelos mimos, é o de não-ficção, o livro *Devoção* de Patti Smith, com tradução inédita no Brasil (até o mês de março de 2018), enviado pela TAG em parceria com a Companhia das Letras, foi o mimo na

³⁵ Disponível em: <https://www.doisPontos.com.br/tag-livros--coletanea-de-poemas--rua-aribau--9000007076634/p> Acesso em 26/02/2024

caixinha do livro *Só garotos* da mesma autora, indicado por Natália Polesso. Neste livro estão as reflexões da própria escritora sobre o ato de escrever.

Ainda que todos esses gêneros sejam entregues dentro da caixinha, que já comentamos na introdução deste trabalho, assumimos como a materialização da "experiência literária", a TAG apresenta a obra indicada do mês como o principal representante da "experiência literária". Sendo assim, estes outros gêneros são materializados em médiuns que, segundo a própria TAG "acompanham a obra": na revista ou como mimo literário, entendemos que o faço na tentativa de abranger todos os gêneros considerados como "literários".

No entanto, para fazer parte desse espaço, além de participar e fazer uso da rede de aparelhos e disputar no campo, também é necessário acessar o arquivo. O arquivo combina intertexto e lendas que formam a memória interna do campo literário. Este arquivo possibilita a existência dos cânons e será revisitado quando se tratar de disputas no campo. Para um autor ser bem-sucedido, ele dialogará com esse arquivo, seja para exaltá-lo seja para rechaçá-lo. No caso da "experiência literária", ser legitimada pelos gêneros literários é fazer uso desse arquivo, não é necessário explicar porque esses são os gêneros que transitam na "experiência" ou porque o romance é o mais enviado a cada mês, acessar este arquivo já é o suficiente.

A "experiência literária" acessa esse arquivo de diversas maneiras: publicações de edições exclusivas de obras já consagradas, como o livro de contos de Edgar Allan Poe citado acima; curadores que já circulam no meio literário ou cultural, como Luís Fernando Veríssimo (curador em dezembro de 2016 e janeiro de 2018) ou Fernanda Monte Negro (curadora em maio de 2019); publica autores premiados como a ganhadora do Nobel de 2015, a russa Svetlana Aleksievitch, enviada em julho de 2018. Seria simples pensar que o arquivo é encontrado nas bibliotecas, livros e autores renomados, mas o arquivo extrapola este "limite", ele chega às "lendas". É o caso, por exemplo, de identificar como um ato literário a leitura com um café, ou o escritor que se "afasta" da sociedade para escrever sobre ela. No caso da "experiência literária", são as descrições sobre a literatura e a própria "experiência" transmitidas nos editoriais das revistas, por exemplo, como veremos a seguir. Dialogando com este arquivo, como já dito anteriormente, a "experiência" repete, consolida e legitima o que encontra no arquivo e é legitimada, ganhando espaço para disputar o campo literário.

Neste sentido, retomamos aqui nossa hipótese de que a TAG faz uma "revolução conservadora" (BOURDIEU, 2018). Segundo Maingueneau (2018), a disputa no campo

discursivo se dá entre dominantes, dominados, centrais e periféricos, podendo classificar como dominado central, mas não dominante periférico. Dadas as características apresentadas acima sobre a “experiência literária”, essa faz uso do arquivo central e dominante como publicação de autores premiados, como a autora russa ganhadora do Nobel 2015, faz uso dessa rede já consolidada na literatura como o editor da editora Companhia das Letras Emilio Fraia³⁶, curador em maio de 2022³⁷. No entanto, ela é dominada porque não propõe nada novo, ela faz uso dos arquivos e da rede de aparelhos para legitimar a “literatura” já centralizada no campo. Mesmo se propondo a lançar escritoras, escritores e escritoras negras, “experiências literárias” com a temática LGBTQIA+ que são historicamente excluídas da posição central do campo, esses escritores e escritoras já passaram por outra legitimação, a do/a curador/a. Além disso, muitos desses autores e autoras são ganhadores de prêmios literários, como é o caso da escritora Edwidge Danticat selecionada para a caixinha de novembro de 2021, com seu livro *Clara da luz do mar*³⁸, que é internacionalmente conhecida por ser de origem haitiana e tratar em seus livros sobre a temática da diáspora, o racismo e o colonialismo, temas historicamente periféricos, também é ganhadora do Prêmio Internacional Neustadt, com sede nos Estados Unidos, conhecido como o “Nobel americano”³⁹.

3.3 – Cenografia e *ethos*

Dentro de um discurso constituinte, de fato, como em qualquer tipo de discurso, a enunciação pode ser analisada a partir de sua cenografia, o que implica um *ethos* discursivo que emerge de um certo trabalho no código de linguagem empregado, pois

Essas noções estreitamente articuladas de cenografia, código de linguagem e *ethos* são uma maneira de abordar a questão do poder que a enunciação tem de suscitar a adesão ao inscrever seu destinatário numa cena de fala que é parte do universo de sentido que o discurso pretende promover (MAINGUENEAU, 2018a, p. 71).

Todo discurso tem por definição essa necessidade de sempre estar se reafirmando, retomando-se e repetindo-se para legitimar aquilo que o legitima. A enunciação inscrita em uma cena de enunciação se mostra por meio de sua cenografia, sustentada por um

³⁶ Cf: <https://encr.pw/OUebI> Acesso em 26/02/2024

³⁷ Cf: https://issuu.com/taglivros/docs/2022_curadoria_maior_issuu Acesso em 26/02/2024

³⁸ Cf: https://issuu.com/taglivros/docs/revistamiolo_novembro_issuu Acesso em 26/02/2024

³⁹ Cf: <https://acesse.dev/ze7iZ> Acesso em 26/02/2024

ethos e o código de linguagem empregado. Essas três noções são “estritamente articuladas” e, entre elas mesmas, é necessário retomar, reforçar e repetir para que o sentido pretendido tenha adesão de seu destinatário.

A cenografia faz parte do quadro da cena de enunciação, a inscrição do enunciado se dá por meio da cena englobante, da cena genérica e da cenografia. A cena englobante tem esta característica de ser a “primeira dedução”:

Todo enunciado literário está vinculado com uma cena englobante literária, sobre a qual se sabe em particular que permite que seu autor use pseudônimo, que os estados de coisas que propõe sejam fictícios etc. As críticas à monarquia enunciadas nas Fábulas não geraram perseguições a seu autor porque esse gênero de texto era recebido numa cena englobante que não a dos libelos de oponentes políticos (MAINGUENEAU, 2018a, p. 251).

Se autoproclamar como “clube de livros”, publicar premiados pelo Nobel de literatura, convidar figuras públicas já consolidadas no “universo literário e cultural” como curadores, enviar um livro para a leitura do mês e uma revista literária permite que a TAG seja reconhecida pelo destinatário como parte da cena englobante literária.

Ainda que essa “primeira dedução” aconteça no âmbito da cena englobante, “para os usuários do discurso, a realidade tangível, imediata, são os gêneros do discurso. As cenas genéricas funcionam como normas que suscitam expectativas” (MAINGUENEAU, 2015, p.120) estas expectativas estão atreladas a uma finalidade, aos papéis esperados, um modo de inscrição na temporalidade, a um suporte e a um uso específico de recursos linguísticos. Em outras palavras, o enunciador projeta suas expectativas para a finalidade e o papel esperado tanto dele mesmo quanto do destinatário e, ao fazer essa projeção, escolhe um suporte e um uso específico de recursos linguísticos para ter sucesso em suas projeções. A cenografia, então, se mostra a partir de um médium que materializa um discurso, a cena englobante (OM) em um gênero discursivo, a cena genérica (MO).

Ao analisar como objeto de estudo a revista enviada nas caixinhas da TAG, desde a perspectiva do quadro cênico de Maingueneau (2018a) (cena englobante, cena genérica e cenografia), Almeida (2023, p. 54) afirma que

a cenografia não se estabelece de maneira livre, ela é gerida por um sistema de forças [...] que é sustentado por tipos de discursos produzidos por matrizes de sociabilidade, que exercem coerções (regras, pactos, práticas sociais) para que os valores e ideias daquele campo discursivo sejam perpetuadas. Nos parece que no caso da TAG, o quadro cênico não é totalmente estabilizado, em razão do discurso encarnar em uma revista

Neste trabalho consideramos que o discurso da TAG encarna não somente na revista, mas também no site oficial e nos objetos editoriais que compõem a caixinha. Como neste momento do trabalho nos interessa articular os conceitos de *ethos* e tradição fáustica e prometeica, nos concentraremos no site oficial e nos editoriais das revistas, reservando os outros objetos editoriais para o capítulo 4. A cenografia é então esta relação entre ao que se pretende a enunciação e a maneira em que se enuncia, conforme Maingueneau:

é a cena de fala que o discurso pressupõe para poder ser enunciado e que em troca ele precisa validar através de sua própria enunciação. [...] Logo, a cenografia é ao mesmo tempo origem do discurso e aquilo que engendra esse mesmo discurso; ela legitima um enunciado que, em troca, deve legitimá-la, estabelecer que essa cenografia de onde vem a fala é precisamente a cenografia necessária para enunciar como convém (MAINGUENEAU, 2018a, p. 253).

A opção por selecionar o site oficial e os editoriais das revistas para a construção da cenografia da TAG se dá pelo fato de que o site oficial é o primeiro que aparece nas buscas no Google sobre a empresa e no qual ela organiza a estrutura de seu negócio, como separar os dois grupos de assinatura, por meio dessas plataformas a empresa se dirige ao público ainda não associado. Quando se dirige aos associados, ainda que ela use todos os objetos editoriais que compõem, a caixinha enviada no mês (a revista, o livro, o marca-páginas, o mimo), o aplicativo exclusivo da empresa, o podcast da TAG e a playlist no Spotify, é nos editoriais das revistas que ela diz sobre si mesma. Sendo assim, poderíamos deduzir que há dois destinatários diferentes projetados, no entanto, como discutiremos a seguir esses dois destinatários se confundem nas enunciações nos mídiuns citados e por isso defendemos que se trata da mesma cenografia.

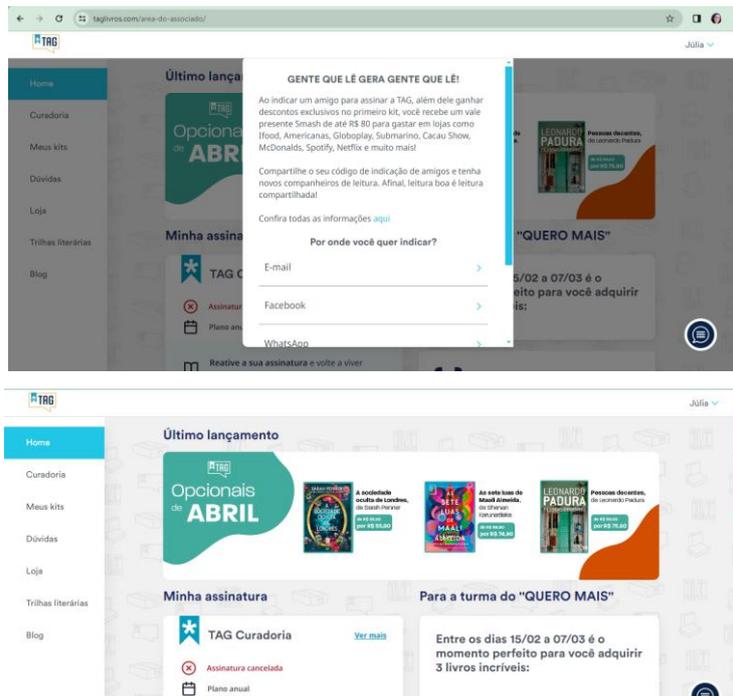
Ao comparar as versões original em inglês e a tradução em português do livro S. de J.J. Abrams e Doug Dorst, publicado no Brasil pela editora Intrínseca, a pesquisadora Vitória Doretto (2020, p. 144) aponta como modificações feitas pela tradução mostram duas cenografias diferentes, uma vez que “os tipos de cenografias textualizados indicam como as obras definem suas relações com a sociedade e como legitimam seu exercício da palavra literária nessa sociedade.”. Neste sentido, a cenografia textualizada pela TAG nestes mídiuns apresentados, se relacionam com a sociedade da mesma maneira, articulando os mesmos valores, como demonstraremos a seguir, construindo uma única cenografia que se mostra oscilando entre o *ethos* fáustico e prometeico (MARTINS, 2012).

A noção de *ethos* permite ainda refletir sobre o processo mais geral de adesão dos sujeitos ao ponto de vista defendido por um discurso. [...] Ora, a noção de *ethos* permite articular corpo e discurso: a instância subjetiva que se manifesta através do discurso não se deixa perceber neste apenas como um estatuto, mas sim como uma voz associada à representação de um "corpo enunciante" historicamente especificado (MAINGUENEAU, 2018a, p. 271)

Em outras palavras, o *ethos* se mostra no discurso, por isso está totalmente entrelaçado com a cenografia, porém atua de outra maneira no processo da construção do sentido que o discurso pretende promover. Enquanto a cenografia materializa o discurso – o sentido pretendido –, o *ethos* – também materializado por estes – nos permite vincular o texto a um corpo "fiador", associadas as representações coletivas. Sendo assim, enquanto a cenografia valida e é validada pela enunciação, o *ethos* extrapola esse limite e circula também no âmbito do *habitus*, conceito de Bourdieu (2018, 2021) tratado no capítulo anterior. “Através de sua fala, o locutor ativa no intérprete a construção de certa representação desse mesmo locutor, pondo assim em risco o domínio deste sobre sua própria fala” (MAINGUENEAU, 2018a, p.271).

Como dito anteriormente a cenografia projeta um destinatário. No caso do site oficial e da revista, poderíamos supor que existem dois destinatários diferentes: um destinatário que ainda não é associado e o associado, essa projeção está marcada pela escolha do vocativo enunciado. Na caixinha e no podcast, quando se faz referência aos associados, os vocativos usados são “associados”, “leitores” ou “taggers”; no site oficial, quando se faz referência aos não associados, o vocativo é “você” – como veremos a seguir. Poderíamos deduzir, então, que se trata de projeções diferentes, no entanto, quando o associado entra na “área do associado” no site oficial, há dois chamados para a compra: um para indicar a um amigo, “gente que lê gera gente que lê” e outro para adicionar livros em sua caixinha do mês entre os “opcionais de abril”. Sendo assim, ainda há uma projeção de provável comprador na figura do associado:

Figura 19 – área do associado



Captura de tela

A revista que acompanha a TAG também tem seu espaço reservado para a projeção “comprador” do associado. Na revista de fevereiro de 2022, a página final está destinada à publicidade dos kits passados da TAG:

Figura 20 - parte da revista reservada para a propaganda



Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_estacaoatocha_09.03_issuu. Acesso em: 28/02/2024

Sendo assim, o sentido gerado pelo vocativo “você” é diferente do vocativo “taggers” ou ainda do “leitor” e conseguimos acessar esses sentidos porque estão

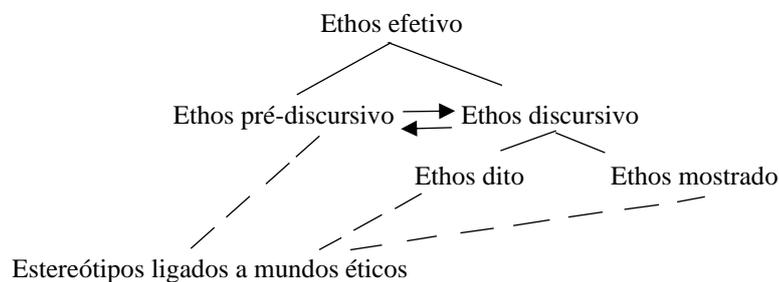
atrelados a outros contextos coletivos que não necessariamente fazem parte do contexto literário. O sufixo -er do inglês indica “aquele que faz [uma determinada ação]”, sufixo bastante difundido pela palavra *player* que assume dois contextos: o mais literal, o de jogos, o *player* (*play* = jogar, *player* = aquele que joga, o jogador), mas também ao contexto corporativo “os grandes *players* do mercado”, que ainda pode ser entendido como um jogador, alguém que entende as regras do “jogo do mercado” e sabe ganhar. Dizer “taggers” ultrapassa o *ethos* vinculado a “leitor”. Enquanto este se vê associado a um *ethos* de alguém que lê muitos livros ou que lê em silêncio, aquele que, diferente dos outros, faz parte do “jogo” da TAG, conhece as regras, é parte da “experiência literária” e não de qualquer experiência. Sendo assim, tanto o “você”, no site, e o “taggers” e “leitor”, na revista, assumem o mesmo valor na cenografia construída pela TAG: consumidor.

A TAG só consegue criar essas representações que se pretendem enunciar como diferentes: taggers", " leitor" e “você”, porque atua em outra instância da enunciação, ao enunciar pretende-se acionar uma representação pré-concebida do interlocutor. No entanto, o enunciador corre o perigo de acionar representações não pretendidas, podendo gerar o fracasso da enunciação. É o caso do copo enviado pela TAG como mimo em abril de 2021, que teve como curadora do mês a professora e antropóloga Lilia Schwarcz, reconhecida também por seus estudos sobre Lima Barreto (exemplo na página 10). Com esse mimo, a TAG tinha a intenção de vincular o copo a sua proposta de “transformar a literatura em conversa de bar”, enquanto a curadora associou o copo ao problema de alcoolismo que o autor de seus estudos combateu a vida inteira. A enunciação foi um fracasso e para se redimir a TAG publicou um post no Instagram (Figura 4) com um pedido de desculpas no qual diz qual foi sua intenção ao enviar o copo. Quando os associados receberam a caixinha com o mimo, esta intenção não estava dita. Não podemos afirmar que dizer seria o suficiente para não provocar essa reação na curadora, mas sim que suscitaria outra reação, pois Lilia Schwarcz estaria diante de outro enunciado, vinculado a outro *ethos*.

Esta dinâmica complexa de interpretações e vínculos que o *ethos* provoca na enunciação também está conceituada por Maingueneau:

O *ethos* de um discurso resulta de uma interação de diversos fatores: o *ethos* pré-discursivo, o *ethos* discursivo (*ethos* mostrado), mas também os fragmentos do texto em que o enunciador evoca sua própria enunciação (*ethos* dito), diretamente (“é o amigo que os fala”) ou indiretamente, por exemplo, por meio de metáforas ou alusões de outras cenas de fala. A distinção entre

ethos dito e *ethos* mostrado se inscreve nas extremidades de uma linha contínua, pois é impossível definir uma fronteira nítida entre o “dito” sugerido e o “mostrado”. O *ethos* efetivo, aquele que é construído por um dado destinatário, resulta da interação dessas diversas instâncias, cujo peso respectivo varia de acordo com os gêneros do discurso.



(MAINGUENEAU, 2018a, p. 270)

Se na cenografia falamos sobre “primeira dedução”, falar sobre *ethos* é falar sobre “primeira impressão”. O que Maingueneau (2018) conceitua sobre o *ethos* pré-discursivo trata sobre as representações do *ethos* feitas antes mesmo do enunciado ser dito. É o caso de uma mensagem que vem escrita toda em maiúsculas, antes mesmo de lê-la sabemos que se trata de uma mensagem de raiva ou de excitação. Em relação à TAG, é complexo acessar um *ethos* pré-discursivo porque o discurso da TAG chega a diferentes pessoas por meios diferentes: pode ser o post de um amigo, pode ser uma propaganda, pode ser pelo comentário de algum familiar, e cada uma dessas opções carrega o *ethos* que quem indica tem para a pessoa que recebe a indicação. Por isso, nos centraremos no *ethos* discursivo.

Esta linha tênue e contínua entre o *ethos* mostrado e o *ethos* dito nos interessa especialmente. Para distinguir entre os dois é necessário entender que

o *ethos* discursivo mostra-se no ato de enunciação, não é dito no enunciado. Por um lado, há a comunicação de um conteúdo, por outro “a comunicação pelo fato de que sua comunicação foi feita de certo modo” (RECANATI, 1981, p.47). O *ethos* discursivo é, portanto, percebido, mas não é o objeto do discurso. Enquanto o *ethos* discursivo é parte integrante de toda enunciação, o *ethos* dito não é obrigatório (MANGUENEAU, 2018b, p. 323).

Maingueneau (2018b) usa como exemplo o discurso de pessoas em plataformas de relacionamento, nessas plataformas o enunciador que se pretende misterioso não precisa dizer “sou misterioso”, mas pode construir uma encenação – o uso de uma dada cenografia e um código de linguagem – na qual o *ethos* se mostra, como na frase “gosto de guardar segredos para o segundo encontro”. Neste sentido existe o dito e o modo de dizer.

Voltemos ao exemplo do vocativo “taggers” empregado nas revistas das caixinhas enviadas. As primeiras edições levavam o vocativo “leitor”, porém, em setembro de 2020, seis anos depois de seu lançamento, mudam para “taggers” e enviam em uma nota de rodapé uma explicação que acompanha a mudança:

Figura 21 - mudança para o uso do vocativo “Tagger” na revista

Olá, tagger

Você está prestes a embarcar na jornada da amizade entre duas mulheres. Antes que você pense em Elena Ferrante e sua estratégia neapolitana, não se esqueça que o livro do mês é precioso: Tudo de bom vai acontecer, de Soti Aina, foi lançado seis meses, em 2020. E, embora trate de crescer sendo mulher em uma época e uma cultura notadamente machistas, trata-se de uma obra que lança um olhar empoderador à questão.

Enitan e Sheri crescem em meio a constantes conflitos na Nigéria, e este prefácio traz ao leitor para que você entenda melhor essa história. Além de conhecer um pouco mais sobre o livro, você vai entender a Guerra de Biafra, que completa 50 anos em 2020 e que ainda tem impacto na política nigeriana. A TAG também conversou com a curadora do mês, a nigeriana Ayibemi Adedokun. A escritora, que teve seu romance de estreia lançado no Brasil pela TAG Indícios, conta um pouco sobre a escolha de Tudo de bom vai acontecer para a TAG, sobre seu processo criativo e sobre os livros em sua estante.

Boa leitura!

Você viu? Para afirmar nosso compromisso com a igualdade, passamos a adotar um gentílico *gender neutral* para você que lê nossa revista: trocamos o tradicional "leitor" por algo com a nossa cara – afinal, a TAG é feita de taggers!

Você viu? Para afirmar nosso compromisso com a igualdade, passamos a adotar um gentílico *gender neutral* para você que lê nossa revista: trocamos o tradicional "leitor" por algo com a nossa cara – afinal, a TAG é feita de taggers!

Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_tudodebomvaiacontecer_issuu Acesso em:

28/02/2024

Neste enunciado está dito que são comprometidos com a igualdade de gêneros, a escolha da mudança é um compromisso social e não mercadológico. Entretanto, há um grande movimento de organizações sociais feministas às quais poderiam haver sido vinculado o vocativo escolhido como as que defendem o uso do “e” como marcador de neutralidade ou ainda o uso de “leitor e leitora”⁴⁰. O uso do sufixo -er do inglês implica o vínculo ao mundo corporativo como discutimos anteriormente, e um destinatário que não tem acesso a esta explicação, provavelmente não interpretará o “taggers” como uma marca de neutralidade que é comprometida com a igualdade de gênero, uma vez que esse sufixo não está vinculado a isso nas representações sociais fora da encenação da TAG. Além disso, há uma oposição entre o tradicional e algo que é “nossa cara”, ora, se não é tradicional é inovador, é diferente, a TAG não é igual a nada do que já foi visto até o momento.

Os posicionamentos estéticos e os gêneros de textos afetam o ethos na mesma medida que as “ideias” transmitidas, não sendo possível estabelecer nenhuma hierarquia entre aquilo que é dito e o modo de dizer. Assim, o ethos não é um procedimento intemporal; tal como as outras dimensões da enunciação, ele inscreve as obras em uma dada conjuntura histórica (MAINGUENEAU, 2018^a, p. 274).

⁴⁰ Cf: MÄDER, G. R. C & SEVERO C. G. Sexismo e políticas linguísticas de gênero. Disponível em: <https://11nq.com/S46GX> Acesso em 29/02/2024

Por isso a linha tênue entre o *ethos* dito e o *ethos* mostrado. A TAG diz que o vocativo está relacionado ao compromisso com a igualdade, mas usar o sufixo -er também é dizer que se trata de uma linguagem corporativa. Por isso, o mostrar e o dizer, assim como a cenografia, precisam ser retomados, repetidos e validados mutuamente.

Dito isso, entendemos que o *ethos* discursivo da TAG se filia a duas instâncias, uma prometeica e uma fáustica. Hermínio Martins (2012, p. 11) está interessado em pensar sobre a sociologia da técnica, ou melhor, sobre as questões da civilização tecnológica. Especialmente apontar “perspectivas que sugerem pistas de investigação e maneiras de repensar certas questões fundamentais para a compreensão da civilização tecnológica, contra certos preconceitos metodológicos, [...] e confinamentos disciplinares com as muralhas de silêncio que os protegem”. O filósofo português analisa como os estudos relacionados ao domínio da natureza, as tecnologias humanas, se dividem entre duas tradições: a prometeica e a fáustica.

Segundo Martins (2012, p. 35),

Abreviadamente, a tradição prometeica liga o domínio técnico da natureza a fins humanos e sobretudo ao bem humano, à emancipação da espécie inteira e, em particular, das “classes mais numerosas e pobres” (na formulação saint-simoniana). A tradição fáustica esforça-se por desmascarar os argumentos prometeicos, quer subscrevendo, quer procurando ultrapassar (sem solução clara e inequívoca) o nihilismo tecnológico, condição pela qual a técnica não serve qualquer objetivo humano para além da sua própria expressão.

Há, neste sentido, duas tradições que teorizam sobre a tecnologia: a prometeica que analisa a tecnologia como a salvação da humanidade, a que, como extensão do corpo humano, poderá assegurar a emancipação da espécie inteira; e a fáustica que analisa as predições prometeicas apontando suas contradições, afirmando que a tecnologia a nada mais se propõe além de sua própria expressão, a tecnologia pela tecnologia.

Cairíamos na ingenuidade de comparar a tradição prometeica com o “bem” e a fáustica com o “mal”, não fosse a análise de Martins (2012) que ainda as separa entre usos finitos e infinitos da tecnologia. O exemplo por excelência trazido pelo autor da tradição prometeica infinita, quando essa teoriza sobre o crescimento populacional, é a “infinetização” do prometeísmo tecnológico que ocorreu no marxismo russo que buscava a unidade entre a teoria e a prática. Advogava-se pela “conscientização planetária” que dizia respeito não somente à “abolição do sofrimento, da ignorância, da guerra, da opressão e da exploração, mas a restauração da vida – a ressurreição de todos os mortos.

Pois argumenta ele [Fedorov] para quê mudar a vida se não pode mudar a morte?” (MARTINS, 2012, p. 42). Ora, o objetivo prometeico de “vencer a morte” passa antes por “buscar a unidade entre a teoria e a prática”.

No entanto, também houve expressões finitas na tradição prometeica sobre este mesmo tema, como por exemplo, Comte, que em seu contexto histórico de pós-revolução industrial, prefigura um mundo “positivo”, “no qual a promoção de interesses tecno-industriais da “conquista da natureza” deveriam dar lugar a mais altas e nobres preocupações de autotransformação dos agentes morais, no sentido da perfectibilidade moral, que não industrial, da ação sobre o eu, que não sobre o mundo exterior” (MARTINS, 2012, p. 44), desta forma, segundo Martins (2012), Comte projetava um crescimento populacional modesto, sem considerar, no entanto, que houvesse no futuro revoluções técnicas contínuas. Enquanto a tradição fáustica: “[a] imagem fáustica da técnica moderna foi sempre e necessariamente “infinetista”. Pois, de acordo com essa imagem, o que está na raiz da técnica moderna é a vontade, a “vontade de poder” que em última análise não passa de “vontade de vontade” (MARTINS, 2012, p. 56), uma técnica que não acarreta nenhum interesse em “salvar a humanidade” nem mesmo considera tal fator, é a curiosidade de “saber onde podemos chegar”, a tecnologia pela tecnologia, sendo assim, os teóricos fáusticos consideram a técnica como o destino, ela por ela mesma.

Afirmar que a TAG constrói sua encenação transitando entre o *ethos* fáustico e o *ethos* prometeico significa afirmar que ela enuncia de forma prometeica que tem como missão “salvar o livro impresso” e “incentivar a leitura em um país que não lê”, ao mesmo tempo em que enuncia para promover a si mesma e não necessariamente um projeto de literatura. Desenvolveremos esta análise a partir das cenografias apresentadas acima: o site oficial e, considerando que são 114 caixinhas enviadas, nos deteremos nos editoriais das revistas que circulam entre duas categorias: as que falam sobre as edições exclusivas da TAG e as que falam sobre as atividades da própria TAG, como ela diz que se organiza.

3.3. Entre a tradição fáustica e a prometeica

Esta segunda parte do capítulo 3 se propõe a apresentar com mais detalhes a cenografia da qual emerge o *ethos* oscilante entre a tradição fáustica e a prometeica que constrói a imagem que a TAG apresenta sobre a “experiência literária”.

Começamos pelo site⁴¹. Na figura 22 podemos ver o *layout* “clean”, são poucas opções: página inicial (a qual analisaremos aqui com mais afinco), as modalidades inéditos e curadoria (já discutidos anteriormente), kits passados (que funciona como um apoio para os argumentos levantados na página inicial) e as opções de login, para os associados, e a de assine, para os não associados. Nesta configuração, o interlocutor é conduzido a duas opções: assinar uma das modalidades ou entrar em sua conta. As outras abas funcionam como explicativas e auxiliam na escolha para a assinatura: na página principal há uma breve explicação de como o clube funciona e as perguntas frequentes (que discutiremos a seguir), e as abas sobre a TAG – inéditos e a TAG – curadoria. Os clubes são apresentados de maneira também direta e sucinta, são três as diferenças entre o clube, há exemplos de obras já consolidadas no campo para facilitar o entendimento e a escolha a ser feita (como vimos na Figura 17). A aba dos kits enviados também ajudará na construção desse *ethos* da facilidade, do simples, da comodidade. Lá estão os kits passados, os livros, os mimos e os designs já enviados, além de uma sinopse sobre a obra e uma pequena apresentação do autor, do curador e comentários dos associados sobre o livro⁴². A partir desses exemplos, é ainda mais fácil ao interlocutor decidir por qual clube assinar, além de evitar “surpresas”, poder confiar que o que prometem na página inicial já foi enviado antes. O tom de comodidade permanece na escolha de se apresentar com poucos textos e frases curtas e diretas: “Que tal colocar mais livros na sua vida?”, “Assinar a TAG é o melhor jeito de ler mais”.

⁴¹ Disponível em: <https://site.taglivros.com/#> Acesso em 12/03/2024

⁴² Disponível em: <https://site.taglivros.com/kits-passados/> Acesso em 16/03/2024

Figura 22 - site parte I



Captura de tela

O argumento para auxiliar o não associado a concluir a compra é a de que “lendo um livro por mês você amplia o horizonte, aprende coisas novas e vive muito mais”, além disso, logo abaixo do botão de “conheça mais” é apresentado ao não associado a maior vantagem: “que é virar um leitor”. A “experiência literária” vendida pela TAG conduzirá o associado para que, só então, ele se “torne um leitor”, antes disso, ele não é leitor, faz parte de outra categoria não especificada pela TAG. Neste contexto, o *ethos* da comodidade assume um caráter prometeico de transformar um “não leitor” em um “leitor” que “viverá” mais, proporcionando um “aprendizado de coisas novas” e uma “melhora de vida” aos seus associados, e “ampliar os horizontes”.

No entanto, há uma maneira “certa” de atingir tal “melhoria de vida”, logo abaixo do botão “conheça mais”: “todo mês um livro incrível + revista + um mimo. E a maior vantagem, que é virar leitor!” Nas frases do site com as quais dialogamos até o momento, nos é explicado por que ler mais (ampliar horizontes, aprender coisas novas e viver mais), porém, não nos é explicado por que precisa ser um livro ao mês, por que precisa ir acompanhado de um mimo, por que ser leitor significa ler uma revista sobre o livro, por que ser leitor significa ter uma “experiência literária”. Frente a estas perguntas, a TAG

assume um caráter fáustico da “técnica pela técnica” no sentido de que “não serve para qualquer objetivo humano para além da sua própria expressão” (MARTINS, 2012, p. 36). Ou seja, ler livros é uma “melhoria de vida”, ler um livro por mês, acompanhado de um mimo e uma revista é ter “uma experiência literária”.

É na oscilação entre a tradição fáustica e prometeica da qual emerge o *ethos* do desempenho, que “o sujeito de desempenho se entrega à liberdade coercitiva ou à livre coerção de maximizar o desempenho” (HAN, 2015, p. 16). A textualização no site conduz o não associado à “livre coerção” de “ler mais”, “viver mais”, “ampliar seu horizonte”. Ora, frente a esta promessa prometeica de “melhora de vida” é fácil a decisão de incluir na sua rotina, a leitura de um livro por mês, ainda mais um livro “isento de decepções” como apresentado a seguir na figura 23, seção do site dedicada a explicar como funciona a TAG:

Figura 23 - site parte II

Como funciona a TAG?

Uma **experiência literária** dentro de uma **caixinha**.



Leia sem esforço

Da escolha de um livro incrível até os conteúdos extras, tudo na TAG te ajuda a fazer da leitura um hábito.



Leia todo mês

A TAG entrega na sua casa todo mês uma nova experiência literária — um kit com tudo que você precisa para aproveitar ao máximo o livro do mês.



Leia edições únicas

Enviamos edições exclusivas da TAG com projeto gráfico e acabamento de alta qualidade. Uma biblioteca de livros incríveis por dentro e por fora.



Leia o melhor

Selecionamos os melhores livros de diversos gêneros de ficção para te prender na leitura, sempre com notas altas no app exclusivo para assinantes.

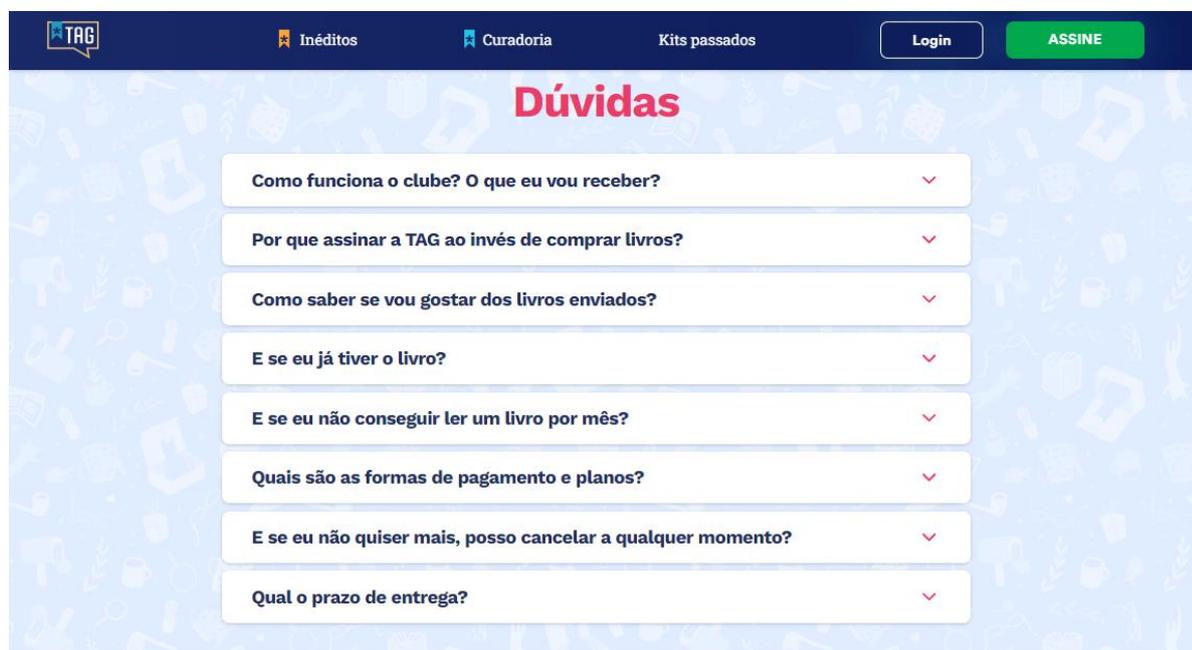
Captura de tela

A resposta já nos aponta para a questão mediológica (DEBRAY, 2000) da “experiência literária” que será apresentada no próximo capítulo: “Uma experiência

literária dentro de uma caixinha”, são os objetos que compõem a caixinha (aqui analisados como objetos editoriais (SALGADO, 2021) que proporcionarão aos associados uma “experiência literária”. A apresentação feita reforça o *ethos* da comodidade: ler “sem esforço”, é feita uma entrega “na sua casa” de livros “incríveis por dentro e por fora” já selecionados, garantindo que são os “melhores livros de diversos gêneros de ficção para te prender na leitura”. Também o *ethos* do desempenho: “ler todos os meses”, “aproveitar ao máximo o livro do mês”, marcado também pelos adjetivos “incrível”, “exclusivo”, “alta qualidade”, “notas altas”, “conteúdos extras”. Dito isso, a comodidade prometida pela TAG, que assume o caráter prometeico de transformar “não leitores” em “leitores”, passa também pelo *ethos* do desempenho, que assume um caráter fáustico de que você só é “leitor” se vivenciar a “experiência literária”: ler o melhor passa pelo crivo da curadoria, ler sem esforço é receber o livro em casa e seguir os passos propostos pela TAG, ler todos os meses é o fluxo exigido para viver tal “experiência” e, um livro incrível “por dentro e por fora”, faz referência às edições exclusivas, uma grande mudança no modelo de negócio da TAG já discutido no capítulo 2.

Já no final da página, encontramos as “dúvidas” (Figura 24), que são de caráter prático como: qual o prazo de entrega? E quais são as formas de pagamento e planos? E se eu não quiser mais, posso cancelar a qualquer momento? Como funciona o clube? O que vou receber? Porém, também encontramos as perguntas que retomam o funcionamento da “experiência literária”: Por que assinar a TAG ao invés de comprar livros? Como saber se vou gostar dos livros enviados? E se eu já tiver o livro? E se eu não conseguir ler um livro por mês?

Figura 24 - site parte III

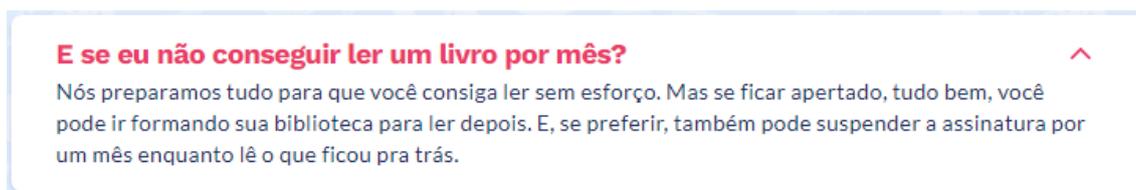


Captura de tela

Essas perguntas são elaboradas a partir de projeções da empresa, considerando que este ano completam dez anos também em sua experiência, na relação com os associados e não associados. As perguntas elaboradas assumem o caráter fáustico da TAG de retomar a própria técnica, a da “experiência literária” e se afasta da justificativa prometeica de transformar o “não leitor” em “leitor”. Por exemplo, a pergunta sobre a possibilidade de não conseguir ler um livro por mês faz referência aos aspectos levantados pela própria empresa que constroem o *ethos* da comodidade, enviar a “sua casa” um livro por mês, no entanto, este envio mensal demanda uma leitura mensal; “e se eu não conseguir”? A resposta (Figura 25) retoma a “facilidade”, “nós preparamos tudo para que você consiga ler sem esforço” e dá duas opções: suspender a assinatura por um mês e “ler o que ficou para trás” ou ir formando sua biblioteca “para ler depois”, ou seja, receber um livro por mês não significa, necessariamente, ler aquele livro naquele mês. Sendo assim, a comodidade e facilidade que a “experiência literária” dá ao seu associado perde o caráter prometeico de “ler um livro por mês te transforma em um leitor” e demonstra já estar previsto pela empresa que a “experiência literária” não precisa seguir o fluxo imposto de “um livro por mês”.

O mesmo afastamento da justificativa prometeica é observado nas perguntas “Como saber se vou gostar dos livros enviados?”, “E se eu já tiver o livro?” que também anunciam o funcionamento da própria “experiência literária”. As perguntas reforçam o *ethos* da comodidade de um livro sempre “incrível” que o associado receberá em casa, escolhido por uma curadoria autorizada para isso e com o respaldo das notas elevadas no aplicativo, não relacionado com o propósito de “ser leitor”.

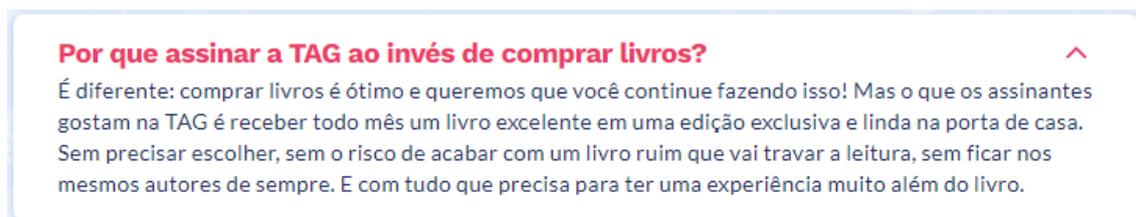
Figura 25 - perguntas frequentes II



Captura de tela

A resposta que concretiza tudo o que foi dito até o momento é a que responde à pergunta: Por que assinar a TAG ao invés de comprar livros (Figura 26)? A resposta gira em torno do funcionamento da “experiência literária” e conclui que o associado terá uma experiência “muito além do livro” e não que ele será um leitor.

Figura 26 - perguntas frequentes III



Captura de tela

Como afirmamos anteriormente, o site e os editoriais das revistas compõem a mesma cenografia ao se relacionar com a sociedade reforçando os mesmos valores e, por isso, dela emergem os mesmos *ethos* de comodidade e do desempenho. Neste sentido, a construção da imagem que a TAG faz da própria “experiência literária” também está presente nesses editoriais, reforçada pela oscilação entre seu caráter fáustico e prometeico.

Além de apontar aos *ethos* aqui já citados, também há outro *ethos* que emerge da cenografia textualizada: o da proximidade. As perguntas feitas na Figura 26, não são

perguntas diretas e com um distanciamento da formalidade como “quais são as formas de cancelamento”, mas sim a encenação de um diálogo entre amigos, como se a conversa estivesse na metade: depois de tudo o que foi apresentado antes “e se” eu não gostar do livro enviado, eu não conseguir ler um livro por mês? *Ethos* que também emerge com o mesmo contexto na pergunta inicial do site (Figura 24), uma sugestão para um amigo, “que tal?” A mesma proximidade se apresenta nas revistas enviadas na “experiência literária” que se dirigem aos seus associados como taggers, que além de indicar pertencimento também produz um sentido de comunidade e proximidade.

Os editoriais das revistas da TAG são destinados a comentar sobre o livro enviado, geralmente com uma introdução que caracteriza o *ethos* de proximidade da empresa com seus associados, de forma breve, apresenta o autor e o curador e finaliza resumindo o que o associado encontrará na própria revista, as entrevistas, as análises, entre outros conteúdos que a compõem, como nos exemplos a seguir dos editoriais das revistas enviadas em janeiro de 2021 (Figura 27) e janeiro de 2022 (Figura 28).

Figura 27- – editorial da revista enviada em janeiro de 2021

OLÁ, TAGGER

Imaginamos que você deva se considerar livre. Grande parte de nós fez muitas escolhas pela vida: a carreira, as pessoas com quem se envolveu, o lugar onde mora, a comida que come.

No Fundão, local de nascimento de Sula Peace, pouca coisa é por escolha nos anos 1920. As mulheres negras casam porque precisam e a maternidade lhes é imposta. Os homens negros ficam com os trabalhos que os brancos recusam. Negros e brancos, por sinal, que pouco integram naquele país segregado. Educação? Você deve estar de brincadeira.

Até que Sula se impõe. Sula sai voando do Fundão em direção à vista de todos: ela descobriu que não deve fazer o que não quer fazer, e que só vai fazer o que lhe é prazeroso. A reação é a imaginada para as mentes daquela época: primeiro, escândalo, depois escárnio, depois um estranho pavor.

É isso que você conhecerá neste prefácio. O universo de Sula, como apresentado de forma brilhante pelo professor Luiz Maurício Azevedo, e a história da mente de Toni Morrison, autora do livro que você lê este mês.

Boa leitura!

Captura de tela. Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_sula_issuu Acesso em:

14/03/2024

Figura 28 – editorial da revista enviada em janeiro de 2022



Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/2022_curadoria_janeiro Acesso em: 14/03/2024

As revistas então seguem todas o mesmo padrão, no entanto, como nos interessa aqui analisar como a TAG caracteriza a própria “experiência literária”, nos detivemos em trazer os fragmentos dos editoriais nos quais a empresa anuncia a elaboração dos objetos que compõem a caixinha (que, como apresentamos na introdução e já repetimos ao longo do trabalho, é um médium que sensibiliza os associados em direção à “experiência literária”, por isso, analisar como a TAG entende esses objetos também significa analisar

como a TAG entende a “experiência literária”). Na figura 28, por exemplo, o final do editorial está destinado a apresentar o novo formato da revista: agora a revista é em sentido único (anteriormente, os associados precisavam girar a revista para ler o prefácio em uma direção e o posfácio na direção contrária), e com seções inéditas, a “Experiência do mês” e a “Por que ler o livro”, a primeira dedicada a ser um “guia para jornada de leitura mais proveitosa” e a segunda para “destacar a recepção crítica e outras qualidades da obra”. A palavra “guia” também sugere uma comodidade, o associado não precisa “fazer nada”, somente seguir o guia, e este guia o guiará a uma “experiência mais proveitosa”, não vai “perder tempo”, terá um bom desempenho. A mesma ideia é indicada pelo sentido único da revista: não vai nem precisar virá-la mais, seguirá um único sentido. E a seção “Por que ler o livro” também aponta para o *ethos* do desempenho, não pode simplesmente querer ler o livro, há um motivo para tal.

Essa mesma lógica permanece no editorial de dois anos anteriores (Figura 29), no qual descreve-se a nova modalidade de separação dos conteúdos da revista. Pelo o escrito no editorial, podemos entender que os conteúdos relacionados ao livro e à sua história estavam “misturados” na revista, e havia um incômodo ao associado: possíveis *spoilers* em relação ao final do livro, personagens etc. Porém, para garantir a comodidade, a revista passa a ser separada em duas modalidades, uma para se ler antes de ler o livro, “preparando o terreno da leitura” sem *spoiler*, e outra para ler depois do livro “sem medo de *spoiler*”. Neste sentido, a revista assim apresentada, assume um caráter prometeico de conduzir o associado de forma cômoda, leve, sem surpresas desagradáveis, porém com conteúdos que garantem um melhor aproveitamento da leitura “sem esforço”, como dito no site.

Figura 29 – editorial revista janeiro de 2020

Janeiro é tempo de caminhar por nossas vidas – de cômodo em cômodo, listar o que precisa ser conser-tado, aquilo que pode ser melhorado. É assim com esta revista, que chega a este novo ano aprimorada, com o intuito de tornar ainda mais completa sua experiência literária de cada mês.

O que esperar? Entrevistas em profundidade, a análise de especialistas e muitas, mas muitas referên-cias literárias para quem tem fome de novas histórias. Atendendo a pedidos, nosso formato mudou: a primeira metade da revista é destinada a apresentar o livro e o curador, preparando o terreno da leitura, enquanto a segunda discute o livro inteiro sem medo de spoilers.

Além da revista, também aparecem nos editoriais comemorações em relação às edições exclusivas (Figura 30). Como dito anteriormente, é no ano de 2016 que a TAG passa a entender como diferencial a entrega de livros com designs exclusivos e é nessas revistas que é apresentado ao associado essa nova mudança. Na revista de janeiro (Figura 30 à esquerda), reforçando o *ethos* da proximidade, a empresa justifica a novidade dos boxes colecionáveis: os associados postam fotos de suas bibliotecas “particulares” com os livros da TAG em um “cantinho especial” e o box lhes permitirá deixar a coleção mais “mágica”.

A palavra “mágica” aponta um objetivo prometeico reforçado pela promessa, no último parágrafo, de “leituras marcantes – e nos esforçaremos para contribuir para isso”, no entanto, ao explicar o funcionamento do box colecionável, reforça-se sua característica fáustica de falar sobre si mesma: o box tem o objetivo de guardar a revista com o livro e destacar o kit na biblioteca do associado, e para isso, as caixas e a revista também ganham novas “ilustrações”, formando assim, uma “verdadeira coleção”. Sendo assim, o box tem três objetivos; de caráter fáustico: organizar e destacar na estante do associado o livro e a revista da “experiência literária” e formar uma “verdadeira coleção” (que, como vimos no capítulo 1, seu êxito é questionável); e de caráter prometeico: uma coleção mágica e uma contribuição para entregar “leituras marcantes”.

A revista de julho de 2016 (Figura 30 à direita) tem uma característica específica dos meses de julho que é a comemoração de aniversário da TAG. Neste ano foi comemorado o envio de sua primeira edição exclusiva, no editorial explica-se o que isso significa. Como também nos editoriais anteriores, baseando-se em sua relação de intimidade e carinho com seus associados, este editorial começa lembrando o início dos processos da TAG: “carimbávamos as embalagens, uma a uma, para que ficassem bonitas”, enfatizar o “uma por uma” entre vírgulas reforça esse objetivo prometeico de levar o melhor, com mais cuidado, mais esmero aos seus associados. Ao mesmo tempo que ao anunciar sobre as edições exclusivas reforça o *ethos* da proximidade “com o mesmo esmero que carimbávamos cada caixa no passado”, também reforça o *ethos* do desempenho. A partir desse momento, a equipe da TAG passa a escolher “o tipo de papel, a ilustração da capa, a diagramação interna, o conteúdo do livro, e cada um dos inúmeros detalhes” que compõem o livro que será enviado. O objetivo dessas escolhas não é deixar a leitura mais prazerosa, transformar o “não leitor” em “leitor”, é “agregar na intensidade” da qual os associados são “merecedores”.

Figura 30– editorial revista janeiro de 2016 (à esquerda) e editorial revista julho de 2016 (à direita)

No ano que passou, ao ver as fotos que nossos associados postavam de suas bibliotecas pessoais, percebemos algo que nos deixou felizes: a maioria deixa os livros da TAG juntos, em um cantinho especial de suas bibliotecas. Vendo isso, tivemos uma ideia: que tal tornar essa coleção ainda mais mágica?

Para que cada um guarde seus livros e complete, com eles, uma verdadeira coleção, confeccionamos uma série de boxes literárias! Com a embalagem personalizada, você poderá guardar os livros da TAG junto a suas respectivas revistas, destacando cada kit em sua biblioteca. Estamos ansiosos para saber o que vocês acharam desta box – e das próximas que virão!

Aproveitando essa novidade, reformulamos tudo: nossas caixas ganharam nova ilustração e a revista, novo formato – tudo para combinar com o novo ano que chegou. Mas isso vocês já perceberam. Agora, resta deliciarem-se com a recomendação do nosso primeiro curador do ano, Luis Fernando Verissimo!

Desejamos a vocês um excelente ano, repleto de leituras marcantes – e nos esforçaremos para contribuir para isso! Esperamos que nos acompanhem nesta jornada literária por muitos e muitos anos.

Este é um mês muito especial. Desde que fundamos a TAG, dois anos atrás, temos cultivado diversos projetos, à espera do melhor momento para sua viabilização. Conforme a empresa cresce, é possível concretizar alguns deles. Nossos associados mais antigos deverão lembrar-se de que, no início, as caixas não eram estampadas. Éramos muito pequenos para o pedido mínimo de mil unidades que nosso fornecedor exigia. Então carimbávamos as embalagens, uma a uma, para que ficassem bonitas. Hoje, graças à confiança de todos, que tornam o clube maior a cada dia, pudemos realizar mais um sonho.

A TAG, em parceria com a Editora Dublinense, tem o maior orgulho de apresentar-lhes a nossa primeira edição exclusiva, desenvolvida especialmente, e com o maior carinho, para vocês: *O Vermelho e o Negro*, de Stendhal, recomendação do escritor Luiz Ruffato. Com o mesmo esmero com que carimbávamos cada caixa no passado, hoje escolhemos o tipo de papel, a ilustração da capa, a diagramação interna, o conteúdo do livro, e cada um dos inúmeros detalhes que, esperamos, agradem na intensidade de que vocês são merecedores.

Editorial revista janeiro de 2016, disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/julho_2016web Acesso em: 14/03/2024

Editorial revista julho de 2016, disponível em: <https://issuu.com/taglivros/docs/oseminaristaimpressao> Acesso em: 14/03/2024

Em relação ao mimo, este aparece pouco, tanto no site quando nas revistas, no entanto, enquanto no site ele só aparece como um item a mais logo abaixo do botão “saiba mais” (Figura 24), nos editoriais ele aparece quando relacionado ao livro enviado, como é o caso do blend de chá enviado na caixinha de maio de 2018 (Figura 31), a qual ganha o objetivo prometeico de “compor a história”, colaborando para a ideia de uma leitura “além do livro”.

Figura 31 - editorial de maio de 2018

Com um texto tão enxuto quanto complexo, o sudanês Tayeb Salih nos conduz às margens do rio Nilo para contar a história de Mustafa Said, árabe africano de intelecto notável – mas que carrega consigo um passado trágico, de loucura e morte. Censurado em seu país de origem, *Tempo de migrar para o norte* ganhou notoriedade mundial e já foi traduzido para mais de 30 idiomas.

O mimo, um *blend* de chá inspirado nas especiarias da cultura sudanesa, lembra os bálsamos citados no livro. Como diz o narrador a respeito da tradição de compartilhar a degustação da infusão em família, “nosso hábito desde que nos conhecemos por gente”, os aromas podem remeter a elementos que compõem a história.

Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista.web.maio.2018.tempos_de_mig Acesso em:

14/03/2024

Ainda que textualizem a mesma cenografia, o site não faz parte da “experiência literária”, pois não aparece como referência em nenhum dos objetos que a compõem, diferente, por exemplo, do episódio e playlist do Spotify aos quais o associado é direcionado por um QR Code. Sendo assim, argumentar que o site e os editoriais da revista materializam a mesma cenografia significa dizer que desses dois médiuns diferentes, a TAG enuncia os valores que ela diz estar na “experiência literária”, no entanto, somente abrindo a caixinha é que entramos em contato com tal “experiência”. E é o que faremos agora.

4 – Aproveite sua “experiência literária”

Nos capítulos anteriores, nos dedicamos a contextualizar o surgimento da TAG e descrever como ela apresenta a “experiência literária” por meio de uma cenografia textualizada no site e também nos editoriais das revistas, dedicados aos associados e não associados. Dessa cenografia emerge um *ethos* discursivo que oscila entre as tradições fáustica e prometeica, e que consolida um tom de proximidade, de comodidade e de desempenho.

Neste capítulo, nos dedicamos a analisar a caixinha enviada aos associados, desde a perspectiva metodológica-discursiva, articulando os conceitos de cenografia, *ethos* e médium já apresentados e discutidos nos capítulos anteriores. Sendo assim, buscamos defender que os objetos editoriais (SALGADO, 2022) que compõem a caixinha enviada sensibilizam os associados e apontam a uma matriz de sociabilidade, a “experiência literária”, e constroem uma identidade. Neste sentido, a caixinha assume seu duplo corpo como médium (DEBRAY, 2000). É, ao mesmo tempo, matéria organizada (MO), os objetos que a compõem são organizados pela “experiência literária”; e organização materializada (OM), a “experiência literária” é materializada pelos objetos editoriais da caixinha.

Além disso, nos propusemos a observar como a TAG faz uso do arquivo e sua posição de central e dominada no campo (MAINGUENEAU, 2018a), para sustentar a “experiência” como “literária”.

4.1 – Chegou a caixinha do mês

O primeiro obstáculo que tivemos foi escolher as caixinhas que seriam analisadas: todas as caixinhas são enviadas uma vez ao mês, desde julho de 2014, sem interrupção. Todas elas estão compostas com um livro, um mimo literário e uma revista. A partir de 2016, cada livro passa a ser uma edição exclusiva e estar acompanhado por um box colecionável. Como demonstrado nos capítulos anteriores, a edição exclusiva é uma característica de carácter distintivo da TAG. Por isso, não nos parece pertinente analisar as caixinhas enviadas antes de julho de 2016, ainda assim, desta data até janeiro de 2024, foram enviadas 90 caixinhas contendo os mesmos objetos.

O critério usado para selecionar as caixinhas de outubro de 2022 e fevereiro de 2023 foi o mesmo em relação aos editoriais selecionados no capítulo anterior: a TAG fala

sobre si mesma. Nestes dois meses foram enviadas duas cartas: uma em outubro de 2022 (Figura 35), anunciando o início de um teste em relação ao envio dos mimos e uma em fevereiro (Figura 37), anunciando o sucesso do teste. Durante esses cinco meses, foi enviado o mesmo mimo aos associados que assinam as duas modalidades de clube (inéditos e curadoria), ou seja, um mesmo mimo passou a “compor” duas “histórias” diferentes: a enviada na TAG – inéditos e a na TAG – curadoria. Se a TAG vende “uma experiência literária dentro de uma caixinha” (Figura 23), como o mesmo objeto materializa valores sógnicos que a empresa apresenta como diferentes: uma modalidade é para leitores de “bestsellers” e a outra para leitores de “indicações singulares”? Além disso, como vimos na Figura 31 da parte anterior, na revista de maio de 2018, o mimo tinha como objetivo “compor a história”, desta perspectiva, poderíamos deduzir que histórias diferentes deveriam ter mimos diferentes, no entanto, como discutido na introdução, a percepção da TAG sobre o mimo é bastante mais ampla que simplesmente “compor a história”. Segundo a resposta ao questionamento da curadora Lilia Schwarcz sobre o mimo enviado em abril de 2021, o mimo materializa também a “missão” da TAG de “transformar a literatura em conversa de mesa de bar”. Partindo dessa segunda perspectiva apontada pela empresa, o mesmo mimo pode sim contemplar duas modalidades diferentes e ser fiel ao “propósito” da empresa, a relação com o mimo é justificada pela empresa e não pela história enviada.

Frente a esta discussão no Instagram, o mesmo mimo para as duas modalidades estaria justificado, no entanto, tal discussão não necessariamente chegou a todos os associados, uma vez que, para ter acesso a ela seria preciso seguir a TAG no Instagram e acompanhar os posts feitos diariamente. Para efetuar esta mudança, foi necessário enviar as cartas dentro da caixinha que materializa a “experiência literária”. Nesta conjuntura, as cartas enviadas em outubro de 2022 e fevereiro de 2023 também fazem parte da “experiência”:

Figura 32 – caixinhas fechadas. A menor enviada em outubro de 2022 e a maior enviada em fevereiro de 2023



Acervo pessoal

Figura 33– caixinhas abertas. Do lado esquerdo enviada em outubro de 2022 e do lado direito fevereiro de 2023



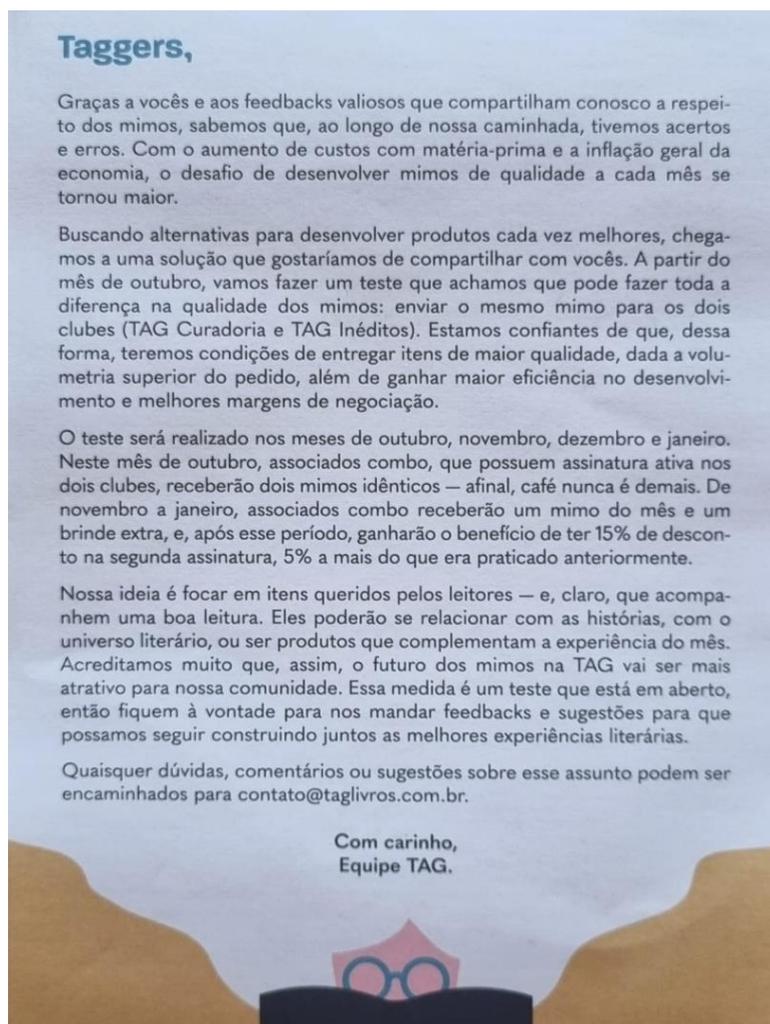
Acervo pessoal

Figura 34 – objetos que compõe a caixinha enviada em outubro de 2022



Acervo pessoal

Figura 35 – carta enviada em outubro de 2022



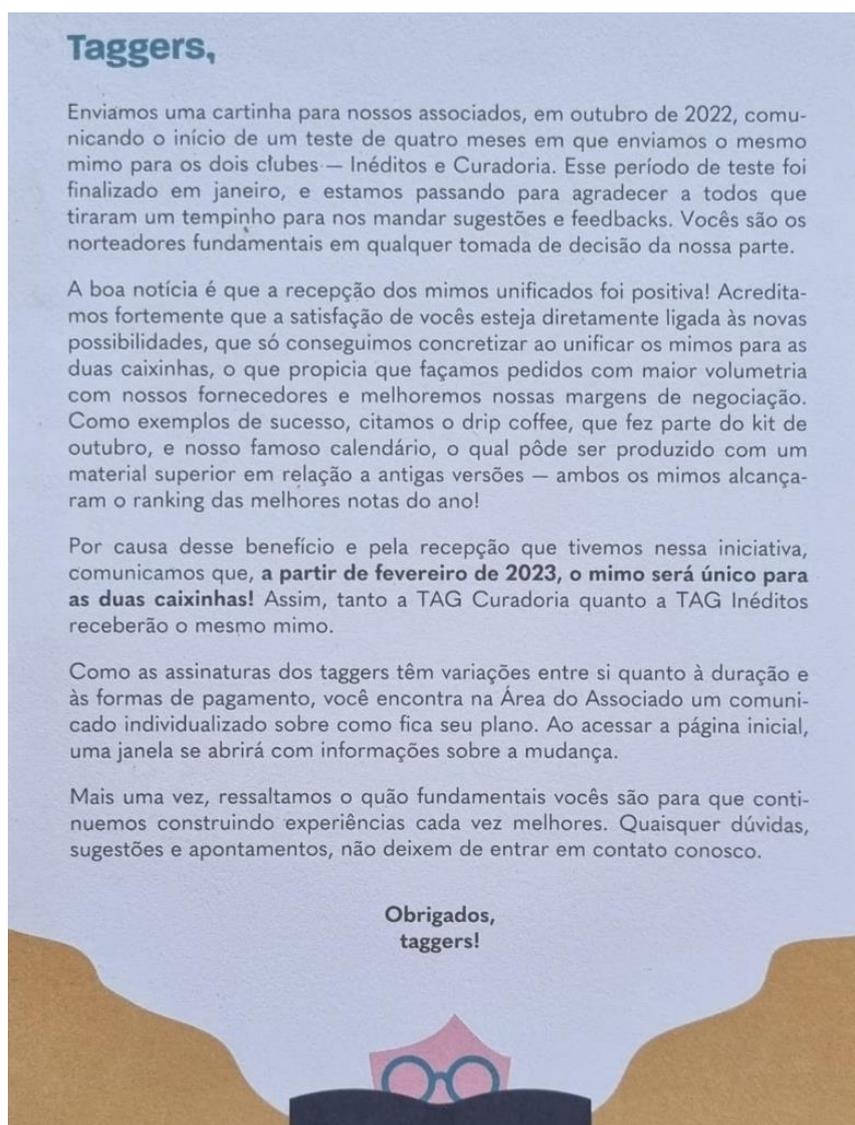
Acervo pessoal

Figura 36– objetos que compõe a caixinha enviada em fevereiro de 2023



Acervo pessoal

Figura 37 - carta enviada em fevereiro de 2023



Acervo pessoal

Como apresentado nas imagens acima, foram enviadas uma caixinha menor, em outubro de 2022, em comparação a enviada em fevereiro de 2023 (Figura 32 e 33), cada uma contendo um mimo literário, um livro, um marca páginas, uma revista, um box colecionável (Figuras 34 e 36) e uma carta direcionada aos associados (Figuras 35 e 37), cada conjunto de objetos com um design exclusivo da TAG.

Na Figura 33, podemos observar como os objetos são organizados na caixinha: o box colecionável contém o livro, a revista e o marca páginas, logo em seguida está a carta e em cima de tudo está o mimo literário do mês. Ao medir com a fita métrica os objetos nessa ordem, os que estão na caixinha de outubro tem 2,5 cm de altura, enquanto a caixinha em si tem 3 cm de altura, os objetos na caixinha enviada em fevereiro têm 3,5

cm de altura, enquanto a caixinha em si, 5,5 cm. Ou seja, a caixinha enviada é adaptada às necessidades de espaço de cada mês dependendo da altura especialmente do mimo, pois tanto o box colecionável enviado em outubro de 2022, quando o enviado em fevereiro de 2023, contendo o livro, a revista e o marca páginas têm aproximadamente 1 cm, cabendo perfeitamente em uma caixinha de 3 cm. Ou seja, ainda que mantenham o *ethos* do mistério, os associados não sabem o que vem dentro da caixinha, esta caixinha como médium sensibiliza os associados em duas direções: uma caixinha menor um mimo menor, uma caixinha maior um mimo maior.

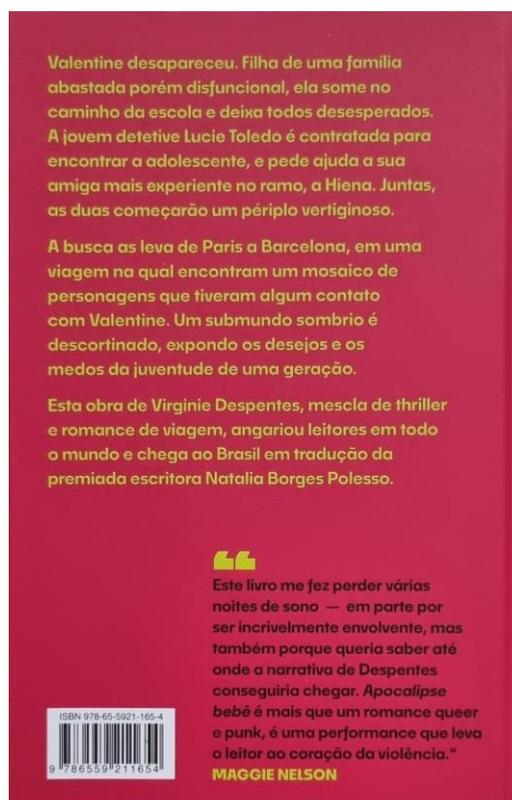
No entanto, a estampa nas duas caixinhas as circunscribe na mesma cenografia. As palavras que a compõe estão separadas por dois “blocos”, o primeiro: livros, playlist, plot twist, mimos, revista, podcast, leitura; o segundo: literatura, clube, TAG, além da iconografia de uma xícara de café, uma mão que segura um asterisco com brilhos e algumas letras da palavra “leitura”, que simulam ser livros abertos no primeiro “bloco”, e uma mulher levando seu cachorro para passear com uma coleira, nuvens sobre o logo da TAG e um cone no segundo. O cone, abaixo da palavra clube que aparece como uma placa referente ao nome “TAG”, simula um estabelecimento pelo qual a moça com o cachorro passa em um dia tranquilo, representado pelas nuvens brancas no “céu”. Relacionar estes dois “blocos” de palavras e iconografias só faz sentido, pois a TAG faz uso do arquivo, como memória compartilhada, do imaginário articulado pelas palavras “livros”, “plot twist”, “revista”, “leitura”, “clube (de leitura)”, “literatura”, vinculando-as às palavras “mimo”, “podcast” e “TAG”, sem causar estranhamentos.

Assim como as caixinhas, o design do livro, do box colecionável, do marca páginas, da revista e do mimo de cada caixinha também sensibiliza os associados a matrizes diferentes: o design dos objetos editoriais da caixinha de outubro de 2022 apresenta cores fortes, uma boca que grita enfatizada pelo recurso gráfico de explosão (Figura 34), direcionando o associado ao que esperar da história, um verdadeiro apocalipse. Enquanto o design dos objetos editoriais da caixinha de fevereiro de 2023 apresenta cores mais suaves, e alguns elementos que apontam para a concepção de “mudança” da natureza como da própria personagem principal, que a palavra “migração” ganha na narrativa do livro enviado, um mar revolto na capa do livro e na revista, indicando esse deslocamento que nem sempre é prazeroso, e os pássaros voando no box, geralmente relacionados ao sentimento de leveza e liberdade depois de uma “tempestade”. Dito isso, poderíamos considerar que existem duas cenografias distintas das quais emergem *ethos* distintos: na caixinha de outubro de 2022, um *ethos*

apocalíptico, na caixinha de fevereiro de 2023 um *ethos* de mudança que exige um esforço. Esses *ethos* são retomados na sinopse que compõe a contracapa do livro enviado (Figura 38 e 39).

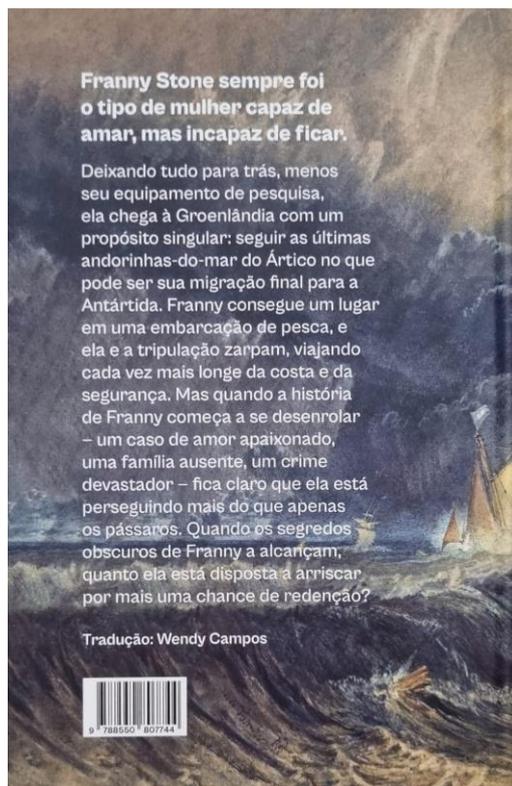
Na contracapa de *Apocalipse Bebê* (Figura 38), a sinopse está escrita em amarelo sob o vermelho (presente na capa, na lombada e na contracapa), cores que nos remetem a “atenção”. As frases são curtas e diretas, apresentando um texto curto (especialmente se o comparamos com a sinopse de *Migrações* – Figura 39) e o vocabulário reforça o *ethos* apocalíptico: “família disfuncional”, “deixa todos desesperados”, “as duas começarão um périplo vertiginoso”, “submundo sombrio”. Enquanto a sinopse de *Migrações* (Figura 39) retoma o *ethos* da mudança: “Franny Stone sempre foi o tipo de mulher capaz de amar; mas não de ficar”, “pode ser sua migração final”, “viajar longe da costa e da segurança”, “fica claro que ela está perseguindo mais do que apenas pássaros”, “segredos obscuros” e “redenção”.

Figura 38 – contracapa do livro *Apocalipse Bebê*



Acervo pessoal

Figura 39 – contracapa do livro Migração



Acervo pessoal

Além da capa e contracapa o design exclusivo também faz referência ao interior do livro: como podemos observar na Figura 40 referente ao design da segunda e terceira capa. As capas internas do livro enviado em outubro mantêm a imagem da mesma boca que encontramos na primeira capa, enquanto as capas internas do livro enviado em fevereiro mantem o tom azul também presente na capa. As Figuras 41 e 42 mostram as iconografias dentro do livro, a mesma boca da capa e das capas internas do livro de outubro abre as duas partes que separam o livro (na Figura 41, à esquerda, a imagem referente à primeira parte do livro), enquanto no livro enviado em fevereiro, as iconografias fazem referência às andorinhas anunciadas na sinopse do livro, na contracapa (na Figura 41, à direita). No livro enviado em fevereiro, mantem-se a referência às andorinhas, no início dos capítulos, com cinco delas voando na lateral esquerda e com a numeração do capítulo, na Figura 42 à direita, capítulo 3, e também no final do capítulo com uma delas centralizada logo abaixo do último parágrafo da página (Figura 42). Além disso, nesta mesma Figura podemos observar a escolha de separar parágrafos dentro do capítulo com uma iconografia de uma folha de planta, que, ainda que não tenha sido anunciada pela sinopse ou pelo design da obra, está relacionada ao tema discutido na revista: a relação forte entre a escritora e a luta por salvar o meio

ambiente, como veremos a seguir. Na edição enviada em outubro de 2022, o início do capítulo está marcado pelo texto que se inicia no meio da página e pelas letras em maiúsculo e em negrito. Não há iconografias para separar parágrafos nem para indicar fim de capítulo (Figura 42, à esquerda). A numeração das páginas também compõe o *ethos* referente a cada obra: na enviada em outubro de 2022, a numeração é feita no final da página e com a mesma fonte da primeira frase em negrito do início do capítulo, uma fonte com o traço mais grosso e reto, diferente da numeração do livro enviado em fevereiro de 2023, no qual a numeração usa uma fonte mais fina e, no início do capítulo, essa numeração aparece ao final da página e, no meio do capítulo, aparece no início da página, logo depois do nome do livro.

Figura 40 – segunda e terceira capa do livro enviado em outubro de 2022 (à esquerda) e segunda e terceira capa do livro enviado em fevereiro de 2023 (à direita)



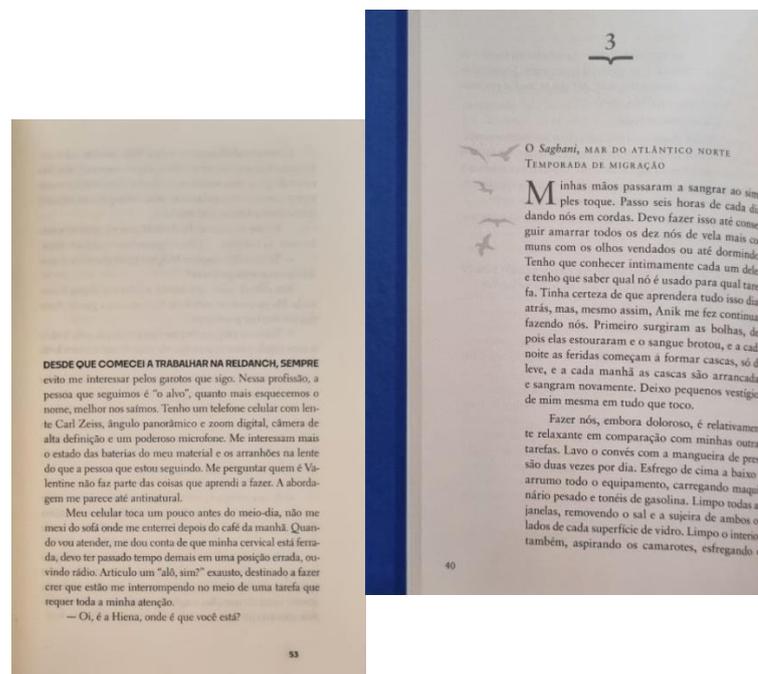
Acervo pessoal

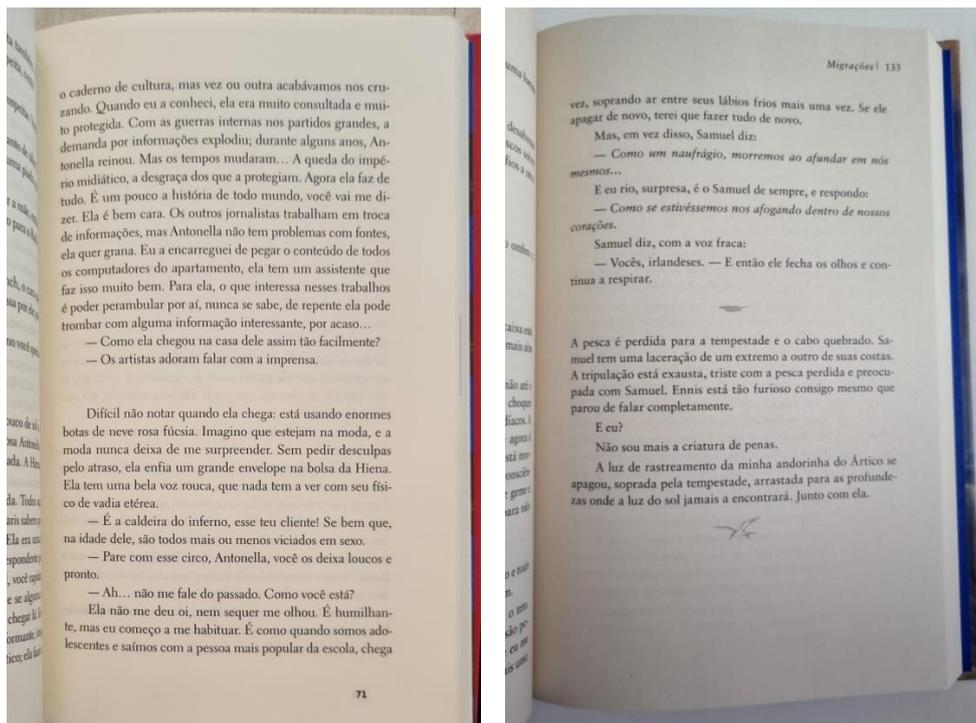
Figura 41 – início da primeira parte do livro enviado em outubro de 2022 (à esquerda) início da primeira parte do livro enviado em fevereiro de 2023 (à direita)



Acervo pessoal

Figura 42 – iconografias usadas para separar o início do capítulo e para separar parágrafos no meio do capítulo, do livro enviado em outubro de 2022 (à esquerda); iconografias usadas para separar o início do capítulo e para separar parágrafos no meio do capítulo, e para separar parágrafos no meio do capítulo, do livro enviado em fevereiro de 2023 (à direita)





Acervo pessoal

Os mimos também compõem essas cenografias, vinculados de duas maneiras, a primeira é pelo design. O mimo literário de outubro de 2022 (Figura 45) foi uma caixinha que continha três sachês, de 10g cada, de blends de café (lote elaborado com a combinação de diferentes cafés que se complementam). A caixinha mantém as cores fortes do vermelho do livro e a mesma boca com o recurso gráfico de explosão. O mimo enviado em fevereiro de 2023 foi um copo, com uma tampa e um canudo, que mantém a cor azul do design do livro. O design é, então, um dos principais elos entre os objetos que compõem a caixinha. Como apontado na introdução, sachês de café, um livro, um marca páginas, um box colecionável e uma revista não são obviamente relacionados, no caso da TAG, o design é o responsável visual por esta relação.

Primo (2018), ao se debruçar sobre a edição brasileira publicada pela Cosac Naify, em 2013, do livro *Antologia da Literatura Fantástica* (ALF), organizada por Adolfo Bioy Casares, Jorge Luis Borges e Silvina Ocampo, publicada pela primeira vez em 1940, pela portenha Editorial Sudamericana, também analisando como um médium, observou que nesta edição atualizada são materializados novos imaginários. O autor nos aponta que a materialidade do livro ultrapassa o “escrito” (MO), a edição também constrói e constitui um imaginário do que seria “Literatura fantástica” (OM).

A partir desta hipótese o autor nos conduz para sua análise do design do livro. Segundo Primo (2018, p.16), “cada vez que uma nova edição é lançada, sua formalização

material parece nos dizer coisas sobre o novo lugar espaciotemporal em que o objeto circula”. Em outras palavras, uma nova edição materializa os desejos e crenças de uma época. Neste sentido, o autor está interessado em entender como a mediação editorial influencia na construção do imaginário coletivo, especificamente, da literatura fantástica.

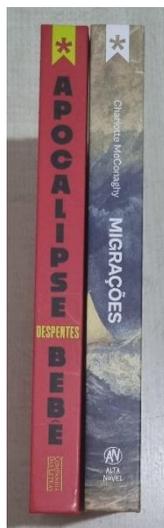
O design vai muito além do “divertido e bonito”,

seria, também, entendido como uma arte invisível. Para Hendel (2006), o leitor frui o texto sem esclarecer, precisamente, como se faz o design do livro, pois levamos, na nossa sociedade ocidental letrada, a herança iluminista de que as palavras escritas importam mais que o suporte em que se inscrevem. Ironicamente, nos últimos anos, a demanda por designers em gráficas e editoras tem subido significativamente, pois a produção de objetos cada vez mais sofisticados do ponto de vista estético tem virado critério principal de competitividade em vendas no setor editorial (PRIMO, 2018, p. 42).

Segundo a própria TAG, a escolha do papel, da diagramação, margem, entre outras características do design de um livro “intensifica” a “experiência literária” (Figura 28 do segundo capítulo), no entanto, podemos observar que o mesmo design (a escolha das letras e a arte) que acompanha todos os objetos enviados na caixinha (livro, box colecionável, revista, marca páginas, mimo literário) aponta a uma identidade. O que pretendemos demonstrar aqui é que esses objetos constituem duas identidades que se complementam entre si: a do kit e a da “experiência literária”. Ora, como descrevemos nas páginas anteriores, cada kit, começando pelo tamanho da caixa até o design escolhido, constituem cenografias das quais emergem *ethos* diferentes. Entretanto, ainda que os designs apontem para *ethos* diferentes, assim como nas caixinhas, cada kit também aponta para a construção da identidade da “experiência literária”.

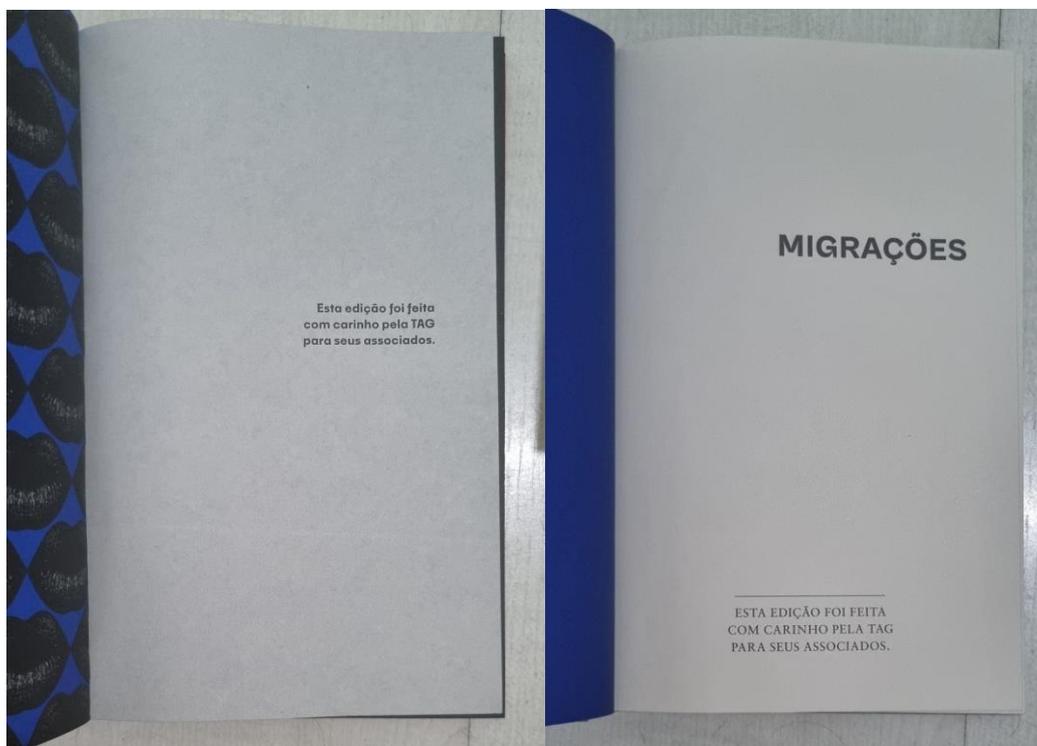
A começar pela organização da apresentação do livro: a capa com um design exclusivo, a contracapa com a sinopse do livro, as segunda e terceira capas, o início do capítulo e a separação das partes do livro que mantêm o padrão de design da capa e contracapa, também a lombada com o slogan da TAG (Figura 43) e o recado da TAG aos seus associados (Figura 44). Este recado também reforça o *ethos* da proximidade já descrito no site e nos editoriais: “Esta edição foi feita com carinho pela TAG aos seus associados”. Por isso, ao mesmo tempo que constituem identidades diferentes, apontam também para uma única identidade, a da “experiência literária”.

Figura 43 - lombada do livro enviado em outubro de 2022 (à esquerda) lombada do livro enviado em fevereiro de 2023 (à direita)



Acervo pessoal

Figura 44 – recado aos associados no livro enviado em outubro de 2022 (à esquerda) recado aos associados no livro enviado em fevereiro de 2023 (à direita)



Acervo pessoal

A segunda maneira que o mimo se vincula a esta cenografia do kit são as citações e explicações textualizadas. O mimo enviado em outubro de 2018 foi em uma caixinha contendo os sachês de café. De um lado, há o nome da do tipo de café enviado, Drip Coffee, “café especial 100% arábica, torrado e moído, torra média”, seguido por uma citação direta do livro “Apocalipse bebê, p. 25” na qual a narradora diz que está bebendo um café “passo boa parte da tarde lendo, página por página, um jornal que um cliente esqueceu sobre uma das mesas enquanto pedia cafés” e uma relação feita pela empresa convidando o associado a “que tal ler e tomar um cafezinho com a protagonista durante a vigília?” Do outro lado da caixinha há um texto explicativo sobre a parceria entre a TAG e a empresa de assinatura de cafés especiais Veroo⁴³ que enviou cafés exclusivos para os associados da TAG, além do modo de preparo dos blends enviados.

O mimo enviado em fevereiro de 2023 é um copo que tem o tom azul como a identidade visual dos outros objetos editoriais que compõem o kit, no entanto, diferente da caixinha dos cafés, o que vem textualizado em sua superfície não são frases do livro enviado, e nem poderia ser, uma vez que a partir de novembro de 2022 as duas modalidades passam a receber o mesmo mimo. Na seção “experiência do mês” (p. 4 e 5 da revista enviada em fevereiro de 2023) há uma “explicação” sobre o mimo (Figura 45) que é a mesma enviada na revista da TAG – inéditos, de fevereiro de 2023 (Figura 46):

Figura 45 – explicação sobre o mimo na revista TAG – curadoria de fevereiro de 2023

mimo

No Brasil, fevereiro vem acompanhado de altas temperaturas. Pensando nisso, além de convidá-lo para ler junto com a gente, queremos que você “beba da fonte” de grandes nomes da literatura: o mimo é um copo que irá homenagear autores presentes em nosso imaginário. São itens com capacidade para 330ml e imagens sortidas de Gabriel García Márquez, Agatha Christie ou Machado de Assis. Fique de olho e siga as recomendações: hidrate-se muito e não se esqueça de conferir a “informação ficcional” contida no rótulo!

Captura de tela. Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_curadoria_fevereiro_issuu
Acesso em: 13/03/2024

⁴³ Disponível em: <https://veroo.com.br/> Acesso em 10/03/2024

Figura 46 – explicação sobre o mimo na revista TAG – inéditos de fevereiro de 2023

mimo

No Brasil, fevereiro vem acompanhado de altas temperaturas. Pensando nisso, além de convidá-lo para ler junto com a gente, queremos que você “beba da fonte” de grandes nomes da literatura: o mimo é um copo que irá homenagear autores presentes em nosso imaginário. São itens com capacidade para 330ml e imagens sortidas de Gabriel García Márquez, Agatha Christie ou Machado de Assis. Fique de olho e siga as recomendações: hidrate-se muito e não se esqueça de conferir a “informação ficcional” contida no rótulo!

Captura de tela. Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_fev_ineditos_issuu Acesso em: 13/03/2024

A “informação ficcional” contida no copo enviado como mimo é: “Agatha Christie/ Informação ficcional: porção de 200 páginas (1 livro). Massa cinzenta – 1500g / Reviravoltas – 100% / Monotonia - ** (***) Sem valor de referência / Valores baseados em uma dieta de 1 livro por mês”. Frente ao descrito, o texto que vem estampado no copo não é o mesmo texto apresentado na revista. Para construir a relação do mimo ao kit, que agora já é o mesmo para as duas modalidades, há um contexto mais generalizado, “no Brasil” e, reforçando o *ethos* da proximidade e cuidado, há uma preocupação com o bem estar do associado: cuidados para o calor excessivo do verão, ao mesmo tempo em que o trocadilho do “beba da fonte”, faz a função de relacionar este mimo com os “grandes nomes da literatura”. Uma vez mais, há o uso exitoso do arquivo do discurso literário: homenagear os “grandes autores presentes no nosso imaginário” é o suficiente para justificar o mimo enviado para as duas modalidades, ainda que nenhum dos dois livros enviados sejam de algum desses autores ou nem mesmo autoras brasileiras, o livro enviado na TAG – curadoria é de Charlotte McConaghy, australiana, e o enviado na TAG – inéditos é de Stacy Willingham, estadunidense. Mas, como este copo está dentro da caixinha enviada como uma “experiência literária” e está estampado com um nome de um “grande autor”, é um mimo literário.

As revistas enviadas nas duas caixinhas também participam da construção dessas duas identidades: a do kit e a da “experiência literária”. Começamos analisando os sumários das duas revistas. O design que apresentamos até agora nos outros objetos editoriais se mantêm aqui. Na revista de outubro de 2022 (Figura 47), as cores são fortes: preto, amarelo e vermelho, enquanto na enviada em fevereiro de 2023 (Figura 48), as cores são azul e branco. No entanto, contêm os mesmos elementos: o vocativo “tagger” reforçando, como já dizemos, o *ethos* da proximidade, e a mesma ordem de apresentação dos conteúdos. O sumário de outubro de 2022 começa falando sobre o livro: “Se há livros que se esquivam de classificações o que chega agora em suas mãos certamente é um deles”. Logo apresenta a “escritora e cineasta francesa Virginie Despentes”, diz que o livro foi “indicado pela escritora tutsi Sholastique Mukasonga” e termina falando sobre a edição da revista, “nas páginas a seguir, há...”, “você ainda pode ler”. É a mesma ordem de apresentação da revista de fevereiro de 2023: começa falando sobre “quando um livro nos arrebatava, não cansamos de falar sobre ele e de indicá-lo aos nossos amigos, não é mesmo?” Logo apresenta a autora “australiana Charlotte McConaghy” e discorre sobre a indicação, que neste mês “vem da própria TAG”, e termina falando sobre a própria revista, “nas páginas a seguir...”, “você encontra”.

Figura 47 – editorial revista enviada em outubro de 2022



Figura 48 – editorial revista enviada em fevereiro de 2023



Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_curadoria_fevereiro_issuu Acesso em 14/03/2024

A construção dessas duas identidades está mais clara a partir dos dois sumários na Figura 49 (à esquerda revista de outubro de 2022 e à direita a de fevereiro de 2023). Uma vez mais, com designs diferentes e até mesmo anúncios diferentes (sem uma explicação explícita, na revista, sobre como todas as novas seções são anunciadas. Todas as revistas TAG – Curadoria de 2022 contêm um “guia de conteúdos”, enquanto as edições dos outros anos contêm um sumário – salvo as de 2014, 2015 e 2016 que não têm um título para esta parte da revista). Os sumários apontam para a constituição de *ethos* diferentes. Manter as cores e as iconografias já apresentadas nos outros objetos retoma a construção de uma única identidade para todos os objetos que compõem aquela caixinha do mês. A revista de outubro de 2022 mantém as cores fortes e a iconografia da boca, enquanto a revista de fevereiro de 2023 retoma as cores suaves e a paisagem do céu com nuvens claras. No entanto, as duas revistas mantêm a mesma separação de seus conteúdos, o

prefácio e o posfácio, além das mesmas seções de apresentação dos conteúdos da revista. Desta separação emerge um *ethos*, apontado por Almeida (2023) como professoral e instrucional, como seguiremos argumentando.

Figura 49– à esquerda sumário da revista de outubro de 2022 e à direita sumário da revista de fevereiro de 2023)



Captura de tela

Revista enviada em outubro de 2022 Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/curadoria_outubro_issuu Acesso em 14/03/2024

Revista enviada em fevereiro de 2023 Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_curadoria_fevereiro_issuu Acesso em 14/03/2024

O “guia de conteúdos” e o “sumário” estão separados em duas partes: o prefácio e o posfácio. Dentro da revista, essas duas partes são separadas por um aviso (Figura 50) com a mesma frase: “Posfácio / Se você ainda não leu o livro, feche a Revista nesta página. / A seguir, você confere conteúdos indicados para depois da leitura da obra.” Além disso, há o recurso iconográfico do ponto de exclamação ocupando quase toda a página, sugerindo “atenção”. Esta página também corrobora para a construção de dois

ethos discursivos, o da comodidade, que compõe a cenografia na qual a TAG fala sobre a “experiência literária”: tudo foi pensado para que o associado não tenha nenhuma surpresa desagradável, separando o que pode conter “spoilers” para o momento pós leitura. E o *ethos* professoral e instrucional que emerge da maneira pela qual o médium materializa e organiza o que é esperado da “experiência literária”: que o associado faça certos tipos de leituras antes e depois da leitura da obra enviada. Antes da obra: conhecer a autora, a curadora, saber por que ler o livro, uma ilustração do mês; depois da obra: uma crítica literária, conhecer outras obras que tratam sobre o tema e saber a agenda dos próximos meses.

Figura 50– aviso sobre a divisão do prefácio e posfácio (à esquerda na revista enviada em outubro de 2022 e à direita na revista enviada em fevereiro de 2023)



Captura de tela

Revista enviada em outubro de 2022 Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/curadoria_outubro_issuu Acesso em 14/03/2024

Revista enviada em fevereiro de 2023 Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_curadoria_fevereiro_issuu Acesso em 14/03/2024

Os prefácios das duas revistas têm seções com o mesmo título: “experiência literária”, “por que ler o livro”, “o livro indicado”, “ilustração do mês”; e algumas com títulos diferentes: na de outubro de 2022, “entrevista” com o subtítulo “Scholastique Mukasonga” e “saiba mais”, enquanto na de fevereiro de 2023, “a autora do mês” e “bastidores”.

A seção intitulada “experiência do mês” é destinada a um guia para a experiência literária: QR Code para a playlist do Spotify, quantas páginas ler para terminar o livro em

um mês, explicações sobre o projeto gráfico e o mimo, e um QR Code para o podcast sobre o livro do mês. Vale recordar que essa é uma nova seção anunciada em janeiro de 2022 (Figura 28) e, na revista de outubro de 2022 (Figura 51), essa seção ganha o título de “jornada de leitura”, enquanto o título da revista enviada em fevereiro de 2023 (Figura 52) é titulada com um imperativo que também pode ser entendido como um convite “vamos ler Migrações”, demonstrando assim, uma mudança de tom, já apontada por Almeida (2023), que reforça o *ethos* professoral e instrucional. Este *ethos* é reforçado pelo texto que introduz a seção:

Criamos esta experiência para expandir a sua leitura. Entre no clima de (livro do mês) colocando a playlist especial do mês para tocar. É só apontar a câmera do seu celular para o QR Code ao lado ou procurar por "taglivros" no Spotify. Não se esqueça de desbloquear o kit no aplicativo da TAG e aproveitar os conteúdos complementares!

Há um passo a passo a seguir para “entrar no clima” do livro e “expandir” a leitura. Também retomando o *ethos* da comodidade e facilidade, o associado é conduzido pela “experiência do mês” de maneira leve “entre no clima colocando a playlist”, “é só apontar a câmera do celular”, “não se esqueça de desbloquear [...] e aproveitar”. O passo a passo é: colocar a playlist, desbloquear o kit no aplicativo e aproveitar a “experiência literária”.

Na seção de outubro de 2022 (Figura 51), ainda há o QR Code que leva o associado ao aplicativo exclusivo, no entanto, na revista de fevereiro de 2023 o aplicativo exclusivo só aparece no texto introdutório, mesmo assim, ainda faz parte do passo a passo para “expandir a leitura”. Por ser o primeiro ano de implementação da nova seção na revista, na de outubro de 2022, no primeiro quadradinho à esquerda vem a instrução puxada por uma seta: “marque a cada parte concluída”. Na revista de fevereiro de 2023, essa indicação já não se faz necessária, nela só estão os quadradinhos e o associado “já sabe o que fazer”. Além desse espaço para marcar o progresso da leitura conduzida, há um breve texto que retoma o que já foi lido pelo associado até aquela página indicada. Ao analisar esta dinâmica, Almeida (2023, p. 66) afirma que

vemos claros direcionamentos ao leitor sobre como ele deve se portar diante do livro e quais aspectos observar, por meio das descrições que são feitas sobre alguns pontos da história para lembrar o que foi lido e numa tentativa de instigar e motivar a continuação da leitura das próximas páginas. Com isso vemos uma tentativa de estabilizar os sentidos e modos de experienciar o literário. Conforme comentamos anteriormente, na perspectiva de De Certeau (2004), o leitor projetado da TAG - Curadoria, estaria destituído de seu poder de caça, de percorrer livremente as páginas do livro, traçando seu próprio

percurso, uma vez que recebe toda a assessoria possível para que percorra seu caminho pelas “terras alheias”, o caminho é sempre guiado e cercado.

Também nesta página da revista, podemos observar a constituição de três cenografias diferentes: a que retoma o caráter prometeico de como a TAG vende a “experiência literária”, logo no início do texto de apresentação: “criamos esta experiência para expandir a sua leitura”. A que se propõe como única identidade com os outros objetos do kit: a de outubro de 2022 retoma o *ethos* apocalíptico com as cores fortes, a iconografia da boca aberta e o último “quadrado” encena uma “explosão”. Além das interjeições e frases de espanto “É apenas o início do livro”, “Uai!”, “por essa você não esperava, hein?”, “Um final bombástico!”. Enquanto a de fevereiro de 2023 (Figura 52) mantém as cores mais claras e conduz os associados de maneira mais “leve”, com frases maiores e perguntas ao invés de exclamações: “sigamos, pois as próximas páginas prometem momentos de muita tensão”, “O que você achou das últimas páginas?”, “o que será que vem pela frente?”. Frases que ao mesmo tempo reforçam o *ethos* professoral e instrucional característico da “experiência literária”: as frases conduzem a leitura e as percepções do associado.

Até mesmo as percepções sobre o “projeto gráfico” e o “mimo” são conduzidos pela TAG: na revista de outubro de 2022, “A caligrafia e as imagens usadas remetem à rebeldia e à linguagem marcante da narrativa de Despentes”. Em relação ao mimo, retomam o trecho do livro no qual uma das personagens principais toma um café. Na revista de fevereiro de 2023, “com efeitos resultantes de um tratamento inovador da luz, suas pinturas representam de forma dramática a força da natureza, como se pode notar na fúria do mar em contraste com a fragilidade das embarcações. São características que se revelam alinhadas com o nosso livro deste mês” e, sobre o mimo, faz referência ao calor de fevereiro no Brasil, como já comentamos a partir da Figura 43.

Figura 51– Seção experiência literária da revista de outubro de 2022

EXPERIÊNCIA DO MÊS
EXPERIÊNCIA DO MÊS 5

JORNADA DE LEITURA

Mergulhe a cada
permanência

Criamos esta experiência para expandir a sua leitura. Entre no clima de *Apocalypse bebê* colocando a playlist especial do mês para tocar. É só apontar a câmera do seu celular para o QR Code ao lado ou procurar por “taglivros” no Spotify. Não se esqueça de desbloquear o kit no aplicativo da TAG e aproveitar os conteúdos complementares!



OUVA PLAYLIST

Mergulhe a cada
permanência

Leia até a página 18
É apenas o início do livro e você já sabe que a adolescente Valentine Galtan desapareceu. A sua avó vai ao encontro das detetives que contratou para descobrir o que a neta estava fazendo. Assim, descobrimos hábitos excêntricos da jovem.

Leia até a página 93
Estamos entrando nos dramas familiares dos Galtan, conhecendo o pai de Valentine e sabendo um pouco mais sobre a sua mãe e a sua madrasta. Os julgamentos de Valentine são válidos ou existem segredos a serem desvendados?

Leia até a página 118
A investigação de Lucie e Hiena está dando resultados, mesmo com seus métodos duvidosos. O paradeiro de Valentine está próximo de ser descoberto.

Leia até a página 187
De Paris, as detetives vão a Barcelona procurar por Vanessa, mãe de Valentine. Lá, descubrem um pouco mais sobre os passos da garota.

Leia até a página 293
Uau! A irmã, Elisabeth, entra em cena e agora descobrimos exatamente o que Valentine estava fazendo na Espanha. Por essa você não esperava, hein?

Leia até a página 318
De volta a Paris, Valentine cumpre o seu destino de um bebê apocalíptico. Um final bombástico!

Apocalypse bebê pode ter terminado, mas a experiência não!



Aponte a câmera do seu celular para o QR Code ao lado e escute o episódio de nosso podcast dedicado ao livro do mês. No aplicativo, confira também a nossa agenda de bate-papos.



ACCESSE O APP

projeto gráfico

O projeto de capa de *Apocalypse bebê* foi desenvolvido pelo designer Lucas D'Ascenção, do Estúdio Tereza Bettinardi. A caligrafia e as imagens usadas remetem à rebeldia e à linguagem marcante da narrativa de Despentés. Com a colagem como recurso gráfico, buscou-se a integração dos outros materiais do kit com os principais elementos da trama.

mimo

Na difícil tarefa de vigiar uma adolescente, a detetive Lucie precisa fazer algumas pausas estratégicas: “Passo boa parte da tarde lendo, página por página, um jornal que um cliente esqueceu sobre uma das mesas enquanto pedia cafés”. Enquanto não descobrimos os desdobramentos dessa história, que tal ler e tomar um cafezinho com a protagonista durante a vigia? O mimo deste mês é ideal para isso: em uma parceria com a **Veroo Cafés**, enviamos três sachês de café especial 100% Arábica (10 g cada) torrado e moido.

Captura de tela. Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/curadoria_outubro_issuu Acesso em 14/03/2024

Figura 52 - Seção experiência literária da revista de fevereiro de 2023

VAMOS LER MIGRAÇÕES



Criamos esta experiência para expandir a sua leitura. Entre no clima de *Migrações* colocando a playlist especial do mês para tocar. É só apontar a câmera do seu celular para o QR Code ao lado ou procurar por “taglivros” no Spotify. Não se esqueça de desbloquear o kit no aplicativo da TAG e aproveitar os conteúdos complementares!

Leia até a página 77

Após muita insistência, Franny finalmente consegue embarcar no Saghani. Enquanto ela lida com as desafiadoras tarefas do navio, fragmentos de seu passado revelam-se pouco a pouco para nós.

Leia até a página 162

Na ilha de Terra Nova, no Canadá, as memórias de Franny a perturbam e intensificam o seu comportamento autodestrutivo. Sigamos, pois as próximas páginas prometem momentos de muita tensão.

Leia até a página 210

Há muito amor entre Franny e Niall, mas as últimas páginas deixam evidente quão difícil é para ela lidar com a sensação de estar acorrentada. O que você achou das últimas páginas? Conte lá no app!

Leia até a página 265

Os laços entre Franny e Ennis estão cada vez mais fortes, e a aventura deles no mar se revela agora ainda mais eletrizante. O que será que vem pela frente?

Leia até a página 337

Um final emocionante, com um reencontro inesperado, vem nos lembrar que as pistas da vida estão escondidas em toda parte. Abra o app e compartilhe as suas impressões sobre o desfecho da trama.

projeto gráfico

Reproduções de obras de J. M. W. Turner, considerado um dos principais artistas ingleses do século XIX, estão presentes na capa e na luva desta edição. Com efeitos resultantes de um tratamento inovador da luz, suas pinturas representam de forma dramática a força da natureza, como se pode notar na fúria do mar em contraste com a fragilidade das embarcações. São características que se revelam alinhadas com o nosso livro deste mês, em que a protagonista parte em uma jornada em alto-mar e precisa lidar constantemente com as adversidades do mundo natural, a partir do qual busca se conectar consigo mesma.

mimo

No Brasil, fevereiro vem acompanhado de altas temperaturas. Pensando nisso, além de convidá-lo para ler junto com a gente, queremos que você “beba da fonte” de grandes nomes da literatura: o mimo é um copo que irá homenagear autores presentes em nosso imaginário. São itens com capacidade para 330ml e imagens sortidas de Gabriel García Márquez, Agatha Christie ou Machado de Assis. Fique de olho e siga as recomendações: hidrate-se muito e não se esqueça de conferir a “informação ficcional” contida no rótulo!



Migrações pode ter terminado, mas a experiência não!



Aponte a câmera do seu celular para o QR Code ao lado e escute o episódio de nosso podcast dedicado ao livro do mês. No aplicativo, confira também a nossa agenda de bate-papos.

Captura de tela. Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_curadoria_fevereiro_issuu Acesso em:

14/03/2024

Na seção “por que ler o livro” (Figura 53 e 54), há uma pequena sinopse do livro e três citações diretas (três em cada revista) de opiniões que circularam sobre o livro, em revistas e jornais como *l’Express* (jornal francês com primeira publicação em 1953 que também tem uma seção de cultura⁴⁴), *Harper’s Bazaar* (revista de moda dos Estados Unidos, com versões em diferentes países, no Brasil, a primeira capa é com a famosa modelo Gisele Bündchen, que também tem uma seção dedicada à cultura⁴⁵) ou o mais antigo jornal dos Estados Unidos, *Washington Post* (que tem uma seção de “entretenimento”⁴⁶). Estas citações destacam o uso exitoso que a TAG faz do arquivo e a

⁴⁴ Disponível em: <https://www.lexpress.fr/culture/> Acesso em 14/03/2024

⁴⁵ Disponível em: <https://harpersbazaar.uol.com.br/cultura/> Acesso em 14/03/2024

⁴⁶ Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/entertainment/> Acesso em 14/03/2024

rede de aparelhos que sustenta o campo literário (MAINGUENEAU, 2018a), posicionando a TAG, como apontado no capítulo anterior, como central e dominada no campo. Sendo assim, o livro deve ser lido não porque a TAG quer que o associado o leia, mas sim, porque já circulou por instâncias e agentes do campo que o validaram.

Figura 53– Seção “Por que ler o livro” da revista enviada em outubro de 2022



Captura de tela. Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/curadoria_outubro_issuu Acesso em

14/03/2024

Figura 54- Seção “Por que ler o livro” da revista enviada em fevereiro de 2023



Captura de tela. Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_curadoria_fevereiro_issuu

Acesso em 14/03/2024

Logo em seguida, na revista de outubro de 2022, abrimos a seção “o livro indicado” (revista TAG, outubro, 2022, p. 8 a 11) que fala sobre a autora Virginie Despentes, a construção de sua carreira e outros livros publicados, como por exemplo seu primeiro romance *Baise-moi*, em 1994. Também apresenta o enredo do livro com mais detalhes. Se na contracapa já conhecemos o nome dos personagens (Figura 38), aqui eles são descritos com suas características mais específicas:

“O enredo de *Apocalypse bébé* soa bem simples, Valentine, uma **adolescente transgressora**, é vigiada por Lucie, que deve saber todos os passos da garota durante os seus dias em Paris. [...] A partir desse evento, destrincham-se fatos sobre a vida da jovem e da sua família, com a ajuda nada ortodoxa de uma outra **mulher controversa**, a Hiena” (SOLETTI, revista TAG, outubro, 2022, p. 10, grifo nosso)

A seção seguinte é uma entrevista com a curadora do mês na qual ela responde perguntas sobre como ela entrou em contato com a autora enviada aos associados, sua opinião pessoal sobre o livro e sua história, e sobre seu próprio trabalho, quais serão seus próximos livros publicados (CORRÊA, revista TAG, outubro, 2022, p. 12 a 15).

Assumindo nossa afirmação de que, ainda que constituam *ethos* diferentes, cenografias diferentes e matrizes de sociabilidade diferentes, as revistas também apontam para a mesma matriz de sociabilidade, a “experiência literária”. As seções “extras” da revista de fevereiro de 2023 englobam todas essas mesmas informações sobre o livro, a autora e a curadora, como na revista enviada em outubro de 2022: na parte “o livro indicado” (revista TAG, fevereiro, 2023, p. 8 e 9), há uma subseção “recepção da obra” e uma página dedica às características dos personagens:

Figura 55– página dedicada às características dos personagens no livro enviado em fevereiro de 2023



Captura de tela. Disponível em:

https://issuu.com/taglivros/docs/revista_curadoria_fevereiro_issuu Acesso em 14/03/2024

Na seção “a autora do mês”, nos é apresentada a autora Charlotte McConaghy e seus livros já publicado, suas percepções sobre a obra enviada aos associados da TAG a

partir de entrevistas a outros meios de comunicação, como no trecho a seguir: “em conversa com o Los Angeles Times Book Club, a escritora disse ainda que gostaria que seu livro mobilizasse as pessoas a passarem do desespero e da apatia para a esperança, o amor e a ação” (revista TAG, fevereiro, 2023, p. 11). Para também falar sobre a curadora, como o fez na revista de outubro de 2022, na seção “bastidores”, Rafaela Pechansky, Publisher da TAG e Sandra Natalina Tonon, tester da TAG (pessoas que atuam como parecerista da TAG) falam sobre como foi a escolha do livro do mês, assumindo assim, o lugar da revista dedica à entrevista com o curador/a.

Aqui neste espaço da revista, normalmente publicamos uma entrevista com o curador ou a curadora do mês. Desta vez, expondo um pouquinho de nossos bastidores, trazemos no lugar depoimentos de nossa Publisher, a Rafaela Pechansky, e de uma de nossas testers, Sandra Natalina Tonon. Elas revelam os detalhes que motivaram a nossa escolha. (revista TAG, fevereiro, 2023, p. 12)

Sendo assim, ainda que na revista de outubro de 2022 haja uma seção “a menos”, as seções “extras” da revista de fevereiro de 2023 só existem para entregar as mesmas informações sobre o livro, a autora e a curadora.

A seção “saiba mais” é dedicada às temáticas já apresentadas na revista como as principais do livro ou das produções das autoras. No caso do livro de Virginie Despentes, é ressaltada a temática feminista, a seção “saiba mais” traz “outras escritoras francesas que, assim como Virginie Despentes, mostram-se atentas às questões da contemporaneidade e da vida feminina” (revista TAG, outubro, 2022, p. 16). Enquanto a seção do livro de Charlotte McConaghy discorre sobre as mudanças climáticas e o perigo de animais com hábitos migratórios, como as andorinhas (animal que a personagem principal do livro Migrações estuda), sofrem de extinção – “seres incríveis que vivem até 30 anos e fazem a maior migração entre os seres vivos, as andorinhas também podem sofrer as consequências da ação humana” (revista TAG, fevereiro, 2023, p. 18). O fato de esta seção compor o prefácio da revista de outubro de 2022 e o posfácio na de fevereiro de 2023, se dá pelo fato de que, quando se fala sobre as andorinhas, há uma comparação entre o que é real e o que é ficção (revista TAG, fevereiro, 2023, p. 20), podendo assim conter spoilers.

Ainda antes da página que contém o texto instruindo ali parar a leitura da revista, caso não tenha terminado o livro (Figura 50), cada revista tem uma ilustração feita por um artista convidado que não é o mesmo que fez o projeto gráfico do kit, que ilustra um

trecho do livro citado na revista. Como faz parte do prefácio, é um trecho descritivo que não contém spoilers, mas faz referência aos temas levantados na revista. Na que acompanha Apocalipse bebê, faz-se referência ao gênero road trip, que ganha uma das seções da revista como veremos a seguir e também já tinha aparecido na contracapa como “romance de viagem”, e ao tema do feminismo, ao representar duas mulheres no carro (Figura 56 à esquerda) e na que acompanha Migrações, à prática de pesca com redes que arrastam outros animais, que não os peixes esperados, como uma tartaruga (Figura 56 à direita).

Figura 56 – Ilustração do mês (à esquerda, revista enviada em outubro de 2022, à direita, revista enviada em fevereiro de 2023)



Captura de tela

Revista enviada em outubro de 2022 Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/curadoria_outubro_issuu Acesso em: 14/03/2024

Revista enviada em fevereiro de 2023 Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_curadoria_fevereiro_issuu Acesso em: 14/03/2024

O posfácio é o espaço “livre para spoilers”, por isso a seção “análise crítica”, nas duas revistas escrita pela jornalista e escritora Tatiana Cruz, explora outros aspectos da obra, aspectos mais técnicos, como por exemplo a narrativa:

Apocalypse bebê é uma declaração de **amor à ficção**, em tudo o que a ficção carrega (CRUZ, revista TAG, fevereiro, 2023, p. 27, grifo nosso)

À medida que Lucie avança na procura pela menina rica, outras vozes tomam assento, e **Despentes busca um narrador** que parece ingressar na consciência dos sujeitos, com uma **descrição que mimetiza a vida dos personagens**. É o caso, por exemplo, da atenção dada ao pai da desaparecida. **O texto fica mais arrastado, com frases mais longas e uma dramaticidade quase pedante**, apresentando-nos a François Galtan, um romancista sem sucesso, vaidoso e extremamente boçal com as mulheres [...] **Ou aqui, quando o foco narrativo muda de ritmo e de linguajar** e se dirige à Hiena, uma violenta cobradora de dívidas europunk lésbica que tem a reputação de encontrar pessoas, uma espécie de Lisbeth Salander, a heroína do escritor sueco Stieg Larsson [...] (CRUZ, revista TAG, outubro, 2022, p. 24, grifo nosso)

Fazendo uso da terminologia da crítica literária, essa seção acrescenta ao associado uma análise do gênero da obra, da narradora, dos personagens, da maneira como a história é construída, e os valores aos quais aponta, por exemplo, a mudança de ritmo e de linguajar que descreve uma Hiena “violenta cobradora de dívidas europunk lésbica que tem a reputação de encontrar pessoas”. O mesmo tom é seguido na análise de *Migrações*:

Não tocar, não falar e observar com reverência parece ser o que falta ao ser humano em relação à fauna e à flora da Terra, e o romance navega nos mares quentes **da nova safra de obras de ecoficção literária sem cair na avalanche da literatura-manifesto**. Todo o discurso está envolto no intrincado e complexo - e universal drama da existência humana: ancestralidade, amor, maternidade e morte.

Nessa travessia, McConaghy inteligentemente **nos oferta uma narradora em primeira pessoa quebrada e inconstante**. Somos lançados ao passado da protagonista aos poucos, como golfadas do mar em tempo de tempestade, **somos jogados não só ao palco da trama**, uma embarcação e seus perigos constantes, ao vaivém das ondas, como somos lançados ainda à deriva da personagem, física e emocionalmente. (CRUZ, revista TAG, fevereiro, 2023, p. 23-24, grifo nosso)

Neste trecho também podemos perceber as mesmas características observadas, o gênero da obra, a narradora em primeira pessoa “quebrada e inconstante” que afeta a história da mesma maneira, fazendo com que o passado da narradora chegue ao leitor também “quebrado e inconstante”.

Na mesma proposta de conter spoilers, a seção “para ir além” é dedicada a fazer indicações de outros livros ou filmes que tratam da mesma temática do livro. No caso de Apocalypse bebê, esta seção é titulada “Narrativas de estrada e busca por liberdade”. As indicações são o filme de 1991 *Thelma e Louise*, *Odisseia de Homero*, *Todos nós adorávamos caubói*, de Carol Bensimon (enviado aos associados em agosto de 2019) e o

livro e o filme adaptado de *On the Road* de Jack Kerouac. Esta seção ainda faz uma reflexão sobre o gênero: “gênero dominado majoritariamente por personagens masculinos, a ficção de estrada tem protagonistas mulheres na literatura contemporânea de Virginie Despentes e Carol Bensimon” (SPERB, revista da TAG, outubro, 2022, p. 24). Já na revista de Migrações, a seção é titulada como “Pensar o Antropoceno” e faz indicações para que o associado “conheça outras obras que abordam a relação entre a natureza e o ser humano” (SPERB; CORRÊA, revista TAG, fevereiro, 2023, p. 26). Nesta parte são indicados livros de diferentes gêneros: *Banzeiro òkotò*, uma narrativa de não ficção de Eliane Brum, *Gelo*, romance de Anna Kavan ou ainda *Ideias para adiar o fim do mundo*, uma série de ensaios de Ailton Krenak.

A revista de outubro de 2022 ainda conta com uma página de propaganda do clube de assinaturas de cafés “Veroo” que envia o mimo literário do mês, explicando como funciona o clube, o que é enviado em cada mês, um QR Code que abre a página de compra do clube e um cupom de desconto para os associados da TAG. Além disso, nas duas revistas, a de outubro de 2022, a última página e, na de fevereiro de 2023, também a última página são destinadas a propagandas de produtos da própria TAG.

A última seção da revista é a “agenda”, titulada como “vem aí”, composta por duas partes: um guia de perguntas para os encontros da TAG e uma breve descrição sobre os kits que serão enviados nos meses seguintes (Figura 57). Esta seção também contribui para a constituição de dois dos *ethos* apresentados: o professoral e instrucional, um guia de perguntas, direcionando os encontros que os associados moradores de uma mesma cidade ou região podem fazer. Ou seja, a instrução controla não somente a leitura de cada associado, mas também como devem interagir com a obra quando no encontro presencial. Outro *ethos* contemplado é o da comodidade: ao entregar uma breve sinopse do livro dos dois próximos meses, além de incentivar o associado a continuar no clube para receber a próxima história, também permite que algum associado que já tenha o livro peça outro livro ainda “inédito” na sua biblioteca.

Figura 57– Seção “Agenda”. Revista enviada em outubro de 2022 (à esquerda) e revista enviada em fevereiro de 2023 (à direita)

vem aí

encontros TAG:

Guia de perguntas sobre *Apocalipse bebê*

1. Quais são as suas impressões sobre o estilo narrativo de Virginie Despentes?
2. Lucie ganha a parceria da Hiena na busca por Valentine. O que você achou da dinâmica entre as duas?
3. A jornada de Lucie acaba envolvendo um processo de autoconhecimento. Leia a matéria da página 24 e avalie a forma como a aventura na estrada influencia essas transformações da personagem.
4. Em que medida você acredita que as disfunções familiares impactam a trajetória de Valentine?
5. O que você achou do final do livro? Considera que há alguma simbologia por trás desse desfecho?

novembro

A autora do livro do mês é um importante nome da literatura espanhola contemporânea. Aguarde um romance potente, que vem sendo classificado como um “épico da vida feminina”, oferecendo também uma imersão no passado recente da Espanha, do final da ditadura franquista até a explosão do feminismo. A curadoria é de Giovana Madalosso.

Para quem gosta de: literatura espanhola, temas feministas, história contemporânea

dezembro

Escrito por um autor israelense, o livro gira em torno das aventuras de dois adolescentes pelas ruas de uma Jerusalém subterrânea. Entre o mistério e a fábula, o que se lê é um romance cativante e cheio de sensibilidade. A indicação foi feita por uma escritora que volta a ser curadora do clube: a também israelense Ayelet Gundar-Goshen.

Para quem gosta de: literatura israelense, mistérios, fábulas

vem aí

encontros TAG:

Guia de perguntas sobre *Migrações*

1. Quais são as suas impressões sobre a protagonista e sua jornada psicológica? Como você interpreta o comportamento dela ao longo da trama?
2. Comente o relacionamento entre Franny e Niall Lynch. O que você achou do modo como a história de amor entre os dois foi construída?
3. Boa parte da narrativa se passa no navio Saghani. Discuta a trajetória dos personagens da embarcação, suas contradições e o modo como eles se relacionam.
4. Leia a matéria da página 18 e reflita sobre as questões ambientais levantadas pelo livro. Você acredita que o futuro distópico mostrado na obra está mais perto do que se imagina?
5. O que você achou do final da história? Ficou satisfeito com o tom dado pela autora ao desfecho?

março

Indicado pela escritora luso-brasileira Tatiana Salem Levy, o livro de março é assinado por uma autora francesa contemporânea. Contemplando temas como imigração, feminismo, escândalos sexuais e midiáticos, a trama mostra uma grave acusação que paira em torno de uma família aparentemente perfeita.

Para quem gosta de: ficção contemporânea, literatura francesa, sátiras sociais

abril

Não se engane com o nosso livro de abril! Por trás da aparência de autoajuda, há uma narrativa profunda e impactante que nos lança para uma localidade da Ásia emergente. O autor é um paquistanês radicado na Inglaterra que já figurou na tradicional lista de indicações de Barack Obama.

Para quem gosta de: narrativas inventivas, outras culturas, ficção contemporânea

Captura de tela

Revista enviada em outubro de 2022. Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/curadoria_outubro_issuu Acesso em 14/03/2024

Revista enviada em fevereiro de 2023. Disponível em: https://issuu.com/taglivros/docs/revista_curadoria_fevereiro_issuu Acesso em 14/03/2024

Cada uma dessas cenografias projeta um público diferente: o público projetado pelo que a TAG vende ser a “experiência literária”, é o que precisa ser convencido do que é esta “experiência” e é entendido como um possível consumidor, tanto assinando o clube como comprando outros produtos da empresa, como outros livros de edição exclusiva ou ainda produtos de outras empresas, como é o caso do clube de assinaturas de café, Veroo. Além disso, como discutimos no capítulo anterior e conforme o apresentado neste capítulo, tanto no site quanto na revista permanece o caráter prometeico de “expandir” a leitura e de “ler sem esforço”, basta seguir o que é apresentado na revista.

O público projetado pelo kit TAG – curadoria é um “leitor sério” (termo elaborado a partir do “escritor sério” de Moura, 2021): que lê “clássicos”, coleciona livros, a quem interessa edições exclusivas, saber mais sobre o livro e discuti-lo com outras pessoas. Neste sentido, o público projetado pelo kit e pela “experiência literária” se assemelham, afinal são os mesmos objetos que as compõem, a diferença é que cada kit pode ser entendido de forma “isolada”. A “experiência literária” não, ou seja, um livro, um objeto (chamá-lo de mimo e não “presente” ou “objeto” ou “acompanhamento” etc., já configura uma escolha projetada pela “experiência literária”) um box colecionável, uma revista e um marca páginas com o mesmo design, “sozinhos”, não é uma “experiência literária”. Neste sentido, um kit “isolado” só pode ser entendido como uma “experiência literária” porque repete o mesmo padrão de todos os outros kits, caso contrário, seriam apenas objetos juntos em uma caixa.

O que aponta a identidade dos objetos editoriais que compõem a caixinha é a maneira como esses objetos são organizados (MO) e é nesse sentido que as duas cenografias, que até o momento apresentamos como separadas, ganham uma unicidade: as seções que organizam a revista, o fato de, entre as seções da revista, aparecer uma propaganda, usar o tom de proximidade, chamar este objeto que compõe a caixa de “mimo literário” e explicar sua relação com o kit enviado no mês, enviar um livro “surpresa” aos seus associados em edição exclusiva, o passo a passo do processo de leitura do associado, o manejo da rede de apoio e arquivo que posicionam a “experiência literária” no campo literário, a periodicidade de uma vez ao mês o associado receber objetos que seguem o mesmo padrão, entre todas as outras características apresentadas até o momento. Ao mesmo tempo, são estes os objetos que organizam a “experiência literária” (OM), ou seja, não há estes objetos enviados uma vez ao mês aos seus associados em uma caixinha sem a “experiência literária” (MO), assim como não há “experiência literária” sem estes objetos enviados uma vez ao mês aos seus associados em uma caixinha (OM).

Frente ao exposto, podemos defender que a carta enviada em cada caixa compõe a “experiência literária” de maneira periférica. Ainda que acompanhem somente a “experiência” de outubro de 2022 e fevereiro de 2023, somente nesta “experiência”, que se dá desta forma, é possível esta carta com este tom de proximidade, que sobre este tema, neste formato.

Neste sentido, a “experiência literária” materializada nestes objetos funciona como uma verticalidade aos seus associados, ela é quem rege as regras: tanto conduzindo de maneira instrucional e professoral a leitura de seus associados como definindo o que é

a “experiência literária”. Como verticalidade em relação aos seus associados, a “experiência literária” se propaga baseada nas características constitutivas do meio técnico-científico-informacional (SANTOS, 2006), ao repetir seu padrão mensalmente, há uma tentativa de homogeneização dos livros que serão lidos, a maneira como serão lidos e as percepções dos livros e da própria “experiência literária” e até mesmo dos mimos entre as duas modalidades (custo x benefício). Por exemplo, ao explicar o mimo na revista, intenciona que todos os associados façam a mesma interpretação daquele objeto enviado. Até mesmo o encontro é conduzido pela empresa (Figura 33), impondo “uma solidariedade vertical, cujo epicentro é a empresa hegemônica, localmente obediente a interesses globais mais poderosos e, desse modo, indiferente ao entorno” (SANTOS, 2006, p.85). O momento de “trocar experiências” também é conduzido pelas perguntas feitas pela própria empresa. A “experiência literária”, então, é vendida como fábula aos seus associados, de que é “ler sem esforço”, “tornar-se leitor”, “ser exclusiva”, “a proximidade”, no entanto, exige um ritmo de um livro por mês, é “exclusiva”, porém são tiragens de livros para mais de 40.000 pessoas diferentes, impõe regras de leitura e do que é a própria “experiência literária”, por isso, “torna” o assinante em um tipo específico de leitor, que lê livros clássicos ou bestsellers e majoritariamente, um leitor de romances.

Assim como apresentado por Milton Santos (2013), a verticalidade convive e se reinventa a partir também de uma horizontalidade. As regras impostas pela TAG para o seu funcionamento, também encontram horizontalidades, no caso das caixinhas aqui apresentadas, as cartas são respostas da empresa às percepções não controladas sobre o mimo, retomadas pela empresa na frase que encabeça a carta enviada em outubro de 2022: “Graças a vocês e aos feedbacks valiosos que compartilham conosco a respeito dos mimos, sabemos que, ao longo de nossa caminhada, tivemos acertos e erros.”, apontam também a necessidade de que sejam mimos “de qualidade” e focados em “itens queridos pelos leitores”.

Sendo assim, ao homogeneizar os objetos enviados, a periodicidade e as interpretações de seus associados, a TAG constrói uma experiência do igual. O associado que assina a TAG – curadoria, ainda que todos os meses receba um kit diferente, recebe sempre a mesma “experiência”: os mesmos objetos editoriais que compõem a caixinha surpresa, a mesma “exclusividade” no design, o mesmo ritmo de leitura, o mesmo passo a passo separado entre “antes” e “pós” leitura; todos os meses, perguntas para conduzir os encontros. Neste sentido, a “experiência literária” atua também como uma

positividade, buscando controlar todas as esferas de interpretações que lhe cabem, tanto da obra enviada quanto de sua própria “experiência literária”. Retomando e reforçando a piscoesfera materializada na tecnoesfera regente. “Por causa de sua negatividade a experiência enquanto irromper do outro interrompe o atoespelhamento imaginário. A positividade que habita o digital reduz a possibilidade de uma tal experiência. Ela promove o igual” (HAN, 2019, p. 45).

5 - Considerações finais

Da perspectiva discurso-mediológica que assumimos neste trabalho, circunscrever nosso objeto como um médium (DEBRAY, 2000; 1993), nos possibilitou analisar seu duplo corpo: matéria organizada (MO) e organização materializada (OM). Neste sentido, buscamos demonstrar como os objetos editoriais que compõem a caixinha apontam para a matriz de sociabilidade que é, neste trabalho, a “experiência literária”.

Da forma como elaboramos a análise das caixinhas enviadas em outubro de 2022 e fevereiro de 2023, tentamos mostrar como somente nesta relação de duplo corpo (OM, MO) a concepção da “experiência literária” se estabelece, uma vez que, os objetos “sozinhos” podem apontar para outras matrizes de sociabilidade.

Para entender seu nível diacrônico e político fizemos uso dos conceitos de discurso literário de Maingueneau (2018a) e campo literário de Bourdieu (2021) para demonstrar e discutir as estratégias utilizadas para posicionar a “experiência literária” no campo literário. Isso nos permitiu observar o uso do arquivo que remonta à memória do campo e a rede de aparelho, como por exemplo a curadoria ou as citações que acompanham os livros, a revista e algumas vezes o mimo literário. Outra estratégia observada no site oficial e nos editoriais das revistas enviadas pela empresa foi a construção de uma cenografia da qual emerge o *ethos* da comodidade, da proximidade e do desempenho, projetando um leitor que livremente escolhe “ler mais”, “expandir a leitura”, “viver mais” ao mesmo tempo em que quer uma “experiência” “fácil”, “cômoda”, um “passo a passo” para seguir. Esta cenografia se constitui oscilando entre a tradição fáustica e prometeica (MARTINS, 2012) por prometer transformar um “não leitor” em “leitor”, ao mesmo tempo que se enuncia a si mesma.

Além disso, pretendemos demonstrar como a “experiência literária” materializa também as características do meio técnico-científico-informacional em que vivemos atualmente. Foi possível compreender que o desenvolvimento do hábito da leitura, que seria um movimento subjetivo, interno, fruto de um desejo humano, na sociedade do dinheiro e em pleno processo de globalização encarna um movimento fáustico de “ler por ler”. A empresa não apresenta um objetivo claro como clube de leitura, reforçando assim seu caráter conservador no campo: ela provoca um deslocamento no campo ao propor este novo modo de negócio, obrigando até mesmo grandes editoras como a Intrínseca a se posicionar frente a este novo mercado de pessoas interessadas a assinaturas mensais de livros, no entanto, faz este deslocamento mantendo o “cânone” do campo, por exemplo,

publicando autores premiados, fazendo citações de autores premiados, como apresentado neste trabalho. Além disso, atuando como uma verticalidade, entendemos que a estratégia da empresa impõe um dado ritmo de leitura e homogeneiza a “experiência” do associado em relação a leitura do livro enviado e também sua percepção do que é a “experiência literária”.

A TAG constrói a experiência do igual. A explicação sobre o nome da empresa é que são as iniciais dos nomes dos fundadores: Tomás Susin, Arthur Dambros e Gustavo Lembert, no entanto, este nome também materializa a homogeneização construída pela empresa. *To Tag* é um verbo inglês que significa “etiquetar”. Sendo assim, a empresa não transforma “não leitores” em “leitores”, mas constitui uma “bolha literária” na qual os associados veem mais de si mesmos, se querem livros bestsellers assinar a TAG – inéditos, mas se querem livros “clássicos” assinam TAG – curadora, e assim, o que se propunha a trazer “novas experiências” traz a “experiência do igual: todas as pessoas que assinam uma das modalidades têm o mesmo “gosto literário”, todas recebem o mesmo kit e são conduzidas de igual maneira pela leitura da obra e pela “experiência do mês”. Tal “experiência” segue a mesma ordem mensalmente: primeiro a playlist, depois a leitura do prefácio da revista, leitura do livro, leitura do posfácio, encontro para discutir o livro presencialmente guiado pelas perguntas da revista ou discuti-lo no aplicativo exclusivo da empresa.

Assim como Salgado (2021) se questiona se realmente envelheceremos como nos diz o aplicativo *FaceApp*, aqui vale perguntar: os associados que escolhem “ler mais” livros bestsellers como os enviados pela TAG – inéditos ou “clássicos” enviados pela TAG – curadoria, leem mais ou leem o que a empresa diz que deve ser lido? Frente ao exposto podemos afirmar que os associados leem “mais” da própria “experiência literária” que, validada pelo exitoso manejo das estratégias que a posicionam como central e dominada no campo, chega ao associado como fábula de comodidade e produtividade, característico dos médiums digitais (SALGADO, 2021; HAN, 2020, 2019, 2015).

Nesta direção, até mesmo os encontros presenciais são controlados pela “experiência literária”. Textualizados nas perguntas ao final da revista assume um *ethos* de comodidade, ajudar os associados a discutir o livro, ao mesmo tempo em que formaliza uma solidariedade verticalizada, não espontânea. A interpretação da história do livro já foi feita pela empresa em vários âmbitos: no design, nas seções da revista, no mimo, e em relação às perguntas, como todos os associados recebem as mesmas, podem se preparar para os encontros a partir dos mesmos pontos de análise.

No entanto, se há uma verticalidade também se institui uma horizontalidade. Ainda que não tenhamos nos debruçado sobre ela, a partir das cenografias textualizadas nos médiums apresentados para a análise, nos permite projetar um espaço de disputa dos sentidos na “experiência literária”, as revistas que precisam se explicar, os mimos questionados, os comentários no Instagram sobre o mimo enviado em abril de 2021 (Figura 5) além de que podemos deduzir, pois não está textualizada, que nos encontros presenciais podem surgir outras interpretações não controladas pela empresa.

Esperamos com este trabalho haver contribuído às discussões na linha de pesquisa literatura e meios ao fazer nossa discussão a partir dos suportes, aqui usamos o conceito de médium, que conferem sentido e valor ao que se constitui atualmente como “literatura”. Não nos propusemos a discutir o que é literatura, porém, ao olhar nosso objeto desde a perspectiva discursiva-mediologia quisemos ressaltar o fato que os objetos técnicos que circulam no campo literário também materializam as crenças e desejos referentes ao literário.

Referências

AGUIAR, V.T. Pierre Bourdieu e as Regras do Campo Literário. In **Veritas**, Porto Alegre, v. 41 n. 162 (1996): Formação & Trabalho & Instituição III, 1996. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1984-6746.1996.162.35838>

ALMEIDA, Julia Bastos Lima de. **Dentro de cada caixinha existe uma ideia**: revista literária da TAG – curadoria como estratégia de gerenciamento de uma “experiência literária”. 2023. 86 f. Trabalho de conclusão de curso (Licenciatura Plena em Letras Português-Inglês). Universidade Federal de São Carlos. São Carlos - SP, 2023.

BARBROOK, Richard; CAMERON, Andy. **A ideologia californiana** - Uma crítica ao livre mercado nascido no Vale do Silício, União da Vitória – PR: Editora Monstro dos Mares, 2018.

BOTTOMORE, Tom (Org.). **Dicionário do pensamento marxista**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, versão digital 2013. P.361 Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7049739/mod_resource/content/1/Bottomore_dicion%C3%A1rio_pensamento_marxista.pdf

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Petrópolis, RJ: Vozes. 1º reimpressão, 2021.

_____. Uma revolução conservadora na edição. Trad. Salgado e Muniz Jr. In **Política e Sociedade**, Florianópolis, vol. 17, n.39, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2017v17n39p198/37845>

CATANI, A. M. Desvelando formas arbitrárias de dominação: o trabalho sociológico de Pierre Bourdieu. **Educação e Sociedade**, Campinas, v. 43, e268436, p.1 - 18, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/ES.268436>

CASSINO, João Francisco. Modulação deleuzeana, modulação algorítmica e manipulação midiática. In SOUZA, J. AVELINO, R. SILVEIRA S. **A sociedade de controle**: manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Editora Hedra, 2018. p. 13 – 30.

DEBRAY, Régis. **Transmitir**: O segredo e a força das ideias. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira – Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

DORETTO, Vitória Ferreira. **Edição brasileira do objeto editorial “S”**: uma leitura do paradoxo de O Navio de Teseu. 2020. 204 f. Dissertação (Mestrado em Estudos de Literatura). Universidade Federal de São Carlos. São Carlos -SP, 2023.

FERREIRA, Ana Elisa Sobral Caetano da Silva; DAMACENO, Livia Beatriz; SALGADO, Luciana Salazar. Mi(e)diologia? Pensando o conceito de médium de Régis Debray e algumas traduções para o português brasileiro. In: SILVA, Frida; TOPAN Juliana de Souza; MARTINS, Teresa Helena Buscato (orgs). **Educação, literatura e linguagem em diálogo**. São Paulo: Gênio Criador, 2021.

HAN, Byung-Chul. **A agonia do eros**, Tad. Enio Paulo Giachini. Petrópolis: Vozes, 2020.

_____. **No enxame**: perspectivas do digital. Trad. Lucas Machado. Petrópolis: Vozes, 2019.

_____. **Sociedade do cansaço**. Trad. Pedro Hussak van Velthen. Petrópolis: Vozes, 2015.

HUI, Yuk. **Tecnodiversidade**. Tradução de Humberto do Amaral. São Paulo, SP: Ubu editora, 2020.

IANNI, Octávio. **Teorias da Globalização**. Rio de Janeiro. RJ. Civilização Brasileira, 2006. P. 119-141.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso Literário**. Tradução de Adail Sobral. 2º edição, 2º reimpressão - São Paulo: Editora contexto, 2018a.

_____. **Analisando discursos constituintes**. Trad: Nelson Barros da Costa. Revista do Gelne, Natal, RN, v. 2, n.1/2, p. 1 -12, 2000. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/gelne/article/view/9331>.

_____. **Retorno crítico à noção de ethos**. Revista Letras de hoje, v.53, n. 2, p. 321-330, jul-set, 2018b

_____. Discurso e análise do discurso. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2015

MARTINS, Hermínio. Tecnologia, modernidade e política. In. MARTINS, Milton **Experimentum Humanum**: Civilização Tecnológica e Condição Humana. Belo Horizonte: Fino traço, 2012. p. 35-62

MORA, V.R. **La escritura a la intemperie**: metamorfosis de la experiencia literaria y la lectura en la cultura digital. Cidade do México: FCE, 2017.

OLIVA, Jaime; SALGADO, Luciana. **Espaço comunicativo e fratura social**. Belo Horizonte: Fino traço, 2020.

PRIMO, Gustavo. **Ver o livro como buraco negro**: A formalização material da Antologia da Literatura Fantástica de Bioy Casares, Borges e Ocampo. 2019. 132 f. Dissertação (Mestrado em Estudos de Literatura). Universidade Federal de São Carlos. São Carlos -SP, 2019.

SALGADO, Luciana Salazar. O mercado editorial como instituição discursiva. In: **Ritos genéticos editoriais autoria e textualização**. Bragança Paulista-SP: Margem da Palavra, 2016. p. 37-59.

_____. Um quadro teórico-metodológico para o estudo dos objetos editoriais: contribuições da geografia de Milton Santos. In: **Pesquisa e diálogo sobre o Brasil**

contemporâneo. TONI, F.C; ÁVILA, D. CARVALHO G. [org] São Paulo: Instituto de Estudos Brasileiros, v. 13 2020. p. 101-112.

_____. A dimensão algorítmica dos discursos ou como a língua se textualiza nos médiums digitais. In: TARDELLI, L. GARCIA, T. FERREIR, A. (Org) **Pesquisas em linguagem:** diálogos com a contemporaneidade. Campinas: Pontes, 2021. p. 12 - 29

_____. As autorias imersas na digitalidade. In: Encontro Nacional da ANPOLL. Universidade Federal Fluminense, 37, Niterói – RJ, 2023.

SALGADO, Luciana Salazar; DELEGE, Marina. **Mundo ético e mídiun:** uma cenografia paulistana para a ciência brasileira. Letras de Hoje, v. 53, n. 3, p. 374-385, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/lh/a/LQPfz9nv47GLWVDRNyzzCZP/?lang=pt>
Acesso em: 08/03/2024.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização** do pensamento único à consciência universal. 13º ed. Rio de Janeiro: Record, 2006a.

_____. **Técnica, Espaço, Tempo.** 5º ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

_____. **A natureza do espaço:** Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 4º edição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006b .

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. In SOUZA, J. AVELINO, R. SILVEIRA S. **A sociedade de controle:** manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Editora Hedra, 2018. p. 31 – 47.