

As revistas da TAG Livros: uma análise dos epitextos editoriais¹

Susana Azevedo REIS²
Christina Ferraz MUSSE³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais, MG

RESUMO

O trabalho tem como objetivo analisar as publicações impressas dos clubes de assinatura *TAG Curadoria e TAG Inéditos*, observando como elas se constituem como um complemento para a leitura do livro. Para isso, discutimos os conceitos de paratextos editoriais (Genette, 2009; Muzzi, 2015) e as particularidades do formato revista (Benetti, 2013; Tavares, 2013). Também analisamos os impressos a partir do método de Análise Documental (Cellard, 2008), destacando suas principais características e singularidades. Dessa forma, verificamos que existe uma diferença entre as revistas dos dois clubes, tendo o clube de curadoria uma relação mais complexa entre o livro e seus paratextos.

PALAVRAS-CHAVE: paratexto editorial; revista; comunidade; clube do livro; TAG Livros.

INTRODUÇÃO

Atualmente, os clubes de assinatura de livros vêm ganhando destaque no mercado editorial brasileiro. Um levantamento realizado pelas autoras, em abril de 2024, verificou que existem 65 empresas de clubes de assinaturas no Brasil, que se dividem em 131 modalidades, 84 adultos e 47 infantis. Ou seja, um clube pode possuir diferentes modalidades de assinatura, que variam no número e tipo de brindes enviados, na quantidade e temática dos livros e na segmentação etária.

Percebemos como os clubes contemporâneos estão cada vez mais diversificados, tendo como público-alvo amantes da literatura clássica ou contemporânea, de gêneros diversos, com temas empresariais, pedagógicos, religiosos, político-sociais, etc. Além disso, podem oferecer um universo de conteúdos diferenciados para os seus associados, além de criarem espaços em plataformas digitais para que os leitores discutam as obras e interajam entre si.

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação, PPGCOM/UFJF, bolsista capes, email: susanareis.academico@gmail.com.

³ Professora do PPGCOM/UFJF, email: cferrazmusse@gmail.com

Como exemplo, temos os clubes *TAG Inéditos* e o *TAG Curadoria*, modalidades da empresa TAG Livros. Estes enviam mensalmente para a casa de seus assinantes um livro e outros objetos e conteúdos, impressos e digitais. Assim, este artigo tem como objetivo analisar como, durante os seus dez anos de existência, os clubes da TAG Livros desenvolveram os conteúdos em suas revistas e encartes, tendo em mente que estes são compostos por paratextos editoriais e informações relacionados aos seus próprios clubes.

Escolhemos exclusivamente o material impresso para esta análise pois é um conteúdo que chega a todos os assinantes, enquanto as informações digitais necessitam do interesse do leitor em baixar o aplicativo. Neste sentido, as perguntas que permeiam este trabalho são: quais os principais conteúdos, principalmente epitextuais, encontrados nestes impressos? Existem diferenças entre os clubes? Se sim, quais? Acreditamos que, a partir dos paratextos veiculados na revista, o leitor da TAG Livros acaba praticando uma leitura diferenciada, com novas visões e perspectivas sobre o texto original.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Fundada em 2014, a TAG Livros se destaca no mercado editorial, possuindo atualmente cerca de 30 mil membros e dois clubes de assinatura voltados para o consumidor final⁴. O *Tag Curadoria* envia livros indicados por personalidades da cultura nacional e internacional, podendo ser clássicos ou contemporâneos, do Brasil ou do mundo, apresentando cerca de 13 mil membros. Já o *TAG Inéditos* possui cerca de 17 mil associados e envia livros ainda não publicados no Brasil, priorizando títulos contemporâneos e de leitura rápida e envolvente (TAG, 2024).

Em ambos os clubes, são enviados para o sócio um livro; um mimo literário, ou seja, um brinde, que é o mesmo para os dois clubes; uma revista sobre a obra do mês; um box colecionável, que é a luva do livro; e um marca-página. A única diferença no produto em si é o livro do *TAG Curadoria*, produzido em capa dura. Além disso, o assinante tem acesso ao aplicativo *TAG Livros*, com conteúdos multiplataforma sobre o livro do mês. O aplicativo disponibiliza material exclusivo, elaborado pelo próprio clube, e um espaço para discussões e bate-papos.

Gostaríamos de nos ater neste trabalho principalmente ao impresso enviado pelo clube, predominantemente, em formato de revista. Ela acompanha o livro, trazendo

⁴ Dados fornecidos pela empresa em outubro de 2023.

informações referentes ao autor da obra, contextos que envolvem o enredo, curiosidades, além de conteúdos sobre o próprio funcionamento do clube e sua comunidade.

Entendemos a revista como uma materialidade que apresenta características singulares e está sempre subordinada aos negócios econômicos e institucionais, sendo segmentada por seu público e suas preferências. Marcia Benetti (2013, p.45) destaca como este formato é mensurável e colecionável, possuindo periodicidade e apresentando sempre temas diversificados da atualidade, ao mesmo tempo em que trabalha com a reintegração de grandes temáticas. Assim, a revista contribui para formar a opinião do leitor, estabelecendo uma relação direta e emocional, com ele entendendo a leitura como um processo de fruição estética. Afinal, uma das grandes singularidades da revista é permitir a utilização de diferentes estilos de texto e formatos, apresentando uma estética particular onde “arte e texto são percebidos como unidade”.

Para a pesquisadora, o jornalismo de revista irá buscar um vínculo emocional com o seu leitor: “É preciso construir um vínculo emocional, para que o leitor sinta a revista como ‘sua’, como parte de uma rotina, como uma necessidade, como algo a ser esperado e cujo consumo possa ser ritualizado” (Benetti, 2013, p.46). O leitor de determinada revista irá se identificar com os assuntos ali propostos, definindo quem ele é e a que grupo pertence. Mais do que isso, ele também tem necessidade de compartilhar seus gostos.

A pesquisadora Laura Storch (2013) concorda com esse pensamento, ao afirmar que a revista é feita para o leitor, sendo produzida a partir de suas expectativas e interesses. Já o leitor busca encontrar, ao ler uma revista, indicadores que possam torná-lo o seu consumidor. A revista entrega o que o leitor almeja, enquanto este busca no impresso os referenciais que o ajudam a se identificar no mundo.

Já refletindo sobre sua identidade editorial, Frederico Tavares (2013) destaca que a revista é, por natureza, ideológica e presenteísta. Dentro da revista, iremos encontrar diversos formatos jornalísticos, como reportagens, notas, entrevistas, perfis, colunas, carta de leitores etc. Os assuntos ali tratados são compatíveis com esses formatos textuais, além de se adequarem aos preceitos do jornalismo referentes a questões editoriais, ideológicas e políticas, refletidas em cada publicação.

Portanto, quando pensamos nas revistas do *TAG Inéditos* e *TAG Curadoria*, precisamos compreender como elas são planejadas. Em entrevista concedida às autoras, Laura Viola (2023), coordenadora de produto e comunicação da TAG Livros, explica a existência de uma reunião no setor que discute quais assuntos podem ser incluídos na

revista, com o objetivo de elucidar o leitor sobre algum ponto ou contexto do enredo. Nas sessões fixas da revista são inseridos certos conteúdos que os clubes sabem que são desejados pelos leitores, porém, há também a adição de assuntos variados. Laura também comenta que, atualmente, é um colaborador interno o responsável pelo conteúdo de toda a revista, enquanto o designer da empresa é o encarregado de sua diagramação. Porém, anteriormente, existiam alguns jornalistas e especialistas fixos que produziam os conteúdos especializados, sobre contextos históricos, sociais e culturais, por exemplo.

Neste sentido, vemos as revistas da TAG Livros como uma ligação entre o livro, o clube e seus leitores. Ao lê-la, o assinante espera encontrar conteúdos que se relacionam com o livro do mês, baseados em uma proposta editorial, que envolve literatura e outras problemáticas trazidas pelo próprio livro. Ou seja, a partir dos epitextos editoriais, um dos tipos de paratextos.

Gérard Genette (2009, p.9) explica que, para ele, um texto é uma “sequência mais ou menos longa de enunciados verbais mais ou menos cheios de significação”, raramente se apresentando em um estado nu, pois é rodeado de produções verbais e não verbais que contribuem para sua compreensão: nome de autor, título, um prefácio, ilustrações etc. Ao mesmo tempo, existem conteúdos que o cercam e prolongam, exibindo-o aos leitores. Assim, o paratexto seria esse acompanhamento variável que se estende do texto, sendo “aquilo por meio do que um texto se torna livro e se propõe como tal a seus leitores, e de maneira mais geral ao público” (Genette, 2009, p.9).

Da mesma forma, para Eliana Scotti Muzzi (2015), é através do paratexto que um texto se torna livro. A função do paratexto seria de exhibir, apresentar e colocar em cena o texto, ou seja, um papel ostentatório e teatral. Ao mesmo tempo, o paratexto permitiria o controle do autor e do editor sobre o livro, possuindo, assim, uma inclinação ideológica.

Genette (2009) divide os conteúdos do paratexto em dois: peritextos, aqueles inseridos nos interstícios do texto, ou seja, que fazem parte do livro; e epitextos, aqueles que são parte de um suporte midiático ou de comunicação exterior ao objeto livro. Iremos nos focar, neste trabalho, no segundo tipo. Os epitextos podem estar presentes em qualquer lugar fora do livro, podendo ser públicos, ou seja, divulgados na mídia, em conferências e colóquios, ou através de publicidades; ou privados, em cartas, redes sociais, diários, testemunhos. Além disso, podem ser produzidos antes, durante e depois da leitura do livro. O pesquisador ainda destaca que existe o paratexto factual, verbal ou não, que é algo que, ao existir e ser conhecido pelo público, irá adicionar um comentário

ao texto e modificar a recepção. Isso vale para um artigo explicando a conjuntura histórica de uma determinada obra ou mesmo a obtenção de um prêmio literário.

Para Muniz (2015), são poucos os estudos que se propõem a refletir no paratexto como um objeto único, fora do livro. Assim, nos propomos a analisar as revistas enviadas pela TAG Livros em seus clubes, entendendo que ela apresenta epítextos importantes para a prática de leitura dos assinantes.

METODOLOGIA

Portanto, como percurso metodológico, recorreremos à Análise Documental (Cellard, 2008), que divide o método em Análise preliminar e Análise. Os passos serão explicados mais à frente. Nosso corpus é formado por 18 revistas e encartes enviados pela TAG Livros, de um total de 201: 17 deles foram acessados pelo perfil da TAG Livros na plataforma ISSU, e uma revista foi encontrada através do perfil do Facebook da empresa. Para selecionar nossa amostra, realizamos uma leitura geral e verificamos que as modificações editoriais, tanto de conteúdo como de projeto editorial, ocorrem sempre no mês de janeiro. Assim, selecionamos a primeira revista publicada pelo clube, de agosto de 2014, e as revistas de janeiro de 2015 a 2018. Em abril de 2018 a TAG criou outro clube, o *TAG Inéditos*, e passou a denominar o clube com o curador de *TAG Curadoria*. Incluímos em nossa análise o encarte de abril de 2018 do *TAG Inéditos* e colhemos os impressos de janeiro dos dois clubes dos anos de 2019 a 2024, totalizando 16 revistas e dois encartes, sendo 11 do *Curadoria* e sete do *Inéditos*.

ANÁLISE E/OU PRINCIPAIS RESULTADOS

Primeiramente, realizamos a análise preliminar das revistas, segundo Cellard (2008). A categoria “Contexto” contextualiza nosso objeto, o que já foi especificado anteriormente. Quanto aos “Autores e autoras”, a revista é produzida pelos próprios funcionários da revista, como *publishers* e editores, além de especialistas, como jornalistas, historiadores e professores. Quanto à “Autenticidade e a confiabilidade do texto”, nossa análise foi realizada com base no acervo da própria TAG Livros, na plataforma ISSU, sendo bastante difícil de questionar a autenticidade dessas fontes.

Quando pensamos na “Natureza do texto” e os “Conceitos-chave e a lógica interna do texto”, devemos entender que a forma e o conteúdo destes textos variaram no decorrer dos 10 anos da TAG. O *TAG Curadoria* nunca abandonou o formato revista e de 2014 a

2023 sempre teve sessões fixas, variando o número de páginas de 32 a 44, incluindo capa e contracapa. Já o primeiro livro do *TAG Inéditos*, em abril de 2018, contou com um conteúdo impresso em formato de cartaz, onde havia uma arte em um lado da folha e o conteúdo epitextual do outro. Em 2019, o conteúdo possuía um formato de folder. Já de 2019 a 2024, o formato foi de revista, variando de 20 a 28 páginas. Não existiam seções fixas, sendo o conteúdo bem variado. Destacamos que, em 2024, percebemos uma igualdade maior entre as revistas dos dois clubes, sem sessões fixas e apresentando certos conteúdos iguais, adaptados para seus próprios livros.

Seguimos então para a segunda etapa do método de Cellard (2008), a análise propriamente dita. Para isso, elaboramos uma tabela quantitativa categorizando os conteúdos das revistas em um dos 10 contextos temáticos, divididos em “Contexto do Livro”, que oferecem conteúdos específicos sobre o livro do mês, e “Contexto do Clube”, com informações que se relacionam diretamente aos clubes ou a empresa (Tabela 1).

Assim, no “Contexto do Livro”, em “autoral”, percebemos textos que trazem informações sobre o histórico dos autores, além de entrevistas com os mesmos. Já “obra” é composto por conteúdos que oferecem um panorama sobre o livro, sendo indicado para ser lido antes do livro, explicando o processo de escrita e desenvolvimento do enredo, trazendo também certos comentários de terceiros sobre a obra. Em “genérico”, que apresenta poucos representantes, encontramos um texto que se relaciona à questão da forma de escrita do autor e outro que inclui o livro do mês como autoficção, discutindo sobre o gênero. Em “histórico-cultural”, destacamos os textos que oferecem informações que ajudem o leitor a compreender o enredo da obra, como linhas do tempo, informações históricas, entrevista com especialistas etc. Em “midiático”, encontramos textos que relacionam a obra lida a filmes, livros, séries de TV e até mesmo pinturas e poemas. Em “editorial”, o contexto que possui mais recorrência, encontramos conteúdos elaborados pelo próprio clube que ajudam o leitor a compreender o enredo. Aqui, incluímos alguns editoriais, explicações do mimo e do projeto gráfico, experiência do mês e outros. Já em “opinativo”, incluímos resenhas e críticas.

No “Contexto do Clube”, em “curadoria”, encontramos apenas textos do *TAG Curadoria*, que falam exclusivamente sobre o curador do mês ou que são entrevistas dos mesmos. Em “comunidade” destacamos os textos que oferecem um sentido de unir os assinantes. Aqui, também incluímos alguns editoriais, desafios de leitura, “madame TAG

responde” etc. Por fim, em “promocional”, incluímos as publicidades dos clubes, seja para visitar o site ou divulgando o curador do livro seguinte.

Tabela 1: Conteúdo das Revistas da TAG Livros

CONTEXTO		CURADORIA	INÉDITOS	TOTAL
DO LIVRO	Autoral	11 (9,2%)	7 (10,9%)	18 (9,8%)
	Obra	12 (10%)	10 (15,6%)	22 (12%)
	Genérico	2 (1,7%)	0 (0%)	2 (1%)
	Histórico-Cultural	13 (10,9%)	9 (14%)	22 (12%)
	Midiático	15 (12,6%)	11 (17,2%)	26 (14,2%)
	Editorial	14 (11,8%)	14 (22%)	28 (15,3%)
	Opinativo	8 (6,9%)	0 (0%)	8 (4,4%)
DO CLUBE	Curadoria	13 (10,9%)	0 (0%)	13 (7,1%)
	Comunidade	15 (12,6%)	5 (7,8%)	20 (11%)
	Promocional	16 (13,4%)	8 (12,5%)	24 (13,2%)
TOTAL		119 (100%)	64 (100%)	183 (100%)

Fonte: elaborada pelas autoras

Quando comparamos quantitativamente os dois clubes, percebemos que o *TAG Curadoria* oferece conteúdos que não estão presentes no outro, como a discussão dos gêneros dos livros e presença de críticas e resenhas. Além disso, as comparações “midiáticas” estão mais presentes no *TAG Inéditos*, assim como o contexto “editorial” e “obra”. As outras categorias apresentam um equilíbrio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desta forma, percebemos que as revistas do *TAG Inéditos* oferecem epitextos mais voltados para o contexto do enredo do livro e sua produção, e para sua repercussão midiática, comparando o título com outras obras artísticas, literárias e cinematográficas. Assim, é indicada, pelo próprio clube, para ser lida antes do livro. Portanto, perde-se um pouco da reflexão pós-leitura. Destacamos ainda que, ao oficializar o formato revista, o *TAG Inéditos* pôde oferecer um conteúdo mais dinâmico para seus leitores, com mais espaço e variação de temáticas, diferente de quando possuía o formato de pôster ou encarte.

Em contrapartida, as revistas do *TAG Curadoria* apresentavam, até o final de 2023, um epitexto que se aprofundava mais no teor crítico do texto, buscando opiniões diferenciadas e diversas sobre o enredo. Porém, isso se modificou em, 2024, quando

deixou de apresentar uma divisão do que ler, antes ou depois do livro, além de diminuir os textos mais analíticos.

Concluindo, o modelo de revista se mostra a mais propícia mídia impressa para os clubes da TAG Livros, ofertando ao leitor aquilo que ele deseja: mais conteúdo sobre a obra lida. E este formato permite a criação de uma diagramação variada e dinâmica, possibilitando divisões, multiplicidade de cores e textos, fotografias, ilustrações, etc. Com a associação da revista com o aplicativo *TAG Livros*, o podcast e outros materiais digitais, por meio do QRcode, os epitextos acabam contribuindo também para uma leitura transmidiática dos livros (Reis; Musse, 2023). Destarte, é possível produzir um conteúdo que se enquadra na expectativa do leitor, podendo ser, ainda, colecionável, como os livros recebidos.

REFERÊNCIAS

BENETTI, Márcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B. Tavares; SCHWAAB, Reges (org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso. 2013.

CELLARD, André. A análise documental. In: POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008.

GENETTE, Gérard. **Paratextos Editoriais**. Tradução de Álvaro Faleiros. Cotia, São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.

MUZZI, Eliana Scotti. Paratexto: espaço do livro, margem do texto. In QUEIROZ, Sônia. **Editoração: arte e técnica**. Belo Horizonte: FALE/UFMG. 2015

REIS, Susana Azevedo; MUSSE, Christina Ferraz. Práticas de leitura transmídia no clube Tag Livros. In: 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2023, Belo Horizonte.

Anais Intercom. 2023. Disponível em:

https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0811202309291164d629975ff7f.pdf. Acesso em 26 jun. 2024

STORCH, Laura. Revista e leitura: sujeitos em atuação. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso. 2013.

TAG Livros. O que eu ganho assinando? **TAG Livros**. 2024. Disponível em <https://leia.taglivros.com/saiba-mais/>. Acesso em 12 de jun. 2024

TAVARES, Frederico de Mello B. Revista e identidade editorial: mutações e contruções de si e de um memso. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso. 2013.

VIOLA, Laura. **Entrevista** concedida a autora. 25 de out. 2023.