
terra roxa

e outras terras

Revista de Estudos Literários

LIVRARIA GRÁFICA: DIÁLOGOS ENTRE LITERATURA, EDIÇÃO INDEPENDENTE E CULTURA DIGITAL

Maria Elisa Rodrigues Moreira¹ (Mackenzie)
e Juan Ferreira Fiorini² (Instituto Cervantes/SP)

RESUMO: O artigo analisa o impacto da cultura digital no mercado editorial e reflete sobre o projeto da Livraria Gráfica, que explora novos métodos de produção e circulação de livros, detendo-se sobre seu título de estreia, *Deus Deus*. Fundada em 2023, em uma colaboração entre a editora Lote 42 e o estúdio de design Casa Rex, a Livraria Gráfica aposta em modelos de financiamento coletivo, produção sob demanda e técnicas artesanais, integrando práticas tradicionais com o potencial das plataformas digitais. O projeto se alinha, assim, ao cenário da produção editorial independente e ao conceito de biodiversidade, buscando diversificar a produção editorial e resistir à padronização imposta por grandes conglomerados e empresas de tecnologia. Conclui-se que a Livraria Gráfica representa uma forma de resistência cultural, capaz de promover a diversidade de vozes e o pensamento crítico no campo editorial e literário contemporâneos, por meio do estabelecimento de diálogos entre a produção e a circulação da literatura, o circuito do livro, a edição independente e a cultura digital.

PALAVRAS-CHAVE: edição independente; cultura digital; biodiversidade; mercado editorial.

LIVRARIA GRÁFICA: DIÁLOGOS ENTRE LITERATURA, EDICIÓN INDEPENDIENTE Y CULTURA DIGITAL

RESUMEN: Este artículo examina el impacto de la cultura digital en el mercado editorial independiente, centrándose en el proyecto Livraria Gráfica, el cual explora métodos innovadores de producción y distribución de libros a partir de su título debut, *Deus Deus*. Fundada en 2023 como una colaboración entre la editorial Lote 42 y el estudio de diseño Casa Rex, Livraria Gráfica adopta modelos de financiamiento colectivo, producción bajo demanda y técnicas artesanales, integrando así prácticas tradicionales con las posibilidades que ofrecen las plataformas digitales. El proyecto se alinea con la escena de la edición independiente y el concepto de biodiversidad, buscando diversificar la producción editorial y resistir la estandarización impuesta por los grandes conglomerados y empresas tecnológicas. La investigación concluye que Livraria Gráfica representa una forma de resistencia cultural capaz de promover voces diversas y el pensamiento crítico en los ámbitos literarios y editoriales contemporáneos,

1 elisarmoreira@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0002-2177-7762>

2 fiorini.juan@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0001-5697-4857>



al establecer diálogos entre la producción y la circulación de la literatura, el circuito del libro, la edición independiente y la cultura digital.

PALABRAS CLAVE: edición independiente; cultura digital; bibliodiversidad; mercado editorial.

LIVRARIA GRÁFICA: DIALOGUES BETWEEN LITERATURE, INDEPENDENT PUBLISHING, AND DIGITAL CULTURE

ABSTRACT: This article examines the impact of digital culture on the independent publishing market, focusing on the Livraria Gráfica project, which explores innovative methods of book production and distribution through its debut title, *Deus Deus*. Founded in 2023 as a collaboration between Lote 42 publishing house and Casa Rex design studio, Livraria Gráfica embraces crowdfunding models, on-demand production, and artisanal techniques, thereby integrating traditional practices with the affordances of digital platforms. The project aligns with the independent publishing scene and the concept of bibliodiversity, seeking to diversify editorial production and resist against the standardization imposed by the large conglomerates and technology companies. The research concludes that Livraria Gráfica represents a form of cultural resistance capable of promoting diverse voices and critical thinking in contemporary literary and publishing fields by establishing dialogues between the production and the circulation of literature, the book circuit, independent publishing, and digital culture.

KEYWORDS: independent publishing; digital culture; bibliodiversity; publishing market.

Recebido em 17 de maio de 2024. Aprovado em 30 de abril de 2025.

INTRODUÇÃO

No prólogo de *A aventura do livro: do leitor ao navegador*, publicado originalmente em 1977, Roger Chartier (1998: 13) afirma que “a revolução do livro eletrônico é uma revolução nas estruturas do suporte material do escrito assim como nas maneiras de ler”. Hoje, após quase cinquenta anos, sabemos que essa revolução foi ainda mais longe, uma vez que estamos imersos na chamada era pós-digital, na qual, segundo Walter Longo (2014: 15), “a presença da tecnologia digital é tão ampla e onipresente que, na maior parte do tempo, nem notamos que ela está lá. Só percebemos sua existência quando falta. Essa total ubiquidade da tecnologia digital provoca impactos em todos os aspectos da vida”.

Esse contexto afetou todas as dimensões de nossas práticas culturais, e, quando pensamos na indústria do livro, isso não é diferente. Não se trata da substituição de um ecossistema cultural, associado ao livro impresso, por outro: trata-se, antes, de um complexo processo de mudanças provocadas pela expansão do digital, em que práticas tradicionais e já consolidadas convivem com novos modos de se produzir, financiar, colocar em circulação, consumir e criticar esses objetos. As separações, antes claras, entre as etapas do circuito do livro, tornam-se cada vez mais esgarçadas, num processo de convergência que embaralha papéis e momentos antes distintos. O próprio Chartier (1998: 16-17) já delineava essa perspectiva, ao afirmar que se, no século XIX, em decorrência da revolução industrial da imprensa, “os papéis do autor,

do editor, do tipógrafo, do distribuidor, do livreiro estavam então claramente separados”, com o mergulho no universo eletrônico isso se alterou consideravelmente, sendo que “todas estas operações podem ser acumuladas e tornadas quase contemporâneas umas das outras”.

Yann Sordet, ao pensar nesse processo de desenvolvimento dos anos 1980 até a contemporaneidade em seu *História do livro e da edição*, reforça as inúmeras mudanças que se processam na economia do livro desde então:

O trabalho de composição, de articulação das imagens e do texto e de paginação tornou-se, a partir da década 1980, acessível aos particulares, com o desenvolvimento dos microcomputadores e a diversificação, para o mercado dos consumidores individuais, dos produtos de software concebidos para a edição profissional. A microinformática oferece a possibilidade de realizar pessoalmente o conjunto das etapas do processo e, depois, a formatação dos conteúdos [...] até à impressão, ou mesmo até à distribuição, facilitada pela expansão da Internet no final do século XX. (2023: 597)

É já nesse novo cenário, no qual a vida humana está indissolúvelmente associada ao digital, que John B. Thompson publica seu *As guerras do livro: a revolução digital no universo editorial*, de 2021. Ainda no prefácio ao volume, Thompson (2021: 1) afirma que a revolução tecnológica ocorrida nas últimas décadas é “tão radical e tão abrangente como nunca houve na longa história da espécie humana”, lançando-nos em um “mundo que, no que se refere a formas e canais de informação e comunicação, é profundamente diferente do mundo que existiu há apenas meio século”, quando Chartier fez os apontamentos com que iniciamos este artigo. Esse processo, ainda conforme Thompson (2021), não poderia ser pensado exclusivamente em termos tecnológicos. Afinal, quando as tecnologias digitais passam a atravessar o campo editorial, elas encontram instituições, atores e práticas sociais já existentes e, muitas vezes, consolidados, com os quais vão se chocar, mas, também, negociar interlocuções, num movimento que tanto pode levar a novos modos de se executar antigas tarefas quanto à criação de distintas atividades que envolvem atores sociais até então estranhos ao circuito do livro.

É esse o contexto que, conforme o pesquisador, leva ao que ele denomina como *as guerras do livro*, uma série de contendidas que suscita “conflitos agudos entre as editoras e os novos concorrentes, entre os quais novas e poderosas empresas de tecnologia” (Thompson 2021: 4). Esse mesmo cenário, no entanto, também cria brechas no campo editorial para que atores periféricos à economia do livro busquem novas formas para com ele dialogar, por meio de vínculos mais ou menos fortes. Assim, ao mesmo tempo em que organizações tradicionais criam estratégias que lhes permitam manter seu lugar de destaque ou mesmo fazê-lo avançar, vários outros sujeitos buscam se inserir nesse circuito por meio da experimentação de novas formas de criação e difusão do livro.

Um exemplo desses novos atores, que correm nas margens da indústria do livro, são as editoras independentes, tradicionalmente percebidas como “um viveiro ou laboratório de inovação” (Sordet 2023: 653), que muitas vezes propõem formatos alternativos para os processos de criação, produção, financiamento e circulação de suas obras. É nesse espaço singular que acreditamos estar inserido o projeto aqui posto em destaque, a Livraria Gráfica, sobre a qual refletiremos neste artigo.

A concepção de *editora independente* não é unívoca, nem pode ser traçada desconsiderando-se particularidades dos mercados editoriais de distintos locais. Uma importante referência para o debate está dada pela *Declaração Internacional de Editores e Editoras Independentes*, de 2014, que foi redigida por 60 editores independentes, oriundos de 38 países, que se reuniram no encontro de encerramento do Congresso Internacional de Editores Independentes 2012-2014, organizado pela Aliança Internacional de Editoras Independentes e realizado na Cidade do Cabo. Coletivamente, após uma série de oficinas preparatórias realizadas ao longo dos dois anos do congresso, os participantes do evento redigiram uma declaração pública que foi assinada por 400 editores de 45 países.

Essa declaração, que tem por foco a garantia e o fortalecimento da bibliodiversidade, após ressaltar as especificidades socioeconômicas, históricas e políticas das editoras independentes, propõe a seguinte definição de editor independente:

O editor independente concebe assim a sua política editorial em total liberdade, de modo autónomo e soberano. Não é o órgão de expressão de um partido político, uma religião, uma instituição, um grupo de comunicação ou uma empresa. [...] é um editor criativo: através das suas escolhas editoriais, muitas vezes inovadoras, da sua liberdade de expressão e dos riscos editoriais e financeiros assumidos, participa no debate de ideias, na emancipação e no desenvolvimento do pensamento crítico de leitores. Neste sentido, é um actor importante da bibliodiversidade. (Aliança Internacional de Editores Independentes 2014: 4)

O fortalecimento das editoras independentes está intimamente associado a todo o contexto de mudança na economia do livro e às guerras do livro apontadas por Thompson. Para sobreviver em um universo que vem sendo atravessado tanto por grandes grupos editoriais quanto por empresas de tecnologia que encontraram no mercado livreiro um novo filão, as editoras independentes precisaram se reunir e propor políticas capazes de garantir que os (poucos) atores sociais que monopolizam grande parte da economia do livro não acabem por minimizar ou mesmo destruir a diversidade cultural, de materialidades, de processos de produção e circulação do livro, que fomentam a criatividade e a diversidade como elementos essenciais a esse mercado. Reforça-se, na declaração, que “Num contexto de excesso de informação, de concentração dos meios de comunicação e de padronização dos conteúdos, é essencial acautelar a liberdade de expressão para que não sirva apenas a voz dos grupos ou dos poderes dominantes” (Aliança Internacional de Editores Independentes 2014: 7). É esse o cerne do conceito de bibliodiversidade, assim apresentado por Susan Hawthorne em seu *Bibliodiversidade: um manifesto pelas edições independentes*:

Abibliodiversidade ocorre quando o solo profundo da cultura se encontra bem nutrido e a multiplicidade de posturas epistemológicas é incentivada. É isso o que entendo por multiversidade cultural. As pequenas editoras e as editoras independentes contribuem com a multiversidade cultural ao publicar materiais culturais de maneira consciente – por exemplo, quando se arriscam a publicar textos que se inspiram na cultura não homogeneizada e quando produzem livros que representam uma ampla variedade de pontos de vista e posições epistemológicas. (Hawthorne 2024: 18)

O projeto Livraria Gráfica parece-nos dialogar diretamente com a concepção de editor independente e com a preocupação com a manutenção da bibliodiversidade, aproveitando-se de novas possibilidades tecnológicas, associadas a outras práticas sociais do circuito do livro. Para refletirmos a seu respeito, organizamos este artigo em duas seções, além desta introdução e de nossas Considerações finais: na primeira seção, discorreremos sobre a Livraria Gráfica, apresentando o projeto, as publicações já lançadas e suas estratégias editoriais; na segunda seção analisamos a primeira publicação do projeto, *Deus Deus*, a qual destacamos por seus vínculos mais diretos com as textualidades digitais.

1. A LIVRARIA GRÁFICA E SUAS PROPOSTAS

Criada em 2023, em uma parceria entre a editora Lote 42 e o estúdio de design Casa Rex, a Livraria Gráfica, segundo o seu site oficial (Figura 1), tem como princípio “explorar novas maneiras de produzir e circular livros”. Ainda, “durante um período específico, o site da Livraria Gráfica coloca à venda uma única publicação. [...] A tiragem da publicação vai depender das vendas. Ou seja, será produzida a quantidade que for vendida”. Dessa maneira, o projeto alia a exclusividade à viabilidade de editar livros de modo artesanal, recorrendo simultaneamente a técnicas tradicionais de produção (como impressão em tipografia, encadernação manual, uso de serigrafia e carimbos, entre outros) e a um sistema baseado em redes digitais para a divulgação e a comercialização dos livros, aproximando leitores e editora e excluindo intermediários comerciais, como distribuidoras ou livrarias.

Figura 1 – Homepage da Livraria Gráfica.



Fonte: <https://www.livrariagrafica.com.br>.

Mesmo que nas informações encontradas em seu site (<https://lote42.com.br>) a editora Lote 42 não explicita que se trata de uma editora independente, nem seja uma signatária da *Declaração Internacional de Editores e Editoras Independentes*, ao afirmar que suas publicações se voltam a “autores que exploram as possibilidades da linguagem, questionam o status quo e têm uma abordagem criativa frente à vida contemporânea”, é possível que identifiquemos seus vínculos com características centrais desse tipo de editoras, como a criatividade, a independência e a valorização da bibliodiversidade. Além disso, a Lote 42 ao longo de sua trajetória:

viria a figurar no mercado editorial como uma das principais editoras independentes, tendo seus editores como organizadores da Feira Miolo(s) e idealizadores da “irmã” Banca Tatuí – o vocativo, que estabelece o parentesco, é utilizado pela página da Lote 42 no Facebook – como um importante ponto de vendas de várias editoras independentes em São Paulo. (Limão 2021: 12)

A casa Rex, por seu turno, em seu site (<https://casarex.com>) se autodescreve como “uma multipremiada casa criadora de design visual que tem o Brasil como tarefa”. À sua frente, encontra-se Gustavo Piqueira, designer polivalente que já ganhou mais de 500 prêmios internacionais e publicou mais de 40 livros, dos quais 9 foram lançados pela Lote 42 — o primeiro deles, *Seu Azul*, de 2013, é o quarto livro publicado pela editora. A ele se seguiram: *Lululux* (2015); *Valfrido?* (2016); *De novo* (2018); *Nove meses* (2018); *Brasil Zero-Zero* (2019); *Bibi* (2019); *O* (2020); e *PoemaPinturaPerformance* (2022). Além desses livros, destaca-se também a coleção *Gráfica Particular*, uma parceria entre Piqueira, responsável pela curadoria e pelos textos dos livros, e a editora, que os publicou: foram, ao todo, 5 volumes — *Gogmagog! Morris Cox e sua Gogmagog Press* (2017), *A cantora careca de Massin* (2018), *Sebastião Nunes: Delirante Lucidez* (2018), *Mestiços: primeiros cruzamentos entre texto, imagem e objeto nos livros do modernismo brasileiro* (2019) e *A cidade sem nome de Torres-García* (2021).

Esses exemplos indicam uma parceria já consolidada entre a Casa Rex e a Lote 42, de modo que a primeira acaba por atravessar também o cenário editorial independente, mobilizando processos criativos que ganham forma em livros de características as mais diversas. O projeto da Livraria Gráfica, portanto, aparece como uma nova ramificação nessa trajetória de trabalho coletivo, que dessa vez passa a experimentar também novos caminhos para a publicação e a comercialização dos livros — feito por meio de vendas antecipadas, esse sistema particular de financiamento coletivo garante os recursos para a edição do livro e também assegura sua exclusividade, uma vez que não é possível adquirir os títulos após a breve janela de suas vendas —, assim como para sua divulgação — a qual ocorre, quase exclusivamente, online, nos sites e redes sociais do projeto, mas com a possibilidade de se conhecer um exemplar físico da obra, que fica exposto na Banca Tatuí, o ponto de comercialização da editora, durante o período de vendas.

O primeiro livro do projeto, *Deus Deus*, foi anunciado no dia 01 de março de 2023 e ficou disponível para venda até o dia 31 do mesmo mês, período no qual foram realizadas diversas atividades de divulgação, presenciais e remotas, como uma visita às

oficinas gráficas do projeto durante o Indie Book Day, na qual os interessados conheceram os equipamentos e materiais do ateliê, e ainda puderam imprimir um cartaz em serigrafia elaborado por Piqueira para o projeto. Os outros livros publicados em 2023 foram: *A guerra contra os otomanos* (disponível para venda de 1 a 15 de junho de 2023, e cujas compras no primeiro dia deram direito a um cartaz exclusivo assinado por Gustavo Piqueira); *Poesia pra matar o corona* (comercializado de 1 a 20 de julho de 2023, que também contou com um brinde exclusivo elaborado pelo autor e distribuído aos consumidores que efetuaram a compra no primeiro dia); e *Na livraria com Orwell* (à venda de 1 a 20 de agosto de 2023).

Depois de quase um ano de silêncio, em julho de 2024 as atividades do projeto voltaram a ser anunciadas em suas redes sociais. O quinto livro da Livraria Gráfica, *Sapos e sonhos*, ficou disponível para venda de 1 a 20 de agosto de 2024. Nesse período, postagens que abordavam o livro e seu processo de elaboração, assim como a questão dos sonhos, ocuparam o feed do projeto e culminaram com o anúncio de um evento de lançamento do livro que aconteceu no dia 18 de agosto (antes do término do período de vendas), no Galpão Comum, um espaço independente dedicado à cidade e à imagem localizado nas proximidades da Lote 42 e da Banca Tatuí.

O fim de agosto chegou com o anúncio do sexto livro a integrar o projeto, *Carro preto estacionado em frente a um celeiro no meio do mato*, que esteve disponível para venda entre os dias 01 e 20 de setembro de 2024. A divulgação envolveu uma série de postagens que antecedeu a informação do título da obra, centradas em parte de uma fotografia na qual se via um carro preto, o que posteriormente se justificou com as informações sobre o livro: nele, três escritores — Ana Elisa Ribeiro, Cristhiano Aguiar e Yuri Pires — partiram de uma fotografia de Gustavo Piqueira, a que fora divulgada nas redes sociais, para a construção de seus textos. Foi feito ainda, no período de vendas, o lançamento do livro com a presença de um de seus autores.

Na sequência, anunciou-se o sétimo livro do projeto, também sem indicação inicial de seu título e usando como estratégia a criação de suspense em relação ao seu teor. Disponível entre os dias 01 e 20 de outubro de 2024, o livro *Meu querido comandante*, de Ricardo Lísias, dialoga com a arte postal brasileira ao construir-se em um suporte não convencional. Na campanha de lançamento, foi realizada uma aula gratuita com o autor que teve como tema “A literatura em suportes alternativos”. O ritmo retomado no segundo semestre de 2024 aponta, assim, para a continuidade do projeto, ainda que o silêncio após a divulgação do último livro evidencie que ele pode ser atravessado por períodos de hibernação.

2 DEUS DEUS

O primeiro livro publicado pela Livraria Gráfica tem um vínculo bastante peculiar com as textualidades digitais, uma vez que indica como um de seus autores o Twitter: a ficha catalográfica de *Deus Deus* informa que a obra tem dois autores, Deus e Twitter, e não apresenta nenhum outro dado de interferência, em termos editoriais, humana,

como seria o caso de um compilador, um curador ou um organizador. É como se o livro fosse criado tal qual o mundo, a partir dessas duas entidades um tanto abstratas e incomensuráveis. Parece-nos que essa estratégia de rasura da autoria, calcada na ausência de uma escrita de *punho próprio*, é um dos artifícios utilizados no livro para problematizar uma série de questões associadas ao mundo contemporâneo, como discutiremos adiante.

O vínculo com o digital que se sintetiza na indicação autoral aponta para a própria estrutura composicional do livro, que se faz por meio da intercalação entre versículos do livro do Gênesis, da *Bíblia*, e textos publicados no Twitter que mencionem a palavra *deus*. Este, assim, além de figurar como um dos autores do livro (em sua perspectiva personalizada, Deus, nome próprio), estabelece-se também como o índice comum que permite a aproximação entre as duas textualidades, a bíblica e a da rede social, e entre as duas entidades que seriam por elas responsáveis.

Integram o livro, ainda, dois outros textos, para os quais não há qualquer indicação de autoria que os fizesse divergir do texto central — ou seja, é como se eles também tivessem sido elaborados por Deus e pelo Twitter. O primeiro desses textos discorre sobre a primeira obra impressa, e recupera a importância de Gutenberg como o inventor da impressão com tipos móveis, que teria revolucionado a economia do livro. Ao mesmo tempo, o texto modaliza essa importância ao agregar a informação de que novas pesquisas revelam que a história da impressão foi permeada por um olhar eurocêntrico que desconsiderou sistemas similares desenvolvidos na Ásia séculos antes. Ainda que a história de Gutenberg possa ser posta em revisão, o primeiro livro cuja impressão foi a ele atribuída é uma das obras mais populares de todo o mundo, a Bíblia: “A edição produzida por Gutemberg entre 1450 e 1455, além da alcunha óbvia (‘Bíblia de Gutenberg’) também ficou conhecida como a Bíblia de 42 linhas, ou B42 (referente ao número de linhas de cada página)” (Deus; Twitter 2023: 38).

Esse texto segue apontando as relações entre a Bíblia e o livro impresso, afirmando que mesmo antes da impressão é a Bíblia a responsável por popularizar o formato de códice que segue sendo, ainda hoje, o mais diretamente associado ao objeto livro. É também ela que pode ser considerada o primeiro *best-seller* impresso de que se tem notícias: a Bíblia luterana teria vendido mais de 500 mil exemplares poucos anos após ter sido lançada. O texto finaliza com uma reflexão sobre as mudanças ocorridas desde então e a afirmação corrente de que “o livro impresso já não está com nada” (Deus; Twitter 2023: 42), contra a qual contrapõe a opinião de que, se forem levados em consideração os *tuítes* que compõem o livro, “quem parece que de fato já viu dias melhores foi mesmo Deus...” (Deus; Twitter 2023: 42).

O segundo texto a integrar o livro aborda as redes sociais, com destaque para o Twitter, “uma rede social com ares antissociais” (Deus; Twitter 2023: 45) que foi criada pelo homem, que por sua vez teria sido criado por Deus. O texto segue destacando o tipo de comunicação que impera nessa rede, na qual o leitor precisa seguir o “pergaminho infinito do site” atento para não se perder entre a enchente de postagens curtas (determinadas pelo limite de 280 caracteres imposto a cada *tuíte*) e desarticuladas umas das outras, que podem ser curtidas, compartilhadas ou mesmo

respondidas por ele. A falta de filtros e a diversidade dos interlocutores fazem com que entre essa infinidade de postagens proliferem mensagens problemáticas, descontextualizadas, *fake news*, que disseminam informações incorretas e perpetuam preconceitos, violências e desrespeito.

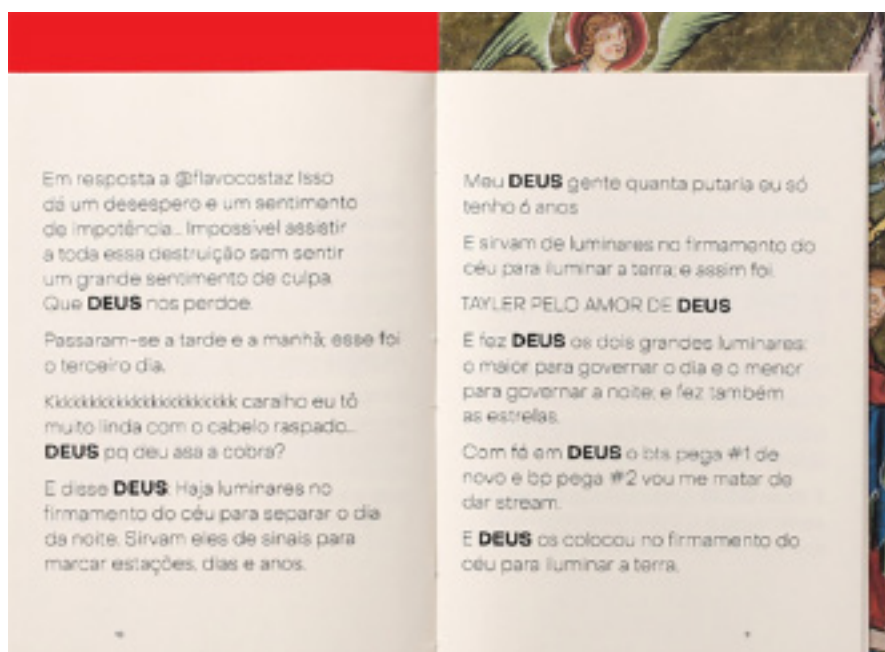
Nos dois últimos parágrafos do texto, indica-se o processo de elaboração do livro, numa espécie de registro da descrição metodológica que o norteou:

O presente livro deixou-se guiar pelo aleatório. Segundo Einstein, Deus não joga dados, portanto essa mistura não tem nada a ver com Ele.

O critério foi buscar a postagem mais recente com a palavra Deus e intercalar com os versículos bíblicos do Gênesis, o primeiro livro da Bíblia. Uma rede de pesca, uma pesca na rede, instantâneos do fluxo incessante de evocações divinas tuitadas, retuitadas, Felipão One Piece kkkkkk tô bloqueada meu Deus. (Deus; Twitter 2023: 47)

O jogo textual irônico que permeia o livro (Figura 2) é aqui bastante presente, e amplifica-se pela estratégia de junção dos dois tipos de textos, advindos de fontes populares e públicas de consumo, circulação e recepção — a Bíblia e o Twitter —, os quais são igualados em uma mesma materialidade, seja ela discursiva ou gráfica, conforme impressa na edição do livro.

Figura 2 – Página do livro com a mescla entre fragmentos do Gênesis e tweets.



Fonte: Publicada no Instagram [da Livraria Gráfica, em 01 mar. 2023](#).

Essa homogeneidade gráfica, em um primeiro momento, parece reduzir os dois textos-fonte a uma e a mesma coisa, como uma espécie de recurso performático

possível no qual a leitura permaneceria uniforme entre cada trecho. No entanto, ao trazer a colagem textual como princípio, *Deus Deus* exige dos leitores uma pré-identificação das fontes ali intercaladas, uma vez que para garantir seu efeito de ironia é preciso que sejam reconhecidas as diferentes texturas do material disponibilizado — e aqui a palavra *texturas* é usada para remeter às textualidades legíveis no livro.

Além da perspectiva irônica, que reforça um olhar crítico seja para a religião, seja para a tecnologia (talvez tida por muitos como o novo deus contemporâneo), colocando em xeque as duas entidades de poderes cosmogônicos ao rasurar as diferenças entre elas, interessa-nos destacar outras duas possíveis chaves de leitura mobilizadas pela intercalação entre os preceitos bíblicos da criação e as evocações subjetivas a um deus, em seu instante criador, presentes nos tuítes.

A primeira delas parte do *trabalho da citação* e de seus deslocamentos criativos, tal qual aponta Antoine Compagnon: “Quando cito, extraio, mutilo, desenraízo. [...] O fragmento escolhido converte-se ele mesmo em texto, não mais fragmento de texto, membro de frase ou de discurso, mas trecho escolhido” (2007: 13). No entanto, *Deus Deus* não é simplesmente um conjunto de citações, de mutilações de textos outros que teriam por finalidade corroborar a escrita de um autor, mas antes um “gesto de fazer de um conteúdo original [sejam eles os tuítes ou os versículos] uma outra coisa, mas não por meio de uma nova invenção, e sim pela reproposição ou reenquadramento pela seleção, edição e recontextualização” (Villa-Forte 2019: 19). Nesse gesto, segundo Leonardo Villa-Forte, a apropriação, a cópia e o deslocamento se tornam método, técnica e restrição, tal como ocorre na composição de *Deus Deus*. Essa perspectiva ainda pode ser aproximada da própria estrutura discursiva dos textos que compõem tanto a Bíblia quanto o Twitter: afinal, ambos partem de uma conjugação de diferentes pontos de vista, narrativas e sujeitos autorais que são subsumidos em uma única textualidade, que os homogeneiza e apaga qualquer rastro de diferença.

A segunda chave de leitura que apontamos é justamente a problemática do autor, pela qual podemos nos aproximar de *Deus Deus* naquilo que se entende por uma *escrita não-criativa* (Goldsmith 2011). Esta se caracteriza justamente pelos gestos de captura e apropriação de textos, pelos encaixes e manipulações desses textos para compor o conteúdo de um terceiro texto, e pela colagem de alguns desses textos-base de maneira tal que se aglutinem e convertam em um produto único, ainda que nele reconheçamos sua hibridez.

Em *Deus Deus*, a colagem entre os versículos do Gênesis e os tuítes selecionados revela o desmembramento dos dois textos-fonte, extraídos de seus contextos originais de produção e recombinações sem a presença de um texto de *punho próprio* do responsável pela colagem — ainda que o resultado dessa colagem seja um novo texto oriundo do trabalho de curadoria desse autor, que se esconde por trás das duas entidades que *assinam* a obra e se insere nesse processo multiautoral. A autoria dos tuítes, por seu turno, é totalmente apagada pela colagem, de modo que os textos criados originalmente em caráter digital e público se revestem de outra camada e se tornam tão públicos e anônimos quanto o texto bíblico, com a diferença de que o tom apelativo e informal que permeia a rede social é mantido, instaurando

circunstâncias de humor e mesmo de absurdo nessa obra escrita *a quatro mãos* por Deus e pelo Twitter, que assim criam um outro mundo, paralelo, que ao mesmo tempo nos assombra, nos diverte e nos faz refletir sobre nossa contemporaneidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto Livraria Gráfica, resultado de uma parceria entre a Editora Lote 42 e o estúdio de design Casa Rex, evidencia alguns dos possíveis diálogos que podem ser estabelecidos entre literatura, edição independente e cultura digital. Seu caráter híbrido, resultado de uma proposta em que se mesclam elementos e atores oriundos do ecossistema cultural associado ao livro impresso com outros que colocam em cena elementos que surgiram ou se destacaram no contexto da cultura pós-digital, evidencia a complexidade que perpassa, na contemporaneidade, o circuito do livro e o campo literário.

Constituindo-se como espaço de experimentação independente, a Livraria Gráfica, com seus sete títulos já publicados, nos mostra alguns dos caminhos e estratégias possíveis para viabilizar um processo de produção literária que valorize a liberdade criativa sem renunciar a sua necessária sustentabilidade financeira, e que, com isso, contribua para que o cenário literário mantenha sua biodiversidade. Esses caminhos, em lugar de apontar para a desconfiança frente ao digital, rechaçando-o, valem-se das possibilidades por ele abertas a diferentes modos de produção, divulgação e comercialização, sem, no entanto, tomá-las como únicos caminhos possíveis ou necessárias substitutas de práticas culturais historicamente associadas ao livro impresso. Ao contrário: ao colocar em contato esses dois sistemas — o impresso e o digital —, a Livraria Gráfica aponta para seus atritos e para suas potencialidades, de forma crítica, buscando aproveitar elementos de ambos para alcançar seus objetivos.

Mas podemos pensar que esse diálogo ainda vai além. Ao fazer de *Deus Deus* um livro que se constrói pela homogeneização de textos oriundos de duas instituições representativas de suas épocas, Deus e Twitter — tomados como autores demiurgos que inauguram novos mundos, cada qual à sua maneira, mas reverberando um sobre o outro, assim como o próprio livro inaugura um projeto que propõe um modo diverso de produção e circulação literárias e afeta os livros que lhe seguem e o próprio circuito do livro —, o projeto da Livraria Gráfica traz relevantes contribuições para que pensemos a literatura e o livro no contexto de cultura mediática, tanto analógica quanto digital, em que hoje estamos imersos. Ademais, permite que vislumbremos caminhos de resistência aos gigantes que, nas atuais *guerras do livro*, parecem querer acabar com a diversidade cultural impedindo a equidade de expressão a todos os integrantes de uma sociedade plural, múltipla e intercultural.

OBRAS CITADAS

ALIANÇA INTERNACIONAL DE EDITORES INDEPENDENTES. *Declaração Internacional de Editores e Editoras Independentes de 2014*: para juntos mantermos viva e fortalecemos a bibliodiversidade. Cidade do Cabo: Aliança Internacional de Editores Independentes, 2014. Disponível em: <https://tinyurl.com/ykjm8kp>.

CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. Conversações com Jean Lebrun. Trad. Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: Editora UNESP: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1998.

COMPAGNON, Antoine. *O trabalho da citação*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.

DEUS; TWITTER. *Deus Deus*. São Paulo: Livraria Gráfica, 2021.

GARRAMUÑO, Florencia. *Frutos estranhos: sobre a inespecificidade na estética contemporânea*. Trad. Carlos Nougué. Rio de Janeiro: Rocco, 2014.

GOLDSMITH, Kenneth. *Uncreative Writing: Managing Language in the Digital Age*. New York: Columbia University Press, 2011.

HAWTHORNE, Susan. *Bibliodiversidade: um manifesto pelas edições independentes*. Belo Horizonte: LABED: LED, 2024.

KIFFER, Ana & Florencia Garramuño (org.). *Expansões contemporâneas: literatura e outras formas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

LIMÃO, Gabriela Costa. A formação de uma editora e de um “arquivo todo seu”: Na e sobre a Lote 42. Letícia Santana, Renata Moreira & Samara Coutinho (org.). *Cartografias da edição independente*. Belo Horizonte: LED, 2021. 11-27.

LONGO, Walter. *Marketing e comunicação na era pós-digital: as regras mudaram*. São Paulo: HSM do Brasil, 2014.

MOREIRA, Maria Elisa Rodrigues & Bruna Fontes Ferraz. Literatura em campo expandido: reflexões teóricas. Bruna Fontes Ferraz, Juan Ferreira Fiorini & Maria Elisa Rodrigues Moreira (org.). *Obra em expansão: textualidades e releituras múltiplas*. Belo Horizonte: Tradição Planalto, 2025. 13-25.

SORDET, Yann. *História do livro e da edição: produção & circulação, formas & mutações*. Trad. Antonio de Padua Danesi. São Paulo: Ateliê; Edições SESC, 2023.

THOMPSON, John B. *As guerras do livro: a revolução digital no mundo editorial*. Trad. de Fernando Santos. São Paulo: Editora UNESP, 2021.

VILLA-FORTE, Leonardo. *Escrever sem escrever. Literatura e apropriação no século XXI*. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio; Relicário, 2019.