

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL**

**A PRÁTICA DA AUTOPUBLICAÇÃO:
O PAPEL DO AUTOR-EDITOR E AS NOVAS
POSSIBILIDADES DE PUBLICAÇÃO**

MONOGRAFIA DE GRADUAÇÃO

Fabio Rücker Brust

Santa Maria, RS, Brasil

2014

**A PRÁTICA DA AUTOPUBLICAÇÃO:
O PAPEL DO AUTOR-EDITOR E AS NOVAS
POSSIBILIDADES DE PUBLICAÇÃO**

Fabio Rücker Brust

Monografia apresentada à Comissão de Trabalho de Conclusão de Curso, do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria como requisito parcial para obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial**

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Marília de Araujo Barcellos

Santa Maria, RS, Brasil

2014

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Ciências da Comunicação
Curso de Comunicação Social – Produção Editorial**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a Monografia de Graduação

**A PRÁTICA DA AUTOPUBLICAÇÃO:
O PAPEL DO AUTOR-EDITOR E AS NOVAS
POSSIBILIDADES DE PUBLICAÇÃO**

elaborada por
Fabio Rücker Brust

como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial

COMISSÃO EXAMINADORA:

Profª. Drª. Marília de Araujo Barcellos
(Presidente/Orientadora)

Profª. Drª. Aline Roes Dalmolin (UFSM)

Prof. Dr. Andre Zanki Cordenonsi (UFSM)

Santa Maria, 09 de Dezembro de 2014.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meus pais Luiz Fernando Brust e Roseli Rücker Brust, pela oportunidade de sempre estudar e evoluir em todos os sentidos. À minha irmã, Julia Rücker Brust, pelo apoio durante toda a faculdade. A todos os colegas do curso, que não ousou enumerar para não cometer injustiça, pela parceria nesses quatro anos e meio de Produção Editorial e todas as risadas e conquistas pelo caminho. Agradeço especialmente a Inari Jardani Fraton por me acompanhar em todo o processo de feitura deste trabalho e todas as preocupações e alegrias compartilhadas. À minha professora orientadora Marília de Araujo Barcellos, que nunca hesitou em compartilhar do conhecimento que dispõe; além dos componentes da banca Aline Roes Dalmolin e Andre Zanki Cordenonsi pela prontidão, disponibilidade e sabedoria que puseram à disposição de meu trabalho. Por fim, à Universidade Federal de Santa Maria, ao curso de Comunicação Social – Produção Editorial e a todos os envolvidos em todo o meu processo de formação.

RESUMO

Monografia de Graduação
Curso de Comunicação Social – Produção Editorial
Universidade Federal de Santa Maria

A PRÁTICA DA AUTOPUBLICAÇÃO: O PAPEL DO AUTOR-EDITOR E AS NOVAS POSSIBILIDADES DE PUBLICAÇÃO

Autor: Fabio Rücker Brust

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Marília de Araujo Barcellos

Data e Local da Defesa: Santa Maria, 09 de Dezembro de 2014

Este trabalho apresenta um panorama da atuação de dois importantes agentes envolvidos na cadeia produtiva do livro, autor e editor, e a mescla ocorrida a partir do advento e crescimento da prática da autopublicação, tanto em sua forma tradicional quanto digital. Após uma rápida explanação acerca do mercado editorial brasileiro e da publicação independente, além de uma abordagem sobre plataformas e ferramentas que permitem aos autores publicarem seus livros por conta própria, aplicou-se um questionário com três autores que passaram pelas duas formas de publicação com o objetivo de comparar suas experiências entre os dois tipos de publicação e definir qual delas os respondentes acreditam ser a mais vantajosa. Através da análise de suas respostas, foi possível verificar que a figura do editor não se torna obsoleta, mesmo quando o autor é capaz de produzir seu livro por conta própria. Assim, observa-se que, muitas vezes, a prática da autopublicação serve como uma ponte entre o novo autor e o mercado editorial tradicional, este último sendo constituído pelas casas editoriais por meio das quais muitos autores independentes almejam publicar seus livros. Nesta análise, legitimamos não apenas a publicação independente, mas, também, a publicação tradicional, assim como as figuras do autor e do editor, além do resultado da mescla entre ambos.

Palavras-chave: autopublicação; autores independentes; autor-editor.

ABSTRACT

Graduation Dissertation
Social Communication – Editorial Production Course
Federal University of Santa Maria

THE PRACTICE OF SELF-PUBLISHING: THE AUTHOR-EDITOR'S ROLE AND THE NEW PUBLISHING POSSIBILITIES

Author: Fabio Rücker Brust

Guidance: Prof. Dr. Marília de Araujo Barcellos

Date and place of defense: Santa Maria, December 9th, 2014

This work presents a panorama of the acting of two important agents involved in the productive chain of the book, author and editor, and the merging occurred from the advent and growth of the practice of self-publishing, in its traditional and digital forms. After a quick explanation over the brazilian editorial market and the independent publishing, in addition to an approach over platforms and tools that allow authors to publish their books by their own, a questionnaire was applied with three authors that passed through the two forms of publishing with the objective of comparing their experiences between the two types of publishing and define which one of them the respondents believe is more advantageous. Through the analysis of their responses, it was possible to verify that the figure of the editor does not become obsolete, even when the author is capable of making his book by his own. Thus, we observe that, many times, the self-publishing practice serves as a bridge between the new author and the traditional editorial market, this last being constituted by the publishing houses through which many independent authors aim to publish their books. In this analysis, we legitimate not only the independent publishing, but, also, the traditional publishing, as well as the figures of author and editor, in addition to the merging between both.

Keywords: self-publishing; independent authors; author-editor.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 O AUTOR-EDITOR	10
1.1 A construção dos papéis	11
1.1.1 O papel do autor.....	12
1.1.2 O papel do editor.....	14
1.1.3 A relação entre os papéis.....	16
1.2 A desconstrução dos papéis	17
1.2.1 As novas práticas de produção.....	18
1.2.2 As novas relações entre os papéis.....	20
1.2.3 A mescla entre autor e editor.....	22
2 A AUTOPUBLICAÇÃO	24
2.1 O mercado editorial brasileiro	24
2.2 A prática da autopublicação	28
2.2.1 Ferramentas e plataformas de autopublicação no Brasil.....	34
3 O EDITOR NA AUTOPUBLICAÇÃO	42
3.1 O questionário sobre autopublicação	42
3.2 Os autores respondentes	48
3.3 Respostas ao questionário	51
3.3.1 Respostas à seção sobre autopublicação.....	51
3.3.2 Respostas à seção sobre publicação por uma casa editorial.....	57
3.3.3 Respostas à seção sobre semelhanças e diferenças entre as duas formas de publicação.....	59
3.4 A autopublicação como uma ponte	61
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
5 REFERÊNCIAS	65
APÊNDICES	67

INTRODUÇÃO

A prática da autopublicação no mercado editorial brasileiro tem se mostrado cada vez mais forte e presente, o que é possível notar através do aparecimento de vários autores independentes que atingem grandes e cativos públicos com obras diversas, publicadas de formas diversas da tradicional, por meio de uma casa editorial. Os autores dispõem de uma diversidade crescente de plataformas e ferramentas capazes de empoderá-los, permitindo que assumam funções e responsabilidades anteriormente atribuídas apenas aos editores e aos profissionais a ele ligados.

A partir da observação do cenário deste mercado editorial em mudança, é possível imaginar que, com o empoderamento do autor, o papel do editor possa ser enfraquecido ou mesmo aposentado. Talvez a própria figura do editor seja pulverizada e sua função torne-se parte da do autor, ou vice-versa, formando uma espécie de autor-editor responsável por toda a produção do livro: desde a escrita até a edição, revisão, preparação, diagramação, capa, impressão, distribuição, entre outros.

Por meio de um questionário aplicado com três autores que experimentaram tanto a autopublicação quanto a publicação através de uma casa editorial, visamos esclarecer qual, entre os dois tipos de publicação, mostra-se mais vantajosa e benéfica para o novo autor, considerando as possibilidades, oportunidades, semelhanças e diferenças entre elas e suas experiências como autores-editores. A partir de suas respostas, esperamos descobrir se a figura do editor segue sendo importante no mercado editorial ou se está fadada à pulverização e desaparecimento.

Devido à grande importância histórica do editor, é preciso explicitar de que formas seu papel pode ser prejudicado ou beneficiado a partir das novas práticas de produção e publicação apresentadas neste trabalho. Observamos que, a partir dessas mudanças no mercado, pode ser necessário que toda a cadeia do livro seja novamente alinhada e adaptada, como tem ocorrido devido ao advento da tecnologia digital em todas as suas especificidades.

Dividimos este trabalho em três capítulos, que irão abordar cada assunto necessário para a compreensão do questionário e as respostas dos autores respondentes.

O primeiro capítulo, intitulado “O autor-editor” disserta a respeito da figura do autor e do editor, e da futura possível mescla entre ambos em uma figura só, assim

como questões envolvendo as novas práticas de produção. Desta forma, utilizamos conceitos e citações de autores como Roger Chartier (1998, 2001), Emanuel Araújo (1986), Sá-Earp e Kornis (2005), André Schiffrin (2006) e Márcio Gonçalves (2009).

O segundo capítulo, intitulado “A autopublicação”, trata dessa prática, partindo de uma abordagem geral do mercado editorial brasileiro para, em seguida, aprofundar-se na prática, apresentando seu funcionamento e algumas plataformas e ferramentas que autores iniciantes podem utilizar para publicarem seus livros de maneira independente. Os autores que constituem a base teórica deste capítulo são, outra vez, Sá-Earp e Kornis (2005), Schiffrin (2006, 2011), além de Hélio Puglia Fernandes e Marilson Alves Gonçalves (2011), Sandra Reimão (1996), Chris Anderson (2006) e Pablo Guimarães de Araújo (2011). Também foram utilizadas fontes *online*, como o Guia da Autopublicação¹, jornais e *posts* de *blogs*, além dos *sites* das próprias plataformas de publicação.

O terceiro capítulo, intitulado “O editor na autopublicação”, apresenta o questionário e o justifica através dos autores Antonio Carlos Gil (2010) e Claire Selltiz (1974). Neste capítulo, toda a estrutura do questionário utilizado é esmiuçada, e as respostas dos autores a cada uma das questões é analisada em detalhes, visando compreender aspectos específicos de suas experiências e responder às perguntas iniciais deste trabalho: o editor é relevante no mercado editorial, mesmo quando o autor é capaz de produzir por conta própria um livro do começo ao fim?

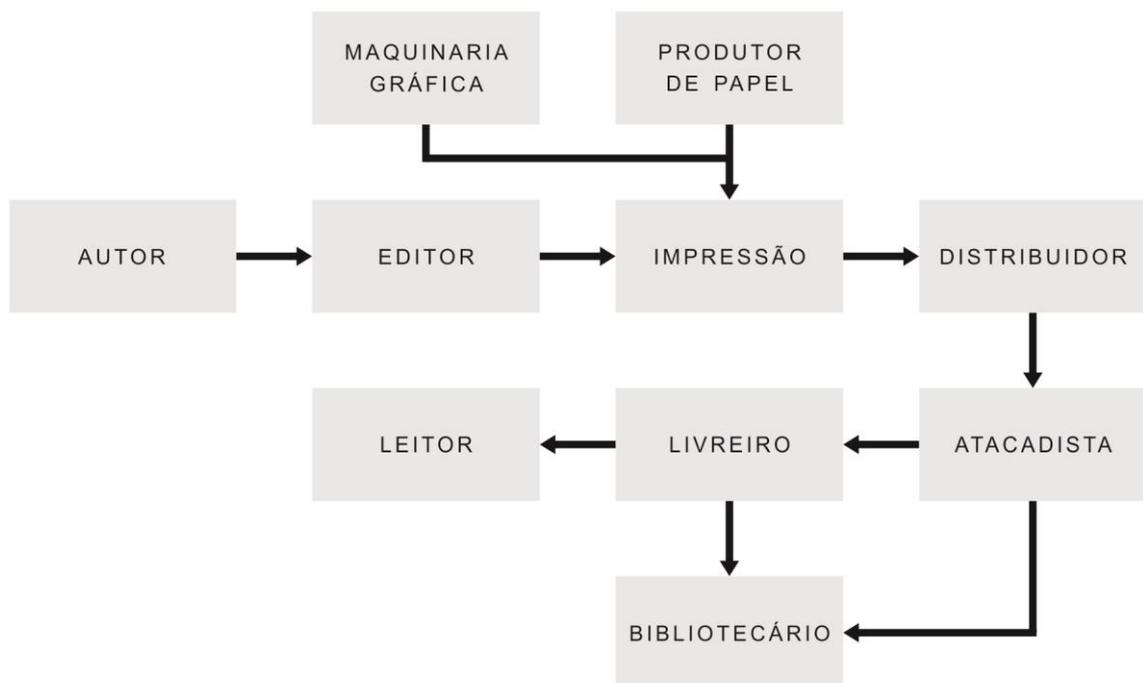
O trabalho é finalizado através das considerações finais, além das referências bibliográficas que o orientaram e os apêndices, que contém a integralidade dos questionários respondidos pelos autores autopublicados.

¹ <<http://www.guiadaautopublicacao.com.br>>. Acesso em 14 nov. 2014.

1 O AUTOR-EDITOR

O processo de produção do livro possui inúmeros intermediários, sujeitos e agentes responsáveis pelas etapas que o compõem. Ele pode ser verificado na Figura 1, baseado no modelo sugerido por Sá-Earp e Kornis (2005), quando diz que “a cadeia produtiva do livro reúne os setores autoral, editorial, gráfico, produtor de papel, produtos de máquinas gráficas, distribuidor, atacadista, livreiro e bibliotecário, cada um formado por um grande número de firmas.” (SÁ-EARP; KORNIS, 2005, p. 18).

Figura 1 — Cadeia produtiva tradicional do livro



Fonte: Do autor, adaptado de Sá-Earp e Kornis (2005).

Ao gráfico foi adicionada a figura do leitor, não considerada a princípio, na citação, mas que se mostra muito importante para que o processo editorial constitua um ciclo, que alcance o consumidor final, permitindo que os livros sejam lidos.

Ainda que repleto de nuances, o processo editorial pode ser resumido em três polos: produção, edição e recepção, constatando-se que o polo da edição condensa grande parte dos intermediários e das tarefas envolvidas na construção do livro. Estes

três polos, por sua vez, podem ser também compreendidos, respectivamente, através das pessoas do autor, editor e leitor, devido aos papéis assumidos por cada um desses agentes no processo editorial.

Considerando-se o processo de autopublicação, em contraposição ao da publicação tradicional, podemos constatar que a principal diferença entre os dois é a condensação do papel do editor e do autor, conforme veremos no capítulo seguinte. Em outras palavras, o autor não apenas desempenha seu papel, mas assume, também, todas as responsabilidades de editor, mesclando-se a este. Neste capítulo daremos enfoque aos dois primeiros sujeitos da cadeia produtiva do livro – sendo, estes, os principais envolvidos nas duas formas de publicação citadas –, apresentando os papéis de autor e editor e sua subsequente mescla, na prática da autopublicação.

1.1 A construção dos papéis

Na publicação tradicional, autor e editor têm papéis distintos e muito claros. A delimitação de suas funções e responsabilidades é parte integrante do processo de construção de qualquer livro, sendo fundamental que cada agente envolvido desempenhe seu papel de maneira que o produto final possua a qualidade necessária para agradar ao leitor, o elemento último da cadeia.

Estes papéis foram legitimamente construídos através dos séculos da história do livro. Cada um deles possui sua própria trajetória, e é apenas por meio desta que se torna possível compreender como o autor e o editor assumiram as funções comumente a eles atribuídas na publicação tradicional, através de uma casa editorial. É apenas a partir do entendimento da construção dos papéis e suas características mais fundamentais, que sua desconstrução e mescla podem ser genuinamente analisadas e entendidas. Para tanto, a primeira parte deste capítulo fará um breve apanhado histórico acerca do autor e do editor, além de apresentar suas características e conceituação, de maneira a tornar-se mais viável, no capítulo seguinte, a apreensão de todos os detalhes envolvidos na prática da autopublicação, por conta do conhecimento do formato e papéis tradicionais.

1.1.1 O papel do autor

É preciso, antes de conceituar o autor e desbravar seu papel no mercado editorial e na produção do livro, esclarecer a diferença entre escritor e autor. Ainda que ambos utilizem as ferramentas da escrita para transformar pensamentos e ideias em palavras, sua principal diferença se encontra no destino dado aos textos por eles escritos. Roger Chartier (1998) diferencia as duas instâncias da escrita a partir de seus conceitos provenientes das línguas inglesa e francesa: “o inglês evidencia bem esta noção e distingue o *writer*, aquele que escreveu alguma coisa, e o *author*, aquele cujo nome próprio dá identidade e autoridade ao texto.” (p. 32, grifo do autor); e “o escritor (*écrivain*) é aquele que escreveu um texto que permanece manuscrito, sem circulação, enquanto o autor (*auteur*) é também qualificado como aquele que publicou obras impressas.” (CHARTIER, 1998, p. 32, grifo do autor).

Com o advento das novas tecnologias e as possibilidades de publicação de obras pelo meio digital, entretanto, é necessário rever a segunda citação feita a partir do livro de Chartier: o escritor pode ser considerado um autor a partir do momento em que torna públicas as suas obras também de forma digital. É, inclusive – e como veremos no capítulo seguinte – através das possibilidades apresentadas pelas novas tecnologias que muitos autores são capazes de publicar seus livros.

Esclarecidas as diferenças entre escritor e autor, destacamos que, a autoria, aqui, deve ser entendida como o ato de exercer a responsabilidade pela criação de qualquer narrativa, utilizando quaisquer meios e ferramentas necessárias, em qualquer plataforma, para que compreendamos sua história desde os primórdios da humanidade.

Antes de tornar-se reconhecido por seu trabalho, o autor passou por inúmeras etapas durante seu amadurecimento e inserção no processo de criação do livro. A primeira dessas etapas foi a do anonimato: as narrativas eram passadas de geração em geração através da fala, sem levar-se em consideração o verdadeiro autor desses textos. O primeiro autor a escrever mais para ser lido do que recitado, segundo Emanuel Araújo (1986) foi Isócrates (436-338 a.C.). Foi a partir dele que diversas histórias, antes apenas recitadas, começaram a ser passadas a limpo por meio do texto. Paralelamente a essa transposição de um formato a outro, do oral para o escrito, novas histórias começaram a surgir, já através da palavra escrita.

Na etapa seguinte, entretanto, o autor raramente possuía o devido reconhecimento por sua criação.

[...] da Idade Média à época moderna, frequentemente se definiu a obra pelo contrário da originalidade. Seja porque era inspirada por Deus: o escritor não era senão o escriba de uma Palavra que vinha de outro lugar. Seja porque era inscrita numa tradição, e não tinha valor a não ser o de desenvolver, comentar, glosar aquilo que já estava ali. (CHARTIER, 1998, p. 31).

Foi apenas com o tempo e a experiência que o autor conseguiu, assumir seu lugar no processo editorial. Sua consagração e reconhecimento, porém, vieram, primeiramente, através dos editores, mas não da melhor maneira possível. “Antes de ser o detentor de sua obra, o autor encontra-se exposto ao perigo pela sua obra.” (CHARTIER, 1998, p. 34). Caso a obra tratasse de temas proibidos e fosse considerado necessário punir o responsável, o editor precisaria do nome do autor para responsabilizá-lo em seu lugar. Também era interessante ao editor que o autor recebesse reconhecimento por sua obra devido aos lucros que poderia receber ao fornecer, a ele, os direitos sobre seus textos.

São os livreiros-editores que, para defender seus privilégios, seja no sistema corporativo inglês, seja no sistema estatal francês, inventam a ideia do autor-proprietário. O livreiro-editor tem interesse nisso, pois, se o autor se torna proprietário, o livreiro também se torna, uma vez que o manuscrito lhe fora cedido! (CHARTIER, 1998, p. 64).

Além disso, Chartier (1998) ainda nos dá mais algumas informações a respeito do reconhecimento da autoria e trabalho do autor:

No século XVIII, a teoria do direito natural e a estética da originalidade fundamentam a propriedade literária. Uma vez que se justifica, para cada uma, a posse dos frutos de seu trabalho, o autor é reconhecido como detentor de uma propriedade imprescritível sobre as obras que exprimem seu próprio gênio. Esta não desaparece com a cessão do manuscrito àqueles que são seus editores. Não é portanto de espantar que sejam estes últimos os que tenham moldado a figura do autor-proprietário. Inscrito na velha ordem da livraria, o *copyright* não deixa de definir de modo original a criação literária, cuja identidade subsiste qualquer que seja o suporte de sua transmissão. O caminho estava aberto assim para a legislação atual que protege a obra em todas as formas (escritas, visuais, sonoras) que lhe podem ser dadas. Hoje, com as novas possibilidades oferecidas pelo texto eletrônico, sempre maleável e aberto a reescrituras múltiplas, são os próprios fundamentos da apropriação individual dos textos que se veem colocados em questão. (CHARTIER, 1998, p. 49, grifo do autor).

Com isso, podemos definir o autor como o representante do primeiro dos três polos da produção de um livro, sendo ele o responsável por trazer à vida histórias, narrativas, textos, artigos de valor simbólico e virtual através das palavras e da escrita. Seu trabalho possui relação com a criatividade e inventividade, e deve basear-se em traduzir todas as suas ideias em texto escrito, muitas vezes através de inspiração e/ou intenso trabalho intelectual. Seu papel é o de entregar ao próximo polo da cadeia de produção um texto inteligível e bem estruturado, capaz de envolver o leitor e transmitir mensagens de maneira clara, embora haja sempre espaço para experimentos dentro da escrita. Afinal, o autor é o sujeito que deve apresentar um original em sua forma mais bruta, um texto a ser lapidado pelo editor.

1.1.2 O papel do editor

Se o autor é o responsável pela produção de um original, escrevendo as palavras e parágrafos do texto, é o editor o agente que transforma o texto bruto em um livro da forma como o conhecemos – seja, este, impresso ou digital. Na publicação tradicional, o editor possui papel fundamental para transformar o original bruto, com pouca ou nenhuma preparação, revisão ou diagramação de texto, em um produto que possa ser vendido com qualidade abarcada. Além disso, muito frequentemente tais originais passam por problemas textuais que precisam ser resolvidos, assim como também ficará a cargo do editor fornecer, ao material, uma interface gráfica adequada. Depende apenas do editor e de seu trabalho de coordenação e organização das tarefas, distribuindo-as entre outros profissionais e fazendo seu manejo, a tarefa de transformar um original em um livro. “Trata-se de uma profissão de natureza intelectual e comercial que visa buscar textos, encontrar autores, ligá-los ao editor, controlar o processo que vai da impressão da obra até a sua distribuição.” (CHARTIER, 1998, p. 50).

Mesmo sendo notável a sua importância no processo de produção do livro, o editor, a exemplo do autor, surgiu de forma lenta e gradual, caracterizando-se da forma apresentada acima apenas muitos séculos depois de seu trabalho ter sua origem.. Os primeiros editores, na verdade, foram bibliotecários da famosa Biblioteca de Alexandria.

Esses primeiros editores, de fato, entregaram-se principalmente à tarefa de estabelecer textos definitivos, vale dizer, de fixar um texto único e completo a partir de inúmeras cópias que corriam, de vez que os originais escritos pelo autor haviam se perdido para sempre. (ARAÚJO, 1986, p. 37-38).

Sua tarefa, desta forma, era principalmente a de agrupar os textos e adequá-los, como segue:

[...] estabeleceram minuciosa normalização para suas edições, de modo a uniformizar o texto sob padrões bastante rígidos, como Aristarco de Samotrácia, a quem se atribui não só o estabelecimento mais sofisticado (para a época) de sinais críticos destinados a orientar o leitor sobre as condições materiais do original, como a divisão da *Ilíada* e da *Odisseia* em 24 cantos cada, segundo as letras do alfabeto, e o primeiro emprego sistemático dos sinais de acentuação. (ARAÚJO, 1986, p. 38, grifo do autor).

O caso da “Ilíada” e “Odisseia”, de Homero, apresentado na citação acima, mostra que, desde o princípio, a interferência do editor já apresentava mudanças estruturais necessárias para melhor organizar e apresentar textos originais. Deve-se destacar o cuidado na preparação, no “emprego sistemático dos sinais de acentuação”, e na própria estruturação do texto, a partir da divisão do mesmo em 24 cantos cada, de forma a melhor apresentá-lo ao leitor. A preparação, , mostra-se como uma prática que manteve-se inserida na área, assim como a posterior adequação às normas e o estabelecimento das mesmas. Afinal,

O editor, naquela acepção, entendido como preparador de originais, caracteriza-se historicamente, no Ocidente, desde o século III a.C., como responsável pela edição de um texto a ser divulgado (transcrito) pelos copistas. (ARAÚJO, 1986, p. 36).

Apenas com Gutenberg e a invenção de seus tipos móveis a profissão do editor tornou-se mais complexa e, também, completa.

[...] a partir de Johann Gutenberg (c. 1400-1468?), que superou a arte da xilotipia com a invenção dos tipos móveis, surgiu a profissão do *impressor*. Ora, os pioneiros do livro impresso foram, na realidade, mais do que simples ‘tipógrafos’ ou ‘impressores’, na medida em que tiveram de buscar elementos destinados a facilitar a leitura, substituindo a riqueza intrínseca dos manuscritos por uma qualidade diferente, a da paginação. Nesse sentido, além de tipógrafos, eram também editores, responsáveis pela normalização do texto e pelo conjunto da obra que imprimiam. Com isso, criaram o livro moderno, a partir de certas soluções gráfico-estéticas [...] (ARAÚJO, 1986, p. 46, grifo do autor).

Antes de ser editor, geralmente o profissional era um livreiro, ou um gráfico. “Primeiro se é livreiro, primeiro se é impressor e, porque se é livreiro ou gráfico, se assume uma função editorial. Deve-se falar então, para ser preciso, de ‘livreiro-editor’, ou de ‘gráfico-editor’.” (CHARTIER, 1998, p.53). Era preciso já estar envolvido no processo editorial para tornar-se um editor. Mas

do século XVI datam as primeiras casas publicadoras ou editoras, dirigidas por pessoas sem qualquer vínculo com a ‘famosa arte de impressão’. A partir da segunda metade do século XVIII sua posição consolidou-se; nos centros urbanos mais desenvolvidos, com efeito, separaram-se nitidamente as funções do publicador das do impressor ou tipógrafo e da do livreiro, o que se tornaria definitivo com a especialização imposta pela Revolução Industrial. (ARAÚJO, 1986, p. 49.).

Foi com esta especialização imposta pela Revolução Industrial que o editor assumiu o papel definido na publicação tradicional. André Schiffrin (2006), por fim, apresenta um conceito claro da figura do editor:

Os editores, acima de tudo, são pessoas que fazem uma seleção, que escolhem e editam o material que será distribuído de acordo com certos critérios, e então o comercializam e anunciam. Colocando seus nomes nas obras dos escritores, eles oferecem ao leitor uma garantia e uma orientação. (SCHIFFRIN, 2006, p. 154).

O editor participa ativamente de todas as etapas que envolvem o livro, desde a entrega do original pelo autor até a sua exposição na vitrine de uma grande ou pequena livraria. Assim, tornando-o um produto editorial exemplar, com conteúdo e aspectos gráficos de qualidade, de forma a apresentar a narrativa da melhor maneira possível.

1.1.3 A relação entre os papéis

Pode ser considerado um equívoco acreditar que os dois papéis apresentados, do autor e do editor, trabalham sem qualquer relação, de maneira individual e completamente separadas um do outro. Para que o processo editorial ocorra de forma completa, autor e editor precisam trabalhar em conjunto, compondo cada produto editorial com uma combinação específica de circunstâncias e diferentes tipos de

trabalho, capazes de construir um produto tal qual estamos acostumados a ver, que integre todas as profissões existentes em uma editora.

Se é necessária a existência de um original que possa ser editado, e de uma edição que permita que esse original se torne um livro como objeto – outra vez, podendo ser impresso ou digital –, percebemos o quão indissociáveis são esses dois papéis da cadeia. Autor e editor devem manter uma relação próxima para permitir que o livro alcance o terceiro polo, o leitor, da forma devida.

Em geral, na publicação tradicional, o editor forma uma espécie de ponte entre autor e leitor, possibilitando seu contato com o público, ao mesmo tempo em que se relaciona com os dois polos das extremidades da cadeia produtiva do livro. Em geral, esse tipo de conversa e relação é beneficiado pela presença do intermediário no papel do editor. “[...] quer se fale da Antiguidade, da Idade Média, do Antigo Regime, da época contemporânea, há leitores, há autores, de um certo modo há editores.” (CHARTIER, 1998, p. 50).

Por outro lado, o advento das novas tecnologias digitais tem caracterizado o papel do editor como intermediário na cadeia do livro, como um papel de menor importância, considerando-se as inúmeras possibilidades de interação que as redes sociais, por exemplo, disponibilizam. O acesso facilitado a programas de edição de imagem e texto, assim como ao próprio computador, também tem influenciado mudanças no processo editorial. Essas mudanças, por sua vez, têm posto à prova toda a existência do editor dentro da cadeia do livro. Será possível que o autor e o leitor possam usufruir de tal forma dessas mudanças, que assumam uma relação mais próxima e, dessa maneira, aposentar o editor?

1.2 A desconstrução dos papéis

A revolução digital transcorrida no mercado editorial modificou-o profundamente, em diversos aspectos, atingindo diversos agentes envolvidos na cadeia produtiva do livro, assim como também afetou o próprio livro como produto. Ainda que, na opinião do pesquisador, a existência do livro não possa ser contestada, e sua permanência seja clara, a maneira como isso ocorre torna-se diferenciada a partir da utilização de novas práticas de produção. Isso tudo gera novas relações entre

os polos da produção editorial e, conseqüentemente, altera todo o fluxo de trabalho e a noção dos dois papéis dispostos na primeira parte deste capítulo.

Na segunda parte deste trabalho, analisaremos brevemente as mudanças pelas quais o mercado editorial está passando e que transformam seus agentes, de que maneira estes se relacionam entre si e como possibilitam o surgimento de uma nova forma de publicação, através da mescla entre autor e editor, condensando todas as tarefas intrínsecas a eles em apenas um agente e papel.

1.2.1 As novas práticas de produção

As modificações nas formas de produção editorial através do meio digital alteram, não apenas a maneira como o editor trabalha, mas, também, o ofício do autor. As novas práticas apresentam ferramentas que facilitam o processo de feitura do livro, durante a produção do texto, e a preparação, revisão, diagramação, criação do projeto gráfico e mesmo impressão e distribuição – considerando-se que, no caso dos *e-books*, os livros digitais, a impressão não é feita e a distribuição é realizada remotamente, a partir da própria Internet. Até mesmo programas e *softwares* inovadores, com muitos outros recursos, apareceram e tornaram mais prático o que antes era um trabalho demorado, manual e cuidadoso.

Tudo isso veio tornar o mundo editorial muito diferente do que se vira no passado, mas um elemento permaneceu vital para que ele existisse: o texto, e com o texto o profissional que, na grande ou pequena empresa, trabalha com o acerto de informações desse texto, sua objetividade de comunicação, sua normalização literária e o programa gráfico com que se apresentará ao público. (ARAUJO, 1986, p. 49).

Ainda que o contexto envolvido nas transformações mencionadas por Araújo, na citação acima, seja diferente daquele envolvido na troca dos suportes tradicionais para os digitais, a questão apresentada por ele também se aplica. Mesmo que as práticas de produção tenham mudado, que as plataformas de publicação sejam mais avançadas, que a maneira de escrever e editar tenha evoluído, o texto permanece sendo o mesmo. A essência do livro como produto continua sendo a de letras, palavras e parágrafos a formar um texto capaz de transmitir pensamentos e ideias. Essas mudanças, portanto, surgiram não para transformar a noção que temos do livro em si, mas para mudar a forma como ele é produzido e apresentado. Assim

observamos que, em geral, as alterações que as etapas da cadeia produtiva sofreram vieram apenas para auxiliar um processo já conhecido e estabelecido.

O papel do autor, por exemplo, não mudou em sua essência, apenas a maneira como ele exerce sua função se modificou. Antes era necessário escrever à mão ou datilografar todo o texto. Com a ascensão da tecnologia digital, no entanto, este trabalho foi facilitado, com o surgimento de programas de computador que permitem à escrita do texto opções mais acessíveis para, por exemplo, apagar trechos que não satisfaçam o autor, ou corrigir falhas de digitação. Com o texto transformado em dados computadorizados é possível reproduzi-lo, modificá-lo e duplicá-lo sem qualquer interferência, conforme a necessidade, assim como enviá-lo para outras pessoas ou dispositivos quase instantaneamente por meio da Internet. Essa facilidade ao ato de escrever auxiliou na entrada de diversas pessoas no mundo da escrita. E não nos limitemos apenas a isso:

talvez os autores da era multimídia [...] sejam governados, não mais pela tirania das formas do objeto-livro tradicional, mas, no próprio processo da criação, pela pluralidade das formas de apresentação do texto permitida pelo suporte eletrônico. (CHARTIER, 1998, p. 72).

As possibilidades dessas novas práticas de produção ao autor permitem, também, experimentações como o da autora Silvia Hartmann, no Google Drive – ferramenta do Google para organização e compartilhamento de documentos –, o que, automaticamente, mostrou-a como sendo uma efetiva “autora da era multimídia”, ao escrever e publicar seu livro concomitantemente.² Tornando público um documento *online*, ela escrevia e interagia com os leitores ao mesmo tempo, sendo que estes podiam interagir ativamente com a autora e auxiliar na própria construção da história, modificando o curso dos personagens conforme a história era escrita. A partir deste tipo de experiência de escrita, podemos refletir: “A forma material da escrita afetou sua inserção e consequências culturais.” (GONÇALVES, 2009, p. 90); e é de se considerar, também, a relação do autor com o leitor, nesse caso, que, embora mais próxima metaforicamente falando, fica mais distante fisicamente: “O texto eletrônico torna possível uma relação muito mais distanciada, não corporal.” (CHARTIER, 1998,

² “Autora escreve livros em tempo real no Google Drive”, Wilkerson Landim. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/google-drive/30279-autora-escreve-livros-em-tempo-real-no-google-drive.htm>>. Acesso em 12 nov. 2014.

p. 16). É evidente que essa perspectiva encontra-se em um contexto físico, levando-se em conta a proximidade virtual que o texto eletrônico permite, através da Internet.

Mas não foi apenas o papel do autor que se modificou e tornou-se mais facilitado. O editor também foi beneficiado por este tipo de transformação, principalmente porque os programas e possibilidades digitais permitiram que o trabalho ocorresse mais rapidamente. A edição de texto, ao ocorrer em programas computadorizados, permite que a preparação e revisão sejam feitas de maneira mais ágil: os recursos de revisão, por exemplo, permitem que mudanças no texto sejam mostradas de forma destacada, assim como o aceite ou a recusa dessas mudanças também possam ser feitos a partir do clique de um botão, e inserção de comentários nos documentos. Toda a questão de projetos editoriais e gráficos também pode ser desenvolvida de maneira facilitada, com o uso de programas para organização do processo editorial e outros para produção de capas, diagramação, escolha de fontes, compra de fotos em bancos de imagens. O contato com os autores, leitores e livrarias também torna-se mais fácil, assim como a própria distribuição de livros digitais, além de possibilitar também maior eficiência na distribuição de livros físicos.

1.2.2 As novas relações entre os papéis

As já mencionadas mudanças nas práticas de produção do livro modificaram, de certa forma, o funcionamento dos papéis de autor e editor, mas também influenciaram as relações entre eles.

Em colaboração ou oposição a ele [o editor], os autores mudaram de duas maneiras. [...] O século XIX é o momento em que se multiplicam as tentativas por parte dos autores para se estabelecer como profissionais. Pedem então ao editor contratos que possam sustentar essa perspectiva; daí os inumeráveis conflitos entre os editores e os autores a propósito dos direitos. [...] Se no passado os autores, salvo exceções, não se preocupavam muito com a forma do livro e deixavam para o editor certa liberdade sobre o assunto, no século XIX, talvez depois do livro romântico, se observa uma maior atenção do autor pelo objeto, pela forma de seu texto. E aqui surge uma segunda série de razões para os conflitos, tensões, suspicácias, e inclusive cumplicidades, mas a contradição entre a vontade do autor quanto à forma impressa do texto, e a do editor em função do que pensa do texto ou do que espera dele no mercado, se traduz na afirmação do novo ofício e, ao mesmo tempo, na afirmação de uma nova maneira de relação do autor com o livro e com a própria profissão de escritor. (CHARTIER, 2001, p. 50-51).

Mesmo antes das mudanças na cadeia produtiva do livro o autor já havia começado a se perceber como um profissional e, depois delas, a situação apenas se intensificou. Sua interferência junto do editor tornou-se mais evidente, apresentando sua intenção cada vez mais clara de ser uma espécie de “autor-editor”. Também se intensificam, aí, as preocupações a respeito de direitos autorais, porcentagens e *royalties*. Todas essas questões acabam refletindo na atuação do editor.

As próprias transformações do capitalismo editorial, contudo, originaram reagrupamentos, criaram empresas multimídia, de capital infinitamente mais variado e muito menos pessoal, e provocaram um certo enfraquecimento desse vínculo que unia a figura do editor e a atividade de edição. Não importa: até esta recente recomposição, tudo gira em torno deste empreendedor singular que se vê também como um intelectual e cuja atividade se faz em igualdade com a dos autores; daí, aliás, suas relações frequentemente difíceis e tensas. (CHARTIER, 1998, p. 53).

Ao mesmo tempo que o autor tende a interferir mais no trabalho do editor, este também acaba se tornando cada vez mais próximo da questão autoral da edição. Como descrito acima por Chartier, esta é uma das razões pela qual as relações entre autores e editores costumam ser tensas e difíceis: uma espécie de mescla natural entre os dois papéis acaba por complicar o trabalho de ambos, com a invasão de um nas funções do outro. A crescente demanda por publicações comerciais, que se encaixem melhor no contexto capitalista, também prejudicam a relação entre eles por conta da necessidade de se falar em termos financeiros.

A editoração, entretanto, vai além: ademais da forma original, da reconstituição, da fidedignidade, da preservação dessa forma literária, pressupõe, como dado igualmente importante, o suporte material com que se apresentará o texto restaurado por inteiro (ou, no caso de um escritor vivo, sobretudo em ensaio ou monografia, corrigido e normalizado), de modo a não trair - ao contrário, preservar, ressaltar - o pensamento do autor. (ARAÚJO, 1986, p. 53).

Com relação à questão autoral da edição, é difícil a ambos os agentes do processo de produção do livro compreender o trabalho um do outro, sendo necessário adaptar-se às diferentes realidades surgidas com as tecnologias digitais e, também, respeitar o texto e a edição. Quando isto não ocorre, entretanto, as relações ficam ainda mais complicadas e o produto resultante não atinge a qualidade necessária.

1.2.3 A mescla entre autor e editor

Algumas das tarefas envolvidas no polo da edição, no processo de produção do livro, estão fadadas a desaparecer com o tempo, caso o livro digital realmente substitua por definitivo o impresso. O impressor especializado em livros, o distribuidor e o livreiro podem ser considerados irrelevantes em uma realidade na qual o livro não precisa ser impresso, podendo ser distribuído *online* para todos os seus leitores e vendido em lojas virtuais.

Uma das transformações causadas pelo advento do digital, no entanto, atinge não apenas esses pontos do mercado editorial como, também, a própria figura do editor que, de certa forma, torna-se descartável. Com a facilidade de acesso às ferramentas *online* e eletrônicas, os autores começaram a assumir funções antes limitadas aos editores e demais profissionais que atuam junto dele, como capistas, diagramadores, revisores de texto, entre outros. Ao assumir essas funções, o autor entra cada vez mais no papel do editor e, por vezes, abre mão até mesmo do auxílio de um editor para a publicação de sua obra.

Em Chartier (1998) temos importantes menções à essa, como ele designou, pulverização dos atores:

Correm o risco de serem pulverizadas as noções de autor, editor e distribuidor, que mal se puderam fixar, numa época bastante recente, que coincide com a industrialização do livro. [...] Pode-se juntar aqui a reflexão sobre a edição e a distribuição, já que, no mundo do texto eletrônico, tudo isso é uma coisa só. Um produtor de texto pode ser imediatamente o editor, no duplo sentido daquele que dá forma definitiva ao texto e daquele que o difunde diante de um público de leitores: graças à rede eletrônica, esta difusão é imediata. Daí, o abalo na separação entre tarefas e profissões que, no século XIX, depois da revolução industrial da imprensa, a cultura escrita provocou: os papéis do autor, do editor, do tipógrafo, do distribuidor, do livreiro, estavam então claramente separados. Com as redes eletrônicas, todas essas operações podem ser acumuladas e tornadas quase contemporâneas umas das outras. Sequências temporais que eram distintas, que supunham operações diferentes, que introduziam a duração, a distância, se aproximam. Atualmente, é na esfera da comunicação privada ou científica que a transformação vai mais longe: ela indica aquilo que poderia ser amanhã o conjunto da edição eletrônica. (CHARTIER, 1998, p. 16-17).

Assim como a respeito da interferência dos autores no processo de edição:

Lembremos da consciência que certos autores antigos tinham da forma do livro, da tipografia, da disposição do texto. Entre os séculos XVI e XVIII, ou mesmo no XIX, há autores mais sensíveis, mais abertos a esta 'consciência

tipográfica' do que outros: aqueles que jogam com as formas, aqueles que querem controlar a publicação impressa, que querem subvertê-la ou revolucioná-la. Nem todos os autores deixavam a responsabilidade da forma para a oficina. Por analogia, a 'consciência multimídia' contemporânea poderia aparentar-se a esta consciência tipográfica muito esquecida. Poder-se-ia pensar que, progressivamente, é a concepção do texto que vai ser modificada e que carregará, desde o momento do processo de criação, os vestígios dos usos e interpretações permitidos pelas suas diferentes formas. (CHARTIER, 1998, p. 72).

Todas essas possibilidades, intensificadas pelos suportes eletrônicos, pelas ferramentas acessíveis e a própria opção de publicar um livro completo a partir da Internet no formato *e-book*, apresentam um cenário adequado para a propagação de uma prática que, embora não seja nova, é facilitada por estes mesmos fatores: a autopublicação.

Antes da revolução ocasionada pelo *e-book*, os autores que queriam se autopublicar encontravam uma enorme barreira no que dizia respeito ao preço. Muitas vezes eles eram incapazes de fazer um bom trabalho editorial, tendo de encontrar editores ou profissionais capazes de fazê-lo em seu lugar. Quando tratava-se de autores com conhecimentos suficientes para produzir seu livro sem o auxílio de terceiros, porém, ainda era necessário imprimir e distribuir o material. Os altos valores de impressão, mesmo em pequenas tiragens, tornava, se não impossível, muito difícil ou mesmo inviável que alguns autores se autopublicassem. A distribuição também era complicada, devido às dificuldades em inserir livros independentes em grandes livrarias, por exemplo.

A autopublicação tornou-se mais comum a partir do momento em que a impressão e distribuição física foram retiradas da equação – ainda que muitos autores tenham se autopublicado com livros impressos. Os valores para se distribuir um livro digital são muito menores do que aqueles cobrados para se imprimir um livro e distribuí-lo pelas formas tradicionais. É a partir desse momento que a autopublicação mostra-se não como uma melhor ou pior forma de publicar um livro, mas, sim, uma alternativa às tradicionais. E é a autopublicação que supõe a pulverização dos agentes do segundo polo da cadeia produtiva do livro e o surgimento de um autor-editor, no lugar da manutenção dos dois papéis em separado.

2 A AUTOPUBLICAÇÃO

Após conceituar e exemplificar os papéis e funções, tanto do autor quanto do editor, e apresentar as recentes mudanças em suas concepções e subsequentes mesclas e reconfigurações, resta compreender em que contexto ambos estão inseridos, além da razão pela qual essas transformações ocorrem.

Para tanto, partiremos de um panorama amplo, com a explanação do Mercado Editorial Brasileiro para, em seguida, tentar entender a prática da autopublicação e buscar esclarecer os motivos pelos quais alguns autores optam por essa possibilidade. Ainda dentro da prática da autopublicação, listaremos brevemente algumas características básicas, além de plataformas e ferramentas voltadas a dar independência ao autor, oportunizando a ele a chance de assumir funções tradicionalmente atribuídas ao editor.

2.1 O mercado editorial brasileiro

Segundo Sá-Earp e Kornis (2005),

o que normalmente chamamos mercado do livro é composto por dois conjuntos de relações: primeiro, a relação entre o editor, ofertante do livro manufaturado, e os livreiros, muitas vezes entremeada por distribuidores e atacadistas, conformando-se diversas possibilidades comerciais; e, segundo, a relação dos varejistas com os consumidores finais, sejam pessoas ou bibliotecas. (SÁ-EARP; KORNIS, 2005, p. 18-19).

Na concepção apresentada, o autor não estaria inserido no mercado editorial, levando-se em consideração que ele se encontra na ponta oposta ao consumidor final da cadeia produtiva do livro. Por outro lado, com as transformações ocorridas em seu papel e no papel do editor, como já mencionado, sua inserção no mercado se modifica. No caso da autopublicação, por exemplo, é o próprio autor o “ofertante do livro manufaturado”, e é ele que entra em contato com os livreiros, com os distribuidores (se houver) e, principalmente, com o consumidor final.

Neste capítulo, tomaremos como conceito de mercado editorial todo o processo de construção do livro e sua cadeia produtiva, do autor ao leitor, considerando a ponta da produção como um setor intrinsecamente envolvido no mercado editorial. De certa forma, compreendemos que todo o setor editorial está envolvido no mercado, já que

“o setor editorial compreende todas as atividades relacionadas à publicação de livros, por intermédio das editoras e gráficas, até a disponibilização do livro por distribuidores e livrarias.” (FERNANDES; GONÇALVES, 2011, p. 39).

O mercado editorial brasileiro pode ser considerado um setor de extrema importância para toda a questão cultural, política e econômica do país, afinal, nele “está baseada a produção e a divulgação de conhecimento, a preservação dos valores e da cultura brasileira.”, e “é uma das indústrias mais importantes em termos de formação cultural, educacional, profissional, social e política da sociedade.” (FERNANDES; GONÇALVES, 2011, p. 35 e 39). O próprio produto livro supõe este tipo de mercado e este tipo de relacionamento com a sociedade como um grande conjunto.

Através de um breve apanhado histórico dos papéis dos agentes do setor editorial, apresentado no capítulo anterior, é possível identificar a história e importância do livro. O mercado editorial é importante, como apresentado, devido à natureza intelectual de seus produtos, como também à influência que os textos – de qualquer tipo – exercem sobre a sociedade como um todo.

A partir da Figura 1, apresentada no capítulo anterior, na página 10 deste trabalho, sabemos que a área editorial reúne autores, editores, gráficas, distribuidores, atacadistas, livreiros, bibliotecários, leitores, etc. Aqui, no entanto, nos focaremos, outra vez, apenas no autor e no editor.

Dentro do mercado editorial tradicional, o autor busca o editor – ou vice-versa e, por vezes, através de um agente editorial – para publicar um texto, visando receber o respaldo das editoras para passar por todos os outros intermediários da cadeia produtiva do livro.

Recapitulando, entretanto, Schiffrin (2006), como citado ao final do item 1.1.2, os editores “são pessoas que fazem uma **seleção**, que escolhem e editam o material que será distribuído de acordo com certos critérios, e então o comercializam e anunciam.” (p. 154, grifo nosso). Neste caso, é especificamente a seleção realizada pelo editor que influencia profundamente a atuação do autor e sua escolha – ou condicionamento indireto – pela autopublicação.

Dentro deste contexto, podemos citar o texto escrito por Luiz Schwarcz³, um dos fundadores da editora paulista Companhia das Letras, em 9 de Setembro de 2010, no *blog* da editora. O autor escreveu que “Recusar um livro é das situações mais delicadas na vida de um editor. Mas infelizmente é bastante comum. Quando se trata de autor desconhecido, cujo texto foi enviado espontaneamente à editora, é um pouco menos difícil.”.

Ainda que o texto de Schwarcz tenha um contexto diferente do que sugere a citação – ele, na verdade, apresenta sua experiência como autor a ter o original recusado –, o texto explica, de forma clara, uma realidade difícil para autores iniciantes no mercado editorial brasileiro: a falta de espaço. Como dito no próprio texto, quando o autor é desconhecido, torna-se mais fácil a recusa do original. Sandra Reimão (1996) fala um pouco a respeito dessa questão, ao apresentar dois alicerces que sustentam um texto em termos de vendagem.

[...] podemos levantar a hipótese de que um texto depende de um duplo alicerce para se firmar em termos de vendagem. Esse alicerce é composto, por um lado, de elementos internos à narrativa e, por outro, de elementos externos a ela. Por elementos internos, entendemos o assunto, o enredo, as técnicas narrativas, o estilo etc. Por elementos externos entendemos, entre outros, a popularidade do escritor, que pode advir da divulgação de algum evento pessoal ou de seus trabalhos por outros meios como jornais, revistas, televisão, campanhas de marketing etc. (REIMÃO, 1996, p. 95).

Esses dois alicerces são o texto em si e, também, o autor, com sua popularidade (ou falta dela) e inserção no meio – questão também chamada, por vezes, de “plataforma”, que também relaciona a capacidade do autor de promover a si e ao próprio livro. Levando este tipo de afirmativa em consideração, fica ainda mais clara a dificuldade de autores iniciantes, sem qualquer tipo de popularidade prévia ou experiências no meio, em serem aceitos e publicados no mercado editorial tradicional.

Por outro lado, é simples compreender o processo que se dá no mercado editorial e as razões pelas quais os editores precisam limitar suas escolhas de obras para publicações. Primeiramente,

O mercado editorial brasileiro está em dificuldades: queda de volume de vendas e faturamento, aumento da dependência em relação às vendas para o governo (o que implica preços mais baixos), estagnação da taxa de leitura

³ “O romancista que não sou”, Luiz Schwarcz. Disponível em: <<http://www.blogdacompanhia.com.br/2010/09/o-romancista-que-nao-sou/>>. Acesso em: 07 out. 2014.

da população em níveis relativamente baixos, redução das tiragens, aumento dos preços e, conseqüentemente, ainda mais empecilhos às aquisições por parte dos leitores. (FERNANDES; GONÇALVES, 2011, p. 35).

Os editores precisam suprimir a quantidade de volumes publicados por conta de diversos fatores. Alguns deles apresentam-se na citação acima e, ao mesmo tempo em que o mercado editorial brasileiro vive tempos complicados, outro fenômeno é capaz de explicar o tortuoso caminho do autor iniciante no mercado editorial: a compra de editoras por grandes conglomerados, o que modifica a forma como elas são administradas e, automaticamente, suas decisões editoriais em todos os níveis.

Segundo Schiffrin (2011), a margem de lucro média das editoras antes de serem compradas por grandes conglomerados era de 3 a 4% ao ano. Quando foram compradas por essas empresas e passaram a ter seus lucros comparados com estações de TV, redes de rádio, jornais e revistas, também propriedades dos conglomerados, as porcentagens de 3 a 4% ao ano tornaram-se irrisórias. Para tanto, às editoras foram impostas as exigências de 10 a 15% de lucros ao ano, de forma a alinharem-se com as outras empresas desses conglomerados.

Gradualmente, os editores se tornaram investidores, uma espécie de banqueiros, desesperados para encontrar tanto os best-sellers como as novas empresas, ou aquisições, que satisfariam seus novos donos ou os bancos que lhes haviam emprestado o dinheiro de que precisavam. (SCHIFFRIN, 2011, p. 24).

É compreensível, portanto, que as editoras não forneçam espaço para autores iniciantes, mesmo que possivelmente haja espaço para eles no mercado editorial. Pressionadas para atingir porcentagens de lucro pouco viáveis para a realidade do mercado editorial brasileiro, as editoras precisam investir, prioritariamente, em livros que deem lucro maior – ou seja, principalmente em *best-sellers* – livros capazes de gerar grande quantidade de vendas.

Por outro lado, o mercado editorial se comporta da mesma forma que outros mercados, seguindo a lógica da Cauda Longa, proposta por Chris Anderson (2006). A partir de um gráfico de vendas, Anderson explica que há espaço, nos mercados, tanto para os produtos mais vendidos quanto para os menos vendidos. Segundo a Cauda Longa, 98% dos produtos menos vendidos são vendidos pelo menos uma vez a cada trimestre. O que significa que, se há lugar para os *best-sellers*, há lugar, também, para autores iniciantes.

É principalmente por meio das tecnologias digitais, e por diversas características intrínsecas ao advento digital, que autores desconhecidos e iniciantes no mercado editorial conseguem seu espaço. A Internet apresenta-se como uma poderosa ferramenta para permitir acesso à Cauda Longa do mercado editorial, provendo, aos leitores, livros que antes seriam difíceis ou mesmo impossíveis de serem encontrados. “Graças a uma combinação de forças, como distribuição digital, poderosas tecnologias de busca e massa crítica na difusão da banda larga, os mercados on-line estão reconfigurando a economia do varejo.” (ANDERSON, 2006, p. 51).

Ainda segundo Chris Anderson (2006), dois fatores foram fundamentais para proporcionar esse fenômeno e, conseqüentemente, o acesso a livros de autores iniciantes e desconhecidos, no mercado editorial. São eles: a democratização das ferramentas de produção, que pôs, por exemplo, computadores pessoais nas mãos de todos e foi responsável por gerar produtores capazes de fazer o que, antes, era feito apenas por profissionais; e a redução dos custos de consumo pela democratização da distribuição, permitindo que os consumidores sejam capazes de encontrar os produtos da Cauda Longa e efetivamente comprá-los.

É dentro deste contexto que exploraremos a autopublicação, levando-se em conta principalmente o fato de que há espaço tanto para *best-sellers* quanto para autores desconhecidos e autopublicados no mercado editorial brasileiro. Afinal de contas,

A maioria dos filmes não é sucesso de bilheteria, a maioria das músicas não alcança as paradas de sucesso, a maioria dos livros não é de *best-sellers* e a maioria dos programas de televisão nem é avaliada com base em índices de audiência nem se destina ao horário nobre. (ANDERSON, 2006, p. 5-6).

Sendo assim, é perceptível que há, sim, espaço para a prática da autopublicação no mercado editorial brasileiro, mesmo que livros publicados dessa forma raramente tornem-se ou tenham vocação para serem *best-sellers*.

2.2 A prática da autopublicação

Se recapitularmos Roger Chartier (1998) do item 1.1.1, em que dissertamos a respeito do papel do autor, lembraremos que a diferença entre escritor e autor é de

que o primeiro é aquele que escreveu algum texto e, o segundo, aquele que publicou obras. Então, se é a publicação a responsável por tornar autor um escritor, podemos dizer que a prática da autopublicação implica no empoderamento do escritor a ponto de ser capaz de transformar, a si mesmo, em um autor.

A autopublicação, em outras palavras, é o processo da publicação de uma obra, qualquer que seja ela, sem o apoio de uma casa editorial tradicional – geralmente partindo do trabalho e esforço pessoais do autor. Podemos citar o artigo de Pablo Guimarães de Araújo (2011) para dizer que

a autoedição ou autopublicação não é uma prática nova, já foi utilizada por escritores consagrados no início de suas trajetórias e constitui o principal caminho dos autores denominados independentes, que por não conseguirem espaço no catálogo das editoras ou por discordarem das condições oferecidas ao autor nas cláusulas dos contratos de edição financiam parcial ou integralmente a edição de seus livros. (ARAÚJO, 2011, p. 1).

De fato, a autopublicação não é um fenômeno novo, e aplica-se a basicamente todo tipo de texto, do ficcional ao científico. Diversos autores clássicos tiveram seu primeiro contato com o mercado editorial pagando por suas edições de livros. Alguns exemplos são James Joyce, Marcel Proust e Charles Dickens, além de Lima Barreto, no Brasil⁴.

Dois motivos pelos quais um autor pode optar pela autopublicação: ele pode ter visto, nela, uma oportunidade – levando-se em consideração o total controle sobre a obra e as possibilidades de receber *royalties* maiores do que os que receberia na publicação tradicional –, ou pode, também, meramente ter sido esta sua única opção. Muitas vezes, a autopublicação não é necessariamente uma opção, mas o condicionamento de um mercado, como já explicado anteriormente, voltado para autores já conhecidos e *best-sellers* capazes de trazer mais lucro às editoras: “Apanhados em meio a essa estrutura financeira, os editores estão perceptivelmente – e compreensivelmente – menos dispostos a fazer uma aposta em um livro desafiador ou em um novo autor.” (SCHIFFRIN, 2006, p. 117).

Considerando-se a autopublicação como uma oportunidade, é perceptível que a porcentagem de lucros recebida por parte do autor torna-se muito maior nesta, do que na publicação por uma casa editorial tradicional. Habitualmente, em uma editora,

⁴ “Best-sellers originalmente lançados como livros autopublicados”, GDA Staff. Disponível em: <<http://www.guiadaautopublicacao.com.br/livros-best-sellers-originalmente-autopublicados/>>. Acesso em 13 out. 2014.

o autor recebe cerca de 25% sobre as vendas digitais e de 7 a 12% do preço de lista dos livros impressos; na publicação por conta própria, esse percentual pode chegar a 70% do valor das vendas⁵. Também deve-se considerar que os custos para a produção do livro tornam-se muito menores, principalmente se o autor fizer tudo por conta própria. Além disso, essa é uma das vantagens da prática: controle total do resultado do livro como produto.

Quando, no entanto, autores são incapazes de entrar no mercado editorial por meio de editoras tradicionais, a autopublicação pode se mostrar como uma das únicas alternativas para atingir o objetivo de publicar um livro.

A autopublicação supõe que o autor assumirá papéis que, no processo tradicional, seriam atribuídos a outras pessoas, sob a responsabilidade do editor. “Eliminando a intermediação até o leitor, o autor passa a desempenhar diferentes papéis, muitas vezes distantes da imagem tradicional de um autor.” (ARAÚJO, 2011, p. 8).

De fato, no processo da autopublicação, o autor não apenas precisará escrever o livro, mas, também, assumir todos os demais papéis necessários para a continuidade da produção do livro. Caso queira realmente fazer tudo de maneira independente, ele precisará arcar com os serviços de revisão, capa, diagramação, distribuição e *marketing*, além de, em alguns casos, a própria impressão. Por vezes, no entanto, o produto final originado dos esforços apenas do autor não atinge a qualidade esperada – sendo que, no mercado tradicional, cada um destes é realizado por profissionais devidamente instruídos e com experiência para fazer, por exemplo, uma revisão e preparação completas, um projeto gráfico de boa leitura, uma capa chamativa e de forte apelo junto do público, entre outros. A impressão profissional, também, é um ponto significativo, em contraste com os métodos artesanais pelos quais o livro passará, caso seja feito inteiramente pelo autor.

Através da busca pela qualidade do produto a ser entregue ao leitor muitos autores autopublicados procuram por profissionais da área editorial para realizar estes serviços. Quando feitos por pessoas com legítima experiência, o livro resultante torna-se muito mais bonito e agradável de ler, gerando, no público, uma resposta mais positiva por conta de sua apresentação mais elaborada.

⁵ “Autores optam pela autopublicação e aumentam seus lucros”, Leslie Kaufman. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/newyorktimes/106330-autores-optam-pela-autopublicacao-e-aumentam-seus-lucros.shtml>>. Acesso em 13 out. 2014.

Com o advento das mídias digitais e da própria Internet, podemos considerar que a autopublicação ocorre em dois níveis, baseados nas propostas e nos fluxogramas apresentados na página do Guia da Autopublicação⁶: a autopublicação tradicional e a nova autopublicação. O ciclo produtivo da autopublicação tradicional é apresentado na Figura 2.

Figura 2 — Ciclo produtivo da autopublicação tradicional.



Fonte: Autor, adaptado de <<http://www.guiadaautopublicacao.com.br/autopublicacao-tradicional-versus-nova-autopublicacao/>>. Acesso em 13 out. 2014.

Partimos do ponto em que o original já se encontra com o texto finalizado a partir da perspectiva do autor, seguindo, então, para o processo da edição. Como já dito, essa edição pode ser feita inteiramente por conta do autor ou com o auxílio de terceiros. Esse processo de edição compreende todos os itens listados anteriormente, exceto pela impressão.

Na etapa seguinte, o livro é impresso através de uma gráfica tradicional, em tiragens grandes ou pequenas – o que altera significativamente o preço do livro, já que uma tiragem pequena faz o preço unitário do livro aumentar; uma tiragem grande faz o preço diminuir, mas pode transformar o produto em um encalhe, caso o autor não seja capaz de vender todos os exemplares que imprimiu. “[...] fato que influencia o preço é a tiragem, que é a quantidade de exemplares impressos numa edição. O

⁶ “O que diferencia a autopublicação tradicional da nova autopublicação?”, GDA Staff. Disponível em: <<http://www.guiadaautopublicacao.com.br/autopublicacao-tradicional-versus-nova-autopublicacao/>>. Acesso em 13 out. 2014.

preço do livro aumenta à medida que a quantidade impressa diminui [...]” (FERNANDES; GONÇALVES, 2011, p. 45).

Depois de impresso, o livro do autor autopublicado, tradicionalmente, precisa ser vendido. Essa venda ocorre através de venda direta (do autor diretamente ao leitor) e livrarias. Com relação às livrarias, no entanto, é importante destacar que as grandes, em geral, apenas vendem livros que recebem por meio de distribuidores, assim como estes também são utilizados para se alcançar públicos diferenciados, como os do interior dos estados. “Fora das grandes capitais, o livro chega via distribuidores. Esses selecionam os livros, em geral, os best sellers, inviabilizando o contato da população com grande parte da produção editorial.” (FERNANDES; GONÇALVES, 2011, p. 48). A etapa da distribuição, portanto, é também uma das em que o autor independente terá de depender de terceiros, caso queira efetivamente atingir seu público-alvo.

Cabe ressaltar a importância do *marketing*, inserido no mesmo nível que as vendas. Na autopublicação também é atribuição do autor fazer com que seu livro seja conhecido pelo público e, a partir disso, seja lido. Antes da Internet, esse *marketing* era mais difícil de ser feito: muitas vezes o autor optava por produzir marca-páginas e *flyers*, ou entrar em contato direto com os leitores, para divulgar seu livro.

Com as ferramentas disponíveis a partir do advento das mídias digitais, no entanto, não apenas o *marketing*, mas praticamente todas as etapas do processo foram facilitadas, como evidencia André Schiffrin (2006):

Muito tem sido dito acerca do valor da internet como método de disseminação de informação. Com pequeno capital e treinamento mínimo, qualquer um pode criar um site, qualquer autor pode publicar seu trabalho, qualquer periódico científico pode começar a editar e talvez atingir um público de pessoas que pensam de modo semelhante ao redor do mundo. (SCHIFFRIN, 2006, p. 154).

É no contexto da Internet e das redes sociais que a nova autopublicação se faz presente, como veremos no fluxograma apresentado na Figura 3.

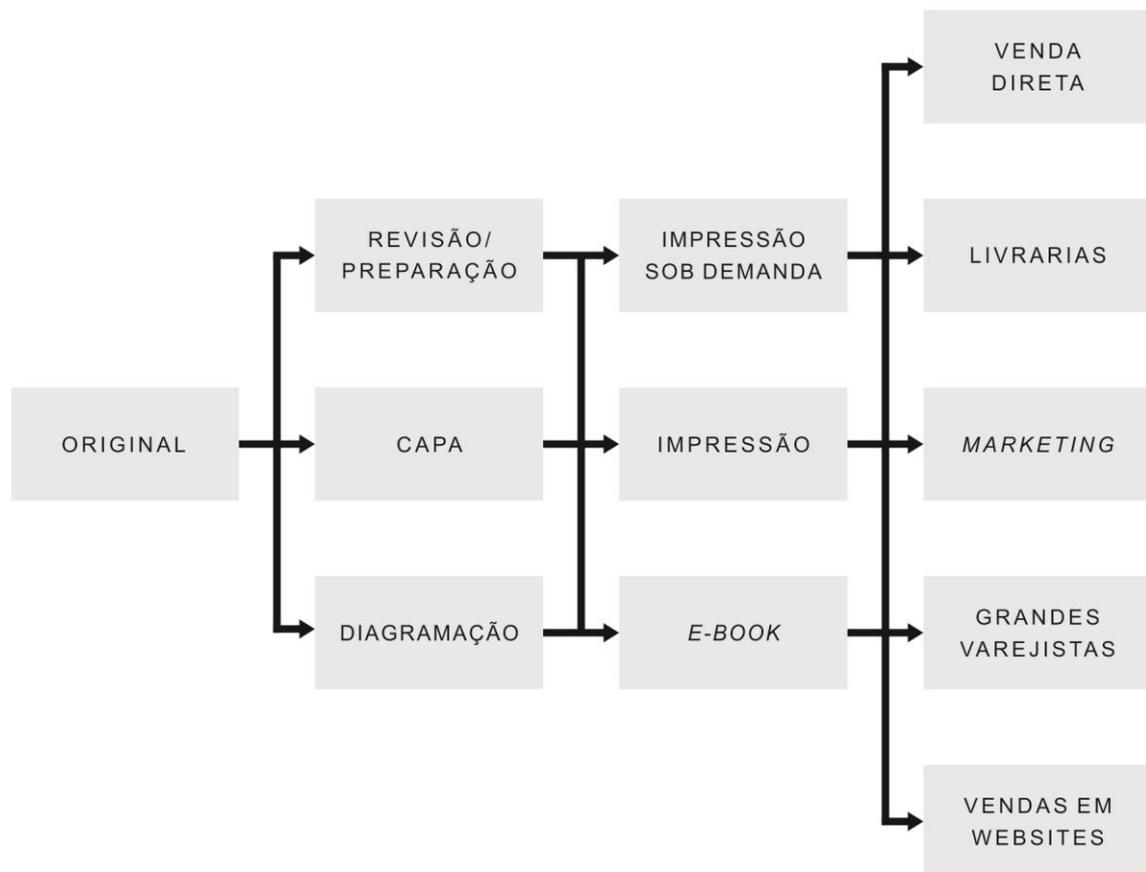
Para compreender como essas duas formas de executar a prática são diferentes, podemos recorrer outra vez ao artigo de Pablo Guimarães de Araújo (2011):

Não apenas as atribuições do editor sofrem alterações nesse novo modelo de autoedição. A impressão sob demanda e o comércio eletrônico solucionam

algumas das preocupações de muitos autores independentes, como impossibilidade de investimento financeiro na publicação, falta de espaço para armazenar um pequeno estoque de livros e um possível encalhe dos exemplares provocado pela dificuldade nas vendas. (ARAÚJO, 2011, p. 8).

Neste segundo modelo, a autopublicação apresenta-se com outras possibilidades, principalmente depois da etapa da edição – ainda que esta também se modifique, a partir de ferramentas *online* disponibilizadas por plataformas publicadoras, como veremos no item 2.2.1. Onde, na publicação independente tradicional, víamos apenas a opção de impressão em gráficas *off-set*, na nova autopublicação existem as opções de impressão por demanda e *e-book*.

Figura 3 — Ciclo produtivo da nova autopublicação.



Fonte: Autor, adaptado de <<http://www.guiadaautopublicacao.com.br/autopublicacao-tradicional-versus-nova-autopublicacao/>>. Acesso em 13 out. 2014.

A impressão por demanda (em inglês *Print on Demand*, razão pela qual é, por vezes, identificada pela sigla “POD”) é um método em que o livro somente é impresso

quando encomendado⁷. Esta técnica surgiu apenas com a tecnologia da impressão digital, que permite a eliminação das chapas de impressão presentes na técnica *off-set*, permitindo que determinado livro tenha apenas um exemplar impresso, caso apenas um exemplar seja adquirido.

O *e-book* trata-se do livro digital, feito apenas para ser lido em telas, independentemente de em qual tela a leitura será feita⁸. Nesta opção, portanto, um dos principais custos da publicação é anulado: a impressão. Desta forma, o autor pode investir mais dinheiro em outras etapas, permitindo que seu livro possa ser apresentado, ao leitor, de maneira mais profissional.

Na etapa das vendas, surgem as grandes varejistas de livros, como a Amazon, e as vendas por meio de *websites*.

Pode-se facilmente perceber que a principal diferença entre as duas formas de autopublicação está nas possibilidades de imprimir o livro por demanda ou disponibilizá-lo *online*, como *e-book*. Dentro dessas mudanças encontram-se empresas e *sites* responsáveis por auxiliar os autores em sua empreitada – algumas dessas empresas e *sites* são, inclusive, mantidos por editoras tradicionais. No item a seguir, listaremos algumas dessas plataformas.

2.2.1 Ferramentas e plataformas de autopublicação no Brasil

O mercado editorial brasileiro tem apresentado diversas ferramentas e plataformas para autores que desejem publicar suas obras independentemente. O Guia da Autopublicação⁹ fez uma listagem das principais plataformas disponíveis *online* até o dia 31 de Agosto de 2014, que servirá de base para a apresentada a seguir. As empresas selecionadas configuram as mais ativas e visíveis no mercado editorial brasileiro até o momento de sua listagem. As plataformas serão apresentadas em ordem alfabética, juntamente com os *links* em que se encontram disponíveis e uma breve descrição das possibilidades apresentadas por cada uma.

⁷ “Quanto custa a publicação independente?”, Maurem Kayna. Disponível em: <<http://www.guiadaautopublicacao.com.br/quanto-custa-a-publicacao-independente/>>. Acesso em 13 out. 2014.

⁸ “O que diferencia a autopublicação tradicional da nova autopublicação?”, GDA Staff. Disponível em: <<http://www.guiadaautopublicacao.com.br/autopublicacao-tradicional-versus-nova-autopublicacao/>>. Acesso em 13 out. 2014.

⁹ “Plataformas de autopublicação no Brasil”, GDA Staff. Disponível em: <<http://www.guiadaautopublicacao.com.br/materia-em-desenvolvimento-plataformas-de-autopublicacao-no-brasil/>>. Acesso em 13 out. 2014.

Bookess

Figura 4 — Logotipo da Bookess.



Fonte: <<http://www.bookess.com/>>. Acesso em 13 out. 2014.

A Bookess é uma plataforma brasileira que oferece a publicação através de *e-book* e livro impresso sob demanda, garantindo os direitos autorais. Possui uma rede de contatos com redes sociais para facilitar a divulgação dos livros. A utilização do *site* é inteiramente gratuita, mas serviços editoriais são oferecidos opcionalmente para os autores. Permite a venda em sua livraria própria ou, também, em grandes livrarias, através de pagamento de 50% dos *royalties* a elas; 20% fica com a Bookess. Para acesso a mais informações, é necessário o cadastro.

Bubok

Figura 5 — Logotipo da Bubok.



Fonte: <<http://www.bubok.pt/>>. Acesso em 13 out. 2014.

A Bubok é uma plataforma com sede na Espanha, mas atuante em diversos países, inclusive o Brasil. Permite a publicação de livros impressos por demanda e *e-book*. A publicação é gratuita, mas oferece serviços editoriais em pacotes que vão de R\$ 468,83 a R\$ 4.255,55 para incrementar a edição do livro. Na Bubok, o autor pode receber até 80% dos lucros gerados pela venda de seus livros, que são disponibilizados na loja *online* da empresa. O próprio autor pode decidir quanto deseja receber de direitos autorais.

Clube de Autores

Figura 6 — Logotipo do Clube de Autores.



Fonte: <<http://www.clubedeautores.com.br/>>. Acesso em 13 out. 2014.

Consagra-se como sendo o primeiro *site* brasileiro do tipo, permitindo a publicação gratuita de livros de forma 100% sob demanda. A publicação de livros é grátis, com a possibilidade de imprimir sob demanda ou disponibilizá-lo em *e-book* no próprio *site* Clube de Autores, e, inclusive, em grandes livrarias, conforme as condições de cada uma delas. O Clube de Autores não possui pacotes de serviços editoriais, mas um *site*, chamado Profissionais do Livro¹⁰, em que diversos profissionais estão à disposição para realizar os serviços editoriais necessários, como *freelancers*, mas através da própria empresa.

e-galáxia

Figura 7 — Logotipo do e-galáxia.



Fonte: <<http://www.e-galaxia.com.br/>>. Acesso em 13 out. 2014.

Publicando apenas *e-books*, o e-galáxia é uma plataforma brasileira que apresenta uma visão diferenciada para esse tipo de produto. Da mesma forma que o Profissionais do Livro, apresenta um catálogo de profissionais do mercado que fazem propostas aos autores para prestação de serviços editoriais. O autor escolhe alguma das propostas e pode acompanhar o processo de criação. Além de disponibilizar o livro em sua própria loja, o e-galáxia também distribui os *e-books* nas principais

¹⁰ <<https://profissionaisdolivro.com.br/>>. Acesso em 13 out. 2014.

livrarias digitais do Brasil. O autor recebe, pelos direitos autorais, 40% do valor de venda do livro.

Kindle Direct Publishing

Figura 8 — Logotipo do Kindle Direct Publishing.



Fonte: <<https://kdp.amazon.com/>>. Acesso em 13 out. 2014.

O KDP, como também é chamado, pertence à Amazon e permite que os usuários que já tenham uma conta publiquem rapidamente seus títulos, que aparecem em até 12 horas após a publicação na página da Amazon. A empresa não oferece serviços editoriais, mas tem ferramentas à disposição dos autores para que eles mesmos formatem seus livros, e faz, também, a conversão automática de outros arquivos no formato digital próprio Mobi. Os *e-books* são disponibilizados apenas na loja virtual da Amazon. O autor recebe até 70% dos lucros das vendas. A empresa é norte-americana, mas também atua no Brasil.

Kobo Writing Life

Figura 9 — Logotipo da Kobo Writing Life.



Fonte: <<http://ptbr.kobo.com/writinglife>>. Acesso em 13 out. 2014.

A Kobo é uma empresa canadense que, assim como a Amazon, disponibilizou sua plataforma de autopublicação no Brasil, onde firmou parceria com a Livraria Cultura. Os autores fazem o *upload* de seus originais, que são convertidos e publicados. Podem escolher em que locais do mundo seu livro poderá ser vendido, e os preços individuais ou um preço fixo que se altere conforme a moeda. O serviço é gratuito, mas não informa qual a porcentagem das vendas que o autor recebe.

PerSe

Figura 10 — Logotipo da PerSe.



Fonte: <<http://www.perse.com.br/novoprojetoperse/home.aspx>>. Acesso em 13 out. 2014.

É um portal de autopublicação brasileiro em que, basicamente, o próprio autor produz grande parte de seu livro. Também oferece serviços editoriais e pacotes, ainda que estes não apresentem os preços em primeira consulta. Os livros são impressos por demanda e/ou publicados como *e-book*, sendo ou disponibilizados na loja virtual da PerSe, ou apenas para o autor, que pode comprá-los impressos e vendê-los por conta própria. O site é gratuito, mas, nas vendas, cobra 25% dos *royalties*, com piso mínimo de R\$ 1,00.

publiki

Figura 11 — Logotipo da publiki.



Fonte: <<http://publiki.me/>>. Acesso em 13 out. 2014.

É uma plataforma brasileira de autopublicação e uma agência de serviços editoriais, além de trabalhar com empresas que não desejam ou não podem sustentar um aparato tecnológico de editora para publicar títulos pontuais ou para fins determinados. Oferece, aos autores, serviços para produção de livros impressos por demanda e *e-books*, além de serviços de *marketing* e vendas em diversas livrarias *online*, além de em sua própria livraria. A publicação não é gratuita, sendo necessário solicitar um orçamento para tanto.

Publique-se!

Figura 12 — Logotipo do Publique-se!



Fonte: <<http://www.saraiva.com.br/publique-se>>. Acesso em 13 out. 2014.

Pertencente à livraria brasileira Saraiva, o Publique-se é uma iniciativa para autopublicação que permite conversão de arquivos e envio rápido de originais. Trabalha com livros digitais, permitindo a venda para o mundo inteiro através do *site* da livraria Saraiva, mas não disponibiliza muitas informações – incluindo a de se o serviço é gratuito ou não.

Universo do Autor

Figura 13 — Logotipo do Universo do Autor.



Fonte: <<http://www.universodoautor.com.br/>>. Acesso em 13 out. 2014.

É o canal de autopublicação da Singular Digital, uma das empresas do Grupo Ediouro. Possibilita, basicamente, a impressão por demanda sob o selo editorial, mas sempre através de pacotes de serviços, do mais básico ao mais profissional, com preços entre R\$ 520,00 e R\$ 5.770,00. A publicação de livros digitais somente é contemplada no pacote mais caro. Os livros são vendidos, dependendo do pacote, na Loja Singular/Universo do Autor, e em outros canais de venda.

Widbook

Figura 14 — Logotipo do Widbook.



Fonte: <<http://www.widbook.com/>>. Acesso em 13 out. 2014.

É uma plataforma colaborativa para ler, escrever e publicar *e-books* gratuitamente. O *site* permite escrever o livro em suas próprias ferramentas *online* ou importar arquivos já prontos. Os direitos autorais permanecem com o autor, que pode publicar o livro antes de terminar de escrevê-lo, de forma a receber *feedback* dos leitores durante o processo de escrita. O *site* não tem informações acerca da venda dos *e-books*, o que permite supor que os livros não podem ser vendidos, nesta plataforma.

XinXii

Figura 15 — Logotipo da XinXii.



Fonte: <<http://www.xinxii.com/>>. Acesso em 13 out. 2014.

Plataforma líder de publicação na Europa, também disponível no Brasil. A publicação de *e-books* é facilitada por ser totalmente gratuita e sem exigência de contratos. Vender o *e-book* através de sua loja digital rende 40% do preço de venda líquido, para valores abaixo de determinado preço; e 70%, acima. Para venda em outras lojas virtuais, o valor pago ao autor é de 85% do valor recebido pelo XinXii por seus parceiros de distribuição. Não há venda de serviços editoriais.

A partir da listagem dessas plataformas, é possível perceber que os autores com pretensão de se publicar independentemente de casas editoriais possuem uma miríade de alternativas para fazê-lo. Há plataformas que permitem a impressão por

demanda, outras apenas a produção de *e-books*, ou mesmo ambos. Algumas vendem serviços editoriais para profissionalizar os livros, algumas apenas os distribuem e vendem – outras ainda prezam apenas pela distribuição gratuita, sem comércio. Resta a cada autor identificar qual é a sua demanda e, a partir disso, escolher qual a melhor plataforma e as melhores ferramentas para autopublicar suas obras, de maneira a atingir seu público-alvo, cativá-lo e ser, enfim, lido.

3 O EDITOR NA AUTOPUBLICAÇÃO

Após contextualizar a prática da autopublicação dentro do mercado editorial e compreender os papéis de autor, editor e sua mescla, passa-se, agora, à efetiva pergunta que se deseja responder por meio deste trabalho. Levando-se em consideração as modificações no mercado editorial e na forma de se produzir livros e, conseqüentemente, na facilitação deste processo não apenas para o editor mas, também, para o autor, a autopublicação encontra seu espaço e proporciona, aos autores, a possibilidade de produzirem seus livros do começo ao fim sem a interferência de um editor. Qual é a importância do editor em um mercado no qual os autores podem produzir e publicar seus livros de maneira independente?

É necessário tentar compreender se, em um mercado em constante transformação, composto cada vez mais por ferramentas e plataformas que empoderam o autor, o editor ainda é o agente mais indicado para *editar* um livro.

Procurando encontrar as respostas para estas perguntas, se buscou trabalhar com um questionário aplicado junto de componentes da primeira etapa da cadeia produtiva do livro, com o foco, principalmente, em suas experiências envolvendo o mercado editorial para, a partir delas, esclarecer até que ponto o autor pode ou mesmo deseja trabalhar sozinho na produção e edição de seus próprios livros.

3.1 O questionário sobre autopublicação

Segundo Antonio Carlos Gil (2010), “[...] na acepção científica, problema é qualquer questão não solvida e que é objeto de discussão, em qualquer domínio do conhecimento.” (p. 33). Neste trabalho, o problema a ser resolvido é o da importância ou não do editor em um mercado no qual o autor é capaz de produzir seu livro inteiro por conta própria.

Ainda segundo Gil (2010), “[...] hipótese é uma suposta resposta ao problema a ser investigado. É uma proposição que se forma e que será aceita ou rejeitada somente depois de devidamente testada.” (p. 41). Aqui, nossa hipótese é a de que sim, o editor continua sendo importante no mercado editorial e seu papel permanece sendo essencial para a produção de qualquer livro profissional, mesmo com as possibilidades apresentadas pela prática da autopublicação.

A utilização da ferramenta do questionário se justifica por sua fácil aplicação, que pode ser feita à distância, por correio ou e-mail, e a possibilidade de este ser respondido sem o auxílio ou interferência do pesquisador. Esta questão providencia maior acesso do pesquisador a autores espalhados geograficamente pelo Brasil, principalmente com a utilização do e-mail para alcançá-los mais facilmente. A ferramenta da entrevista também foi cogitada, mas optou-se pelo questionário devido à grande quantidade de respostas, à necessidade de tabulação rápida e facilidade no momento das respostas, além do tempo limitado disponível do pesquisador.

No questionário, ao contrário do que ocorre na entrevista, o valor das respostas encontra-se especificamente no texto escrito pelos respondentes, ou nas alternativas escolhidas por eles. Na entrevista, é possível analisar, também, as reações físicas e faciais do respondente às perguntas e a influência destas em suas respostas. “Num questionário, a informação obtida pelo pesquisador limita-se às respostas escritas a questões pré-determinadas.” (SELLTIZ, 1974, p. 267).

É compartilhado, porém, entre entrevista e questionário, o foco na descrição verbal do respondente. Utiliza-se sua resposta como ponto principal da pesquisa, sem recorrer-se, em geral, a fontes externas para comprovar ou não as palavras do questionado.

Na entrevista e no questionário dá-se um grande peso à *descrição verbal* da pessoa para obtenção de informação quanto aos estímulos ou experiências a que está exposta e para o conhecimento de seu comportamento. (SELLTIZ, 1974, p. 265).

Podemos conceituar a ferramenta do questionário, com o auxílio de Gil (2010):

Pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc. (p. 121).

É uma vantagem do questionário o fato de que a aplicação sempre ocorrerá, em termos gerais, da mesma maneira. Em uma entrevista, por exemplo, o entrevistador é capaz de adaptar e modificar as questões a partir das respostas já dadas pelo entrevistado. No questionário, o fato de as perguntas serem fixas garante que a aplicação será imparcial.

A natureza impessoal do questionário – frases padronizadas, ordem padronizada de perguntas, instruções padronizadas para o registro de respostas – assegura certa uniformidade de uma situação de mensuração para outra. (SELLTIZ, 1974, p. 268).

Com relação à construção da ferramenta de pesquisa, podemos considerar sua formulação como sendo baseada integralmente em perguntas.

[As perguntas] são muito adequadas para obtenção de informação sobre o que a pessoa *sabe, crê ou espera, sente ou deseja, pretende fazer, faz ou fez*, bem como a respeito de suas *explicações* ou *razões* para qualquer das coisas precedentes. (SELLTIZ, 1974, p. 273, grifo do autor).

Estas perguntas podem ser de dois tipos: abertas ou fechadas. Ainda segundo Selltiz (1974), as perguntas fechadas podem também ser chamadas de perguntas de “alternativa fixa”, em que as respostas são limitadas às alternativas apresentadas; as perguntas abertas destinam-se a permitir uma resposta livre, e não limitada por alternativas apresentadas. Na produção deste questionário sobre autopublicação, entretanto, utilizamos mesclas entre os dois tipos de perguntas. Em alguns casos, o autor deveria escolher determinada alternativa e, em seguida, justificar sua escolha, em uma espécie de pergunta aberta e fechada ao mesmo tempo.

Foram utilizadas, em dois casos específicos, questões que Gil (2010) chama de “dependentes”. Estas questões apresentam alternativas ou respostas que, se escolhidas ou respondidas de determinada forma, implicam em pular de uma questão para outra, de maneira a seguir um roteiro de respostas que contemple as possibilidades das experiências dos autores que respondem ao questionário.

Com todos estes pontos a respeito da ferramenta do questionário explanados e resolvidos, partimos, agora, à apresentação do questionário sobre autopublicação aplicado com os autores, de maneira a facilitar o entendimento da análise posterior.

O questionário foi elaborado de maneira simples, visando sempre a fácil compreensão dos enunciados e o fornecimento de respostas claras, fielmente ligadas às questões. Para tanto, sempre que possível, utilizou-se de linguagem simples em questões curtas e objetivas, tentando não dar margem para incompreensões.

O instrumento de pesquisa começa com campos a serem preenchidos pelos pesquisados para informar seus **nomes, data de nascimento, formação** e uma **lista**

de livros publicados¹¹. Além da informação do nome, a data de nascimento e formação são de grande importância implícita para o entendimento de quem são e qual a sua experiência de mundo e de profissão. Afinal de contas, se o autor for adulto, e não jovem, por exemplo, a probabilidade de possuir mais conhecimento para produzir seu livro é maior; o mesmo vale para a formação. Dependendo de sua escolaridade ou do curso superior que fez, sua habilidade para a produção da obra pode ser maior ou menor. Devemos levar em consideração que “[...] é possível fazer inferências a respeito de aspectos de sua atuação que não descreveu.” (SELLTIZ, 1974, p. 265).

Quanto à listagem de livros publicados, foi claramente expresso que os autores deveriam enumerar tanto os livros autopublicados quanto os publicados por casas editoriais tradicionais. A necessidade da listagem surgiu devido à dificuldade de se reunir informações consistentes sobre todos os livros publicados de maneira independente – que, muitas vezes, não figuram mais em sua plataforma original, ou não receberam divulgação adequada, entre outros.

O questionário foi dividido em três seções: sobre autopublicação, sobre publicação por meio de casas editoriais, e sobre semelhanças e diferenças entre ambos. Isto foi feito para que fosse mais fácil de distinguir, dentro das questões, a que se referia, por exemplo, a palavra “publicação”. Dentro da primeira seção, a palavra se referia à feita de forma independente; na segunda seção, sempre à tradicional.

A primeira questão, na seção sobre autopublicação, visa descobrir **o que levou o autor a autopublicar-se**, disponibilizando, para resposta, três alternativas: a “não obtenção de retorno positivo para publicação por meio de casas editoriais”; a “identificação de uma oportunidade, na autopublicação”, com espaço para descrição de que oportunidade seria esta; e a opção “outro”, também com espaço para descrição de que outro motivo o teria levado à publicação independente.

A segunda questão pede, ao autor, que **disserte sobre o processo de como ocorreu sua autopublicação**. Aqui, esperamos receber respostas específicas de todo o processo, desde a concepção do produto até sua venda, distribuição e divulgação.

A terceira questão visa esclarecer se o autor produziu o livro inteiro por conta própria ou **se contou com a participação, remunerada ou não, de terceiros**. As

¹¹ O recurso do negrito é usado, aqui, para evidenciar quais são as questões incluídas no questionário e facilitar, ao leitor, sua identificação em meio ao bloco de texto.

alternativas contemplam diversas funções presentes na cadeia produtiva do livro: “preparação de original”, “revisão”, “texto para orelhas e contracapa”, “projeto gráfico e diagramação”, “capa”, “impressão”, “*marketing* e divulgação”, “vendas”, “outra” (com espaço para descrever que função seria essa), e uma última opção para autores que “não receberam qualquer tipo de auxílio na produção de sua obra autopublicada”. Neste caso, o respondente deve pular para a questão número quatro, sendo, os desdobramentos da terceira questão, dependentes dela.

A pergunta 3.1 questiona se esses **terceiros são profissionais atuantes, com experiência ou formação na área editorial**, e as alternativas são “sim”, “não”, “não sei” e “outro”, também com opção para escrever complementos por extenso. A alternativa “não sei” foi inserida justamente para o caso de o autor não ter conhecimento específico a respeito desses terceiros e, assim, facilitar seu trabalho no momento de responder ao questionário. O enunciado 3.2 indaga se **a atuação desses terceiros foi condição fundamental para a publicação**, e suas alternativas são as mesmas da questão anterior.

A quarta questão contempla as **dificuldades sofridas pelos autores em seu processo de autopublicação**, considerando, neste momento, que eles passaram por dificuldades.

A quinta questão pergunta, aos autores, **como eles definiriam sua experiência com a autopublicação**, fornecendo as alternativas “satisfatória”, “indiferente” e “insatisfatória”. Há espaço para que os autores descrevam as razões para a alternativa escolhida.

Na sexta, o autor é questionado se **acredita que ter o respaldo de uma casa editorial poderia tê-lo auxiliado**. A primeira alternativa é “sim”, e pede a complementação por extenso, explicando em que aspectos isso poderia ter acontecido; as alternativas seguintes são “não”, “não sei” e “outro”, com espaço para descrição por extenso. É aqui que termina a primeira seção do questionário, abrindo-se a exclusiva sobre publicação por meio de casas editoriais.

Nesta segunda seção, o sétimo enunciado questiona se, **no caso dos livros publicados através de casas editoriais, foram estas que entraram em contato com o autor**. A primeira opção é afirmativa, e leva à questão 7.1; a segunda opção é negativa e faz o autor pular para a questão 7.2. A questão 7.1 é aberta e pergunta ao autor se **acredita que a autopublicação influenciou a iniciativa de contato por**

parte da editora. Na 7.2, também aberta, o autor deve responder **como ocorreu o contato e busca por uma editora, por sua parte.**

A oitava questão considera, assim como a quarta, que o autor teve dificuldades no processo de publicação com uma casa editorial tradicional, e pede para que ele ou ela responda, por extenso, **quais foram suas principais dificuldades na publicação por meio de uma casa editorial.**

A nona pergunta ao respondente **como este definiria sua experiência com a publicação por meio de uma casa editorial,** oferecendo as alternativas “satisfatória”, “indiferente” e “insatisfatória”, com espaço para descrição por extenso. Neste ponto é fechada a segunda seção do questionário.

A terceira e última seção, sobre semelhanças e diferenças entre os dois tipos de publicação apresentados, possui apenas duas perguntas. A número 10 é aberta, e pergunta **de que forma se assemelham e diferenciam, na opinião do autor, a autopublicação e a publicação através de uma casa editorial.**

A 11 indaga, a partir da experiência do autor, **qual das duas formas de publicação este acredita ser mais vantajosa e por quê,** com as alternativas “autopublicação” e “publicação através de uma casa editorial”, com espaço para justificativa por extenso.

Nesta questão o instrumento de pesquisa é encerrado. Para melhor compreendê-lo, sugere-se visualizá-lo na íntegra na seção dos apêndices, onde contam, também, com as respostas completas dos autores que o responderam. Como dito, o questionário foi formulado de maneira a contemplar questões pertinentes a este trabalho de pesquisa, de maneira a descobrir, a partir dos próprios autores, qual sua opinião acerca do trabalho do editor, ainda que com perguntas que não tratam especificamente deste assunto.

A enumeração de tarefas editoriais que os autores não foram capazes de realizar sozinhos serve para descobrir se estes estão realmente dispostos a assumir toda a responsabilidade pela publicação, ou mesmo se são capazes de fazê-lo. Questões como a que indaga se eles acreditam que ter o respaldo de uma editora teria facilitado a publicação também são extremamente importantes para descobrir se os respondentes creem que a arte da edição tornou-se desnecessária, com a prática da autopublicação, ou permanece sendo importante no mercado editorial.

A partir do questionário já pronto, partiu-se em busca de autores pertencentes a um grupo bastante específico, capaz de comparar as duas formas de publicação, que exploraremos no item a seguir.

3.2 Os autores respondentes

Para que o questionário fosse relevante e respondido com a maior precisão possível, por pessoas que tiveram experiências importantes dentro do mercado editorial, buscamos um grupo específico de autores para atenderem à pesquisa. Neste caso, foram autores que se autopublicaram e, posteriormente, publicaram seus livros – não necessariamente os mesmos que publicaram independentemente – por meio de casas editoriais tradicionais. Esses autores, portanto, têm experiências que interessam à pesquisa, e podem prover, ao questionário, respostas capazes de providenciar um conhecimento complexo e completo a respeito do assunto pesquisado.

Foram contatados dez autores pela Internet, através dos meios disponíveis e os canais de comunicação públicos dos autores. Foram utilizadas as redes sociais Twitter e Facebook e, em alguns casos, mensagens de *e-mail*. Os questionários foram enviados, em quase todas as ocasiões, através de *e-mails*.

Alguns autores não responderam às tentativas de contato; outros disseram-se impossibilitados de despender o tempo necessário para responder ao questionário – por conta de projetos em andamento como a própria escrita de livros –; em alguns casos, os autores se dispuseram a responder aos questionários, mas não mais o retornaram ao pesquisador. Por fim, apenas três dos dez autores puderam responder ao questionário. Embora pareça pouco, o número é satisfatório, principalmente considerando-se as experiências pessoais de cada autor e a análise qualitativa, e não quantitativa, dos resultados desta pesquisa.

Todos os perfis dos autores foram retirados, na medida do possível, de *sites* confiáveis, como os das editoras que os publicaram e mesmo da loja *online* da Amazon. Os autores que responderam ao questionário são os seguintes, listados em ordem alfabética:

Camila Moreira

“Camila Moreira, 26 anos, é taurina e estudante de Direito e Letras. Goiana de nascimento e mato-grossense de coração, a funcionária pública municipal começou a escrever nas horas vagas, no final de 2013. Originalmente publicado no formato digital, O Amor não tem leis é seu primeiro romance.”¹²

Livros publicados:

- “O Amor não tem leis”, Suma de Letras (2014)
- “O Amor não tem Leis - O Julgamento Final”, Suma de Letras (2014)

Maurício Gomyde

“Nasceu em São Paulo e mora em Brasília. Tem quatro livros lançados de forma independente (O MUNDO DE VIDRO, AINDA NÃO TE DISSE NADA, O ROSTO QUE PRECEDE O SONHO e DIAS MELHORES PRA SEMPRE). A MÁQUINA DE CONTAR HISTÓRIAS é o primeiro pelo selo Novas Páginas.”¹³

- “O Mundo de Vidro”, Autopublicação
- “Ainda não te disse nada”, Autopublicação
- “O Rosto que Precede o Sonho”, Autopublicação
- “Dias Melhores pra Sempre”, Autopublicação
- “A Máquina de Contar Histórias”, Editora Novo Conceito (2014)

Vanessa Bosso

“Vanessa Bosso é paulistana e adotou Ribeirão Preto como sede para a criação de sua filha e suas obras. Possui 11 livros publicados de forma independente e é um fenômeno de popularidade na publicação de livros digitais. O homem perfeito é o seu primeiro romance pelo selo Novas Páginas.”¹⁴

- “2012 Uma aventura no fim do mundo”, Editora Novo Século (2010)
- “O Elemental”, Editora Baraúna (2011)
- “O Imortal”, Editora Dracaena (2011)

¹² Disponível em: <http://www.objetiva.com.br/autor_ficha.php?id=956>. Acesso em 25 out. 2014.

¹³ Disponível em: <<http://www.editoranovaspaginas.com.br/autores/mauricio-gomyde>>. Acesso em 25 out. 2014.

¹⁴ Disponível em: <http://www.amazon.com.br/Homem-Perfeito-estar-algum-lugar-ebook/dp/B00NVQW95Y/ref=sr_1_1?s=digital-text&ie=UTF8&qid=1414259437&sr=1-1>. Acesso em 25 out. 2014.

- “Senhor do Amanhã”, Editora Dracaena (2011)
- “Possuída”, Editora Dracaena (2012)
- “O homem de todas as minhas vidas”, Autopublicação
- “A Aposta”, Autopublicação
- “A Aposta 2”, Autopublicação
- “Poção do Amor”, Autopublicação
- “A noite em que as estrelas caíram”, Autopublicação
- “O Homem Perfeito”, Editora Novo Conceito (2014)

Todos os três autores respondentes passaram pelas duas formas de publicação que gostaríamos de comparar, ainda que a Camila Moreira não tenha, em sua lista de livros publicados, o que publicou independentemente. Isso devido à utilização de outra plataforma, chamada Wattpad, com sede em Toronto e sem representação oficial no Brasil, mas utilizada também por brasileiros. Seu funcionamento é semelhante ao da plataforma Widbook.

Maurício Gomyde começou seu processo de autopublicação através do formato tradicional, imprimindo tiragens de seus livros e vendendo-os depois; em seguida, partiu para a impressão sob demanda e publicação pelo Kindle Direct Publishing.

Vanessa Bosso autopublicou-se depois de publicar com editoras tradicionais, e utilizou, em todos os casos, a ferramenta da Amazon.

É interessante notar como os autores não inseriram o ano de publicação de seus livros independentes, o que pode evidenciar algum tipo de falta de catalogação ou controle rígido de suas obras, por sua parte.

Apresentamos genericamente os respondentes e suas obras, e não entraremos em detalhes por conta do escopo deste trabalho ser o da experiência pessoal dos mesmos, sem necessariamente considerar sua trajetória e aspectos secundários a respeito de seu caminho no mercado do livro. Também serão desconsiderados aspectos específicos sobre suas obras, gêneros e temas, sua importância no mercado editorial e possíveis razões pelas quais foram publicadas. A única especificação é a de tratarem-se, todos, de autores situados na classificação de obras gerais, publicando livros de ficção.

3.3 Respostas ao questionário

Após contemplar todas essas questões pertinentes à criação do questionário e aos autores que o responderam, podemos, enfim, passar à etapa de examinar, analisar e interpretar as respostas dadas por eles.

Na entrada do formulário ficam, como já colocado, as questões a respeito da pessoa do autor. Além de informar seus nomes, datas de nascimento e listas de livros publicados, deveriam, também, indicar sua formação. Os três autores possuem Ensino Superior, ainda que Camila Moreira não o tenha finalizado. Levando em consideração as informações a seu respeito no *site* da editora Suma de Letras, vemos que ela cursa Direito e Letras. Maurício Gomyde é formado em Tecnologia da Informação e, Vanessa Bosso, em Publicidade, Propaganda e *Marketing*.

Ainda que tais informações pareçam triviais, é de fato importante perceber que, neste caso, a formação de Vanessa Bosso e Camila Moreira em áreas afins à produção editorial possam ter contribuído para maior facilidade no momento de, por exemplo, criar capas ou revisar o próprio texto. Ainda assim, não necessariamente a graduação nessas áreas determina a capacidade ou incapacidade do autor de produzir seu próprio livro.

3.3.1 Respostas à seção sobre autopublicação

Quanto à primeira verdadeira pergunta do questionário, todos os três autores marcaram a alternativa que afirmava terem visto, na autopublicação, uma oportunidade. No complemento à alternativa, os autores deveriam especificar qual oportunidade haviam visto na autopublicação.

Camila Moreira: “Mostrar meu trabalho e ser reconhecida através dele.”

Maurício Gomyde: “A oportunidade de desenvolver minha próprias estratégias de mercado e divulgação, aproveitando as mídias sociais.”

Vanessa Bosso: “Conquistar novos leitores devido ao baixo custo das obras publicadas digitalmente.”

A partir de suas descrições por extenso, podemos ver que cada um deles utilizou a prática em seu benefício de uma maneira própria. Para Camila Moreira, que jamais havia publicado um livro antes, a autopublicação foi o melhor caminho para ser

lida – ou seja, mostrar seu trabalho ao público –, com a esperança de receber reconhecimento por conta dele. Para Maurício Gomyde, que optou pela autopublicação antes mesmo de tentar publicar através de uma editora, a prática oferece a oportunidade de se divulgar e promover por seus próprios meios e méritos. A Vanessa Bosso, que já tinha livros publicados por meio de editoras, viu, na autopublicação, uma forma de alcançar mais leitores por conta do custo das obras digitais, menor do que as impressas. Todos os três visavam, portanto, o fim-último da produção de qualquer livro: atingir seu público leitor, serem lidos e, depois, reconhecidos por seu trabalho.

A respeito do processo de autopublicação, resposta da segunda questão, apresentaremos os textos dos autores em sua forma original.

Camila Moreira: “Eu comecei a escrever minha primeira história em novembro de 2013, quando os primeiros capítulos de O Amor não tem Leis foram postados na plataforma Wattpad. Devido ao grande número de acessos a história, uma editora especializada em autopublicados me convidou para lançar o livro na Amazon, proposta esta que aceitei, então, através do selo da TDL eu publiquei o meu primeiro livro na Amazon, em formato e-book. O livro se tornou um sucesso, ficando entre os e-books mais vendidos durante vários dias, onde ocorreu o convite da Editora Suma de Letras para publicação através de uma casa editorial.”

Maurício Gomyde: “Optei por me autopublicar desde o início. Nunca procurei editoras, em qualquer momento, nem com originais, tampouco com os livros já publicados. Nos dois primeiros títulos fiz tiragens em gráficas-padrão, sempre com a quantidade de 1.000 exemplares em cada uma delas. Utilizei os exemplares tanto na venda, para gerar a receita que cobriria novas tiragens, quanto com o intuito de promover o trabalho. Já os dois últimos autopublicados, comecei a fazer a impressão sob demanda, que permite pequenas tiragens a valores convidativos e ainda assim competitivos. Após a experiência da impressão sob demanda, os dois primeiros passaram, então, a integrar a estratégia como um todo.

“Atuei, especialmente, nas redes sociais mais conhecidas (Facebook, Instagram, Twitter, Skoob, Google+, etc.) e fiz parcerias com os blogs literários. Há uma série deles espalhados pelo País e que realizam o trabalho de disseminar as histórias.

“As vendas sempre ocorreram por uma loja virtual em meu blog (mauriciogomyde.com), por meio do PagSeguro, e, principalmente, via depósito bancário.

“A entrada na Amazon foi uma estratégia adotada, dentro do KDP (Kindle Direct Publishing).

“Ao mesmo tempo, algumas lojas virtuais de grandes redes (Saraiva, Cultura, etc.) também contaram com a venda dos livros online.”

Vanessa Bosso: “O processo é muito simples e rápido. Após a obra concluída, basta criar uma capa chamativa, diagramar e subir o arquivo no sistema da Amazon.”

Camila Moreira, como dito anteriormente, publicou suas primeiras histórias na plataforma Wattpad. Sua autopublicação foi diretamente na Internet, passando da autora diretamente ao leitor, sem qualquer tipo de intervenção, muito menos por parte de um editor. Isso ocorreu apenas na etapa seguinte, quando foi convidada a publicar através de editoras. Seu caminho foi, aparentemente, bastante facilitado por conta da rapidez com que atingiu seu público e a atenção despendida pelas editoras TDL e Suma das Letras em autores autopublicados com público cativo, como ela.

Maurício Gomyde, por sua vez, atravessou os dois modelos de autopublicação: a tradicional e a nova autopublicação. Fazendo o processo, primeiro, através de gráficas padrão e com livros impressos, tratava da divulgação e vendas por conta própria. Seguiu, depois, para a impressão sob demanda e, também, para a publicação digital na plataforma da Amazon. Nota-se que, como dito em sua primeira resposta, ele realmente tratou de gerenciar seu próprio público e entrar em contato direto com o mesmo, fazendo um trabalho intensivo para conseguir alcançar seus leitores para, então, ser convidado a publicar seu primeiro livro por casa editorial, por meio do selo Novas Páginas da editora Novo Conceito – voltado a jovens autores brasileiros.

Vanessa Bosso, já tendo publicado anteriormente por editoras, apenas explicitou o processo prático através da plataforma que utilizou, também o Kindle Direct Publishing. A ela, certamente, a cadeia produtiva do livro já encontrava-se mais clara, principalmente devido às suas experiências anteriores, o que fez com que seu caminho fosse encurtado e facilitado – pelo menos com relação ao planejamento e resolução de problemas. Possivelmente é esta a razão pela qual não estendeu-se muito em sua resposta.

Os autores responderam, na terceira questão, quanto às tarefas editoriais em que receberam auxílio de terceiros.

Camila Moreira: “Preparação de original; Revisão; Projeto gráfico e diagramação; Capa.”

Maurício Gomyde: “Revisão; Projeto gráfico e diagramação; Capa; Impressão.”

Vanessa Bosso: “Revisão; Projeto gráfico e diagramação.”

Aqui já podemos ver que os autores nem sempre estão plenamente preparados para produzirem seus livros *inteiramente* por conta própria. Mesmo que muitas vezes assumam etapas como as de divulgação, *marketing*, distribuição (mesmo que seja *online* ou pela própria plataforma digital), e até o de criação de capa, como no caso de Vanessa Bosso, todos utilizaram os serviços de terceiros para publicarem seus livros – assumindo, de certa maneira, seu papel de autores e relegando algumas das tarefas a outras pessoas.

Na questão 3.1, ainda sobre os terceiros, pergunta-se se estes são profissionais, com experiência ou formação na área.

Camila Moreira: “Sim.”

Maurício Gomyde: “Outro: Parte sim, parte não.”

Vanessa Bosso: “Sim.”

Mesmo que Maurício Gomyde tenha respondido que os terceiros são tanto profissionais quanto amadores, é perceptível a busca dos autores por pessoas qualificadas, capazes de dar a seus livros a qualidade necessária para chamar a atenção dos leitores e ser comprado e lido. O que pode mostrar, ainda com contornos não muito bem definidos, a sua necessidade ou *vontade* de assumir apenas as responsabilidades historicamente definidas como sendo do papel do autor.

Na questão 3.2, pergunta-se se a atuação destes terceiros foi condição fundamental para a publicação, para o que responderam:

Camila Moreira: “Sim.”

Maurício Gomyde: “Não.”

Vanessa Bosso: “Não.”

Ainda que os autores desejem utilizar o conhecimento de pessoas capacitadas, como dito acima, resta sempre o desejo de publicar, por quaisquer meios que sejam. No caso de Camila Moreira, possivelmente sua resposta se relaciona mais com a publicação pelo selo da TDL, como ela mencionou no processo, do que na publicação

pela plataforma Wattpad. O autor prioritariamente deseja que seu texto venha a público, e, muitas vezes, a maneira como isso é feito não é tão importante quanto o conteúdo e o fato de chegar ao leitor. Essa, possivelmente, é a razão pela qual a atuação dos terceiros não foi considerada, em geral, condição fundamental.

Com relação às dificuldades sofridas no processo de autopublicação, na questão quatro, responderam, os autores:

Camila Moreira: “A maior dificuldade é a inserção do livro autopublicado no mercado. Muitos leitores ainda são relutantes em aceitar novos autores, e o fato destes autores não possuírem editoras, acaba tornando um empecilho a mais para a aquisição da obra.”

Maurício Gomyde: “A distribuição em lojas físicas é o grande entrave à autopublicação, ainda.”

Vanessa Bosso: “Nenhuma dificuldade.”

Nesse caso, podemos perceber uma grande discrepância entre um autor que começou com a autopublicação e o que fez uso da prática após ser publicado por uma casa editorial tradicional. A diferença é mais evidente entre Camila Moreira e Vanessa Bosso: esta disse não ter sofrido dificuldades, enquanto aquela encontrou empecilhos principalmente no contato direto com o público, que ainda não a conhecia de nenhuma outra fonte – em outras palavras, poderíamos dizer que ela não tinha plataforma. Podemos notar, na resposta de Camila, a exposição de uma afirmação importante: a de que o fato de esses autores autopublicados não possuírem editoras fazer com que os leitores deem menos crédito às suas obras. O que confere, automaticamente – de acordo com a visão implícita da autora – maior autoridade a um livro que conta com um selo editorial em sua capa, ou o assinando. Aí aparece uma das primeiras evidências de que o editor é, sim, importante dentro do mercado editorial. Podemos perceber, no imaginário dos próprios autores independentes, a compreensão do papel do editor e sua importância tanto na etapa da produção quanto na da recepção, considerando o peso que o nome de uma editora confere a uma obra e, assim, à qualidade desta, permitindo que o leitor tenha o conhecimento de que ela é boa por, pelo menos, ter passado pelos filtros e seleção tradicionais de uma editora.

Quanto à resposta de Maurício Gomyde, podemos perceber, também, problemas de autores independentes com relação à distribuição, principalmente a de livros físicos. Com os *e-books* e alternativas *online* fica mais fácil de fazer o livro

chegar aos leitores, mas com os livros impressos a situação é mais complicada quando o autor não possui terceiros com experiência em distribuição para fazê-la por si. Neste caso, o auxílio de uma editora seria, com toda certeza, de grande valia.

A questão seguinte pergunta como os autores avaliariam suas experiências com a autopublicação.

Camila Moreira: “Satisfatória. Por que foi através da autopublicação que minha obra interessou uma grande editora, e hoje o livro está presente em praticamente todas as livrarias do país.”

Maurício Gomyde: “Satisfatória. Vendo bem meus livros e o trabalho que fiz me levou até uma grande editora do mercado.”

Vanessa Bosso: “Satisfatória. Atingi meus objetivos sem complicações.”

Além da questão óbvia de os autores quererem ser reconhecidos e lidos pelos leitores, é possível verificar aqui, também, que alguns autores que se publicam independentemente – mesmo sem pretensões iniciais de publicar por editoras tradicionais, como Maurício Gomyde – visam, ao fim do processo, a publicação através de uma casa editorial. Para Vanessa Bosso, a situação é diferenciada, devido à sua já comentada publicação anterior por editoras. Para os outros dois autores, porém, a autopublicação parece tratar-se, de certa forma, de um *meio* para alcançar uma publicação por editora.

A sexta questão é fundamental para a resolução dos problemas que alimentaram a feitura e pesquisa deste trabalho: pergunta se os autores acreditam que ter o respaldo de uma editora poderia tê-los auxiliado no processo de autopublicação.

Camila Moreira: “Sim. Para um autor iniciante, como eu, tudo acaba se tornando uma nova descoberta, e acho que é de suma importância, um profissional com qualidade e experiência te indicar qual caminho seguir e o que fazer.”

Maurício Gomyde: “Outro: Depende de como o autor entra na casa editorial. Não necessariamente consegue-se um contrato interessante que garanta a distribuição dos títulos. No meu caso, foi interessante ter passado pela experiência de 4 livros independentes, pois me ensinou muito sobre o mercado e sobre como me divulgar.”

Vanessa Bosso: “Sim. Posicionamento das obras no mercado, marketing direcionado e livros físicos com distribuição.”

Considerando as respostas de Camila Moreira e Vanessa Bosso, podemos inferir que a interferência do editor pode ser considerada um auxílio: capaz de guiar o autor pelo mercado e mostrar a ele as opções de que dispõe em sua publicação, além dos caminhos que pode seguir para alcançar o sucesso e atingir melhor seu público. Para Maurício Gomyde, no entanto, a experiência de publicação independente aparentemente melhorou seu conhecimento acerca do mercado, permitindo que construísse sua própria imagem de autor e agregasse experiências importantes. Ainda assim, em sua opinião, os autores se beneficiariam de uma parceria com uma editora tradicional, contanto que se conseguisse um contrato interessante – o que, segundo ele, não é necessariamente algo fácil, algo que justifica, também, sua escolha inicial pela publicação independente.

3.3.2 Repostas à seção sobre publicação por uma casa editorial

Na questão sete, perguntamos se, nos livros publicados através de editoras, o contato foi feito por parte destas.

Camila Moreira: “Sim.”

Maurício Gomyde: “Sim.”

Vanessa Bosso: “Sim.”

Tendo, todos, respondido “sim”, deveriam ir para a questão 7.1 e, depois, seguir para a 8. Na 7.1, pergunta-se se o autor acredita que a o fato de ter se autopublicado influenciou a iniciativa de contato por parte da editora.

Camila Moreira: “Com certeza. Foi através da autopublicação que a editora na qual estou hoje, conheceu a obra e se interessou pela mesma. Se hoje estou em uma grande editora, de renome internacional, é devido a autopublicação.”

Maurício Gomyde: “As editoras, atualmente, procuram os autores que já têm uma plataforma, que já têm público, que têm boa penetração nas mídias sociais. Acredito que o trabalho que venho realizando tenha sido fator a contribuir.”

Vanessa Bosso: “Não tenho dúvidas.”

Nestas respostas é importante notar que Camila Moreira acredita que a publicação independente foi uma forma de, ao mesmo tempo em que se mostrava aos

leitores, também mostrar-se para as editoras. De certa forma, também assim funciona a resposta de Maurício Gomyde, que levanta, aqui, um ponto a ser relevado no final do questionário tanto por ele quanto por Vanessa Bosso, a respeito do ciclo de vida de um autor autopublicado no mercado editorial. Com relação à questão da plataforma, é interessante notar como também pode-se ver uma espécie de legitimação da prática da autopublicação: a criação de público e plataforma, e reconhecimento por parte do mercado da figura do autor, antes de este ser publicado pela forma tradicional. A resposta de Vanessa Bosso é curta, mas clara.

Ainda que nenhum deles tenha sido requisitado a responder à questão 7.2, que deveria ser respondida apenas se a resposta fosse negativa para a sete, Camila Moreira a respondeu. Entretanto, seu texto confunde-se, em conteúdo, com o da questão 7.1, razão pela qual não será, neste momento, considerado.

A oitava questão indaga a respeito de dificuldades enfrentadas pelos autores no caso da publicação por meio de casas editoriais.

Camila Moreira: “Acredito que gira em torno das mesmas dificuldades de um autopublicado: a resistência por parte de alguns leitores em abrir espaço para novos autores e novas histórias. Principalmente quando se trata de autores nacionais.”

Maurício Gomyde: “Com apenas uma experiência, posso dizer que não tive nenhum problema, pois a editora gostou do texto e atendeu a praticamente todos os pedidos feitos por mim.”

Vanessa Bosso: “Editoras são empresas e se atentam ao lucro. Portanto, se um autor autopublicado se destacar, naturalmente será convidado a integrar o time de uma casa editorial tradicional.”

Camila Moreira levanta problemas pontuais a respeito do recebimento do novo autor por parte do público, tanto na autopublicação quanto na por uma editora – portanto, suas dificuldades não são inerentes ao processo de edição em si ou mesmo à figura do editor e sua interferência. A Maurício Gomyde a experiência não parece ter oferecido dificuldades – considerando sua resposta à mesma pergunta, mas acerca da autopublicação, pode-se perceber que, em sua opinião, a publicação por meio de uma casa editorial possui menos dificuldades. As levantadas na outra questão eram as de distribuição que, com o aporte da editora, certamente foram solucionadas. Vanessa Bosso não apresenta dificuldades claras em sua resposta, mas mostra, outra

vez, que autores autopublicados, em geral, visam a publicação por meio de casa editorial ao final do processo.

A última pergunta desta seção pede aos autores que classifiquem suas experiências com a publicação por meio de uma casa editorial.

Camila Moreira: “Satisfatória. Nunca imaginei que teria meus livros espalhados em livrarias do país inteiro, e esse é o grande sonho da maioria dos jovens autores, no qual através da editora eu consegui concretizar.”

Maurício Gomyde: “Satisfatória. Porque a editora colocou o livro em muitas lojas e fez um trabalho de editoração e diagramação interessante.”

Vanessa Bosso: “Satisfatória. Profissionalismo, marketing e distribuição.”

A partir dessas respostas, podemos ver que todos os três autores acreditam que tanto a prática da autopublicação quanto a publicação por meio de casas editoriais podem fornecer, ao autor, uma experiência satisfatória – ao invés de indiferente ou insatisfatória –, por diversos motivos. A Maurício Gomyde e Vanessa Bosso, a publicação por editora resolveu problemas enfrentados na autopublicação; a Camila Moreira, realizou um sonho específico de publicação de livros. Podemos notar uma tendência crescente em suas respostas que indicará, ao fim do questionário, qual das duas formas de publicação é considerada mais vantajosa pelos autores respondentes.

3.3.3 Respostas à seção sobre semelhanças e diferenças entre as duas formas de publicação

A penúltima questão pergunta de que forma se assemelham e diferenciam, na visão dos autores, as duas práticas.

Camila Moreira: “A maior diferença se dá na distribuição dos livros. Enquanto autopublicado, a venda se restringi a você, autor, ao contrário de uma editora, esta que faz a distribuição da obra em grandes livrarias, aumentando vendas e também publicidade.”

Maurício Gomyde: “A autopublicação é interessante para o autor aprender os segredos de como se produz e se divulga uma obra. A deficiência nítida fica a cargo da distribuição, ponto importante para que se alcance grandes vendagens. Acho que as duas formas têm prós e contras. Em uma editora, o autor deve se submeter aos

prazos e linha editoriais. Já no caso da autopublicação, as decisões são todas a cargo do próprio autor.”

Vanessa Bosso: “A autopublicação é excelente para o autor conquistar um público leitor e aperfeiçoar sua escrita. A casa editorial entra num segundo momento, quando o autor finalmente está pronto para o mercado tradicional.”

Camila Moreira apresenta um retrato bastante direto da maior diferença, em sua opinião: a distribuição. Segundo ela, o aporte de uma casa editorial é capaz de distribuir os livros em grandes livrarias, aumentando vendas e publicidade – algo que o autor independente dificilmente seria capaz de fazer, algo que se pode inferir de suas palavras. Maurício Gomyde repete a dificuldade de distribuição, além de apresentar a diferença com relação a compromissos e responsabilidades dentro da publicação por casa editorial, enquanto a autopublicação permite uma relação mais tranquila com a obra e o mercado editorial, sem cobranças, prazos ou linhas editoriais definidas, além de total liberdade para que a obra seja feita exatamente conforme o autor a imaginou. Vanessa Bosso antecipa, de certa forma, sua resposta à última pergunta, apresentando a autopublicação como uma etapa para o autor iniciante, que, depois, poderia seguir para o mercado tradicional, com editoras, quando estivesse “pronto” para ele.

A última pergunta do questionário é com toda certeza a mais importante, na medida em que demanda que os autores escolham qual das duas práticas de publicação acreditam ser mais vantajosa.

Camila Moreira: “Publicação através de uma casa editorial: A diferença nas vendas é enorme, enquanto autopublicada, principalmente quando se trata de livros físicos, geralmente os autores trabalham na casa de centenas de exemplares, enquanto pela editora, os exemplares da obra são elevadas a milhares, fazendo com que assim, gere mais lucros e também divulgação, onde seu livro chega a praticamente todas as pessoas que se interessam no país, tornando sua obra e você, como escritora, mais conhecidos.”

Maurício Gomyde: “Vejo vantagens e desvantagens em igual proporção, dependendo do estágio em que se encontra a carreira do autor. Entrar em uma editora de qualquer jeito pode ser uma furada, mas uma boa editora, que respeite o autor e aposte nele, é boa opção.”

Vanessa Bosso: “Ambas são benéficas para o autor. Primeiro vem a autopublicação para autores em formação. Em seguida, a publicação tradicional como um bônus.”

Camila Moreira considera a publicação através de uma casa editorial mais vantajosa, principalmente por conta do alcance de seus livros a partir da melhor distribuição e confiabilidade conferidas pelo selo editorial. A ela, a publicação por editora permite que o autor torne-se mais conhecido, na medida em que está em mais livrarias, é mais divulgado, através das ferramentas de que a editora dispõe, e gera mais lucro, permitindo que seu trabalho seja reconhecido financeiramente e suas responsabilidades na função do autor sejam devidamente atribuídas.

Maurício Gomyde não marcou nenhuma das opções, escolhendo por marcar uma terceira opção, que não constava no questionário original. Nesta, informa que acredita que ambas as práticas sejam válidas, dependendo do nível em que se encontra o autor. Seguindo seu fluxo de pensamento em todo o restante do questionário, é possível inferir que, a ele, a autopublicação serve, de certa maneira, como um treinamento para o mercado editorial tradicional, permitindo que o autor conheça melhor tanto sua obra quanto seu público, além de formas de trabalhar com este e aquela.

Vanessa Bosso apresenta uma enorme contribuição para este trabalho ao, subvertendo o questionário da mesma forma que Gomyde, não assinalar apenas uma, mas ambas as alternativas. Segundo ela, as duas formas de publicação são benéficas ao autor, como etapas a serem seguidas. Ela acredita que a autopublicação funciona como um teste para os autores habituem-se com o funcionamento do mercado para, em seguida, partirem para a publicação tradicional “como um bônus” – ou seja, reafirmando a noção de que a publicação por meio de casa editorial é, sim, o fim último desejado pelo autor autopublicado.

3.4 A autopublicação como uma ponte

Novos autores, a partir de algumas respostas dos respondentes, podem ter um caminho complicado ao longo de sua trajetória no mercado editorial brasileiro. Como disse Camila Moreira, os próprios leitores costumam ter resistência à leitura de autores brasileiros iniciantes, o que pode dificultar sua vida profissional. Isso, aliado à

tendência de busca cada vez maior por *best-sellers*, pode criar um abismo entre o novo autor e as casas editoriais tradicionais.

A autopublicação pode ser entendida de diversas maneiras, dentro de nosso mercado editorial. Uma delas é a considerada por Vanessa Bosso: uma oportunidade de expandir as fronteiras dos autores e, a partir dessa forma de publicação autônoma, agregar mais fãs e leitores em geral. Também funciona segundo a concepção de trabalhar à própria forma e preferência do autor na produção completa de seu livro, do início ao fim – como feito por Maurício Gomyde.

Neste trabalho, entretanto, identificamos uma vertente da autopublicação que responde à pergunta inicial e, também, confirma nossa hipótese de que o editor continua sendo relevante ao mercado editorial: a autopublicação como uma ponte.

Da mesma forma como Maurício Gomyde e Vanessa Bosso recusaram-se a escolher ou a publicação tradicional ou a autopublicação como prática mais vantajosa, podemos perceber que há espaço tanto para uma, quanto para outra, no mercado editorial. O trabalho do editor e as próprias editoras em si não são suficientemente ameaçadas pela autopublicação para tornarem-se obsoletos; ao mesmo tempo, a existência de editores não faz da autopublicação uma prática redundante ou irrelevante.

Se em um lado do abismo está o autor iniciante e, do outro, a editora, a autopublicação surge como a ponte que os une. Tanto o autor quanto o editor andam em direção ao centro da ponte, onde hão de se encontrar. No caminho, o autor adquire conhecimentos específicos e experiências importantes para sua posterior publicação por meio da casa editorial; o editor filtra textos bons e ruins segundo critérios próprios até encontrar com o autor e levá-lo para o outro lado do abismo. Mas para que isso aconteça, claro, é necessário muito trabalho, de ambas as partes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista tudo o que foi apresentado neste trabalho, com relação aos papéis de autor e editor no mercado editorial, o funcionamento deste próprio, a prática da publicação independente e o questionário aplicado com os autores independentes, é possível verificar que tanto a prática da autopublicação quanto a publicação tradicional são válidas e legítimas.

Como dito no fim do último capítulo, a autopublicação pode servir como uma ponte entre dois extremos do mercado editorial: novos autores, que nem sempre são contemplados com publicação por meio de casas editoriais antes de possuir uma plataforma adequada junto do público, e as editoras, que precisam de autores capazes de atingir o maior público possível e conquistar mais e mais leitores.

O papel do editor não se encontra ameaçado, a princípio, até porque sua atuação está marcada em diversos pontos da própria prática da publicação independente – ainda que não necessariamente da forma esperada. O trabalho do editor aparece em momentos nos quais os autores independentes utilizam os conhecimentos de terceiros (profissionais ou não) para dar mais qualidade a seus livros. Muitas vezes, esse conhecimento é vendido na forma de serviços editoriais, até mesmo diretamente nas plataformas de autopublicação *online*, por exemplo. Dificilmente os autores partem para a produção de seus livros de forma *totalmente* independente.

De qualquer forma, também é possível inferir que, no imaginário dos autores, a publicação tradicional por uma casa editorial é o fim desejado. Os três autores viram que a publicação independente chamou a atenção de grandes editoras, que, então, fizeram contato com cada um deles dando oportunidade de publicação. O fato de um livro ser assinado por um selo editorial ainda faz diferença para os autores, garantindo autoridade ao texto e qualidade ao livro como produto. Essa questão do imaginário é visível na satisfação de todos os autores com a publicação por meio de uma casa editorial, considerando diversos aspectos. Também podemos perceber que o editor é capaz de facilitar pontos da autopublicação que podem ser complicados quando o autor encontra-se sozinho, principalmente na questão da distribuição. Já tendo conhecimento de mercado e das técnicas e práticas de distribuição e divulgação, o

editor é capaz de atingir um público muito mais específico e abrangente, permitindo que o autor alcance quem deseja atingir: o leitor.

Por outro lado, a satisfação também é grande com o processo de autopublicação. Todos os autores consideraram a autopublicação uma prática capaz de empoderar o autor e permitir a ele entrar no mercado editorial e conhecer mais de perto seus leitores, apesar de ainda haver, sim, algumas dificuldades – como a resistência por parte do público e a distribuição, no caso do livro impresso. Dessa maneira, assim como o papel do autor e do editor, o autor-editor, responsável pela autopublicação, também é legitimado e válido.

Entre outras, a prática da autopublicação pode assumir a seguinte forma: como uma primeira etapa dentro do mercado editorial, para que o novo autor seja conhecido e reconhecido por seus leitores para, em seguida, ser publicado por uma editora tradicional como um “bônus”. De certa forma, a lógica desta questão considera que esse seria o fluxo natural do mercado editorial na ponta da produção, como se uma das etapas não influenciasse na outra durante o processo.

Por fim, notamos que é possível considerar que ambas as práticas são vantajosas e legítimas: tanto a autopublicação quanto a publicação por meio de editoras podem ser satisfatórias para os autores e, também, para os editores. Ainda que o mercado editorial tenha se modificado por conta deste tipo de prática, tanto o papel do autor quanto o do editor se mantêm relevantes historicamente. Nem um, nem outro deverá ser profundamente ameaçado pela prática da autopublicação – na verdade, é possível que o papel de ambos seja, por outro lado, fortalecido.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: Do Mercado de massa para o Mercado de nicho. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2006.

ARAÚJO, Emanuel. **A Construção do Livro**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; Brasília: INL - Instituto Nacional do Livro, 1986, p. 35-54.

ARAÚJO, Pablo Guimarães de. **Edições Independentes e Práticas Editoriais**: Novas Possibilidades de Publicação do Impresso ao Digital. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2032-1.pdf>>. Acesso em: 06 out. 2014.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro**: do leitor ao navegador. São Paulo: UNESP, 1998.

CHARTIER, Roger. **Cultura Escrita, Literatura e História**. Porto Alegre: ARTMED, 2001. P. 44-54

FERNANDES, Hélio Puglia; GONÇALVES, Marilson Alves. **Repensando o modelo de negócios do livro**: Estratégias operacionais para a gestão editorial. São Paulo: Com-Arte, 2011.

FOLHA DE S. PAULO. **Autores optam pela autopublicação e aumentam seus lucros**. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/newyorktimes/106330-autores-optam-pela-autopublicacao-e-aumentam-seus-lucros.shtml>>. Acesso em 13 out. 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª edição. São Paulo: Atlas, 2010.

GONÇALVES, Márcio. **O que aprender com os livros?**, In: GONÇALVES, Márcio; COUTINHO, Eduardo.(Orgs.). Letra Impressa: comunicação, Cultura e Sociedade. Porto Alegre: Sulina, 2009, pp. 83 - 104.

GUIA DA AUTOPUBLICAÇÃO. **Best-sellers originalmente lançados como livros autopublicados**. 2014. Disponível em: <<http://www.guiadaautopublicacao.com.br/livros-best-sellers-originalmente-autopublicados/>>. Acesso em 13 out. 2014.

GUIA DA AUTOPUBLICAÇÃO. **O que diferencia a autopublicação tradicional da nova autopublicação?** 2014. Disponível em: <<http://www.guiadaautopublicacao.com.br/autopublicacao-tradicional-versus-nova-autopublicacao/>>. Acesso em 13 out. 2014.

GUIA DA AUTOPUBLICAÇÃO. **Plataformas de autopublicação no Brasil**. 2014. Disponível em: <<http://www.guiadaautopublicacao.com.br/materia-em-desenvolvimento-plataformas-de-autopublicacao-no-brasil/>>. Acesso em 13 out. 2014.

GUIA DA AUTOPUBLICAÇÃO. **Quanto custa a publicação independente?** 2014. Disponível em: <<http://www.guiadaautopublicacao.com.br/quanto-custa-a-publicacao-independente/>>. Acesso em 13 out. 2014.

REIMÃO, Sandra. **Mercado Editorial Brasileiro 1960-1990**. São Paulo: Com-Arte: Fapesp, 1996.

SÁ-EARP, Fabio; KORNIS, George. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2005. Disponível em: <http://www.bndespar.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/ebook/ebook.pdf>. Acesso em: 06 out. 2014.

SCHIFFRIN, André. **O negócio dos livros**: como as grandes corporações decidem o que você lê. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

SCHIFFRIN, André. **O dinheiro e as palavras**. São Paulo: BEÍ Comunicação, 2011.

SCHWARCZ, Luiz. **O romancista que não sou**. 2010. Disponível em: <<http://www.blogdacompanhia.com.br/2010/09/o-romancista-que-nao-sou/>>. Acesso em 07 out. 2014.

SELLTIZ, Claire et al. **Métodos de Pesquisa nas Relações Sociais**. São Paulo: E.P.U. – Editora Pedagógica e Universitária Ltda., 1974.

TECMUNDO. **Autora escreve livros em tempo real no Google Drive**. 2012. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/google-drive/30279-autora-escreve-livros-em-tempo-real-no-google-drive.htm>>. Acesso em 12 nov. 2014.

APÊNDICES

APÊNDICE A — QUESTIONÁRIO RESPONDIDO POR CAMILA MOREIRA

QUESTIONÁRIO SOBRE AUTOPUBLICAÇÃO

NOME COMPLETO: Camila Moreira de Oliveira

DATA DE NASCIMENTO: 27/04/1988

FORMAÇÃO:

- Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental completo
- Ensino Médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo; Curso: _____
- Pós-graduação: _____

LIVROS PUBLICADOS:

- O Amor não tem leis, Suma de Letras (2014)
- O Amor não tem Leis - O Julgamento Final, Suma de Letras (2014)

SEÇÃO 1: SOBRE AUTOPUBLICAÇÃO

1 - O que o(a) levou a publicar seu livro através do processo de autopublicação?

- Não obteve retorno positivo para publicação através de casas editoriais;
- Viu, na autopublicação, uma oportunidade. Qual? Mostrar meu trabalho e ser reconhecida através dele.
- Outro: _____

2 - Disserte sobre o processo de como ocorreu sua autopublicação.

Eu comecei a escrever minha primeira história em novembro de 2013, quando os primeiros capítulos de O Amor não tem Leis foram postados na plataforma Wattpad. Devido ao grande número de acessos a história, uma editora especializada em autopublicados me convidou para lançar o livro na Amazon, proposta esta que aceitei, então, através do selo da TDL eu publiquei o meu primeiro livro na Amazon, em formato e-book. O livro se tornou um sucesso, ficando entre os e-books mais vendidos durante vários dias, onde ocorreu o convite da Editora Suma de Letras para publicação através de uma casa editorial.

3 - Você recebeu auxílio de terceiros na execução das tarefas editoriais (remunerado ou não) para produzir seu livro autopublicado? Se necessário, marque mais de uma opção.

- Preparação de original
- Revisão
- Texto para orelhas e contracapa
- Projeto gráfico e diagramação
- Capa
- Impressão
- Marketing e divulgação
- Vendas

- () Outra: _____
 () Não recebi auxílio de terceiros (**Pule para a questão 4**)

3.1 - Estes terceiros são profissionais atuantes, com experiência ou formação na área editorial?

- (x) Sim
 () Não
 () Não sei
 () Outro: _____

3.2 - Esta atuação de terceiros foi condição fundamental para a publicação?

- (x) Sim
 () Não
 () Não sei
 () Outro: _____

4 - Quais foram as suas principais dificuldades no processo de autopublicação?

A maior dificuldade é a inserção do livro autopublicado no mercado. Muitos leitores ainda são relutantes em aceitar novos autores, e o fato destes autores não possuírem editoras, acaba tornando um empecilho a mais para a aquisição da obra.

5 - Como você definiria sua experiência com a autopublicação?

- (x) Satisfatória. Por quê? Por que foi através da autopublicação que minha obra interessou uma grande editora, e hoje o livro está presente em praticamente todas as livrarias do país.
 () Indiferente. Por quê? _____
 () Insatisfatória. Por quê? _____

6 - Em sua opinião, ter o respaldo de uma casa editorial poderia tê-lo(a) auxiliado?

- (x) Sim. Em quais aspectos? Para um autor iniciante, como eu, tudo acaba se tornando uma nova descoberta, e acho que é de suma importância, um profissional com qualidade e experiência te indicar qual caminho seguir e o que fazer.
 () Não
 () Não sei
 () Outro: _____

SEÇÃO 2: SOBRE PUBLICAÇÃO POR UMA CASA EDITORIAL

7 - No(s) livro(s) que você publicou através de uma editora, foi a editora que entrou em contato com você?

- (x) Sim. (**Responda à questão 7.1 e siga para a 8**)
 () Não. (**Pule para a questão 7.2**)

7.1 - Você acredita que o fato de ter se autopublicado influenciou a iniciativa de contato por parte da editora?

Com certeza. Foi através da autopublicação que a editora na qual estou hoje, conheceu a obra e se interessou pela mesma. Se hoje estou em uma grande editora, de renome internacional, é devido a autopublicação.

7.2 - Como ocorreu o contato e busca por uma editora, por sua parte?

Na verdade, a editora Suma de Letras foi a primeira editora com a qual eu discuti minha obra. Como O Amor não tem Leis foi minha primeira história, e logo após a autopublicação a editora já entrou em contato comigo, eu acabei não procurando novas editoras.

8 - Quais foram as suas principais dificuldades na publicação por meio de uma casa editorial?

Acredito que gira em torno das mesmas dificuldades de um autopublicado: a resistência por parte de alguns leitores em abrir espaço para novos autores e novas histórias. Principalmente quando se trata de autores nacionais.

9 - Como você definiria sua experiência com a publicação por meio de uma casa editorial?

(x) Satisfatória. Por quê? Nunca imaginei que teria meus livros espalhados em livrarias do país inteiro, e esse é o grande sonho da maioria dos jovens autores, no qual através da editora eu consegui concretizar.

() Indiferente. Por quê? _____

() Insatisfatória. Por quê? _____

SEÇÃO 3: SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS ENTRE AS DUAS FORMAS DE PUBLICAÇÃO

10 - De que forma se assemelham e diferenciam, em sua opinião, a autopublicação e a publicação através de uma casa editorial?

A maior diferença se dá na distribuição dos livros. Enquanto autopublicado, a venda se restringi a você, autor, ao contrário de uma editora, esta que faz a distribuição da obra em grandes livrarias, aumentando vendas e também publicidade.

11 - Considerando sua experiência com as duas formas de publicação aqui apresentadas, você considera mais vantajosa a autopublicação ou a publicação por meio de uma casa editorial? Por quê?

() Autopublicação: _____

(x) Publicação através de uma casa editorial: A diferença nas vendas é enorme, enquanto autopublicada, principalmente quando se trata de livros físicos, geralmente os autores trabalham na casa de centenas de exemplares, enquanto pela editora, os exemplares da obra são elevadas a milhares, fazendo com que assim, gere mais lucros e também divulgação, onde seu livro chega a praticamente todas as pessoas que se interessam no país, tornando sua obra e você, como escritora, mais conhecidos.

APÊNDICE B — QUESTIONÁRIO RESPONDIDO POR MAURÍCIO GOMYDE

QUESTIONÁRIO SOBRE AUTOPUBLICAÇÃO

NOME COMPLETO: MAURICIO GOMYDE PORTO

DATA DE NASCIMENTO: 26/05/1971

- Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental completo
- Ensino Médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo; Curso: Tecnologia da Informação
- Pós-graduação: _____

LIVROS PUBLICADOS:

- O Mundo de Vidro; Autopublicado
- Ainda não te disse nada; Autopublicado
- O Rosto que Precede o Sonho; Autopublicado
- Dias Melhores pra Sempre; Autopublicado
- A Máquina de Contar Histórias; Editora Novo Conceito

SEÇÃO 1: SOBRE AUTOPUBLICAÇÃO

1 - O que o(a) levou a publicar seu livro através do processo de autopublicação?

- Não obteve retorno positivo para publicação através de casas editoriais;
- Viu, na autopublicação, uma oportunidade. Qual? A oportunidade de desenvolver minha próprias estratégias de mercado e divulgação, aproveitando as mídias sociais.
- Outro: _____

2 - Disserte sobre o processo de como ocorreu sua autopublicação.

Optei por me autopublicar desde o início. Nunca procurei editoras, em qualquer momento, nem com originais, tampouco com os livros já publicados. Nos dois primeiros títulos fiz tiragens em gráficas-padrão, sempre com a quantidade de 1.000 exemplares em cada uma delas. Utilizei os exemplares tanto na venda, para gerar a receita que cobriria novas tiragens, quanto com o intuito de promover o trabalho. Já os dois últimos autopublicados, comecei a fazer a impressão sob demanda, que permite pequenas tiragens a valores convidativos e ainda assim competitivos. Após a experiência da impressão sob demanda, os dois primeiros passaram, então, a integrar a estratégia como um todo.

Atuei, especialmente, nas redes sociais mais conhecidas (Facebook, Instagram, Twitter, Skoob, Google+, etc.) e fiz parcerias com os blogs literários. Há uma série deles espalhados pelo País e que realizam o trabalho de disseminar as histórias.

As vendas sempre ocorreram por uma loja virtual em meu blog (mauriciogomyde.com), por meio do PagSeguro, e, principalmente, via depósito bancário.

A entrada na Amazon foi uma estratégia adotada, dentro do KDP (Kindle Direct Publishing).

Ao mesmo tempo, algumas lojas virtuais de grandes redes (Saraiva, Cultura, etc.) também contaram com a venda dos livros online.

3 - Você recebeu auxílio de terceiros na execução das tarefas editoriais (remunerado ou não) para produzir seu livro autopublicado? Se necessário, marque mais de uma opção.

- Preparação de original
- Revisão
- Texto para orelhas e contracapa
- Projeto gráfico e diagramação
- Capa
- Impressão
- Marketing* e divulgação
- Vendas
- Outra: _____
- Não recebi auxílio de terceiros (**Pule para a questão 4**)

3.1 - Estes terceiros são profissionais atuantes, com experiência ou formação na área editorial?

- Sim
- Não
- Não sei
- Outro: Parte sim, parte não.

3.2 - Esta atuação de terceiros foi condição fundamental para a publicação?

- Sim
- Não
- Não sei
- Outro: _____

4 - Quais foram as suas principais dificuldades no processo de autopublicação?

A distribuição em lojas físicas é o grande entrave à autopublicação, ainda.

5 - Como você definiria sua experiência com a autopublicação?

Satisfatória. Por quê? Vendo bem meus livros e o trabalho que fiz me levou até uma grande editora do mercado.

- Indiferente. Por quê? _____
- Insatisfatória. Por quê? _____

6 - Em sua opinião, ter o respaldo de uma casa editorial poderia tê-lo(a) auxiliado?

- Sim. Em quais aspectos? _____
- Não
- Não sei
- Outro: Depende de como o autor entra na casa editorial. Não necessariamente consegue-se um contrato interessante que garanta a distribuição dos títulos. No meu caso, foi interessante ter passado pela experiência de 4 livros independentes, pois me ensinou muito sobre o mercado e sobre como me divulgar.

SEÇÃO 2: SOBRE PUBLICAÇÃO POR UMA CASA EDITORIAL

7 - No(s) livro(s) que você publicou através de uma editora, foi a editora que entrou em contato com você?

Sim. (**Responda à questão 7.1 e siga para a 8**)

Não. (**Pule para a questão 7.2**)

7.1 - Você acredita que o fato de ter se autopublicado influenciou a iniciativa de contato por parte da editora?

As editoras, atualmente, procuram os autores que já têm uma plataforma, que já têm público, que têm boa penetração nas mídias sociais. Acredito que o trabalho que venho realizando tenha sido fator a contribuir.

7.2 - Como ocorreu o contato e busca por uma editora, por sua parte?

O contato foi feito pela editora, então foi tranquilo, pois já havia o interesse mútuo.

8 - Quais foram as suas principais dificuldades na publicação por meio de uma casa editorial?

Com apenas uma experiência, posso dizer que não tive nenhum problema, pois a editora gostou do texto e atendeu a praticamente todos os pedidos feitos por mim.

9 - Como você definiria sua experiência com a publicação por meio de uma casa editorial?

Satisfatória. Por quê? Porque a editora colocou o livro em muitas lojas e fez um trabalho de editoração e diagramação interessante.

Indiferente. Por quê? _____

Insatisfatória. Por quê? _____

SEÇÃO 3: SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS ENTRE AS DUAS FORMAS DE PUBLICAÇÃO

10 - De que forma se assemelham e diferenciam, em sua opinião, a autopublicação e a publicação através de uma casa editorial?

A autopublicação é interessante para o autor aprender os segredos de como se produz e se divulga uma obra. A deficiência nítida fica a cargo da distribuição, ponto importante para que se alcance grandes vendas. Acho que as duas formas têm prós e contras. Em uma editora, o autor deve se submeter aos prazos e linha editoriais. Já no caso da autopublicação, as decisões são todas a cargo do próprio autor.

11 - Considerando sua experiência com as duas formas de publicação aqui apresentadas, você considera mais vantajosa a autopublicação ou a publicação por meio de uma casa editorial? Por quê?

Autopublicação:

Publicação através de uma casa editorial:

Vejo vantagens e desvantagens em igual proporção, dependendo do estágio em que se encontra a carreira do autor. Entrar em uma editora de qualquer jeito pode ser uma furada, mas uma boa editora, que respeite o autor e aposte nele, é boa opção.

APÊNDICE C — QUESTIONÁRIO RESPONDIDO POR VANESSA BOSSO

QUESTIONÁRIO SOBRE AUTOPUBLICAÇÃO

NOME COMPLETO: VANESSA RIBAS CHBANE BOSSO

DATA DE NASCIMENTO: 06/07/1976

FORMAÇÃO:

- Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental completo
- Ensino Médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo; Curso: PUBLICIDADE, PROPAGANDA E MARKETING
- Pós-graduação: _____

LIVROS PUBLICADOS:

- 2012 UMA AVENTURA NO FIM DO MUNDO - ED. NOVO SÉCULO (2010)
- O ELEMENTAL - ED. BARAÚNA (2011)
- O IMORTAL - ED. DRACAENA (2011)
- SENHOR DO AMANHÃ - ED. DRACAENA (2011)
- POSSUÍDA - ED. DRACAENA (2012)
- O HOMEM DE TODAS AS MINHAS VIDAS (AUTOPUBLICAÇÃO AMAZON)
- A APOSTA (AUTOPUBLICAÇÃO AMAZON)
- A APOSTA 2 (AUTOPUBLICAÇÃO AMAZON)
- POÇÃO DO AMOR (AUTOPUBLICAÇÃO AMAZON)
- A NOITE EM QUE AS ESTRELAS CAÍRAM (AUTOPUBLICAÇÃO AMAZON)
- O HOMEM PERFEITO - ED. NOVO CONCEITO (2014)

SEÇÃO 1: SOBRE AUTOPUBLICAÇÃO

1 - O que o(a) levou a publicar seu livro através do processo de autopublicação?

- Não obteve retorno positivo para publicação através de casas editoriais;
- Viu, na autopublicação, uma oportunidade. Qual? Conquistar novos leitores devido ao baixo custo das obras publicadas digitalmente.
- Outro: _____

2 - Disserte sobre o processo de como ocorreu sua autopublicação.

O processo é muito simples e rápido. Após a obra concluída, basta criar uma capa chamativa, diagramar e subir o arquivo no sistema da Amazon.

3 - Você recebeu auxílio de terceiros na execução das tarefas editoriais (remunerado ou não) para produzir seu livro autopublicado? Se necessário, marque mais de uma opção.

- Preparação de original
- Revisão
- Texto para orelhas e contracapa
- Projeto gráfico e diagramação
- Capa
- Impressão

- Marketing e divulgação
- Vendas
- Outra: _____
- Não recebi auxílio de terceiros (**Pule para a questão 4**)

3.1 - Estes terceiros são profissionais atuantes, com experiência ou formação na área editorial?

- Sim
- Não
- Não sei
- Outro: _____

3.2 - Esta atuação de terceiros foi condição fundamental para a publicação?

- Sim
- Não
- Não sei
- Outro: _____

4 - Quais foram as suas principais dificuldades no processo de autopublicação?
Nenhuma dificuldade.

5 - Como você definiria sua experiência com a autopublicação?

- Satisfatória. Por quê? Atingi meus objetivos sem complicações.
- Indiferente. Por quê? _____
- Insatisfatória. Por quê? _____

6 - Em sua opinião, ter o respaldo de uma casa editorial poderia tê-lo(a) auxiliado?

Sim. Em quais aspectos? Posicionamento das obras no mercado, marketing direcionado e livros físicos com distribuição.

- Não
- Não sei
- Outro: _____

SEÇÃO 2: SOBRE PUBLICAÇÃO POR UMA CASA EDITORIAL

7 - No(s) livro(s) que você publicou através de uma editora, foi a editora que entrou em contato com você?

- Sim. (**Responda à questão 7.1 e siga para a 8**)
- Não. (**Pule para a questão 7.2**)

7.1 - Você acredita que o fato de ter se autopublicado influenciou a iniciativa de contato por parte da editora?

Não tenho dúvidas.

7.2 - Como ocorreu o contato e busca por uma editora, por sua parte?

8 - Quais foram as suas principais dificuldades na publicação por meio de uma casa editorial?

Editoras são empresas e se atentam ao lucro. Portanto, se um autor autopublicado se destacar, naturalmente será convidado a integrar o time de uma casa editorial tradicional.

9 - Como você definiria sua experiência com a publicação por meio de uma casa editorial?

Satisfatória. Por quê? Profissionalismo, marketing e distribuição.

Indiferente. Por quê? _____

Insatisfatória. Por quê? _____

SEÇÃO 3: SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS ENTRE AS DUAS FORMAS DE PUBLICAÇÃO

10 - De que forma se assemelham e diferenciam, em sua opinião, a autopublicação e a publicação através de uma casa editorial?

A autopublicação é excelente para o autor conquistar um público leitor e aperfeiçoar sua escrita. A casa editorial entra num segundo momento, quando o autor finalmente está pronto para o mercado tradicional.

11 - Considerando sua experiência com as duas formas de publicação aqui apresentadas, você considera mais vantajosa a autopublicação ou a publicação por meio de uma casa editorial? Por quê?

Autopublicação: _____

Publicação através de uma casa editorial: _____

Ambas são benéficas para o autor. Primeiro vem a autopublicação para autores em formação. Em seguida, a publicação tradicional como um bônus.