



KINDLE DIRECT PUBLISHING: AS ETAPAS DA CADEIA TRADICIONAL DO LIVRO PRESENTES NA PRODUÇÃO DE UM LIVRO INDEPENDENTE POR MEIO DE UMA PLATAFORMA DE AUTOPUBLICAÇÃO

DOI: 10.48075/ri.v26i2.32950

Ana Claudia de Almeida¹
Jaimeson Machado Garcia²

RESUMO: Visando contribuir para a comunidade científica com uma análise crítica das plataformas de autopublicação, destacando suas limitações e potencialidades no contexto da cadeia de produção do livro, este artigo discute as etapas da cadeia de produção tradicional e sua aplicação no processo de publicação independente, com foco na plataforma *Kindle Direct Publishing*, da Amazon. Para isso, baseamo-nos na cadeia tradicional apresentada por Thompson (2013) e realizamos uma análise comparativa entre essas etapas e as da produção independente na plataforma mencionada. Metodologicamente, selecionamos e comparamos as etapas sugeridas por Thompson (2013) com as práticas de produção e divulgação no *Kindle Direct Publishing*. Os resultados indicam que, embora a plataforma ofereça uma narrativa de independência, o autor independente ainda permanece subordinado à plataforma em vários aspectos. Contudo, o *Kindle Direct Publishing* democratiza as ferramentas de produção, proporcionando uma reconfiguração significativa no processo de autopublicação.

Palavras-chave: Livro; Cadeia Produtiva do Livro; Autopublicação; Kindle Direct Publishing.

KINDLE DIRECT PUBLISHING: THE STAGES OF THE TRADITIONAL BOOK CHAIN PRESENT IN THE PRODUCTION OF AN INDEPENDENT BOOK THROUGH A SELF-PUBLISHING PLATFORM

ABSTRACT: Aiming to contribute to the scientific community with a critical analysis of self-publishing platforms, highlighting their limitations and potential within the context of the book production chain, this article discusses the stages of the traditional production chain and their application in the independent publishing process, focusing on Amazon's *Kindle Direct Publishing* platform. To this end, we base our study on the traditional chain presented by Thompson (2013) and conduct a comparative analysis between these stages and those of independent production on the mentioned platform. Methodologically, we selected and compared the stages suggested by Thompson (2013) with the production and dissemination practices on *Kindle Direct Publishing*. The results indicate that, although the platform offers a narrative of independence, the independent author remains subordinated to the platform in various aspects. However, *Kindle Direct Publishing* democratizes production tools, providing a significant reconfiguration in the self-publishing process.

Keywords: Book; Book Production Chain; Self-publishing; Kindle Direct Publishing.

¹ Doutoranda em Letras pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc). Bolsista PROSUC/CAPES. E-mail: acdalmeida@gmail.com.

² Doutorando em Letras pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc). Bolsista PROSUC/CAPES. E-mail: jaimesonmachadogarcia@gmail.com.

INTRODUÇÃO

As constantes evoluções das tecnologias digitais, especialmente nas derradeiras vinte décadas, vêm oportunizando a reconfiguração das tradicionais práticas editoriais. Dentre elas inclui-se a da auto-edição, que nos últimos anos passou por um processo de ressignificação graças à democratização das ferramentas de produção e de distribuição de livros, com aporte da reconfiguração dos mecanismos tecnológicos (Anderson, 2013). Por conta desse atual/novo contexto, compreendemos a auto-edição por meio de uma nova nomenclatura, denominada como autopublicação (Araújo, 2013).

Essa nova terminologia pode ser elucidada a partir da visão de Shirky (2011), que argumenta frisando que o ato de publicar nos dias de hoje pode significar um simples apertar de um botão em um site, blog, *app* ou qualquer outro tipo de plataforma on-line disponível no contemporâneo, que se sabe, está repleto de possibilidades digitais. Essa liberdade para publicar um texto oportuniza a relação direta entre os escritores e os leitores a um custo quase zero³. Ao mesmo tempo, retira a participação da editora como intermediadora cultural, uma função secular exercida por essa importante instituição presente na cadeia produtiva do livro.

É pensando nesse novo cenário editorial que passamos a nos indagar a respeito de quais as etapas da cadeia tradicional do livro estão presentes na produção de uma obra independente valendo-se de uma plataforma de autopublicação. Para responder a essa dúvida, delimitamos essa pesquisa a um estudo comparativo entre a cadeia produtiva do livro tradicional e o processo de produção por meio do *Kindle Direct Publishing*, plataforma de autopublicação da Amazon⁴.

Lançado em novembro de 2007, juntamente com o dispositivo de leitura digital Kindle, o *Kindle Direct Publishing* oferece aos autores uma estratégia argumentativa (Motta, 2013) de independência e emancipação em relação ao mercado editorial. Esse efeito de sentido construído pela plataforma pode ser visto na página inicial da plataforma⁵, a qual exacerba as vantagens que autor pode obter ao escolher o *Kindle Direct Publishing* como opção para se

³ Se desconsiderarmos o principal, que é o trabalho do autor, bem como os gastos com luz, aluguel, dentre outros.

⁴ A Amazon.com é uma empresa multinacional que se concentra no e-commerce, computação em nuvem, *streaming* e inteligência artificial. Segundo a Forbes (2024), durante o Fórum Econômico Mundial, em Davos, por meio da consultoria Brand Finance, na apresentação do ranking das marcas mais valiosas do mundo em 2023, a Amazon ficou em primeiro lugar, como a marca com maior capital: quase 300 bilhões de dólares.

⁵ Disponível em: https://kdp.amazon.com/pt_BR. Acesso em: 6 jan. 2019.

autopublicar. Dentre essas vantagens, destacamos: a possibilidade de publicar um texto em menos de cinco minutos; a chance de atingir diferentes mercados a nível mundial em um período de 24 a 48h; e a oportunidade de alcançar os milhões de leitores da Amazon. Em contrapartida, para se conseguir esses benefícios, 30% dos *royalties* por cada exemplar vendido ficam retidos pela plataforma.

A partir desse panorama geral em torno do *Kindle Direct Publishing*, desenvolvemos metodologicamente uma tabela baseada nos agentes e etapas que Thompson (2013) acredita estarem presentes no processo de produção tradicional de um livro. Essa tabela nos serviu como aporte teórico para compreendermos quais desses agentes e etapas podem estar presentes, também, durante a elaboração de um livro na plataforma de autopublicação da Amazon.

Assim, com o objetivo de facilitar a compreensão das diferentes etapas propostas pelo autor, separamos o processo de produção de um livro em três fases distintas. Essas três fases distintas nos serviram como categorias de análise para conseguirmos atingir os objetivos propostos para essa investigação acadêmica. Nesse sentido, definimos a primeira fase como inicial, composta pelas etapas de criação, aquisição e desenvolvimento de conteúdo, controle de qualidade, copidesque e edição.

Já a segunda fase designamos como intermediária, quando entra o design, a diagramação, a revisão, a impressão, o acabamento, as vendas e o marketing incluídas dentro dela. Por fim, a terceira fase, a qual denominamos como final, engloba as etapas de estocagem, venda de livros, venda por atacado e distribuição para instituições, como: bibliotecas, escolas, dentre outras, conforme a tabela abaixo.

Tabela 1 – Tabela comparativa entre as funções e etapas do processo de produção por meio do Kindle Direct Publishing (KDP) e por meio convencional a partir de Thompson (2013)

| Etapas propostas por Thompson (2013) | | Processo de produção convencional de um livro | Processo de produção por meio do <i>Kindle Direct Publishing</i> |
|--------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fase inicial | Criação de conteúdo | Responsabilidade do autor. | Responsabilidade do autor independente. |
| | Aquisição de conteúdo | Responsabilidade do editor ou <i>publisher</i> . | Não é necessário adquirir conteúdo. O conteúdo é desenvolvido pelo próprio autor independente. |

| | | | |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Desenvolvimento de conteúdo | Responsabilidade do editor ou <i>publisher</i> . | Responsabilidade do próprio autor independente. |
| | Controle de qualidade | Responsabilidade do editor ou <i>publisher</i> . | Responsabilidade do próprio autor independente. |
| | Copidesque | Responsabilidade do editor ou <i>publisher</i> . | Responsabilidade do próprio autor independente. |
| Fase intermediária | Edição + Design | Realizado por setores específicos das editoras ou por profissionais terceirizados. | Responsabilidade do próprio autor independente. |
| | Diagramação | Realizado por setores específicos das editoras (diagramadores) ou por profissionais terceirizados. | Responsabilidade do próprio autor independente. |
| | Revisão | Realizado por setores específicos das editoras ou por profissionais terceirizados e pelo próprio autor. | Realizada pelo próprio autor ou por profissionais terceirizados pagos pelo próprio autor. |
| | Impressão e acabamento | Terceirização do serviço, realizado por gráficas especializadas em altas tiragens. | Sem necessidade de impressão por se tratar de um livro digital. Caso haja vontade do leitor/consumidor, é possível imprimir por demanda em baixas tiragens. |
| | Vendas e marketing | Responsabilidade da própria editora. | Responsabilidade do autor, serviço disponível na própria plataforma. |
| | Fase final | Estoque e distribuição | Responsabilidade da editora e da distribuidora. |
| Venda de livros | | Responsabilidade das editoras e livrarias. | A venda de livros é feita por meio da plataforma Kindle Direct Publishing. |
| Venda por atacado | | Responsabilidade das editoras e distribuidoras. | Não tem. |
| Distribuição para instituições (bibliotecas, escolas, etc.) | | Responsabilidade das editoras e distribuidoras. | Não tem. |

Fonte: Autoria própria.

No entanto, antes de debatermos a respeito dessas três fases, tomamos como ponto de partida a constituição do campo editorial e a emergência de plataformas de [Ideação](#). *Revista do Centro de Educação, Letras e Saúde*. v. 26, n. 2, 2024. e-ISSN: 1982-3010.

autopublicação, como o *Kindle Direct Publishing*. Essa abordagem preliminar nos possibilitou visualizarmos os critérios para a demarcação das funções e papéis desempenhados pelos agentes e instituições que fazem parte do mercado editorial, uma vez que esses membros se encontram inseridos em um espaço simbólico constituído por diferentes formas relacionais, os quais possuem um objetivo em comum. Discorreremos sobre essas questões a seguir.

O CAMPO EDITORIAL E O *KINDLE DIRECT PUBLISHING*

Partindo das concepções de Bourdieu (2011) a respeito de campo e adaptando livremente aos seus propósitos, Thompson (2013) estabelece que o mundo editorial pode ser considerado igualmente como um. Na busca por corroborar sua afirmação, o autor estabelece quatro razões principais que o fazem acreditar nessa hipótese: a primeira delas se constitui pela pluralidade de campos que formam o mundo editorial, possibilitando a diversidade cultural de publicações (Thompson, 2013).

É graças a essa diversidade que são estabelecidos os critérios de avaliação da qualidade cultural das obras publicadas e da formação dos leitores. Isso porque, as grandes empresas editoriais e as redes de livrarias trabalham, de modo geral, por meio da cultura do *bestseller*. Ou seja, suas relações têm por objetivo comum a produção, distribuição e comercialização de livros com grandes potencialidades de vendas.

Essas interações entre os agentes e instituições são elencadas por Thompson (2013) como a segunda razão para justificar o motivo pelo qual o mundo editorial pode ser considerado como um campo. Elas podem ser categorizadas como relações de concorrência, cooperação ou independência, sendo definidas de acordo com a quantidade de poderes obtidos por cada um.

Os poderes obtidos pelos agentes e instituições são distribuídos por meio dos capitais que cada um detém, definindo as suas posições hierárquicas dentro do campo. Na perspectiva de Thompson (2013), o campo editorial é composto por cinco tipos de capitais, a qual podemos estabelecer de maneira geral como: o capital econômico, que se constitui a partir da quantidade de recursos financeiros acumulados pelos agentes ou instituições; o capital humano, que representa todos os indivíduos que compõem uma instituição e os conhecimentos adquiridos pelos mesmos; o capital social, que se caracteriza pela rede de contatos; o capital intelectual, que se refere ao controle e posse de conteúdos que um grupo

editorial detém; e, por fim, o capital simbólico, que representa o prestígio, o respeito e o reconhecimento adquirido pelas instituições ou agentes inseridos dentro do campo editorial.

Dentre os cinco tipos de capitais citados anteriormente, Thompson (2013) argumenta que o econômico e o simbólico são os mais importantes. Isso porque a aquisição de conteúdos de qualidade para publicações acaba gerando prestígio e respeito dentro do campo editorial. Por isso, quanto mais capital simbólico e econômico o agente ou instituição possuir, mais elevada a sua posição hierárquica será dentro desse espaço simbólico. Essas diferenças hierárquicas definidas a partir dos capitais distribuídos entre os agentes e instituições compõem a terceira razão elencada pelo autor para definirmos o mundo editorial como um campo.

Intrínseca a ela, encontramos também a quarta e última razão, a qual representa as regras que organizam e delimitam o campo editorial. Thompson (2013) explica que, por muitas vezes, as regras podem não ser capazes de explicar a lógica de funcionamento do campo editorial de forma clara e concisa, já que as encontramos em constante mudança devido às transformações dos mercados. Por isso, mesmo que os campos representem algo muito maior que os mercados, os mercados são partes importantes de alguns campos.

Em um breve retrospecto histórico a respeito do universo editorial, podemos perceber que o mercado de livros teve seu início séculos antes do desenvolvimento do próprio campo. Nos primórdios dos livros sob formato de códice, a produção e armazenamento dos exemplares se restringiam aos mosteiros, locais onde monges copistas reproduziam manualmente os textos disponíveis na época. Lyons (2011) remonta que monges interessados em estudos recebiam dinheiro para viajarem e adquirirem reproduções de textos de outros mosteiros que possuíssem atividades intelectuais. Por vezes, monges itinerantes estabeleciam estadia temporária nas abadias com o intuito de copiarem as obras para diversificarem os acervos de suas próprias bibliotecas.

No entanto, séculos mais tarde, a produção de livros, antes restrita a esses mosteiros, passou a ser feita de maneira mecânica em oficinas de impressão. Por conta da crescente erudição humanista e da difusão de universidades na Alemanha no século XV, foi necessário o desenvolvimento de novos mecanismos de reprodução seriada mais rápida do que as formas de manufaturas realizadas pelos monges copistas.

Fatores como as ferramentas tecnológicas disponíveis da época, e do apoio financeiro dos sócios Johann Fust e Peter Schöfer, possibilitaram o desenvolvimento da prensa de tipos móveis por Johannes Gutenberg nesse período, marcado pelo aumento significativo na demanda de livros. Apesar dos registros históricos datarem o nascimento dessa técnica de impressão na China do século XI, e na Coreia do século XII, os aspectos sociais e culturais desses países, como a burocracia, o caráter imóvel da sociedade chinesa e a significativa variedade de ideogramas, foram determinantes para a limitação dessa forma de impressão (Melot, 2012).

Diferente da China e da Coreia, a prensa de tipos móveis na Europa oportunizou mudanças significativas com surgimento da imprensa, que acabou se tornando uma “companheira inseparável da europeização do mundo” (Lyons, 2011, p. 63). Durante quase quatro séculos seguintes, essa forma manual de impressão desenvolvida por Gutenberg pouco mudou. Foi somente a partir do século XIX que a prensa de tipos móveis começou a coexistir com o início da mecanização do processo de impressão, possibilitando transformações significativas no mercado editorial.

Na visão de Lyons (2011), essa evolução do processo de impressão só foi possível graças a diferentes condições presentes da época, como os avanços do alfabetismo básico, que proporcionou o aumento do público leitor, e o início da construção de ferrovias, que oportunizou uma maior abrangência e rapidez nos serviços de distribuição/entregas com a introdução de serviços postais. É nesse novo contexto em que a cadeia produtiva do livro como a conhecemos atualmente começou a ser originada. Isso porque, dentre as transformações editoriais oriundas doravante a esse período, podemos citar o início do desenvolvimento de um sistema efetivo de *royalties* e *copyright* para os autores, que tinha por objetivo suprimir as edições piratas produzidas até então; a ascensão das livrarias, por conta do relaxamento dos órgãos de censura, que viam nessas lojas um espaço possível de subversão; e, principalmente, o surgimento da figura do editor como especialista e empresário do mercado de livros.

Contudo, o mercado do livro só se tornou um fenômeno global no final do século XIX e início do século XX, graças à introdução de novos mecanismos de produção. Dentre eles podemos destacar a criação do sistema de impressão por linotipo, que funcionava como uma máquina de escrever gigante e, posteriormente, a sua substituição pelo sistema de impressão

em *offset*, que fez com que o tempo e os custos de produção de um livro diminuíssem consideravelmente.

Mas, na metade do século XX, o mercado de livros passou por um período turbulento, marcado por “guerras, depressão econômica, escassez de papel e custos de mão de obra mais elevados impediram que se repetisse a explosão de fins do século XIX” (Lyons, 2011, p. 167). Para o autor, a recuperação só ocorreu com o fim da Segunda Guerra Mundial, quando a indústria editorial ocidental e oriental começou a tomar forma. É a partir desse período pós-guerra que iniciou a revolução digital, com o surgimento da internet e a popularização dos computadores pessoais graças aos microprocessadores.

De acordo com Lyons (2011), o impacto da revolução digital pode ser, por muitas vezes, comparável à invenção da prensa de Gutemberg. Isso porque os novos dispositivos de leituras e as novas formas de produção de texto vêm reconfigurando as antigas práticas editoriais. Dentre essas antigas práticas está a da auto-edição, que segundo Araújo (2013), passou por um processo de ressignificação, sendo atualmente mais conhecida como autopublicação.

Essa nova alcunha pode ser explicada por Shirky (2011) ao argumentar que, enquanto em um período analógico o ato de publicar representava a obediência a uma cadeia de produção, nesta nova era digital, publicar pode significar o simples apertar de um botão em um site de rede social, um blog ou quaisquer outras plataformas interconectadas, como no caso do *Kindle Direct Publishing*. Assim, a partir dessa perspectiva em torno do campo editorial, discorreremos a respeito das etapas da cadeia tradicional do livro que estão presentes na produção de uma obra independente por meio da plataforma de autopublicação *Kindle Direct Publishing*.

FASE INICIAL: CADEIA TRADICIONAL DO LIVRO IMPRESSO X KINDLE DIRECT PUBLISHING

A produção de um livro começa com a criação do conteúdo. Tanto na forma tradicional quanto na forma independente, e é de responsabilidade do autor — ou dos autores — a elaboração da matéria-prima. Isto é, a criação do texto. Na perspectiva de Melot (2012), o ofício de autor teve origem com o desenvolvimento do próprio livro, a partir do formato de códice. As dobras e a forma de encadernação possibilitaram estabelecer uma ideia de unidade

intelectual, possibilitando a projeção e, ao mesmo tempo, a transcendência das ideias do autor graças à materialidade do suporte.

Na cadeia de produção tradicional de um livro, o autor pode elaborar um texto por iniciativa própria ou por encomenda de editoras, que surge da necessidade de se buscar mercados ainda não atingidos, solicitando, assim, o desenvolvimento de narrativas que se encaixem com os gostos do público leitor daquele nicho (Thompson, 2013). Em paralelo à cadeia de produção tradicional de um livro, as produções independentes são originadas por diferentes razões. Dentre elas, podemos destacar as dificuldades de acesso às editoras, as recusas de editores e agentes literários em publicarem gêneros novos/incomuns, ou também a vontade dos autores independentes em terem o total controle sobre a produção de seus livros (Lupton, 2011). Ao término da criação do texto, então, começam as etapas de aquisição e desenvolvimento do conteúdo.

Na cadeia tradicional de produção de um livro, essas duas etapas vêm acompanhadas pelo controle de qualidade, que tem por objetivo corrigir e aperfeiçoar as narrativas da matéria-prima. É a partir delas que nasce o relacionamento entre três importantes agentes no desenvolvimento do livro: o autor, o agente literário e o editor — também denominado de *publisher*. Thompson (2013) explica que o agente literário se caracteriza como o profissional responsável por desenvolver o conteúdo do livro junto ao autor, buscando encontrar erros de narrativa ou qualquer outro eventual problema no conteúdo da obra. Além disso, cabe ao agente literário assegurar os direitos autorais do autor durante a assinatura do contrato para a publicação do livro. Em contrapartida, o editor tem por responsabilidade mais básica a aquisição de novos conteúdos e a construção do catálogo. É o editor o único agente da cadeia produtiva a acompanhar todas as fases de produção de um livro, o que justifica a sua importância para o mercado editorial. São também suas funções o investimento financeiro e a avaliação de riscos, o desenvolvimento do conteúdo e controle de qualidade da obra, além de cuidar do gerenciamento e coordenação das vendas e do marketing de novos lançamentos.

No contexto de produção independente por meio do Kindle Direct Publishing, a responsabilidade pelos direitos autorais do autor, uma das funções do agente literário, é assumida pela própria plataforma, que define os termos e condições dos interessados em se autopublicarem. Dentre eles está o estabelecimento de 35% de *royalties* por livros que

oscilam entre R\$ 1,99⁶ até R\$ 400,00, ou de 70% de *royalties* por livros que oscilam entre R\$ 5,99 até R\$ 24,99⁷.

Já o desenvolvimento do conteúdo da obra, outra função do agente literário, acaba ficando sob responsabilidade do próprio autor independente, uma incumbência que pode ser realizada por ele mesmo ou por terceiros (que o autor venha a contratar). Nessa etapa do processo de produção do livro, o autor também assume determinadas tarefas que na cadeia tradicional do livro ficam a cargo do editor. Além da construção do seu próprio catálogo, o autor tem a responsabilidade de compreender os riscos financeiros e coordenar as vendas e o marketing de suas obras.

Por fim, a última etapa da fase inicial de produção de um livro por meio da cadeia produtiva tradicional se caracteriza como a do copidesque. Essa etapa tem por objetivo revisar todo o texto e corrigi-lo, aperfeiçoando a matéria-prima do livro para que não haja erros ortográficos. Segundo Thompson (2013), esse trabalho é geralmente realizado por profissionais que compreendem profundamente as regras semânticas da língua portuguesa e/ou sobre os assuntos trabalhados no livro. Isso porque, muitas vezes, livros estrangeiros possuem especificidades técnicas de algumas áreas do conhecimento, como a Biologia ou a Medicina. Por conta disso, o texto passa por uma comissão que analisa se a tradução foi feita corretamente.

No contexto da produção independente, essa etapa pode ser realizada pelo próprio autor ou, novamente, por meio da terceirização do serviço. Por vezes, esse processo pode ser feito já durante a elaboração do texto, uma vez que encontramos a produção de um livro autopublicado centrado na figura do autor. Além disso, o *Kindle Direct Publishing* permite a atualização do livro indexado na plataforma, suprimindo a necessidade de erratas.

Assim, após terminada a fase inicial, passamos para as etapas de edição e design, diagramação, revisão, impressão e acabamento e vendas e marketing, as quais veremos a seguir.

⁶ De R\$1,99 até R\$ 400,00 para livro menor que 3 MB. Para livro maior ou igual a 3 MB, e menor que 10 MB, o mínimo é R\$ 3,99 e o máximo R\$ 400,00. E para livro com 10 MB ou maior, o valor mínimo é de R\$ 5,99).

⁷ Disponível em: <https://kdp.amazon.com/pt_BR/help/topic/G200634560>. Acesso em: 10 fev. 2024.

Ideação. *Revista do Centro de Educação, Letras e Saúde*. v. 26, n. 2, 2024. e-ISSN: 1982-3010.

FASE INTERMEDIÁRIA: CADEIA TRADICIONAL DO LIVRO IMPRESSO X *KINDLE DIRECT PUBLISHING*

A fase intermediária de produção de um livro por meio da cadeia tradicional tem seu início com a edição, que é sucedida pelas etapas de design e diagramação da matéria-prima. Essas três etapas definem o projeto gráfico do livro a partir da escolha das famílias tipográficas, das dimensões do suporte, da solicitação da ficha catalográfica e da definição de outros elementos paratextuais que dão características ao suporte. De acordo com Thompson (2013), essas etapas podem ser realizadas por setores específicos dentro de grandes ou pequenas editoras. O autor explica que, por vezes, elas podem ser terceirizadas conforme a demanda das editoras.

Já em um livro autopublicado por meio do *Kindle Direct Publishing*, a terceirização dessas etapas não é necessária, apesar de possível. Isso porque o *Kindle Direct Publishing* oferece ao autor a possibilidade de criar capas gratuitas para os livros através de uma ferramenta da própria plataforma⁸. Esse processo é ainda mais fácil por conta dos mais variados modelos disponíveis, que permitem a inserção do código ISBN e código de barras na contracapa, dando autonomia necessária ao autor para se autopublicar.

Com as etapas de edição, design e diagramação finalizadas, o livro é encaminhado para a revisão e, no caso da cadeia tradicional do livro, para a impressão. Comumente, as editoras terceirizam a etapa de impressão, já que, segundo Earp e Kornis (2005), são poucas as que possuem parques gráficos devido aos custos de manutenção dos maquinários. De acordo com os autores, a viabilidade do Plano Real na década de 1990, que estabilizou a inflação, possibilitou às editoras a impressão de livros no exterior que, por vezes, se torna mais barata do que no Brasil, devido aos custos de mão de obra.

No contexto de produção independente por meio do *Kindle Direct Publishing*, a etapa de impressão é praticamente inexistente, ou não muito comum. Apesar da plataforma ser voltada para os livros digitais, há a possibilidade de impressão dos livros. No entanto, a tiragem é significativamente baixa quando comparada à tiragem de livros impressos por uma pequena ou grande editora, e os custos por exemplar produzido são elevados.

A última etapa da fase intermediária de produção de um livro por meio da cadeia produtiva do livro é a das vendas e do marketing. Para Thompson (2013), essas duas andam

⁸ Disponível em: https://kdp.amazon.com/pt_BR/help/topic/G201113520. Acesso em: 10 fev. 2024.

Ideação. Revista do Centro de Educação, Letras e Saúde. v. 26, n. 2, 2024. e-ISSN: 1982-3010.

lado a lado, apesar de se distinguirem. A função do marketing em um modelo tradicional tem por objetivo fazer com que os livros lançados chamem a atenção dos leigos que, ao mesmo tempo, devem ser seduzidos a comprá-los. Enquanto isso, a etapa de vendas tem por intuito estabelecer quais clientes varejistas, como livrarias e lojas online, que receberão os futuros lançamentos da editora.

Para Earp e Kornis (2005), essas etapas são importantes na cadeia produtiva do livro por ser difícil estabelecer um público leitor. Segundo os autores, foi Arthur Schopenhauer⁹ quem constatou que, mesmo se comprasse todos os livros já produzidos, faltaria tempo de vida para lê-los. Por isso, conceituam os consumidores de livros em dois grupos: o primeiro é formado por bibliotecários – que têm por função a acumulação de livros – e os leitores das bibliotecas. Já o segundo grupo é formado por aqueles que leem em seus tempos livres, ou aqueles que leem por necessidades profissionais. Esse último grupo, na visão de Earp e Kornis (2005), é considerado uma maioria esmagadora.

Na produção de um livro independente por meio do *Kindle Direct Publishing*, a própria plataforma oferece diferentes serviços de vendas e marketing para os autores¹⁰. Sendo eles: 1- a possibilidade de comprar anúncios dentro do próprio site da Amazon; 2- disponibilizar o e-book gratuitamente por tempo limitado; 3- oferecer desconto por tempo limitado com contagem regressiva; 4- comprarem outras versões do livro por preço reduzido ao adquirirem uma delas; 5- permitir a solicitação do e-book até 90 dias antes da data de lançamento do mesmo; 6- realizar promoções em redes sociais, dando livros de presentes aos leitores em eventos ou enviando cópias para assinantes do boletim informativo; 7- oportunizar aos leitores a possibilidade de emprestar o livro para outras pessoas; 8- compartilhar link para a pré-visualização do livro no Kindle ou 8- disponibilizar uma amostra de capítulos para possíveis leitores.

Após realizadas as divulgações dos livros, passamos para a última fase de produção de um livro, composta por estoque e distribuição, venda de livros, venda por atacado e distribuição para instituições, como bibliotecas e escolas.

⁹ Arthur Schopenhauer foi um influente e conceituado filósofo alemão do século XIX.

¹⁰ Disponível em: https://kdp.amazon.com/pt_BR/help/topic/G201723090. Acesso em: 10 fev. 2024.

FASE FINAL: CADEIA TRADICIONAL DO LIVRO IMPRESSO X KINDLE DIRECT PUBLISHING

A etapa final entre a cadeia produtiva tradicional de produção de um livro e a produção independente por meio do *Kindle Direct Publishing* são as mais discordantes entre as outras últimas. Na cadeia produtiva tradicional do livro, o estoque e a distribuição têm por objetivo fazer com que os livros cheguem aos livreiros, aos clubes de livros, às bibliotecas de instituições de ensino e ao varejo em geral (Thompson, 2013). De acordo com Earp e Kornis (2005), o estoque e a distribuição são dois grandes problemas na cadeia produtiva do livro. Para os autores, essas duas etapas são as menos estudadas quando se trata da cadeia produtiva do livro.

No Brasil, é sabido que a distribuição de livros acontece por meio da consignação. Nesse sistema de vendas, os livros são entregues às distribuidoras, que fazem a estocagem dos exemplares. Ao serem vendidos nas livrarias, os acertos acontecem de 30 a até 90 dias após a comercialização deles. Este modelo traz como desvantagem a necessidade de uma tiragem significativamente grande para abastecer as livrarias do país inteiro, além dos riscos financeiros que esse sistema pode vir a acarretar.

Já na produção independente por meio do *Kindle Direct Publishing*, o estoque não é necessário. No caso da versão digital do livro, o leitor tem acesso ao produto na hora da compra, podendo lê-lo pelo computador, pelo smartphone ou pelo próprio dispositivo de leitura da Amazon, o *e-reader* Kindle. E mesmo adquirindo a versão impressa, o livro é produzido individualmente e enviado imediatamente ao leitor, sem a necessidade de estocagem.

No entanto, no que se refere à prática de pagamento aos autores, o sistema é semelhante à consignação trabalhada pelas editoras¹¹. A cada 60 dias, o *Kindle Direct Publishing* paga os *royalties* aos autores que atingirem o mínimo de US\$ 100,00 na venda de livros. Caso não atinjam o mínimo nesse período, a plataforma retém os valores obtidos até os próximos 60 dias e, assim, sucessivamente. Assim, a distribuição de livros para os leitores marca o final da cadeia produtiva do livro impresso e da cadeia de produção do livro por meio do *Kindle Direct Publishing*.

¹¹ Disponível em: https://kdp.amazon.com/pt_BR/help/topic/G200641050#schedule. Acesso em: 10 fev. 2024. *Ideação. Revista do Centro de Educação, Letras e Saúde*. v. 26, n. 2, 2024. e-ISSN: 1982-3010.

CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Como pode ser observado ao longo deste estudo, enquanto a cadeia editorial tradicional envolve múltiplos intermediários e etapas especializadas, o KDP capacita os autores a assumirem o controle completo desse processo, que vai desde a concepção do conteúdo até a distribuição global, de forma ágil e com custos reduzidos. A priori, podemos perceber que a própria plataforma da Amazon oferece um discurso de ordem narrativa de independência e emancipação em relação a essa alternativa de publicação independente. No entanto, podemos estabelecê-la como falaciosa, uma vez que o autor ainda está sob a sombra de uma instituição que possui um capital simbólico e financeiro maior que seu próprio.

Ainda assim, essa aparente autonomia democratiza, ao menos em parte, o acesso à publicação, anteriormente limitada a um número restrito de autores que passavam por *gatekeepers* editoriais. Nesse sentido, podemos notar que, enquanto a cadeia tradicional promove uma estrutura hierárquica com diversos agentes e processos específicos, o KDP permite uma abordagem mais direta e acessível, proporcionando flexibilidade e agilidade aos autores independentes.

Diante de tais questões, podemos dizer que ambas as cadeias de produção, a tradicional e a no *Kindle Direct Publishing*, oferecem vantagens e desvantagens. A primeira pode trazer mais tranquilidade e comodidade ao autor, por contar com todo um aparato de atores que contribuem para o processo de publicação de um livro da fase inicial até a fase final. Há mais olhares, especialidades e muitas mãos na confecção de uma obra. Logo, a chance de excelência e sucesso no processo como um todo é grande.

A segunda cadeia, a da autopublicação, pode proporcionar mais autonomia ao autor, em especial na fase intermediária, quando o autor pode ficar mais livre para tomar suas decisões como na escolha da capa, na edição e na revisão. Em contrapartida, essa liberdade traz junto mais tarefas laborais que vão além da arte, esta que é a joia e desígnio de todo processo: o fazer de um escritor. Fato é que em ambas as cadeias de produção o autor tem, de uma forma ou de outra, algum vínculo, alguma amarra com quem o publica. É por isso que podemos dizer que ele não está em um estado de independência. Ao menos, não total.

Embora este estudo tenha destacado as transformações significativas trazidas pela ascensão das plataformas de autopublicação como o KDP, enfatizando tanto as oportunidades quanto os desafios que acompanham essa revolução digital no campo editorial ao oferecer

uma visão crítica e atualizada das dinâmicas em jogo, é fundamental reconhecermos suas limitações e potenciais pesquisas futuras. Exemplo disso são os potenciais impactos socioeconômicos das mudanças tecnológicas no mercado editorial nem as implicações a longo prazo para a diversidade e qualidade literárias. Por isso, em estudos futuros, cabe investigarmos, por exemplo, como as plataformas digitais como o KDP influenciam a democratização do acesso à publicação e como isso pode afetar a ecologia literária global.

Outra questão importante é a de como as plataformas digitais são meios capazes de ampliar e promover uma maior diversidade de vozes e perspectivas literárias. Além disso, seria valioso investigar as estratégias de marketing e as dinâmicas de avaliação de usuários no sucesso comercial de obras autopublicadas. Essas áreas podem oferecer insights cruciais para entender como as tecnologias digitais estão remodelando não apenas a produção e distribuição de livros, mas também a recepção e o consumo literário em escala global.

Pesquisas como a aqui registrada e as possíveis de serem desdobradas a partir dela, além de documentar as mudanças na dinâmica de produção e distribuição de livros, também contribuem para uma compreensão mais profunda das implicações socioeconômicas e culturais dessas transformações. Por isso, partimos da análise de como o *Kindle Direct Publishing* permite aos autores um controle sem precedentes sobre seus processos criativos e comerciais: para abrir novas perspectivas para investigações sobre democratização da publicação e diversidade literária em um contexto digital globalizado.

AGRADECIMENTOS: Agradecemos à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), cujo fomento por meio do Programa de Suporte à Pós-Graduação de Instituições Comunitárias de Educação Superior viabilizou esta pesquisa sob a forma de bolsas de estudo para os autores.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, C. *A Cauda Longa*. São Paulo: Elsevier, 2008.

ARAÚJO, P. G. de. *Uma tecnologia na mão e uma ideia na cabeça: pequenas editoras, autores independentes e novas possibilidades de publicação de livros*. Dezembro de 2013. 128 páginas. Dissertação (mestrado) – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte.

BOURDIEU, P. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

EARP, F. S.; KORNIS, G. *A Economia da Cadeia Produtiva do Livro*. Rio de Janeiro: BNDES, 2005.

FORBES. As-10-marcas-mais-valiosas-do-mundo. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2023/01/as-10-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2023>. Acesso em 10 fev. 2024.

LUPTON, E. *A produção de um livro independente - Indie Publishing: um guia para autores, artistas e designer*. São Paulo, Edições Rosari, 2011.

LYONS, M. *Livro: uma história viva*. São Paulo: Editora Senac, 2011.

MELOT, M. *Livro*, São Paulo: Ateliê Editorial, 2012.

SHIRKY, C. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, c2011. 210 p.

THOMPSON, J. B. *Os Mercadores de Cultura: o mercado editorial no século XX*. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

Recebido em 14 de fevereiro de 2024.

Aprovado em 09 de julho de 2024.

