

Autores que publicam em plataformas digitais de autopublicação: liberdade ou dependência?¹

Thaís Afonso de JESUS²
Vítor Souza Lima BLOTTA³
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

Apresentamos neste artigo resultados parciais de pesquisa com autores independentes que atuam em plataformas digitais de autopublicação. Estamos buscando compreender o perfil de quem escreve nessas plataformas, para pensar os possíveis impactos na produção editorial brasileira trazidos por esse segmento, que inicialmente apresentou-se como um cenário atraente e aberto para novos profissionais, com menos barreiras de ingresso no mercado e já com uma alternativa comercial adaptada para o ambiente digital. Em termos teóricos, valemo-nos dos resultados de revisão de literatura sobre autopublicação digital e capitalismo de plataforma, seguido de estudo empírico quantitativo e qualitativo. Como resultados, além dos dados e uma reflexão sobre o perfil e interesses desses autores, problematizamos ao final a ambivalência de sua busca por maior independência e liberdade, enquanto enfrentam limitações contratuais e dependências tecnológicas em relação às plataformas de autopublicação.

Palavras-chave: autores independentes; autopublicação; autoria; *self-publishing*.

Introdução

Este artigo apresenta parte dos resultados da Dissertação de Mestrado “Plataformas digitais de autopublicação: Reflexões sobre processos criativos e editoriais”, a ser defendida em meados de outubro de 2020 no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, pela Escola de Comunicações e Artes da

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Ciências da Comunicação da ECA-USP, e-mail: thaisafonso@usp.br.

³ Professor Doutor do Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA-USP, e-mail vitor.blotta@uol.com.br.

Universidade de São Paulo ECA USP. A dissertação como um todo buscou compreender algumas das transformações trazidas pelas plataformas digitais de autopublicação sobre a indústria editorial, por meio de pesquisa quantitativa e qualitativa com editores, plataformas e autores. Este trabalho específico apresenta os resultados no que tange à pesquisa com os autores dessas plataformas no Brasil, na busca por compreender seu perfil, suas motivações e condições de trabalho.

A base teórica do estudo consistiu em revisão de literatura sobre características da autopublicação e as mudanças que o segmento da autopublicação digital trouxe para a indústria e o mercado editoriais, bem como algumas reflexões sobre o conceito de capitalismo de plataforma, sobretudo no que tange aos modelos de negócio das plataformas, no uso de dados, nas formas contratuais e de trabalho, buscando subsidiar a interpretação dos dados a partir de uma pergunta de fundo: as plataformas digitais de autopublicação têm trazido uma força democratizando para o setor, no sentido de serem fontes de maior diversidade para a indústria e maior autonomia dos autores?

Nos tópicos abaixo procuramos discutir essas questões por meio de breve síntese da revisão de literatura feita na Dissertação, seguido por considerações metodológicas do estudo empírico com os autores, e de uma parte final com que reúne alguns dos resultados principais e discussão.

Autopublicação e autopublicação digital

A autopublicação que pode ser compreendida como a publicação de uma obra pelo seu autor está entre os esforços de autores para a produção e a distribuição de seus livros. A maior característica desse processo é que a produção, a publicação e a circulação de uma obra é executado por determinação de seu autor.

De modo geral, a autopublicação digital se apresenta como um objeto de estudo que requer atenção e pesquisas mais amplas, pois uma série de transições e revisões nos papéis atores do processo editorial estão passando sendo impactados, fator que por si só já sinaliza que na indústria reverberam as transformações do cenário que implicam em novas formas de difusão, consumo e preservação das obras.

No Brasil, o mercado de autopublicação ampliou e diversificou a oferta de serviços de publicação e comercialização de obras (impresas e digitais). Como exemplo no cenário nacional podemos citar *Clube dos Autores*, *Bibliomundi*, *Simplíssimo*, *PerSe* e *Publique-se*. Destacamos ainda a editora de autopublicação *Labrador*. As livrarias

Saraiva e Cultura lançaram no Brasil o *kobo (e-reader)*. As plataformas de atuação internacional *Kindle Direct Publishing* e *Blurb* também abriram filiais no país. E entre as livrarias digitais que atuam no mercado nacional ofertando obras autopublicadas estão, principalmente, *Amazon, Google Play, Ibookstore, Cultura e Kobo*.

No mercado editorial brasileiro, encontramos diversas opções atuando no segmento que variam entre editoras, lojas e empresas que prestam serviços de produção, publicação e/ou distribuição de livros digitais autopublicados. Dentre as quais relacionamos: *Bibliomundi; Bookess; Bookserie; Blurb; Clube de Autores; e-Galaxia; Escrytos*, da editora *Leya; KDP*, da Amazon; *Kobo Writing Life*, da Kobo; *Labrador; Liberio; Lura Editorial; PerSe; Publique-se*, da Saraiva; *Simplíssimo; Smashwords; Wattpad; Widbook*, além do *Google Play* e da *Apple Store*, que apenas comercializam livros de autores independentes. São, portanto, 18 serviços voltados a auxiliar diretamente os autores independentes. Se somamos ainda os dois que apenas atuam na venda das obras, chegamos a marca de 20 serviços de autopublicação disponíveis atualmente.

Para que possamos compreender melhor as diferenças entre a autopublicação e a publicação tradicional, primeiro precisamos retomar o processo pelo qual a publicação convencional opera, neste modelo, são as editoras que recebem ou planejam os projetos editoriais, ou seja, elas possuem autonomia para encomendar autores, temas, estilos, de acordo com a linha editorial da casa. Na publicação tradicional cabe à editora o papel de selecionar entre os originais que recebe ou encomenda as obras que irá publicar. A editora decide como, onde, para quem e porquê publicar. Todo o trabalho e responsabilidade sobre divulgação, distribuição e comercialização das obras, nesse modelo, é da editora. Então, a participação dos autores junto às editoras, muitas vezes é limitada, nem sempre prevalece a decisão do autor sobre os processos editoriais da obra que são gerenciados pelas editoras, visto que são elas que investem e pagam por essas publicações.

Já na autopublicação, todas essas tarefas que são coordenadas e operadas pela editora passam a ser assumidas pelo autor, ou seja, ao contrário do modelo tradicional, em que o comando da publicação é compartilhado com um editor, na autopublicação o autor controla (e muitas vezes executa) todas as etapas do desenvolvimento e produção da obra, incluindo design, preço, distribuição, marketing e relações públicas. Ele pode realizar essas atividades ele mesmo ou terceirizar com empresas especializadas essas tarefas, mas cabe ao autor as decisões e o gerenciamento das etapas de produção.

Arévalo, Garcia & Díaz (2014) definem a autopublicação como:

A publicação de qualquer livro ou recurso multimídia pelo autor da obra, sem a intervenção de um terceiro estabelecido como editor. O autor é responsável pelo controle de todo o processo, incluindo o design, formatos, preço, distribuição e marketing. O que pode ser feito pelo mesmo ou através de empresas que oferecem esses serviços (ARÉVALO; GARCIA; DÍAZ, 2014, p. 01).

Não ter um trabalho editorial de seleção da obra é uma das principais características que distinguem a publicação tradicional da autopublicação. Conforme mencionamos há dois tipos de autopublicação: um em que o próprio autor (*self-publishing*, indies, ou independentes) prepara e leva ao público a sua obra, sendo ele quem a escreve, edita, publica e distribui, e outro no qual o autor encomenda todo ou parte do processo com empresas que oferecem serviços de edição, impressão, revisão, diagramação, design e promoção do título, ou seja, terceirizar essas tarefas. A busca por essa autonomia no processo editorial é a principal motivação dos autores nesse segmento. Nossa pesquisa aponta que o desejo de liberdade e de luta dos autores contra o sistema, esbarra com sua dependência das plataformas digitais e dos contratos de adesão.

Pagar todos os custos de produção de sua obra é outro aspecto a ser enfatizado e que diferencia a autopublicação da publicação tradicional. O próprio autor ao custear todas as despesas para a produção do seu livro ele passa a deter além dos direitos morais e patrimoniais da obra, os de exploração comercial do livro.

Considerando a grande variedade de opções para quem deseja publicar, Friedman (2019), classificou as alternativas possíveis para novos autores, e definiu:

Autopublicação e autopublicação assistida: Eu defino isso como publicação por conta própria (com ou sem assistência) ou pagando para publicar. Eu dividi os caminhos da autopublicação em abordagens empreendedoras ou do tipo faça-você-mesmo (*do it yourself* - DIY), nas quais você basicamente inicia sua própria editora e contrata e gerencia diretamente toda a ajuda necessária e modelos assistidos, onde você entra em um acordo ou contrato com um serviço de publicação ou um editor híbrido (FRIEDMAN, 2019).

Já na definição de Araújo (2011) a autopublicação constitui-se num processo de publicação de uma obra partindo do trabalho e do esforço pessoais do seu autor:

(...) 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).

E autores independentes, na visão de Virginio e Nicolau (2014), são “aqueles que não possuem contrato ou vínculo com editoras para publicação de obras”. Em sua pesquisa eles relacionam os benefícios da autopublicação digital para quem está ingressando na carreira literária, e entre eles destacam: a) custo reduzido de produção; b) maior alcance da publicação; c) distribuição e lucratividade, nesse caso, o retorno financeiro para o autor a partir da venda das obras.

Autopublicação digital no capitalismo de plataforma

Nas últimas décadas, com as tecnologias digitais de informação, temos acompanhado a autopublicação se tornar, cada vez mais, a primeira escolha para muitos autores apresentarem suas obras. Não são apenas os autores que acreditam neste caminho, há editores, que veem no segmento uma tendência e crescimento a ponto de termos no futuro na mesma proporção de leitores e de autores independentes.

As alternativas de autopublicação digital tornou mais fácil gerenciar as estratégias promocionais das obras sem a necessidade de uma editora ou uma curadoria específica para as promover e todos esses aspectos tornou mais simplificado o processo de publicar, favorecendo o acesso de novos autores ao mercado. Bitencourt (2019) defende que os autores independentes, em plataformas digitais, podem oferecer seus títulos em idiomas diferentes, estabelecer os valores de cada obra e disponibilizar o conteúdo em formatos de arquivo predefinidos pela plataforma desejada, escolhendo o sistema de remuneração que mais o satisfaça.

Vemos então que no contexto de uma crescente corporativização da indústria editorial, a autopublicação digital de livros pode ser uma solução para autores iniciantes (e outros) ingressarem no ramo (DILEVKO & DALI, 2006). As alternativas da autorpublicação digital favorece os autores independentes, pois eles podem, junto com as pessoas em rede, criar conteúdo fora das instituições estabelecidas, que não necessariamente sancionam esse tipo de produção, ou seja, não dependem mais da validação das editoras para publicarem (LAQUINTANO, 2010). Além disso, esse modelo de publicação favorece a possibilidade de visibilidade e notoriedade de uma obra. Em função dos desafios do mercado editorial digital brasileiro, o maior motivador para um escritor expor suas obras em plataformas de publicação independente é trazer notoriedade para suas obras com o propósito de atrair a atenção de uma editora (CUNHA, 2016) para que possa ser publicado num mercado ainda mais estruturado.

A busca por ser uma alternativa com menos barreiras de ingresso, há na autopublicação também uma espécie ideal de autonomia, liberdade e independência quando um autor opta por esse caminho. É como um posicionamento “contra a ordem”, de desafio aos modelos pré-estabelecidos de legitimação de uma obra, uma espécie de resistência à opressão do mercado editorial. Essa voz alternativa também se expressa como caminho apresentar uma diversidade criativa, manter histórias com personagens e/ou enredos incomuns, lidar com temas e públicos minoritários ou excluídos, uma forma de novos autores buscarem encontrar seus leitores sem uma fronteira de legitimação editorial. Talvez nem os próprios editores conheçam esses leitores e não saibam que essas obras teriam espaço no mercado.

Entretanto, autores como Camacho (2013) acreditam que os autores iniciantes deveriam optar sempre por começar com a publicação por meio de editoras tradicionais, assim evitariam alguns erros pela falta de conhecimento dos processos, e com isso correriam menor risco de apresentação em suas obras. Segundo ele, há apenas duas vantagens de se começar por meio da autopublicação, seriam elas: a velocidade de publicação e a capacidade de se atingir um público muito específico. Contudo, os benefícios na edição tradicional seriam mais seguros pois estariam relacionados ao conhecimento dos processos editoriais e aos mecanismos de legitimação das obras.

Não podemos ignorar ainda conforme apontou Baverstock (2006) que os autores independentes desejam manter o controle sobre todas as etapas de suas obras e por isso encontram na autopublicação uma opção para manter de forma preponderante, mesmo que sem muita experiência, sua vontade e visão criadora da obra, controlando as etapas de produção de suas obras. Eles aguardam ainda que o reconhecimento como autor derive dessa capacidade de concepção integral do livro.

Um dos elementos que evidenciam essa busca dos autores por mais controle em suas obras é que os autores reivindicam cada vez mais transparência nos relatórios de vendas das plataformas, pressionando-as a abrir informações sobre o funcionamento de seus algoritmos. Com frequência as plataformas digitais de autopublicação precisam promover palestras, webnários, participação em eventos para esclarecer aos autores sobre suas formas registro das obras, classificação e formas de venda. São constantes fóruns online buscando esclarecimentos sobre essas questões e as trocas entre os próprios autores quanto aos resultados obtidos.

Apesar do discurso e do projeto neoliberais, fica evidente que a fragmentação do trabalho no chamado “capitalismo de plataforma” (SRNICEK, 2017) é uma expressão pela busca de diminuição dos custos laborais, cujas plataformas digitais de autopublicação se sustentam para operar. Há uma ausência de regulação que contemple a complexidade dessas formas de trabalho, inclusive a fiscalização quanto ao cumprimento dos direitos autorais precisa atentar-se a essas formas de operação das plataformas para garantir compensação justa aos autores. Essa desigualdade no poder de negociação entre plataformas e autores, considerados usuários, revela-se na própria falta de autonomia dos autores, quando aceitam as condições impostas pelas plataformas digitais por meio dos contratos de adesão.

Metodologia do estudo empírico

Neste extrato da pesquisa, buscamos compreender o perfil e os anseios dos autores que publicam em plataformas digitais de autopublicação. Aos autores independentes, por meio de formulário semiestruturado perguntamos: gênero, idade, formação, estado que reside, ocupação, renda, motivação, tempo dedicado para escrever, plataforma de autopublicação utilizada e tipo de literatura que produz e consome.

Para essa etapa de pesquisa com autores de autopublicação, foi desenvolvido um percurso de entrevista quanti-qualitativa, por meio da aplicação de formulário digital, direcionado a membros de um grupo restrito no Facebook de autores independentes. Inicialmente, na plataforma, foi identificado 8 grupos com este perfil. Contudo, foram selecionados, apenas aqueles que apresentavam na descrição o foco em autopublicação, e que apresentava também uma quantidade de membros suficiente para aplicação de formulário.

Sabemos que a população online se apresenta sempre de forma heterogênea, que são muitos os desafios que se impõem sobre a validade e confiabilidade dos dados, como, por exemplo, identidades forjadas, usuários diferentes, e que são muitos os fatores que podem influenciar toda a configuração sociotécnica da pesquisa. Porém, esse caminho nos colocou em contato mais direto com os autores independentes, visto que no país não há nenhuma organização de autores autopublicados.

Antes da descrição e análise dos resultados, relacionamos o escopo da pesquisa:

- Período da pesquisa: 5 de maio a 15 de junho de 2020.
- Plataforma: Facebook.

-
- Nome do grupo: Autores Independentes (grupo público)
 - Quantidade de membros no período da pesquisa: 4.369
 - População: 4.369
 - Número de entrevistados: 75
 - Confiabilidade: 90%

Resultados e discussão

A maior parte dos autores que responderam à pesquisa correspondem ao gênero masculino 62,7%, contra 37,3% do gênero feminino. Diferente dos dados encontrados por Baverstock (2006) em sua pesquisa cuja maior parte dos autores de autopublicação é composta por mulheres. Vale retomar aqui também os dados levantados por Weinberg e Kapelner (2018), que descobriram que a publicação digital independente, reproduz amplamente os padrões de discriminação de gênero da publicação tradicional, mostrando uma distribuição desigual de autores masculinos e femininos.

Segundo Weinberg e Kapelner (2018), na publicação tradicional, os títulos de autoras femininas chegam a quase metade do preço dos autores masculinos e são sub-representadas em gêneros de maior prestígio. As autoras descobriram ainda que a publicação digital independente, embora mais igualitária, reproduz amplamente os padrões de discriminação de gênero da publicação tradicional, mostrando uma distribuição desigual de autores masculinos e femininos. Segundo elas, no entanto, esses mecanismos de discriminação estão associados a muito menos desigualdade de preços nas obras autopublicadas em comparação com a publicação tradicional. Elas concluíram em seu estudo que a autopublicação em plataformas digitais replicam a segmentação do mercado de trabalho existente e a menor valorização do trabalho feminino.

Quanto à idade, dentre os entrevistados, a faixa etária que concentra a maior parte, está acima dos vinte e abaixo dos quarenta anos (64%). Talvez, a facilidade tecnológica possa ter influência sobre esse resultado, bem como o canal adotado para realizar a pesquisa. Mais de 55% dos entrevistados possuem nível de escolaridade com Ensino superior completo e com pós-graduação.

A concentração da residência dos autores independentes entrevistados está nos estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Possível reflexo das desigualdades regionais do país, esse perfil é similar ao que foi enfatizado pelos editores das plataformas

de autopublicação entrevistados para nossa dissertação de mestrado, que também identificam a prevalência dessas regiões em seus autores.

O tempo dedicado para a escrita é, em média, de 1 a 2 horas por dia para a maior parte dos entrevistados (50%). Além disso, devido ao resultado de que somente 20% dos entrevistados não possui outra ocupação remunerada, podemos concluir que maioria dos entrevistados ainda não encontra na escrita a receita para sua subsistência. Mais de 50% dos autores independentes entrevistados são pessoas que estão empregadas formalmente no mercado de trabalho. Se somarmos o grupo de autônomos e empreendedores, nota-se mais 35% dos entrevistados em atividades remuneradas, o que demonstra um público de pessoas economicamente ativas. É possível relacionar esse resultado com a faixa etária predominante dos que participaram da pesquisa.

Segundo pesquisas realizadas pelo Grupo de Estudos em Literatura Brasileira Contemporânea da Universidade de Brasília (UnB) – que se debruçaram sobre todos os romances publicados pelas principais editoras brasileiras da área (Companhia das Letras, Record e Rocco) —, o perfil do romancista brasileiro publicado por grandes editoras se manteve o mesmo por pelo menos 43 anos. Ele é homem, branco, de classe média, nascido no eixo Rio-São Paulo. Seus narradores, protagonistas e coadjuvantes são em sua maioria homens, também brancos, de classe média, heterossexuais e moradores de grandes cidades. Os dados divulgados sob a coordenação da professora Regina Dalcastagnè (2005) revelam que as autoras não chegam a 30% do total de escritores editados no período analisado. Para ela essa relação também se reflete na subrepresentação das mulheres como personagens pois nessas obras investigadas menos de 40% das personagens são do sexo feminino. Além de serem minorias nos romances, as mulheres também têm menos acesso à “voz”, isto é, à posição de narradoras, e estão menos presentes como protagonistas das histórias.

Dalcastagnè (2012), defende ainda que a literatura brasileira é um espaço de disputa por ser compreendida como um instrumento de afirmação da identidade nacional, em que está em jogo a possibilidade de dizer algo sobre si e sobre o mundo. Neste cenário, autores e críticos buscam poder: “o poder de falar com legitimidade ou de legitimar aquele que fala”.

A questão da representatividade na autoria tem um papel importante na relação da própria identificação do leitor com a obra, com o universo e experiências contidos. E

garantir a diversidade do perfil dos autores é também um caminho para aumentar pluralidade no debate literário, em relação a outros modos de discurso.

Vemos, portanto, que refletir sobre o perfil dos autores é pensar sobre os possíveis impactos da representação na produção cultural. Se antes considerávamos que a falta de diversidade de autores era fruto exclusivamente das editoras que selecionavam os mesmos temas para os livros, trazendo um perfil de autores muito parecido, na autopublicação digital, mesmo sem a interferência das editoras, os padrões se repetem. Essa questão da abertura dos espaços ser insuficiente para garantia da legitimidade da diversidade no mercado editorial foi abordada por Dalcastagné:

(...) o campo literário brasileiro ainda é extremamente homogêneo. Sem dúvida, houve uma ampliação de espaços de publicação, seja nas grandes editoras comerciais, seja a partir de pequenas casas editoriais, em edições pagas, blogs, sites etc. Isso não quer dizer que esses espaços sejam valorados da mesma forma. Afinal, publicar um livro não transforma ninguém em escritor, ou seja, alguém que está nas livrarias, nas resenhas de jornais e revistas, nas listas dos premiados dos concursos literários, nos programas das disciplinas, nas prateleiras das bibliotecas. Basta observar quem são os autores que estão contemplados em vários dos itens citados, como são parecidos entre si, como pertencem a uma mesma classe social, quando não tem as mesmas profissões, vivem nas mesmas cidades, tem a mesma cor, o mesmo sexo... (DALCASTAGNÈ, 2012, p. 14).

Se a literatura aparece como representação, é importante refletir sobre quem tem direito à voz, quais grupos sociais são representados nas obras e quais os possíveis impactos para a sociedade ao termos apenas um grupo de autores de perfil hegemônico produzindo e publicando suas obras.

Sobre a motivação e condições de trabalho: busca por liberdade junto à perda de autonomia contratual e dependência tecnológica, destacamos: a principal motivação para os entrevistados serem autores independentes é alcançar a própria satisfação pessoal na realização da atividade escrita. Vemos que esta questão encontra ressonância na visão que possuem sobre o que significa ser um autor independente, temática que foi abordada mais adiante, neste mesmo formulário.

60% dos entrevistados disseram utilizar a Amazon KDP como a plataforma digital que utilizam para publicarem suas obras.

Perguntamos também aos autores se recebem dados e recomendações da plataforma para sua produção e 52% dos entrevistados declaram ciência desses dados. Vemos que os autores organizam ativamente sua produção e distribuição em torno dos dados das plataformas. E como foi observado ao longo deste estudo, os metadados de cadastramento das obras nas plataformas digitais de autopublicação auxiliam a

categorização, classificação, distribuição e remuneração das obras. Agora, há de se questionar também quais os motivos de pouco menos da metade dos entrevistados não acessarem dados sobre sua produção, o que talvez indique uma atividade de fato mais amadora do que profissional.

Utilizam para escrever os dados e recomendações que recebem da plataforma 35% dos entrevistados, ou seja, uma parcela significa declara a influência dos dados em suas produções, admitindo utilizar essas informações enviados pelas plataformas como recurso em suas produções. Apesar de não ser a maioria, essa questão aponta para uma prática que já ocorre, ao menos provavelmente para aqueles que buscam atuar profissionalmente como autores. Com isso, podemos ver confirmada ao menos em parte a hipótese levantada a partir da revisão de literatura, de que há impactos dos dados das plataformas sobre a produção da escrita do autor independente.

Essas dificuldades se refletem também no âmbito dos Direitos de Autor quando observamos a validade dos contratos de adesão nas plataformas digitais de autopublicação, que impedem os autores de determinar as condições de sua publicação. Nesse sentido, esses contratos se assemelham mais àqueles de consumo e trabalho, cujo regime jurídico concede proteção às partes consideradas mais frágeis (princípio da hipossuficiência).

Quanto ao que consideram dos contratos assinados com a plataforma, em nossa pesquisa, 48,6% declaram ter lido integralmente, entendido, concordado e consideraram que os contratos respeitam seus direitos. Entretanto, 17,6% admitiram não terem lido os contratos, apenas aceitado os termos; 13,5% afirmaram que leram integralmente o contrato e o aceitaram, porém não entenderam completamente as cláusulas e 20,3% não se recordam dos termos.

Os contratos com as plataformas digitais de autopublicação são caracterizados como contratos de adesão. E que a sinalização de concordar com os termos já prevalece como a vontade do autor. Essa questão é relevante por revelar a política de transparência e clareza que os autores possuem dos seus direitos, ao aderirem às políticas das plataformas.

Se somarmos os que não se recordam, os que aderiram sem ler, aos que leram e não compreenderam, temos um pouco mais da metade dos entrevistados indicando que esse é um ponto que precisa de mais atenção, por ser um dos que colocam os autores em

condição de maior vulnerabilidade em relação a prevalência de seus direitos e proteção de seus dados e suas obras.

No contexto do capitalismo de plataforma, conforme recomendam Kalil e Silva (2019), seria válido refletir sobre uma alternativa regulatória para proteger os trabalhadores, com a criação de um contrato de trabalho específico e direcionado para abarcar as novas formas de trabalho produzida por esses autores. É possível pensar também em como as plataformas podem melhorar esse índice de compreensibilidade e autonomia da vontade dos autores ao assinarem seus contratos, não somente por questões legais, mas também para potencializar os benefícios mútuos das relações entre autores e plataformas.

Por isso, na nossa visão, mesmo sendo considerados legalmente válidos, talvez a legislação atual devesse restringir os contratos de licenciamento de direitos autorais na internet a alguma condição de normalização mais personalizada, garantindo que o autor realmente tenha ciência e possa ser esclarecido de todos os termos do contrato com os quais se compromete, pois o clique e a velocidade com que as ações são efetuadas na internet não correspondem à equivalência de leitura e compreensão de todo o documento negocial (BRANCO JÚNIOR, 2007). É preciso garantir que a vontade do autor seja respeitada, e a soberania, e a liberdade do contratante também, sendo aplicadas em conformidade com a função econômico-social dos serviços prestados.

Além das questões fechadas da pesquisa, foram elaboradas no formulário seis questões abertas para respostas dissertativas dos entrevistados. Trazemos aqui a consolidação das respostas a partir de elementos de semelhança para que pudéssemos analisar de modo quantitativo.

Para 30% dos entrevistados ser um autor independente significa, acima de tudo, ter liberdade, não apenas autonomia em relação a uma editora, mas também liberdade nos processos criativos, no tempo de fruição da obra e até um desprendimento sobre a necessidade de remuneração. Somado a isso, uma resposta semelhante, mas mais relacionada ao conteúdo, “escrever o que quiser” é uma resposta que apareceu para mais de 18,3% dos entrevistados.

Com isso, demonstra-se que esse grupo se preocupa com possíveis interferências em sua produção, talvez revisões e alterações comuns aos procedimentos editoriais em editoras convencionais representem para eles uma perda de independência. A categoria classificada como “luta” (18,3%) representa os que consideram uma causa, uma missão,

dedicar-se a ser um autor independente. Conforme vemos parece realmente haver na autopublicação a reinvidicação por um ideal de independência, uma espécie de posicionamento “contra a ordem”, ou de resistir à opressão do mercado editorial, uma forma de preservar diversidade criativa, manter histórias com personagens e/ou enredos incomuns, lidar com temas e públicos minoritários ou excluídos, uma forma de novos autores se conectarem com seus leitores. Para os autores, portanto, a questão da liberdade se associa a uma espécie de idealismo em relação à escrita.

As funcionalidades da própria plataforma (47,7%), bem como a formatação técnica do arquivo do livro (9,5%) apareceram como as principais dificuldades alegadas pelos autores independentes entrevistados. Essa convergência técnica de procedimentos editoriais concentradas no autor acaba sendo a maior dificuldade operacional apresentada. Nota-se que o tópico divulgação (23,8%) é o que se apresenta como mais dificultoso para os autores, sendo justamente aquele que tem menos investimento pelas plataformas. Esse é talvez um dos grandes gargalos da autopublicação digital, tanto dos autores quanto das próprias plataformas, uma vez que se trata de processos custosos e que, anteriormente, ficavam a cargo dos editores tradicionais.

Quase 60% (59,1%) dos entrevistados apontam que ter maior alcance para chegar aos leitores é o maior desafio dos autores independentes. Está contido nesse apontamento os desafios apresentados também pelos editores, das limitações em se ter mais leitores. Além disso, vemos nesse anseio, os desafios de um mercado cada vez mais fecundo e volumoso a dificuldade dos próprios autores em destacarem-se e a curadoria feita pelo editor surgindo como uma demanda relevante no processo.

Nota-se que a autopublicação é, para os autores independentes, o caminho para alcançar reconhecimento e realização pessoal (23,9%) de terem suas obras finalmente publicadas. A liberdade (23,9%) é retomada como um valor de benefício por ser justamente a representação dessa independência e realização pessoal para os entrevistados. Sabemos, uma vez mais, que se trata de uma liberdade e independência relativas agora aos condicionantes das plataformas. Mas ao que parece, esse é um preço que os autores estão dispostos a pagar dado que se sentem mais livres do que se estivessem ligados a uma editora e publicação tradicionais.

Considerações finais

Numa síntese do perfil dos autores autopublicados entrevistados em nossa pesquisa, vimos que são em sua maioria: homens, entre 20 e 40 anos, com ensino superior, residentes no sudeste do país (SP, RJ e MG), com ocupação remunerada (ou seja, para a maioria escrever não é a principal fonte de renda), que consomem e produzem romances. Nos parece que o próprio campo literário, reproduz um ciclo vicioso de publicações escritas do ponto de vista masculino e autorreferente. E as repercussões dessa visão são profundas pois determinados gêneros, perfis e grupos sociais podem ser excluídos na pluralidade de perspectivas. Garantir maior diversidade da voz autoral e amplas representatividades são aspectos fundamentais para uma maior democratização, de forma acessível e diversificada, da produção artística, inclusive na autopublicação.

As intensas e dinâmicas transformações culturais interferem sobremaneira nas formas de consumo, interação, comunicação e leitura. E para alcançar maior democratização é preciso quebrar o paradigma estabelecido em relação à autoria de livros, dando, assim, voz a outros atores sociais. São necessárias iniciativas que consigam contemplar, respeitando os Direitos de Autor, novas diversidades e oferecer ferramentas de consolidação de uma cultura plural, que atue de forma mais solidária e justa.

O reforço da visão predominante da exploração do direito patrimonial controla as plataformas, e oprime os autores numa suposta relação de igualdade mediada pelos contratos. Ao invés de atuar na proteção dos direitos dos autores, as plataformas digitais de autopublicação colocam-no em situação ainda vulnerável, permitindo contratos de adesão em que os direitos autorais são reduzidos e a autonomia da vontade dos autores é flagrantemente ignorada.

Uma das questões de fundo que se buscou aprofundar com esta pesquisa é se a autopublicação em plataformas digitais havia tornado o mercado editorial mais democrático, acessível e diversificado. Contudo, embora contenha em si mesmo, por sua natureza tecnológica, um potencial democratizante da cultura, concluímos que a violação dos direitos e a reprodução de padrões de dependência tecnológica parecem impedir que esse potencial se desenvolva plenamente.

Referências

ARAÚJO, P. G. 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.

ARÉVALO, J.; GARCIA, J.; DÍAZ, R. *La autopublicación, un nuevo paradigma en la creación digital del libro*. Rev. cuba. inf. cienc. salud, v. 25, n. 1, 2014.

BAVERSTOCK, A. *Is there a book in you?* London: Bloomsbury; 2006.

BITENCOURT, E. **Os livros intermitentes**: um ensaio sobre as materialidades da representação algorítmica do livro na plataforma de autopublicação da Amazon. O livro na cibercultura [e-book]/ Cristiane Porto e Edméa Santos (Organizadoras). Santos: Editora Universitária Leopoldianum, 2019.

BRANCO JÚNIOR, S. **Direitos autorais na internet e o uso de obras alheias**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007.

CAMACHO, J. D. *Is the E-reader Mightier? Direct Publishing and Entry Barriers*. Journal of Scholarly Publishing, v. 44, n. 4, p. 327–339, jul. 2013.

CUNHA, J. **Mercado de livros digitais não decola no Brasil e estagna nos EUA e Europa**. 09 abr. 2016. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/04/1759174-mercado-de-livros-digitais-nao-decola-no-brasil-e-estagna-nos-eua-e-europa.shtml>> Acesso em: 10 jul. 2020.

DALCASTAGNÈ, Regina. **A personagem do romance brasileiro contemporâneo** (1990-2004). Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea, Brasília, n. 26, p. 13-71, 2005.

DALCASTAGNÈ, Regina. **Literatura brasileira contemporânea**: um território contestado. Vinhedo: Editora Belo Horizonte / Rio de Janeiro: Editora da Uerj, 2012.

DILEVKO, J.; DALI, K. *The self-publishing phenomenon and libraries*. Library and Information Science Research, 2006.

FRIEDMAN, J. *The Key Book Publishing Paths: 2019-2020*. 09 jul. 2019. Disponível em: <<https://www.janefriedman.com/key-book-publishing-path/>> Acesso em: 15 jun. 2020.

KALIL, R. B.; SILVA, O. P. **Capitalismo de plataforma e direito do trabalho**: crowdwork e trabalho sob demanda por meio de aplicativos. 2019. São Paulo: Universidade de São Paulo – USP, 2019.

LAQUINTANO, T. *Sustained authorship: Digital writing, self-publishing, and the e-book*. Written Communication, 2010.

SRNICEK, N. **Platform capitalism**. Cambridge: Polity Press, 2017.

VIRGINIO, R. NICOLAU, M. **A autopublicação de livros digitais no Brasil**: novas perspectivas para autores independentes. Revista Veredas Favip ano 10, v. 7, n. 1, 2014.

WEINBERG, D.; KAPELNER, A. **Comparing gender discrimination and inequality in indie and traditional publishing**, 2018. Disponível em: < <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0195298>> Acesso em: 3 out. 2020.