O PROCESSO DE PUBLICAÇÃO DE LIVROS DIGITAIS PELA AMAZON: UM GUIA PRÁTICO E TEÓRICO SOBRE AUTOPUBLICAÇÃO

Samara Cristina Klein (UEMS)[1]

Resumo: A autopublicação se tornou uma alternativa viável para os escritores independentes que desejam publicar sem o auxílio de editoras. Este artigo tem como objetivo apresentar a ferramenta de autopublicação *Kindle Direct Publishing* (KDP) da *Amazon*, e abordar conceitos relacionados ao fenômeno da autopublicação e como os autores independentes são vistos neste meio literário. Utilizou-se uma abordagem descritiva e qualitativa, a pesquisa coletou informações sobre a venda e avaliação de obras publicadas por editoras e por autores independentes. O trabalho se divide em três seções: a primeira aborda o processo de publicação pelo KDP; a segunda investiga como a autopublicação afeta o papel do autor; e a terceira analisa dados sobre a recepção dos livros digitais autopublicados. Os resultados demonstram que, embora as editoras tenham mais vendas e avaliações, os *eBooks* autopublicados conseguem fazer sucesso em pouco tempo. No entanto, os leitores ainda valorizam mais o formato físico. Desta forma, conclui-se que apesar da estar ganhando espaço no mercado pela crescente demanda, a autopublicação também apresenta desafios, como a percepção de qualidade, resultando em uma menor visibilidade se comparadas aos publicados por editoras tradicionais em formato físico.

Palavras-chave: Livros digitais. Autopublicação. Autores Independentes. Kindle Direct Publishing (KDP).

Abstract: Self-publishing has become a viable alternative for independent writers who wish to publish without the help of publishers. This article aims to present Amazon's Kindle Direct Publishing (KDP) self-publishing tool and address concepts related to the phenomenon of self-publishing and how independent authors are viewed in this literary environment. A descriptive and qualitative approach was used, and the research collected information on the sales and reviews of works published by publishers and independent authors. The work is divided into three sections: the first addresses the KDP publishing process; the second investigates how self-publishing affects the role of the author; and the third analyzes data on the reception of self-published digital books. The results demonstrate that, although publishers have more sales and reviews, self-published eBooks can achieve success in a short time. However, readers still value the physical format more. Thus, it is concluded that, despite gaining ground in the market due to growing demand, self-publishing also presents challenges, such as the perception of quality, resulting in lower visibility compared to works published by traditional publishers in physical format.

Keywords: Digital books. Self-publishing. Independent authors. Kindle Direct Publishing (KDP).

[1] Mestranda em Letras pelo Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGLETRAS) da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), Campo Grande – MS, Brasil, samara.cristina.klein@gmail.com

1. Introdução

O acesso à leitura se ampliou, permitindo o surgimento de novas formas de publicar e ler histórias que antes estavam limitadas apenas ao formato físico. Os livros impressos publicados por editoras, tradicionalmente vista como uma atividade luxuosa, às vezes não trazem o devido lucro e vantagens que o modo digital oferece, por esse motivo muitos escritores optam por publicar virtualmente. Isso não é por acaso, visto que as vantagens não são apenas para os autores, mas também para os leitores, que ao invés de adquirirem exemplares físicos podem adotar a facilidade da compra online.

Essa transição do formato físico para o digital tem ampliado o acesso à leitura e transformado a maneira como as histórias são compartilhadas. Nesse contexto, a autopublicação surge como uma alternativa para escritores independentes que desejam publicar suas histórias sem depender de editoras tradicionais. Com o crescimento dessa prática, surgiram diversas plataformas tanto nacionais quanto internacionais dedicadas à autopublicação, como: Clube de Autores, e-galáxia, PerSe, *Kobo Writing Life, Wattpad e Xinxii.* Além disso, destaca-se o *Kindle Direct Publishing* (KDP) da *Amazon*, objeto de estudo desta pesquisa, a ferramenta tem o intuito de oferecer aos escritores a oportunidade de lançar seus livros diretamente ao público. A princípio os autores ficam encarregados de escrever, editar, revisar e publicar as próprias histórias, com total controle sobre o processo editorial.

Para os leitores, isso significa acesso mais amplo a conteúdos e narrativas variadas por um preço muito mais acessível ou até mesmo gratuito a depender do meio de distribuição. Entretanto, o ato de autopublicar também enfrenta desafios e discussões voltadas à autoria independente, que muitas vezes não são valorizadas da mesma forma que um escritor publicado por uma editora tradicional.

Sendo assim, o presente artigo divide-se em três seções: a primeira aborda o processo de publicação pelo KDP; a segunda investiga como a autopublicação influencia o papel do autor; e a terceira analisa dados sobre a recepção dos livros digitais autopublicados.

A análise detalhada do processo de autopublicação através do KDP, será abordada desde a criação de uma conta até aspectos como definição de preços e direitos autorais. Nesse sentido, discute-se o impacto dessa prática de autopublicar e o valor atribuído às obras de autores independentes, que apesar de terem maior liberdade, ainda enfrentam desafios relacionados à valorização em comparação aos escritores publicados por editoras. Dessa forma, questiona-se:

Como o *Kindle Direct Publishing* (KDP) está transformando o papel do autor independente e qual o efeito dessa mudança no reconhecimento das obras?

A partir disso, também foram integrados dados de vendas e avaliações dos títulos mais vendidos na plataforma *Amazon* em 2023, tanto dos publicados por editoras em formato físico quanto dos autopublicados pelo KDP em formato *eBook*.

2. O processo de publicação pelo KDP

O processo de publicação de livros tem passado por transformações ao longo dos séculos. Desde a invenção da imprensa por Gutenberg no século XV até a revolução digital do século XXI, o modo como os livros são criados, publicados e distribuídos evoluiu para outra forma além do físico, alcançando também o formato digital. De acordo com Moraes e Passos (2021, p. 129), "Os livros digitais ou ebooks surgiram em 1971, com o Project Gutenberg." Michael Stern Hart (1947), um norte-americano conhecido como o criador do livro digital, transcreveu uma cópia digitalizada da Declaração da Independência dos Estados Unidos e a disponibilizou pela rede. A partir desse momento, ele se tornou uma figura importante na disseminação de livros digitais e gratuitos, fundando o *Project Gutenberg*, uma biblioteca digital com o intuito de disponibilizar livros para domínio público.

Depois disso, os *eBooks* começaram a ganhar forma, mas naquela época não havia dispositivos apropriados para sua leitura. Segundo Reis e Rozados (2016, p. 7) "Rocket Ebook: o primeiro *e-book reader* – considerado o pioneiro. Tinha um ecrã luminoso preto e branco e uma capacidade de 16 MB". Por estar em seus estágios iniciais e devido à pouca disponibilidade de *eBooks*, a preferência de aquisição da maioria ainda se mantinha no livro físico, o que levou o aparelho a não se sustentar no mercado. Algum tempo depois, Jeff Bezos, fundador da *Amazon*, investiu no projeto e criou o *Kindle e-reader*, lançado em 2007, mesmo ano em que o *Kindle Direct Publishing* (KDP) foi introduzido ao público.

Essa ferramenta tornou-se essencial para a autopublicação, abrindo espaço para que autores independentes possam publicar seus trabalhos digitalmente, sem a necessidade de uma editora. O KDP chegou ao Brasil em 2013 e, desde então, tem se tornado muito reconhecido e utilizado no ramo de autopublicação. Através do KDP, os usuários podem acompanhar todo o processo de publicação até que a obra esteja disponível para compra na Loja *Kindle* da *Amazon*.

Considerando que o autor já tenha concluído a sua obra, o processo de publicação inicia--se no site *kdp.amazon.com***.** Após acessar a plataforma principal (Figura 1), o usuário

deve realizar o cadastro de primeiro acesso pelo “Inscreva-se no KDP” ou, caso já possua uma conta na *Amazon.com.br,* basta selecionar a opção “Faça *login*”. Depois disso, será gerado um contrato de termos e condições do KDP, o qual é importante ler atentamente sobre os termos e direitos do autor autopublicado na plataforma.

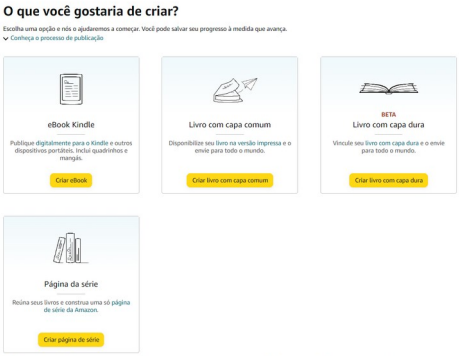
Figura 1. Interface principal do *Kindle Direct Publishing*



Fonte: *Amazon* KDP.2024.

Logo após, a página será direcionada para gerenciar e adicionar o *eBook* na plataforma. Para iniciar, basta clicar em “+ Criar” e, em seguida, em “Criar *eBook*” (Figura 2). É importante notar que há várias possibilidades de criar livros. Além do formato digital, as opções incluem livros em formato brochura ou capa dura. Embora essas alternativas também estejam disponíveis para autopublicação, o foco principal deste processo está na publicação do *eBook* digital.

Figura 2. Criando o *eBook Kindle*



Fonte: *Amazon* KDP.2024.

Em detalhes do *eBook Kindle* (Figura 3), essa área é dedicada a preencher detalhadamente as informações da obra. O primeiro passo é adicionar o idioma em que o livro foi escrito, existem inúmeras línguas disponíveis. Em seguida, no campo “Título do Livro” deve-se inserir o título principal exatamente como está na capa da obra. Caso haja a necessidade de um subtítulo, ele deve ser separado do título principal por dois pontos. É importante destacar

que algumas funções podem ser modificadas após a publicação, no entanto o título e subtítulo não poderão ser atualizados.

Na aba seguinte, encontra-se a opção "Série" que pode ou não ser preenchida, dependendo se o livro futuramente pertencer a uma série. Há duas possibilidades: se a obra fizer parte de um conjunto com continuação prevista, deve-se preencher o campo no momento da criação, ou deixar a área em branco, caso venha a se tornar uma série, é possível editá-la após a publicação. Essa alternativa é benéfica para a distribuição e o alcance dos livros em série, ao vincular o livro à continuação de outro, a *Amazon* exibe uma página de detalhes com todos os livros reunidos.

Na sequência, "Número da Edição", informa se o livro é a versão oficial ou a revisada. Cada nova edição normalmente acrescenta mudanças na estrutura do texto, como revisão, história ou quantidade de páginas. Após a publicação do livro, se o autor decidir modificar e revisar a obra, haverá outras versões do mesmo livro, não apenas o material editado. Todavia, após adicionar o número da edição, ele não poderá ser alterado. Acrescentar o número da edição é opcional, mas recomendado para que ocorra um registro de todas as versões, tanto da original quanto das atualizações que virão a seguir.

Respectivamente em "Autor" e "Colaboradores", o autor principal deve inserir seu nome ou se preferir, o pseudônimo. Ao optar por utilizar pseudônimo, o nome real permanece anônimo. No entanto, a *Amazon* exige que o nome verdadeiro seja utilizado na conta KDP para o processamento do pagamento e direitos do consumidor. É fundamental certificar-se do uso correto do nome principal ou pseudônimo, pois este campo não poderá ser alterado. Dado que uma das formas dos clientes encontrarem a obra ou ter contato com o escritor é por meio do nome do autor, visto que a *Amazon* cria um perfil dedicado à "Página do Autor", que contém todas as informações sobre o autor e seus livros. Os colaboradores são pessoas que também contribuíram na obra, como ilustradores, revisores, editores e tradutores, sendo possível adicionar até nove colaboradores, que serão exibidos na plataforma com os devidos créditos atribuídos.

Na próxima aba, um passo importante para atrair os leitores é escrever a "Descrição", mais conhecida como sinopse ou resumo. Este pode conter até 4.000 palavras, incluindo caracteres em negrito e itálico. Recomenda-se que a descrição seja "simples, atraente e profissional", esta é a primeira impressão que o leitor terá da obra, que será exibida na página principal do produto ao clicar no livro. Assim, é possível editá-la após a postagem, nas

configurações em biblioteca.

Há duas alternativas em “Direitos de publicação”. A primeira indica que o autor detém o total controle dos direitos autorais de venda e distribuição da obra. A outra alternativa é a de domínio público, na qual qualquer pessoa pode replicar o conteúdo e disponibilizá-lo em outros lugares, sem que o escritor saiba para quem será compartilhado. Por esse motivo, a primeira opção é mais recomendada para os autores autopublicados que desejam lucrar com a venda dos livros, visto que protege do uso da pirataria, enquanto a segunda, por estar em domínio público, aceita a cópia para outras localidades.

No quesito “Público Principal” deve-se informar se o material, capa, título ou imagem contém linguagem sexualmente explícita, servindo isso como um filtro para anunciar adequadamente a temática tratada. Em “Idade de Leitura”, sugere-se uma indicação de faixa etária, especificando a idade mínima e máxima, o preenchimento é opcional. Embora ao optar por não classificar, o livro pode acabar não sendo distribuído para o público-alvo pretendido (por exemplo, um livro infantil), uma vez que, ao procurar na barra de pesquisa por idade específica, o livro pode não ser exibido por estar fora da categoria qualificada.

Em “Loja Principal”, acontece a escolha de onde a maior parte das vendas será realizada. Se o foco principal for nacional, a loja é a *amazon.com.br*. Para outros territórios, ocorrem mudanças no preço do produto, dependendo da moeda do país.

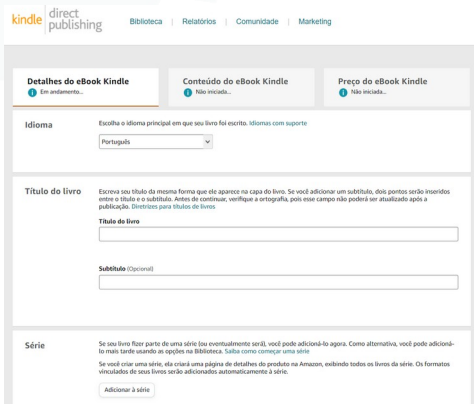
O próximo passo é categorizar o livro em “Categoria”. É ideal listar no máximo três categorias e subcategorias relevantes tratadas na trama principal da obra. Na plataforma, existem várias seções de categorias, e é através desse suporte que o leitor encontra o *eBook* na área de interesse desejada.

Em “Palavras-chave”, o intuito consiste em destacar aspectos essenciais da história em frases curtas. Ao adicionar até sete palavras-chaves neste campo, maiores são as chances do eBook ser encontrado por esses termos restritos. Isso ocorre porque, quando o cliente busca na barra de pesquisa palavras- chave específicas, o livro pode ser recomendado.

No último processo desta primeira etapa, em “Opção de Publicação”, são apresentadas duas formas de lançamento: a primeira envolve publicar de maneira imediata após a conclusão dos procedimentos, com estimativa de publicação em até 72 horas. A segunda opção permite ao autor definir uma data de lançamento específica e disponibilizá-la para pré-venda. Durante esse processo, o *eBook* não poderá ser editado até estar oficialmente disponível na Loja *Kindle*. Após o preenchimento, ao final da página, há o botão “Salvar e Continuar”, o processo de cadastro

continuará na próxima fase, em Conteúdo do *eBook Kindle* (Figura 3).

Figura 2. Detalhes, conteúdo e precificação



Fonte: KDP Amazon. 2024

Em conteúdo do *eBook Kindle* (Figura 3), deve-se inserir o manuscrito oficial, ou seja, a parte textual interna do livro. A plataforma recomenda utilizar formatos em *DOC/DOCX, KPF, EPUB* e *MOBI*, para garantir melhor compatibilidade do *eBook* com todos os dispositivos, seja em *tablets*, *smartphones* ou *e-readers*, evitando assim erros na formatação. Outros modelos aceitos incluem *HTML, RTF, TXT e PDF.* Além disso, há uma alternativa em aberto sobre o Gerenciamento de Direitos Digitais (DRM), caso ativado, não ocorrerá o compartilhamento ou a cópia do arquivo digital. Vale ressaltar que, essa opção desativada, a distribuição para outros veículos é autorizada, a configuração não pode ser alterada depois da publicação.

O próximo passo é anexar a capa do *eBook*. Se o autor possuir a arte da capa pronta, basta fazer o upload em "Capa do *eBook Kindle*" nos formatos *JPG* ou *TIFF*. A formatação deve estar conforme às especificações em dimensões, borda, tamanho, cor, proporção de imagem e DPI (pontos por polegada). Caso contrário, a capa pode ser negada para uso, e possivelmente, o *eBook* não será lançado se não estiver de acordo com a formatação adequada. Se preferir, o KDP oferece uma ferramenta gratuita chamada Criador de Capas, que permite a criação personalizada pelo sistema. É necessário ressaltar que a ilustração deve estar de acordo com as diretrizes de conteúdo do KDP, na qual o autor deve possuir os direitos de publicação da imagem para evitar a violação de direitos autorais.

A *Amazon* criou uma forma de coletar informações sobre o uso de IA (Inteligência Artificial). O uso é permitido desde que a utilização esteja devidamente informada, seja para a criação do texto, imagem ou tradução. Caso contenha, a aba "Conteúdo gerado por IA" deve ser preenchida por "sim", após a confirmação, o autor terá que especificar qual ferramenta de IA foi utilizada e em qual parte ocorreu a edição (texto, imagem ou tradução).

Com o livro anexado, em pré -visualização do *eBook Kindle*, há a possibilidade de ver como ficará exposto no *Kindle* leitor *e-reader* e em dispositivos móveis. Para os livros com recursos interativos, recomenda-se baixar o *Kindle Previewer* para visualizar a aparência do *layout*, garantindo que esteja configurado corretamente antes de finalizar.

Por fim, no último processo desta segunda etapa, adiciona-se o ISBN (*International Standard Book Number*), que tem o intuito de identificar um livro de forma única através de seu número. No entanto, os *eBooks Kindle* não necessitam de um ISBN, sendo esta alternativa opcional para livros digitais, pois a venda do produto se concentra apenas na *Amazon*. Por esse motivo, a plataforma cria seu próprio código de identificação, o ASIN (*Amazon Standard Identification Number*), um número exclusivo de 10 dígitos para o *eBook Kindle.* É importante salientar que, se o livro futuramente possuir uma versão impressa, o ISBN não poderá ser o mesmo atribuído ao *eBook,* pois cada formato precisa corresponder a um ISBN próprio.

Ao final da página, o usuário deve clicar em "Salvar e continuar" para avançar à próxima fase do processo, a precificação. Este procedimento garante que todas as informações preenchidas até o momento sejam devidamente registradas antes de seguir para a definição dos valores.

Nesta última fase, em "Preço do *eBook Kindle*" (Figura 3) esta seção terá o enfoque em como configurar os preços e distribuição do livro eletrônico. Na primeira aba, haverá a opção de cadastrar o livro no KDP *Select* (opcional). Este programa é uma ferramenta que pode aumentar a visibilidade do livro ao permitir que ele participe de promoções exclusivas, como o *Kindle Unlimited (*KU). Se cadastrado no KDP *Select*, o livro ficará disponível no KU, um serviço de assinatura mensal da *Amazon* que oferece um catálogo com acesso a mais de um milhão de *eBooks*, sendo uma espécie de *Netflix dos livros.*

Na aba "Territórios", o autor definirá o local onde a obra será disponibilizada para a venda, com duas alternativas para escolha. A primeira permite a distribuição em territórios globais, ao aceitar, o *eBook* ficará disponível em todos os países onde a plataforma atua. Em outra via, a alternativa "territórios individuais" foca em regiões específicas e permite ao autor escolher quais localidades incluir.

Na seção intitulada "Preços, *Royalties* e Distribuição", encontra-se uma etapa crucial para determinar o sucesso financeiro das vendas do livro digital. Nesta fase, o autor deve definir o preço de venda e selecionar o plano de *royalties* apropriado. Os *royalties* são o valor que o escritor recebe da plataforma pela venda dos livros. O KDP oferece duas alternativas de planos

de *royalties*: 35% e 70%. O plano de *royalties* de 70% está disponível somente em mercados específicos e requer que o preço do *eBook* esteja dentro de uma faixa predeterminada. Além disso, usuários inscritos no KDP *Select* estão automaticamente inseridos neste plano. Por outro lado, o plano de 35% proporciona maior flexibilidade quanto ao preço e aos territórios onde o livro eletrônico será vendido, os *eBook*s de domínio público recebem esta porcentagem de *royalties.* Em relação ao imposto, a *Amazon* cobra uma taxa de 10% a 15% para o território brasileiro.

Por fim, a última ação a ser executada no processo é clicar em "Publicar seu *eBooks Kindle*" o usuário automaticamente confirma que está ciente dos termos e condições do KDP. Após o envio do livro para a revisão, a empresa analisará conforme consta nas diretrizes de conteúdo e formatação do *eBook*. Ou seja, a revisão é feita para garantir estar em conformidade com as regras estabelecidas pela plataforma para publicar, que incluem tópicos de direitos autorais, formatação, conteúdo ilegal ou infrator (plágio, discurso de ódio, etc.), além do uso de conteúdo gerado por IA, caso não informado corretamente.

Esse processo é realizado pelo sistema e não envolve profissionais para revisar aspectos de qualidade da obra ou correção de erros gramaticais, ficando esta responsabilidade a cargo do próprio autor. Após o procedimento, o tempo de revisão varia entre 3 e 10 dias. Caso o *eBook* não esteja de acordo com os termos e diretrizes, ele será devolvido para reedição e ficará disponível para venda na *Amazon* em até 72 horas após as correções.

3. Perspectivas sobre a autopublicação

A popularidade dos eBooks, impulsionada pela Loja Kindle ou Kindle Store, é o local onde estão inseridos os livros físicos, eBooks e audiolivros. A loja tem sido bastante utilizada tanto por escritores quanto por leitores, consolidando-se como uma das principais ferramentas na disseminação de livros digitais. Dessa forma, o formato digital democratiza o acesso à leitura, facilitando a publicação para autores independentes e ampliando a diversidade de conteúdos para os leitores. Em relação à compra de livros autopublicados.

> Segundo a Amazon, em 2020 existiam mais de 100 mil livros autopublicados pela ferramenta. Toda semana, em média 30 dos 100 mais vendidos da Loja Kindle são autopublicados. Milhares de autores independentes ganharam com KDP mais de 50 mil dólares em direitos autorais, e mais de mil ultrapassaram a marca de 100 mil dólares em um único ano, segundo dados diponizilidados pela própria Amazon (Moraes; Passos, 2021, p 129).

Dentro da plataforma, há um serviço de assinatura chamado *Kindle Unlimited* (KU) que oferece disponibilidade a um catálogo com milhões de títulos em *eBooks* por um plano mensal, incluindo obras de diversos gêneros (nacionais e internacionais) e publicações de autores independentes. A compra de um *eBook* é realizada através do site, e, após a aquisição, o livro digital é enviado diretamente para o *e-reader Kindle* e o aplicativo *Kindle*, permitindo a leitura em ambos. O *e-reader Kindle* é um aparelho dedicado exclusivamente à leitura de *eBooks*, enquanto o aplicativo *Kindle* pode ser instalado em outros dispositivos móveis, como celulares e *tablets*.

Atualmente, a linha de *e-readers* da *Amazon* é composta por quatro modelos que variam do mais básico ao mais luxuoso, incluindo o *Kindle* 11ª geração, o *Kindle Paperwhite*, *Kindle Paperwhite Signature Edition* e o *Kindle Oasis*. Além de facilitar o acesso e oferecer praticidade ao ler em um *e-reader*, a plataforma também disponibiliza serviços adicionais para aqueles que não possuem o aparelho leitor. Assim, os usuários podem utilizar tanto o aplicativo *Kindle* em dispositivos móveis quanto o *Kindle Cloud Reader*, que possibilita a leitura de *eBooks* em navegadores, sendo ambas as opções gratuitas.

A tecnologia do livro eletrônico amplia as possibilidades criativas, podendo incorporar elementos como música, interatividade, ilustrações e cores, criando uma experiência multimídia para o leitor. Segundo Reis e Rozados (2016, p. 4) “a liberdade do leitor de conduzir sua leitura é potencializada, podendo, escolher tamanho da letra, cor, *layout* e, inclusive, a não linearidade da leitura, uma vez que o livro se configura como uma hipermídia”. Com a facilidade de publicação e a flexibilidade do formato digital, o processo torna-se mais acessível para autores e mais atraente para leitores, que encontram uma grande variedade de opções e preços.

Devido à influência da internet, as formas de divulgação de uma obra se expandiram para além da simples publicação e venda de um livro. Em sua essência, a autopublicação engloba o controle total da obra, não apenas nos processos de edição e revisão, mas também na pós-publicação, o que inclui a divulgação. Atualmente, isso abrange estratégias de *marketing* e parcerias com outros aplicativos para promover livros em plataformas como *Instagram* e *TikTok*, conhecidas na comunidade leitora como *Bookstagram* e *BookTok*. Nesses espaços, perfis literários nas redes sociais são dedicados exclusivamente a discutir e divulgar conteúdos sobre livros.

> A comunidade do Bookstagram é formada por perfis literários, os Bookstagrammers, criadores de conteúdo[...] .A interação entre esses leitores ocorre principalmente por meio dos comentários das publicações, nos quais os

> indivíduos dialogam e comunicam suas opiniões, ideias e sugestões, mediados e fomentados pelos conteúdos dos perfis, os quais são diversificados, incluindo fotos, vídeos e textos, sobre os livros, o universo das histórias, a estética das diferentes edições, os hábitos dos leitores etc. (Cirino, 2021, p. 4).

O formato de comunicação por meio de perfis literários demonstra-se relevante e benéfico para os autores independentes que buscam alternativas próprias para divulgar suas obras, sem contar com uma grande equipe por trás. Como afirmam Moraes e Passos (2021, p. 129), "o público do mercado convencional é diferente do que consome obras de autopublicação, uma vez que o segundo grupo se mostra aberto". De fato, o público principal dos escritores autopublicados está online, pois o foco na internet não é apenas uma escolha, mas uma necessidade imposta pelo meio em que estão inseridos. Esses autores utilizam diversas ferramentas e plataformas digitais para alcançar e interagir com seu público, entre os meios mais comuns estão as redes sociais, como *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* e *TikTok*, que permitem aos autores criar perfis literários e se conectar diretamente com os leitores, facilitando a promoção de suas obras e a construção de uma comunidade de seguidores.

O sucesso nesse ambiente depende do conhecimento de habilidades digitais para navegar no mundo autoral. A internet facilita não só na publicação, como a plataforma *Amazon* com o KDP, mas também na visibilidade e interação com os leitores. Quando os leitores estão conectados através de comunidades literárias nas redes sociais, como *Bookstagram* e *Booktok*, eles compartilham e recomendam livros que acham interessantes, a visibilidade que esses perfis oferecem incentiva mais discussões e recomendações dentro dessas comunidades. Assim, existe uma influência mútua, a interação dos leitores ajuda a promover ainda mais esses livros e o engajamento impulsiona a popularidade das obras autopublicadas. Ou seja, o público que consome livros autopublicados não são apenas mais abertos a novos conteúdos, mas estão automaticamente conectados digitalmente entre a visibilidade e o engajamento, uma vez que um influencia o outro.

A relação entre autores e leitores tornou-se mais íntima, permitindo que a figura do leitor tenha um papel mais significativo no processo criativo. Essa interação mais próxima influencia, de certa forma, no desenvolvimento da trama, destacando uma tendência moderna na criação literária.

> [...] a questão da autoria compartilhada, quando várias vozes se unem para criar um mesmo produto. Com a tecnologia digital, essa forma de autoria ganhou novos contornos e ferramentas que permitem a cocriação entre escritores e leitores on-time, em uma espécie de socialização da autoria. É uma

> identidade fluida para a autoria, em que não podemos reconhecer o autor apenas pelo nome na capa de uma obra ou como um único responsável pela totalidade do texto. A participação do leitor causa uma diluição na forma tradicional como pensamos a autoria, ao mesmo tempo em que gera uma ampliação em outros tipos, como a compartilhada (Bianco, 2018, p. 96).

O leitor se faz mais presente, pois ele passa a ter uma participação na criação da obra. Através da interação e das opiniões compartilhadas nas redes sociais, o público influencia, muitas das vezes, as decisões do autor. Quando um livro faz sucesso, o autor pode dar continuidade à história, e os leitores desempenham um papel fundamental, ajudando a elaborar a narrativa da sequência. As sugestões e preferências dos fãs são consideradas, transformando a relação entre autor e leitor em uma espécie de colaboração criativa. Dessa forma, o leitor assume uma função de co-criador ao participar no desenvolvimento do enredo.

Por outro lado, a autopublicação digital exige que os escritores não apenas dominem as ferramentas de publicação e divulgação, mas que também no processo inevitavelmente assumam papéis atribuídos a profissionais da área da editoração. Ou seja, os autores que optam por autopublicar suas obras precisam assumir múltiplas funções, desde a revisão do texto até a criação de estratégias de marketing. Contudo, o processo editorial quando feito por profissionais, agrega valor simbólico à obra, ao passo que a autopublicação, enfrenta obstáculos no reconhecimento da qualidade.

> 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 (Brust, 2014, p. 22).

Essa dinâmica, contribui para um certo "preconceito" quanto à qualidade das obras autopublicadas, especialmente quando comparadas às publicações do mercado tradicional. Segundo Roger Chartier (1945), em sua obra *A aventura do livro: do leitor ao navegador* (1998), que apresenta a transformação do livro e as práticas de leitura ao longo da história, incluindo as mudanças trazidas pela era digital. Chartier observa que, "a edição não é mais do que um ramo no interior de uma empresa múltipla, que desenvolve muitas outras atividades". Ele aponta dois caminhos trazidos pela era digital:

> De um lado, busca-se uma liberdade nova que mistura os papéis e permite aos autores tornarem-se seu próprio editor e seu próprio distribuidor. [...] Do outro lado do espectro, são as mais poderosas dentre as empresas multimídia que

> determinam a oferta de leitura, a oferta de comunicação e a oferta de informação (Chartier, 1998, p. 146).

Esses caminhos indicam que a era digital não apenas transformou o ato de ler e publicar, mas também alterou a percepção do que é considerado um "bom" livro, o que pode prejudicar a aceitação de obras autopublicadas, muitas vezes vistas como inferiores por conta da ausência do tradicional processo editorial.

Com o surgimento das grandes associações midiáticas, a edição de livros se tornou apenas uma parte de um grupo maior de atividades, as empresas não se concentram apenas em livros, mas como isso pode dialogar com diversas formas de mídia, como filmes, séries, música, e serviços digitais. Nesse contexto, a edição perde a centralidade que tinha antes, pois agora faz parte de uma peça maior, onde o livro é um dos vários produtos oferecidos pela empresa.

A autopublicação pode oferecer liberdade aos autores, mas o desafio de garantir a validação da obra no mercado continua. Isso destaca a importância das habilidades editoriais, mesmo quando o autor assume a responsabilidade total pelo projeto. Assim como aponta Brust, (2014, p. 17) "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". Mesmo com a tendência atual de escritores se autopublicarem, o editor ainda desempenha um papel importante na garantia da qualidade da obra. Não apenas o editor, mas também outros profissionais da área não devem ser vistos apenas como representantes técnicos, mas como elementos fundamentais na construção do texto. O papel dos profissionais continua a ser essencial para garantir que as obras alcancem um padrão de qualidade esperado. Conforme dito por Brust (2014, p. 30);

> 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.

A opção de autopublicar não necessariamente significa que profissionais capacitados se tornarão dispensáveis, nem que serão completamente substituídos por uma inteligência artificial. Pelo contrário, eles continuarão sendo requisitados para garantir um padrão de qualidade para a obra. Entretanto, os autores que não conseguem o auxílio de especialistas para a composição do processo técnico buscam outras maneiras de substituir esses profissionais.

Como evidenciado no processo de publicação pelo KDP, a plataforma permite o uso de IA, desde que seja informado. Ou seja, ela não impede o uso da tecnologia, mas exige transparência sobre sua utilização. Dessa forma, a IA serve como um suporte, mas não como um substituto total dos técnicos de edição.

Desse modo, a autonomia pode ser questionada nesse meio literário. Segundo a análise de Magri (2013), o escritor Roberto Bolaño se posiciona contra a literatura de mercado e critica os "escritores medianos". Para ele, a autonomia literária significa que a obra deve ser valorizada e julgada pela sua qualidade e não para atender as expectativas comerciais. "como Bolaño afirmou [...] A qualidade literária certamente é o primeiro passo, mas não o definitivo para que um escritor latino-americano se mantenha no mercado mundial do livro" (Magri, 2013, p. 29). Bolaño crítica os escritores que se submetem ao sistema mercadológico, considerando isso uma ameaça à literatura, pois acredita que a autonomia tem seu valor próprio, independente da aceitação no mercado.

Em contrapartida, na visão contemporânea pós-autônoma de Ludmer, a literatura está inevitavelmente entrelaçada com o mercado, atualmente não há uma separação clara, "Para Ludmer, muitas escrituras dos anos 2000 atravessam as fronteiras do literário, daquilo que define o que é a literatura" (Magri, 2013, p. 23). As obras não são mais lidas sob os mesmos critérios, à medida que novas formas de produção literária surgem as fronteiras entre o valor próprio e comercial se misturam.

4. Metodologia de pesquisa

O trabalho se dividiu em três tópicos principais: a primeira descreve o processo de publicação pelo KDP; a segunda analisa como o ato de autopublicação impacta a percepção do autor independente e o valor atribuído à sua obra; e a terceira apresenta dados que comprovam, na prática, como é a recepção, na plataforma de compras *Amazon*, tanto dos *eBooks* digitais autopublicados quanto dos livros físicos publicados por editoras.

A presente pesquisa foi realizada com base em uma abordagem metodológica descritiva e qualitativa, voltada a descrever o processo de autopublicação através da plataforma *Kindle Direct Publishing* (KDP) da *Amazon*. De acordo com Gil (2008, p. 28), "As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis", sendo esse o enfoque adotado para analisar o efeito de autopublicar no meio digital.

A coleta de dados qualitativa foi baseada em informações públicas disponibilizadas pela *Amazon* Brasil sobre o desempenho das obras publicadas por editoras tradicionais e autopublicadas pelo KDP. Os dados referem-se aos livros mais vendidos na plataforma em 2023, em ambos os formatos de publicação. O critério de seleção considerou os três títulos mais vendidos por editoras em formato físico e os três mais vendidos publicados via KDP, em formato *eBook*. Além disso, foram verificadas as avaliações atuais dos clientes em 2024 com relação aos livros mais vendidos em 2023.

Ao todo, foram coletados dados de vendas e avaliações das obras publicadas por editoras tradicionais, que lançam livros físicos, e por autores independentes, que publicam livros digitais. O objetivo foi demonstrar na prática como é a recepção de ambos os formatos de publicação na plataforma de compras. Portanto, essa análise permitirá uma compreensão mais aprofundada do mercado literário contemporâneo e da percepção dos leitores em relação às diferentes formas de publicação.

5. Análise e discussões dos resultados

A análise de dados foca em apresentar as diferenças entre obras publicadas por editoras tradicionais, no formato físico, e aquelas autopublicadas pelo KDP, no formato *eBooks*. Essa abordagem baseia-se em informações fornecidas pela própria plataforma, destacando os três livros mais vendidos, em ambos os formatos, pela *Amazon* Brasil em 2023 e incluindo as avaliações de clientes atualizadas em 2024.

Tabela 1: Livros e eBooks mais vendidos na Amazon (2023)

Publicado por editoras	Publicado pelo KDP
Galera (2022)[2]	eBook Kindle 1 (2022)
Bertrand (2021)[3]	eBook Kindle 2 (2021)
HarperCollins (2017)	eBook Kindle 3 (2022)

Fonte: A lista dos títulos independentes mais vendidos de 2023.

Há uma divisão clara entre as obras publicadas por editoras (Galera, *Bertrand, HarperCollins*) e aquelas autopublicadas pelo KDP, ambas presentes na lista de mais vendidos em 2023. Enquanto as editoras tradicionais já têm uma longa trajetória, com datas de publicação que variam de 2017 a 2022, os *eBooks Kindle* autopublicados acompanham esse mesmo período de tempo (2021-2022), sugerindo que os autores independentes estão conseguindo ganhar relevância no mercado.

Vale destacar que, mesmo com um livro publicado em 2017, como é o caso da editora *HarperCollins*, os autores independentes também conquistaram a classificação com obras de 2022. Isso demonstra o quanto a publicação independente, em um curto período de tempo, consegue alcançar grandes feitos em comparação à editoração tradicional.

Tabela 2:::Avaliação dos clientes – set/2024

Publicado por editoras	Publicado pelo KDP
52.866	6.276
46.939	12.402
39.371	12.153

Fonte: os livros mais vendidos na Amazon Brasil em 2023

As avaliações dos clientes são compostas por comentários e classificações por estrelas (de 1 a 5), ajudando a fornecer uma descrição mais completa do produto. Essas avaliações são contabilizadas apenas quando se verifica que o cliente realmente realizou a compra. Segundo a *Amazon* (2024), as avaliações por estrelas são calculadas com base em modelos de inteligência artificial que levam em conta fatores como a data da avaliação e o status de compra. Esses modelos garantem maior precisão ao excluir avaliações sem o status de compra verificada, a menos que o cliente forneça informações, como texto, imagens ou vídeos.

Como evidenciado por Miyazaki e Kirchof (2020, p. 196) os leitores não são apenas consumidores, mas também reguladores, com suas interações positivas influenciando a publicação e circulação das obras. Dessa forma, é possível observar que as avaliações e comentários dos clientes na plataforma não apenas impactam a visibilidade de uma obra, mas também podem determinam o seu sucesso.

Conforme demonstrado na (Tabela 2), as obras publicadas globalmente por editoras acumulam um número significativamente maior de avaliações, em grande parte devido à sua capacidade de oferecer títulos em diversas línguas e traduções que atendem a um público internacional. Por outro lado, a autopublicação na *Amazon* também possibilita essa ampliação linguística e distribuição global, porém é necessário a colaboração com profissionais qualificados para garantir a qualidade das traduções e a adequação cultural das obras, o que pode influenciar nas avaliações gerais. Embora as obras autopublicadas apresentem um número menor de avaliações, elas conseguem se destacar, especialmente considerando a curta trajetória de alguns títulos.

Portanto, é importante ressaltar que, apesar do crescimento do livro digital, os leitores

ainda valorizam a experiência do livro físico, como evidenciado pelos números de mais vendidos e avaliados. O formato impresso sempre teve uma grande importância e demanda no mercado literário e, mesmo com as vantagens dos livros digitais, continua sendo a preferência da maioria.

6. Considerações finais

Considerando o que foi apresentado sobre a autopublicação, é evidente que a plataforma Kindle Direct Publishing (KDP), se estabeleceu como uma importante ferramenta para autores independentes. Essa acessibilidade para publicar ampliou tanto a liberdade criativa dos escritores quanto às opções de conteúdo para os leitores. No entanto, essa autonomia também traz desafios, como a falta de uma equipe profissional, o que pode gerar dúvidas sobre o valor da obra em comparação aos livros publicados por editoras tradicionais.

Embora não seja correto afirmar que todos os livros digitais autopublicados sejam mal recebidos, a falta de um processo editorial pode levantar dúvidas sobre a qualidade das obras. Além disso, o livro físico exerce um grande peso, considerando que nem todos os leitores são adeptos ao formato eBook, o que também acaba impactando na recepção do público. Esses fatores refletem diretamente nas vendas e avaliações, que geralmente são menores em comparação com obras publicadas por editoras tradicionais.

A reflexão crítica dos resultados indica que, embora a autopublicação permita uma maior conexão entre autores e leitores, ainda há uma diferença significativa no volume de vendas e no número de avaliações. Apesar de serem mais acessíveis, os eBooks autopublicados enfrentam dificuldades para alcançar o mesmo nível de visibilidade que os títulos lançados por grandes editoras. Assim, a publicação independente não apenas redefine o papel do autor no mercado literário, mas também apresenta novos desafios quanto à maneira como as obras são recebidas e consumidas pelo público.

Adicionalmente, a presença ativa dos autores nas redes sociais torna-se um fator essencial para o sucesso na autopublicação. Essa necessidade de se envolver nas ferramentas da internet não apenas exige habilidades específicas, mas também um tempo e dedicação significativos, o que pode ser um obstáculo para muitos escritores. Nesse sentido, a colaboração com profissionais do ramo da edição pode ser uma alternativa viável para melhorar a visibilidade e a qualidade das obras autopublicadas.

Por fim, é importante considerar que, apesar das dificuldades, a autopublicação também democratiza o acesso à leitura, permitindo que vozes diversas e histórias que antes poderiam ser marginalizadas encontrem seu espaço no mercado. Essa transformação na dinâmica da publicação não deve ser subestimada, pois contribui para uma produção literária mais inclusiva e variada.

Referências

AMAZON. **A lista dos títulos independentes mais vendidos de 2023**. About Amazon Brasil: anúncios, notícias, histórias originais e fatos sobre a Amazon, 2023. Disponível em: https://www.amazon.com.br/b?ie=UTF8&node=17474452011. Acesso em: 19 set. 2024.

AMAZON. **App de leitura Kindle**. 2024. Disponível em: https://www.amazon.com.br/b/?ie=UTF8&node=17877530011&ref_=sv_kinc_7. Acesso em: 24 set. 2024.

AMAZON. **Como funcionam as avaliações e classificações de clientes**. 2024. Disponível em: https://www.amazon.com.br/avaliaçoes. Acesso em: 28 set. 2024.

AMAZON. Confira os livros mais vendidos na Amazon Brasil em 2023. **About Amazon Brasil: anúncios, notícias, histórias originais e fatos sobre a Amazon,** 2023. Disponível em: https://www.aboutamazon.com.br/-os-livros-mais-vendidos-da-amazon-brasil-em-2023. Acesso em: 19 set. 2024.

AMAZON. **E-readers Kindle**. Disponível em: https://www.amazon.com.br/dispositivos-kindle/b?ie=UTF8&node=5475881011. Acesso em: 24 set. 2024.

AMAZON. **Kindle Direct Publishing**. 2024. Disponível em: https://kdp.amazon.com/pt_BR/. Acesso em: 19 set. 2024.

AMAZON. Kindle Unlimited. 2024. Disponível em: https://www.amazon.com.br/kindle-dbs/hz/bookshelf. Acesso em: 24 set. 2024.

AMAZON. Loja Kindle. 2024. Disponível em: https://www.amazon.com.br/kindledbs/. Acesso em: 24 set. 2024.

ARRUDA, A. M. A.; SILVA, C. de O.; ANDRADE, R. de L. de V. Aplicativo de autopublicação: o Wattpad. **Ciência Da Informação Em Revista**, v. 1, n. 3, p. 3–10, 2014. Disponível em: https://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/1596.

BIANCO, C. M. B. T. **Os processos de autoria na era das tecnologias digitais**. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: http://www.bdtd.uerj.br/handle/1/9019.

BRUST, F. R. **A prática da autopublicação: o papel do autor-editor e as novas possibilidades de publicação.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2014. Disponível em: http://repositorio.ufsm.br/handle/1/1983.

CHARTIER, R. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Editora UNESP, 1945.

CIRINO, A. C. S. B. **Bookstagram: experiência material e social do consumo literário**. 2021. Trabalho apresentado no 4o Encontro de GT de Graduação, Universidade Federal do Pará, Brasil. Disponível em: https://comunicon.espm.edu.br/wp-content/uploads/2021/11/GTGrad_CIRINO.pdf.

FERREIRA, H. L.; OLIVEIRA e SILVA, Y. F. O mercado de livros digitais na era da informação: perspectivas editoriais. **HOLOS,** v. 2, p. 225–242, 2018. Disponível em: https://doi.org/10.15628/holos.2018.6832.

FIGUEIREDO, A. B. **O livro na era digital: o impacto das novas tecnologias no mercado editorial brasileiro.** 2005. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Produção Editorial) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: http://hdl.handle.net/11422/317.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

KIRCHOF, E. R.; LUPAK MIYAZAKI, A. As plataformas de autopublicação e o circuito da cultura: o caso a barraca do beijo. FronteiraZ. Revista do Programa de Estudos Pós- Graduados em Literatura e Crítica Literária, v. 25, p. 184-198, 2020. Disponível em: http://dx.doi.org/10.23925/1983-4373.2020i25p184-198.

MAGRI, I. Literatura e autonomia: uma leitura a partir do posicionamento de Roberto Bolaño. **Revista do Núcleo Onetti de Estudos Literários Latino-Americanos**, v. 1, n. 2, p. 19-31, 2013. Disponível em: https://revistalanda.ufsc.br/PDFs/ed2/Ieda%20Magri.pdf.

MATIAS, P. S. **Livro digital: vislumbrando um futuro leitor**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2018. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/30708.

MELLO, G.; NYKO, D.; GARAVINI, F.; ZENDRON, P. Tendências da era digital na cadeia produtiva do livro. **BNDES Setorial**, 2016. Disponível em: http://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/9583.

MORAES, B. V.; PASSOS, M. Y. Literatura erótica na contemporaneidade: a prática da autopublicação no mercado editorial erótico. **Revista Letras Escreve**, v. 11, n. 2, p. 125-135, 2021. Disponível em: https://periodicos.unifap.br/index.php/letrasescreve.

REIS, J. M.; ROZADOS, H. B. F. O livro digital: histórico, definições, vantagens e desvantagens. In: **XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias,** Manaus, 2016. Disponível em: http://repositorio.febab.org.br/items/show/4473.