



“CINQUENTA TONS DE CINZA” UM *BEST SELLER* AUTOPUBLICADO

Aline Lupak¹
Edgar Roberto Kirchof²

Resumo

A presente pesquisa analisa o impacto das novas tecnologias sobre o mercado editorial, focando sobre o fenômeno da autopublicação (*selfpublishing*) em plataformas digitais. Nesse contexto, a obra “Cinquenta Tons de Cinza” é analisada como um estudo de caso. As novas possibilidades de leitura instauradas pelas tecnologias digitais introduzem outras possibilidades de fazer circular a informação, abrindo portas para novos tipos de comercialização dos livros, impressos ou digitais. Entre as principais mudanças, é possível observar o surgimento de novas ferramentas de criação, divulgação e comercialização de livros.

Palavras chave: Mercado editorial, *self publishing*, tecnologias digitais.

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa analisa o impacto das tecnologias digitais no mercado editorial tomando como base a obra “Cinquenta Tons de Cinza” em um estudo de caso. Devido às mudanças ocorridas no campo tecnológico e ao surgimento de novos tipos de comunicação, o mercado editorial acabou passando por várias transformações, nos últimos anos.

As novas formas de leitura instauradas pela tecnologia digital introduzem outras possibilidades de fazer circular a informação e, com isso, abrem portas para um novas maneiras de comercialização dos livros, impressos ou digitais. Entre essas mudanças, é possível observar, por exemplo, o surgimento de novas ferramentas de criação e divulgação de obras, bem como de plataformas para a venda e o consumo.

Self publishing books ou auto publicação de livros é uma forma de divulgação e venda de obras sem a necessidade ou intervenção de editoras. Essa prática cresceu muito nos últimos anos e vem ultrapassando o número de publicações feitas pelos meios tradicionais .

¹ Aluna do curso de graduação Licenciatura em Letras e Literaturas de Língua Inglesa – Bolsista PIBIC/CNPq – alinelupak32@gmail.com

² Professor do PPGEDU – ekirchof@pq.cnpq.br.

Fenômeno de vendas, a obra “Cinquenta Tons de Cinza”, da escritora E. L. James, é um exemplo de *self published book* e também é objeto de análise da minha pesquisa.

Sendo assim, o objetivo específico da minha pesquisa é analisar as mudanças e o impacto da cultura digital no mercado editorial, focando no seguimento *self publishing books*, tomando o fenômeno de vendas “Cinquenta Tons de Cinza” como estudo de caso.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada foi dividida em três etapas: pesquisa bibliográfica sobre mercado editorial no mundo digital; pesquisa bibliográfica sobre *self publishing*; e outros seguimentos de editoração de livros e estudo de caso sobre o *best seller* “Cinquenta Tons de Cinza”.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Por editoração, é possível entender, o gerenciamento da produção de publicações de caráter periódico e não periódico, como livros e revistas, entre outros. Segundo Jesus (2012), “é o processo de transformar as ideias de um determinado autor em informação acessível e útil para certo grupo. Compreende as seguintes etapas: seleção de originais, preparação dos originais, projeto gráfico, diagramação e produção gráfica para a impressão.

Devido às mudanças ocorridas no campo tecnológico nos últimos anos, o mercado editorial tem sofrido diversos impactos. As novas possibilidades de leitura instauradas pelas tecnologias digitais introduzem outras possibilidades de fazer circular a informação, abrindo portas para novos tipos de comercialização dos livros, impressos ou digitais. Entre as principais mudanças, é possível observar o surgimento de novas ferramentas de criação, divulgação e comercialização de livros, tais como: redes sociais, *blogs* e sites da *internet*; *fanfics*; *print on demand (POD)*; *Marketing viral*; bibliotecas gratuitas; plataformas de venda; *paid services*; *self publishing books* e *streaming*. Minha pesquisa está focada nas possibilidades, benefícios e desvantagens que a autopublicação (*self publishing*) de obras pode trazer ao autor, bem como ao público leitor.

Por *self publishing*, “entende-se [...] como a publicação de um livro ou qualquer outra mídia sem o envolvimento de uma editora, o que causa a consequente desintermediação de um processo que existe há vários séculos” (ALMEIDA, 2016, p.8). Em uma pesquisa feita no ano de 2015 por Waldfogel e Reimers (2015), o número de livros e trabalhos autopublicados cresceu em torno de 300% desde 2006 e ultrapassou o número de publicações

já feitas por meio do método tradicional. A publicação independente pode oferecer obras de qualidade a um preço mais acessível ao consumidor, impactando diretamente nos custos de estoque e distribuição dos livros. Além disso, também reduz, principalmente no caso dos livros sobre *print on demand* (impressão por demanda), o tempo entre a produção, a venda e a distribuição ao público. A desintermediação que ocorre nesse processo coloca o autor como peça fundamental da divulgação e venda de suas obras não necessitando da interferência direta do editor.

Nesse novo contexto, é através de editoras independentes ou plataformas de vendas de livros que as obras serão comercializadas. *Kindle Direct Publish*, *Kobo*, *Smashwords* e *iBooks Author* são algumas das principais plataformas *online* de *self publishing books*. Cada uma delas possui um sistema próprio de aceitação e comercialização das obras e oferecem basicamente os mesmos direitos sobre as mesmas. Segundo informações que constam no próprio site, a *Kindle Direct Publish* da *Amazon*, oferece agilidade no mercado, direitos reservados e 70% ou 35% nos Royalties da obra (variável conforme plataforma), além da opção de “*Paperback*” (livro físico), com algumas limitações, porém, mantendo ISBN e outros direitos sobre a obra. Nesse tipo de plataforma, o autor faz o *upload* de seu livro sem qualquer custo e ainda poderá estipular o preço do livro, variando de um preço mínimo ou máximo, dependendo do tamanho, em bytes, do arquivo.

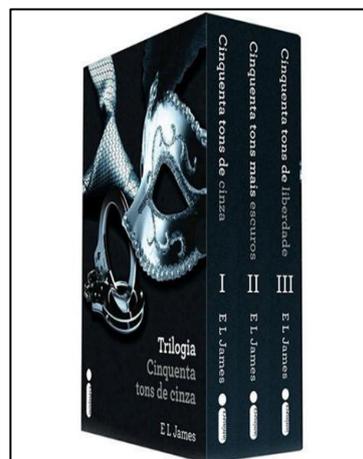
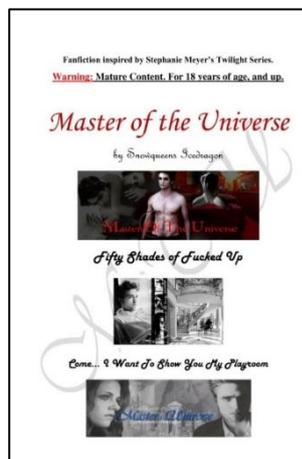


Fonte: Captura de tela. Kindle Direct Publish

Um dos livros mais bem sucedidos comercializado em uma plataforma de autopublicação foi fenômeno de vendas “Cinquenta Tons de Cinza” (*Fifty Shades of Grey* no original), da escritora britânica E. L. James tendo início através de uma *fanfiction* (ou *fanfic*). Segundo Ana Cláudia Munari Domingos (2015, p.14) “*fanfics* são narrativas escritas por fãs de livros, filmes, séries de televisão ou mesmo personagens favoritos, apresentando enredos

os mais variados, que são postadas na internet. Este tipo de narrativa, também chamada de “fanfiction”, ganha adeptos a cada dia.

Publicada no blog “Fanfiction. net” da internet, no ano de 2009, como uma fanfic da série de livros e filmes “Twilight” ou “Crepúsculo”, da autora Stephenie Meyer, a obra “Cinquenta Tons de Cinza” tinha como título “Master of the Universe” e era assinada por Snowqueens Icydragon, ou apenas “Icy”, codinome de E. L. James. Segundo a professora Anne Jamison da Universidade de Utah (2012), “Master of the Universe” (ou “MOTU” como ficou conhecida a *fanfic*, chegou a ter “37 K de resenhas” até ser retirada do ar dois anos depois e ser republicada no próprio site de James. Após algumas reformulações, a autora desvincula “MOTU” da história original baseada em Crepúsculo, e a retira definitivamente do ar. Em 2011, a autora autopublica seu livro, pela Editora independente “The Writer’s Coffee Shop” (disponível no site: < <http://ph.thewriterscoffeeshop.com/>>.), com sede na Austrália e especializada na publicação de “fanfics”. A editora disponibilizava a publicação dos livros online no formato de ePub ou mobi, ou em “Paperback”, atualmente a editora não está aceitando novas inscrições para publicação de livros. Segundo Jason Boog (2012), editor do site “Galley Cat”, em entrevista a professora Anne Jamison, “Cinquenta Tons de Cinza”, enquanto publicado pela “TWC”, chegou a vender 250,000 cópias entre e-books e livros impressos.



Fonte: “MOTU” e Trilogia “Cinquenta Tons de Cinza, imagens da internet.

Sucesso de vendas na internet, logo teve os direitos de publicação em papel adquiridos pela editora Vintage Books britânica; nos Estados Unidos, o livro foi lançado pela editora Random House , o que, segundo o site “O Globo”, gerou desentendimentos entre as

editoras por falta de pagamento de direitos autorais³. No Brasil, segundo Maria Fernandes Rodrigues (2015) em matéria do site **Estadão**⁴ de 2015, a editora Intrínseca, detentora dos direitos de “Cinquenta Tons de Cinza” no Brasil, “não pagou pouco. Comenta-se que a oferta foi de US\$ 750 mil – um valor alto para os padrões do mercado”. Ainda segundo Rodrigues, em 2012 ano em que foi lançado no Brasil,

o primeiro volume ficou no topo da lista de mais vendidos do *Publishnews*, desbancando *Ágape*, o best-seller do padre Marcelo Rossi, e os outros dois ficaram em 2.º e 4.º. Os volumes perderam força nos anos seguintes, com o bispo Edir Macedo, o terceiro colocado de 2013, e seu *Nada a Perder* (volumes 1, 2 e 3) ganhando espaço nas livrarias. No ano passado, os livros de E. L. James sequer apareceram no ranking geral dos 20 mais vendidos feito pelo site especializado em mercado editorial (RODRIGUES, 2015).

Ainda segundo o **Estadão**, apenas no Brasil a trilogia “Cinquenta Tons de Cinza” vendeu 5,5 milhões de livros, no ano de 2015. No site da *Amazon*⁵, as obras para *Kindle* possuem 84,399 avaliações, sendo 60% destas classificadas com cinco estrelas e apenas 1% com uma estrela. A obra também aparece com o dígito 4,150 na lista da “*Amazon Best Sellers Rank*”, atualizado de hora em hora, na “*Paid Kindle Store*” ou “Loja de Pagos da *Kindle*”.

CONCLUSÕES OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através das análises realizadas na pesquisa, é possível concluir que o mercado editorial vem gradativamente sofrendo mudanças nos últimos anos, devido às novas possibilidades de publicação de livros, entre elas, o *self publishing*. Um exemplo claro de obra bem sucedida nesse ambiente é “Cinquenta Tons de Cinza”, o que não é regra geral do mercado.

Existe uma tendência forte rumo à desintermediação, o que significa que o papel do editor está cada vez mais enfraquecido, ao passo que o próprio escritor assume as funções de edição, distribuição, comercialização, por meio de plataformas digitais.

AGRADECIMENTOS

³ Disponível em: <<http://g1.globo.com/p-op-arte/noticia/2015/08/editora-que-pub-licou-50-tons-on-line-deve-pagar-so-ma-milionaria-a-socia.html>>. Acesso em: 13/04/2017.

⁴ Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/blogs/babel/mais-de-5-milhoes-de-brasileiros-compraram-a-trilogia-cinquenta-tons-de-cinza/>>. Acesso em: 15/04/2017.

⁵ Disponível em: <https://www.amazon.com/Fifty-Sha-des-Trilogy-Bundle-Darker-ebook/dp/B007S-GM-084/ref=sr_1_2?s=books&ie=UTF8&qid=149619-3203&sr=1-2&keywords=fifty+sh-ades+of+grey+trilog-y+kindle>. Acesso em: 13/05/2017.

Agradeço o meu professor Edgar por toda a atenção e paciência durante todos esses anos de pesquisa. Sou grata também ao meu colega Luís pela parceria tanto na pesquisa quanto na graduação.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Mariana Rodrigues Montenegro de. **Self-publishing como escolha ativa: como o marketing de ebooks é desenvolvido nesse cenário.** Dissertação de Mestrado em Marketing apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Coimbra, 2016.

AMAZON. **Fifty Shades of Grey Trilogy.** Disponível em: <https://www.amazon.com/Fifty-Shades-Trilogy-Bundle-Darker-ebook/dp/B007S-GM-084/ref=sr_1_2?s=books&ie=UTF8&qid=149619-3203&sr=1-2&keywords=fifty+shades+of+grey+trilog-y+kindle>. Acesso em: 13/05/2017.

DOMINGOS, Ana Cláudia Munari. **Hiperleitura e Escriteitura. Convergência Digital, Harry Potter, Cultura de Fã.** EDIPUCRS. Porto Alegre, 2015, p. 14.

G1. Artigo da BBC. **Editora que publicou '50 Tons' online deve pagar soma milionária a sócia.** 27 de novembro de 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2015/08/editora-que-publicou-50-tons-online-deve-pagar-soma-milionaria-a-socia.html>>. Acesso em: 15/04/2017.

JAMISON, Anne. **Fifty Shades of Pop Culture Theory Twilight Fan Fiction Unit from Theories of Popular Culture at the University of Utah. An experiment in using participatory culture both as pedagogy and course material.** Disponível em: <<http://fiftyshadesofpopculturetheory.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 01/05/2014.

JESUS, Manoel de. **Editoração.** Universidade de Pelotas. 16 de maio de 2012. Disponível em:

<<http://manoeljesus.ucpel.tche.br/aula%209%20pd.htm>>. Acesso em: 03/04/2017.

KINDLE Direct Publishing. Disponível em: <https://kdp.amazon.com/en_US/> . Acesso em: 01/05/2017.

RODRIGUES, Mariana Fernanda. **Mais de 5 milhões de brasileiros compraram a trilogia Cinquenta Tons de Cinza. Estadão.** 12 de fevereiro de 2015. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/blogs/babel/mais-de-5-milhoes-de-brasileiros-compraram-a-trilogia-cinquenta-tons-de-cinza/>>. Acesso em:15/04/2017.

WALDFOGEL, Joel, REIMERS, I. Storming the Gatekeepers: Digital Disintermediation in the Market for Books. Carlson School of Management, Department of Economics, and Law School University of Minnesota and NBER. Minnessota, 2015.