

UNIVERSIDADE DE LISBOA  
FACULDADE DE BELAS-ARTES  
FACULDADE DE ARQUITETURA



## **AUDIO&BOOKS**

**Um estudo exploratório sobre o audiolivro e o livro impresso**

Ana Margarida Silvestre Matos

Trabalho de Projeto

Mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas

Trabalho de Projeto orientado pela Prof<sup>ª</sup>. Doutora Sofia Leal Rodrigues

2022

## RESUMO

O desenvolvimento e a crescente mediatização dos meios digitais têm vindo a provocar grandes transformações no conceito de livro. O livro impresso tem-se adaptado e, de certo modo, atualizado, enquanto que novos formatos digitais ganham cada vez mais popularidade e um maior número de leitores. As capacidades e possibilidades de utilização destas formas de livro emergentes são inúmeras e inegáveis, podendo, ou não, constituir uma ameaça para o futuro da impressão em papel.

Torna-se, por isso, cada vez mais relevante refletir sobre a forma como estes novos formatos se relacionam com o livro impresso e como podem influenciar ou contribuir para o seu futuro e, conseqüentemente, para a evolução dos hábitos e das experiências de leitura.

Entre estes novos formatos digitais, encontra-se o audiolivro. Nos últimos anos, este tem-se vindo a assumir como um formato concorrente do livro impresso, motivando os leitores a questionar o seu conceito de livro e de leitura. A sua natureza imaterial, que permite grande mobilidade aos seus utilizadores, aliada à sua facilidade de utilização e à pertinência dos seus conteúdos, tornam-no um formato apelativo e cada vez mais popular.

Neste sentido, por apresentar características que o diferenciam do livro tradicional e dos outros formatos emergentes, o audiolivro revela-se pertinente como objeto de estudo. Analisá-lo mais aprofundadamente, permite entender a sua legitimidade como uma forma de livro independente.

Desta forma, o presente trabalho pretende explorar e testar os limites da relação entre o audiolivro e o livro impresso. Tirando partido das capacidades expressivas de cada formato em análise, procurou-se desenvolver um projeto que permitisse a sua colaboração e interdependência, de modo a proporcionar uma experiência de leitura única, subjetiva e produto da complementaridade entre duas formas de livro que, à partida, apenas seriam consideradas concorrentes.

Assim, o projeto desenvolvido culmina num objeto editorial, composto por vários elementos que se complementam entre si, resultando numa simbiose entre o livro impresso e o audiolivro, enriquecida pela articulação entre os meios impressos e digitais que fazem parte do projeto.

### PALAVRAS-CHAVE:

Audiolivro; Livro impresso; Publicação híbrida; Experiência de leitura; Design editorial.

## **ABSTRACT**

The development and growing mediatization of digital media have been causing great changes in the idea of the book. The printed book has been adapted and, in a way, updated, while new digital formats have been gaining popularity and a larger number of readers. Its resources and possibilities are countless and undeniable, and may, or may not, be a threat to the future of printing.

Therefore, it becomes more and more relevant to think about the way that these new formats relate to the printed book and how they can influence or contribute to its future and, consequently, to the evolution of reading habits and experiences.

Among these new digital formats, we can find the audiobook. In recent years, it has become a competitive format to the printed book, motivating readers to question their concept of book and reading. Its immaterial nature, which allows great mobility to its users, combined with its simplicity of use and the relevance of its contents, make it a very appealing and increasingly popular format.

By presenting characteristics that differentiate it from the traditional book and other emerging formats, the audiobook proves to be quite relevant as a subject of study. Analyzing it deeply allows to demonstrate its legitimacy as an independent book form.

The present work intends to explore and test the boundaries of the relationship between the audiobook and the printed book. Exploring the expressive abilities of each format under analysis, this work intends to develop a project that would allow their collaboration and interdependence, in order to provide a unique and subjective reading experience that is a product of the complementarity between two formats that, from the beginning, would be considered competitors.

Thus, the developed project ends with an editorial object, composed of several elements that complement each other, resulting in a symbiosis between the printed book and the audiobook, enriched by the articulation of the printed and digital media that are part of the project.

## **KEYWORDS:**

Audiobook; Printed book; Hybrid publication; Reading experience; Editorial design.

## **AGRADECIMENTOS**

Um especial agradecimento à minha orientadora Professora Doutora Sofia Leal Rodrigues, por todo o apoio, pelo incentivo, pela orientação, por ter feito parte do meu percurso académico desde o início e, principalmente, por acreditar em mim, nas minhas ideias e no projeto.

Agradeço também ao Professor João Ferreira por toda a sua disponibilidade, generosidade e preciosa ajuda durante a implementação *online* do *website* do projeto. Todas as suas sugestões e indicações tornaram todo o processo mais fácil e menos intimidante.

Obrigado à Ana Oliveira e ao narrador José Anjos por toda a colaboração e disponibilidade durante o desenvolvimento do audiolivro. Os seus contributos foram essenciais para o sucesso do presente trabalho.

Obrigado a todos os meus familiares, por me apoiarem sempre em tudo o que faço.

O meu maior obrigado ao meu Pai, à minha Mãe e ao meu irmão. Obrigado por todos os conselhos, motivação e encorajamento. Sem o seu apoio este percurso teria sido mais solitário e difícil. Obrigado por tudo.

## ÍNDICE

<b>Introdução .....</b>	<b>12</b>
<b>1. O LIVRO IMPRESSO .....</b>	<b>15</b>
1.1. A morte do papel .....	15
1.2. O livro e a velocidade .....	20
1.3. <i>Print vs. digital?</i> ou <i>print &amp; digital?</i> .....	23
<b>2. O AUDIOLIVRO .....</b>	<b>30</b>
2.1. A história do audiolivro .....	31
2.2. O audiolivro contemporâneo .....	41
2.3. O mercado do audiolivro e o audiolivro em Portugal .....	52
<b>3. O PROJETO AUDIO&amp;BOOKS .....</b>	<b>63</b>
3.1. Ideia inicial .....	63
3.2. Referências gráficas e conceptuais .....	65
3.2.1. O Futurismo .....	67
3.2.1.1. O Futurismo em Portugal .....	76
3.2.2. O Dadaísmo .....	83
3.2.3. Estudos de caso.....	88
3.3. Articulação dos conteúdos do projeto .....	92
3.4. Desenvolvimento do Projeto .....	93
3.4.1. O audiolivro.....	93
3.4.1.1. Seleção da obra a narrar e referências para a gravação .....	93
3.4.1.2. O processo de gravação e pós-produção.....	96
3.4.2. A publicação impressa.....	101
3.4.2.1. A identidade visual do projeto.....	101
3.4.2.2. O miolo .....	104
3.4.2.3. A capa .....	113
3.4.2.4. O poster e os postais .....	115
3.4.2.5. O código QR como acesso à componente digital <i>online</i> .....	118
3.4.2.6. A impressão e a encadernação.....	120
3.4.3. O <i>website</i> .....	122
3.5. Resultado final.....	134
<b>Conclusão .....</b>	<b>136</b>

<b>Bibliografia.....</b>	<b>140</b>
<b>Netografia.....</b>	<b>144</b>
<b>Apêndices.....</b>	<b>152</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>La fin des livres</i> . Ilustrações de Albert Robida ( <a href="https://publicdomainreview.org/collection/octave-uzannes-the-end-of-books-1894">https://publicdomainreview.org/collection/octave-uzannes-the-end-of-books-1894</a> )... 17	17
<b>Figura 2</b> <i>Written Images</i> . Exemplos de algumas das obras publicadas no projeto. Artistas (da esquerda para a direita e de cima para baixo): David Bouchard, Marius Watz, Kim Asendorf, Jörg Piringer, Leonardo Solaas e Moka ( <a href="http://writtenimages.net/">http://writtenimages.net/</a> )..... 28	28
<b>Figura 3</b> Fonógrafo, Thomas Edison ( <a href="https://blog.oup.com/2011/12/phonograph/">https://blog.oup.com/2011/12/phonograph/</a> ). ... 31	31
<b>Figura 4</b> Barbara Holdrige (à esquerda) e Marianne Roney, fundadoras da <i>Caedmon Records</i> ( <a href="https://www.npr.org/2002/12/05/866406/caedmon-recreating-the-moment-of-inspiration?t=1645885193951">https://www.npr.org/2002/12/05/866406/caedmon-recreating-the-moment-of-inspiration?t=1645885193951</a> ). ..... 37	37
<b>Figura 5</b> Álbum de Dylan Thomas, produzido pela <i>Caedmon Records</i> ( <a href="https://lareviewofbooks.org/article/audiobooks-before-audiobooks/">https://lareviewofbooks.org/article/audiobooks-before-audiobooks/</a> )..... 38	38
<b>Figura 6</b> Da esquerda para a direita e de cima para baixo: <i>iTunes</i> , <i>Books on Tape</i> , <i>LibriVox</i> e <i>Project Gutenberg</i> ( <a href="https://www.booksontape.com/">https://www.booksontape.com/</a> ; <a href="https://librivox.org/">https://librivox.org/</a> ; <a href="https://www.gutenberg.org/">https://www.gutenberg.org/</a> )..... 55	55
<b>Figura 7</b> <i>Audible</i> ( <a href="https://www.audible.co.uk/ep/row?source_code=M2M30DFT1Bk12110112102TC&amp;gclid=EAlaIqObChMIgqO-geid9gIVTQGLCh0-4gmDEAAYASAAEgLspPD_BwE&amp;gclidsrc=aw.ds">https://www.audible.co.uk/ep/row?source_code=M2M30DFT1Bk12110112102TC&amp;gclid=EAlaIqObChMIgqO-geid9gIVTQGLCh0-4gmDEAAYASAAEgLspPD_BwE&amp;gclidsrc=aw.ds</a> ). ..... 56	56
<b>Figura 8</b> <i>Boca-palavras que alimentam</i> ( <a href="https://www.boca.pt/">https://www.boca.pt/</a> ). ..... 57	57
<b>Figura 9</b> Audiolivros produzidos pela Imprensa Nacional e pela Fundação Francisco Manuel dos Santos ( <a href="https://impresanacional.pt/digitais/audiolivros/">https://impresanacional.pt/digitais/audiolivros/</a> e <a href="https://www.ffms.pt/destaques/detalhe/2497/audiolivros">https://www.ffms.pt/destaques/detalhe/2497/audiolivros</a> )..... 59	59
<b>Figura 10</b> <i>Blogue Letra Pequena</i> ( <a href="http://blogues.publico.pt/letrapequena/2016/06/06/livros-para-escutar-e-ver-2/">http://blogues.publico.pt/letrapequena/2016/06/06/livros-para-escutar-e-ver-2/</a> ). .... 59	59
<b>Figura 11</b> <i>Audiolivros em português</i> ( <a href="https://open.spotify.com/show/3zg9gsxDJ6W1mcdmcYN1ek">https://open.spotify.com/show/3zg9gsxDJ6W1mcdmcYN1ek</a> ). ..... 60	60
<b>Figura 12</b> Plataforma desenvolvida pela editora <i>Leya</i> e pela <i>Rakuten Kobo</i> ( <a href="https://www.leyaonline.com/pt/eleya/">https://www.leyaonline.com/pt/eleya/</a> ). ..... 61	61
<b>Figura 13</b> <i>Zang Tumb Tumb</i> , de Marinetti ( <a href="https://arthistoryproject.com/artists/filippo-tommaso-marinetti/zang-tumb-tumb/">https://arthistoryproject.com/artists/filippo-tommaso-marinetti/zang-tumb-tumb/</a> ; <a href="https://www.libreriapontremoli.it/filemanager/vetrina/zang-tumb-tuum.php#">https://www.libreriapontremoli.it/filemanager/vetrina/zang-tumb-tuum.php#</a> ). ..... 70	70
<b>Figura 14</b> <i>Le mots en liberté futuristes</i>	

<i>(<a href="https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti_FT_Les_mots_en_liberte_futuristes.pdf">https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti_FT_Les_mots_en_liberte_futuristes.pdf</a>)</i>	71
<b>Figura 15</b> <i>Le mots em liberté futuristes, Après la Marne, Joffre visita le front em auto,</i> de Marinetti	
<i>(<a href="https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti_FT_Les_mots_en_liberte_futuristes.pdf">https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti_FT_Les_mots_en_liberte_futuristes.pdf</a>)</i>	72
<b>Figura 16</b> <i>Le mots em liberté futuristes, Le solr, couchée dans son lit, Elle relisait la lettre de son artilleur au front,</i> de Marinetti	
<i>(<a href="https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti_FT_Les_mots_en_liberte_futuristes.pdf">https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti_FT_Les_mots_en_liberte_futuristes.pdf</a>)</i> .	73
<b>Figura 17</b> <i>Le mots em liberté futuristes, Une assemblée tumultuese (Sensibilité numérique),</i> de Marinetti	
<i>(<a href="https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti_FT_Les_mots_en_liberte_futuristes.pdf">https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti_FT_Les_mots_en_liberte_futuristes.pdf</a>)</i>	74
<b>Figura 18</b> Contribuições de Santa-Rita Pintor no segundo número da revista <i>Orpheu:</i> <i>Compenetração estática interior de uma cabeça = complementarism congénito absoluto</i> <i>(1913); Síntese geometria de uma cabeça x infinito plástico de ambiente x</i> <i>transcendentalismo phisico (1913); Decomposição dynamic de uma mesa + estilo do</i> <i>movimento (1912)</i> ( <a href="http://modernismo.pt/images/revistas/pdf/orpheu_n_2_web.pdf">http://modernismo.pt/images/revistas/pdf/orpheu_n_2_web.pdf</a> ) ..	77
<b>Figura 19</b> Trabalhos de Santa-Rita Pintor na revista <i>Portugal Futurista: Perspetiva dinâmica de um quadro de acordar (1912); Cabeça=Linha-Força. Complementarismo orgânico (1913); Abstração congénita intuitiva (Matéria-Força) (1915)</i> <i>(<a href="https://modernismo.pt/images/revistas/pdf/Portugal_Futurista_web1.pdf">https://modernismo.pt/images/revistas/pdf/Portugal_Futurista_web1.pdf</a>)</i> .....	78
<b>Figura 20</b> <i>Ultimatum Futurista às Gerações Portuguesas do Século XX,</i> de Almada Negreiros, publicado na revista <i>Portugal Futurista</i> <i>(<a href="https://modernismo.pt/images/revistas/pdf/Portugal_Futurista_web1.pdf">https://modernismo.pt/images/revistas/pdf/Portugal_Futurista_web1.pdf</a>)</i> e o livro <i>K4,</i> <i>o Quadrado Azul</i> .....	79
<b>Figura 21</b> <i>Ode Triunfal</i> e <i>Ultimatum,</i> de Álvaro de Campos <i>(<a href="http://modernismo.pt/images/revistas/pdf/orpheu_n_1_web.pdf">http://modernismo.pt/images/revistas/pdf/orpheu_n_1_web.pdf</a>;</i> <i><a href="https://modernismo.pt/images/revistas/pdf/Portugal_Futurista_web1.pdf">https://modernismo.pt/images/revistas/pdf/Portugal_Futurista_web1.pdf</a> )</i> .....	80
<b>Figura 22</b> <i>Manucure,</i> de Mário de Sá-Carneiro <i>(<a href="http://modernismo.pt/images/revistas/pdf/orpheu_n_2_web.pdf">http://modernismo.pt/images/revistas/pdf/orpheu_n_2_web.pdf</a>)</i> .....	81
<b>Figura 23</b> Os três primeiros números da revista <i>Dada,</i> de Tristan Tzara <i>(<a href="https://monoskop.org/images/5/52/Dada_1_Jul_1917.pdf">https://monoskop.org/images/5/52/Dada_1_Jul_1917.pdf</a>;</i>	

<a href="https://monoskop.org/images/c/c6/Dada_2_Dec_1917.pdf">https://monoskop.org/images/c/c6/Dada_2_Dec_1917.pdf</a> ;	
<a href="https://monoskop.org/images/3/3b/Dada_3_Dec_1918.pdf">https://monoskop.org/images/3/3b/Dada_3_Dec_1918.pdf</a> .....	85
<b>Figura 24</b> <i>Kleine Dada Soirée</i> , de Theo van Doesburg e de Kurt Schwitters ( <a href="https://www.moma.org/collection/works/5533">https://www.moma.org/collection/works/5533</a> ). .....	86
<b>Figura 25</b> Primeiro número da revista <i>Mécano</i> de I.K. Bonset (Theo van Doesburg) ( <a href="https://monoskop.org/images/d/df/Mecano_1_Jan_1922.pdf">https://monoskop.org/images/d/df/Mecano_1_Jan_1922.pdf</a> ). .....	87
<b>Figura 26</b> <i>Melancholy &amp; Hysteria</i> , de Elizabeth Vereker ( <a href="http://www.elizabethvereker.com/melancholy-hysteria">http://www.elizabethvereker.com/melancholy-hysteria</a> ). .....	88
<b>Figura 27</b> <i>Un livre sonore</i> , de Éditions Volumiques ( <a href="https://volumique.com/v2/portfolio/sound-book/">https://volumique.com/v2/portfolio/sound-book/</a> ). .....	89
<b>Figura 28</b> Representação gráfica das variações de sonoridade nas palavras “LOOK” e “HEAR”, de Ran Zheng ( <a href="http://thesis2016.micadesign.org/ran/scenes.html">http://thesis2016.micadesign.org/ran/scenes.html</a> ). .....	90
<b>Figura 29</b> Esquema representativo da articulação entre todos os elementos do projeto (Ana Margarida Matos ©). .....	92
<b>Figura 30</b> Cores do projeto (Ana Margarida Matos ©). .....	101
<b>Figura 31</b> Família tipográfica de Adobe® Garamond® ( <a href="https://fonts.adobe.com/fonts/adobe-garamond">https://fonts.adobe.com/fonts/adobe-garamond</a> ). .....	102
<b>Figura 32</b> Logótipo do projeto (Ana Margarida Matos ©). .....	103
<b>Figura 33</b> Esquema de todos os elementos que compõem a publicação do projeto (Ana Margarida Matos ©). .....	104
<b>Figura 34</b> Medidas da publicação (Ana Margarida Matos ©). .....	106
<b>Figura 35</b> Esboços realizados para a construção de cada composição (Ana Margarida Matos ©). .....	107
<b>Figura 36</b> Testes com carvão (Ana Margarida Matos ©). .....	108
<b>Figura 37</b> Testes realizados com recurso ao software Adobe® Photoshop® (Ana Margarida Matos ©). .....	109
<b>Figura 38</b> Testes com <i>gelli plate</i> (Ana Margarida Matos ©). .....	110
<b>Figura 39</b> Etapas do desenvolvimento das composições tipográficas da publicação (Ana Margarida Matos ©). .....	111
<b>Figura 40</b> Miolo, prova de contacto de todas as páginas da publicação (Ana Margarida Matos ©). .....	112
<b>Figura 41</b> As duas primeiras versões da capa da publicação do projeto (Ana Margarida Matos ©). .....	113
<b>Figura 42</b> Terceira versão da capa (Ana Margarida Matos ©). .....	113

<b>Figura 43</b> Capa final da publicação (Ana Margarida Matos ©).....	114
<b>Figura 44</b> Desenvolvimento e versão final do poster (frente e verso) (Ana Margarida Matos ©).....	115
<b>Figura 45</b> Desenvolvimento e versão final dos postais (frente e verso) (Ana Margarida Matos ©).....	116
<b>Figura 46</b> Contentor dos postais (Ana Margarida Matos ©).....	116
<b>Figura 47</b> Ideia inicial para a bolsa extensível da publicação (Ana Margarida Matos ©) .....	117
<b>Figura 48</b> Criação do código QR ( <a href="https://www.qr-code-generator.com/">https://www.qr-code-generator.com/</a> ) .....	118
<b>Figura 49</b> Desenvolvimento e versão final do objeto editorial que permite integrar o código QR na publicação (Ana Margarida Matos ©).....	119
<b>Figura 50</b> Zincogravura (Ana Margarida Matos ©) .....	121
<b>Figura 51</b> <i>Sem Destino a</i> ( <a href="http://semdestinoa.belasartes.ulisboa.pt/">http://semdestinoa.belasartes.ulisboa.pt/</a> ).....	123
<b>Figura 52</b> <i>Venus</i> ( <a href="https://venus-story.com/">https://venus-story.com/</a> ).....	124
<b>Figura 53</b> <i>S-Town</i> ( <a href="https://stownpodcast.org/">https://stownpodcast.org/</a> ).....	124
<b>Figura 54</b> Estrutura inicial do <i>website</i> (Ana Margarida Matos ©).....	126
<b>Figura 55</b> Protótipo digital do <i>website</i> do projeto (Ana Margarida Matos ©) .....	126
<b>Figura 56</b> Desenvolvimento da <i>homepage</i> (Ana Margarida Matos ©) .....	129
<b>Figura 57</b> Desenvolvimento da página do sobre do <i>website</i> do projeto (Ana Margarida Matos ©).....	130
<b>Figura 58</b> Alguns exemplos do processo de construção da página do projeto (Ana Margarida Matos ©) .....	131
<b>Figura 59</b> Processo de construção da página do audiolivro (Ana Margarida Matos ©) .....	132
<b>Figura 60</b> Apresentação de todos os elementos do projeto <i>AUDIO&amp;BOOKS</i> (Ana Margarida Matos ©) .....	134
<b>Figura 61</b> Pormenor de vários elementos do projeto (em cima) e código QR finalizado (em baixo) (Ana Margarida Matos ©).....	135

## INTRODUÇÃO

O livro já não se encontra confinado aos limites do papel. O desenvolvimento tecnológico dos últimos anos possibilitou o crescimento de novas formas de livro que têm vindo a ocupar, gradualmente, o lugar do livro impresso nos hábitos de leitura da população (Have e Pedersen, 2013, p. 124). Neste sentido, torna-se cada vez mais importante refletir sobre a relevância do livro impresso na atualidade e questionar as razões que contribuem para a permanência deste formato num mundo cada vez mais imaterial e digital. Como será o livro do futuro? O livro impresso continuará a existir na sua forma tradicional ou será adaptado para ir de encontro às novas formas de livro digitais? Por enquanto, é difícil prever com exatidão o modo como poderá evoluir, porém, alguns esforços foram já realizados nesse sentido, procurando conciliar o livro impresso com as novas formas de livro digitais emergentes.

*“The traditional role of print is unmistakably being threatened by the new digital World; but also, paradoxically, being revitalized”<sup>1</sup> (Ludovico, 2012, p. 7).*

É neste contexto que o presente trabalho de projeto pretende incidir, ao propor estabelecer uma relação de complementaridade e de colaboração entre o livro impresso e um dos formatos digitais emergentes, que tem angariado cada vez mais utilizadores nas últimas décadas: o audiolivro. Esta forma de livro única, que remonta ao século XIX, revela uma popularidade crescente e uma pertinência relevante.

Neste sentido, o presente trabalho procura estudar a forma como o livro tradicional se tem adaptado/atualizado para dar resposta ao constante desenvolvimento tecnológico, nomeadamente, ao crescimento de formas de livro digitais e às novas necessidades e exigências dos leitores contemporâneos. O presente trabalho pretende ainda explorar, através do desenvolvimento do projeto *AUDIOBOOKS*, a relação do livro impresso com o audiolivro e perceber se estes dois formatos são apenas concorrentes ou se poderão ser complementares. Deste modo, procura-se desenvolver uma experiência de leitura híbrida, produto da complementaridade e do equilíbrio entre o antigo e o novo, entre a impressão e o digital, entre o livro impresso e o audiolivro.

---

<sup>1</sup> TL: “O papel tradicional da impressão está inequivocamente a ser ameaçado pelo novo mundo digital; porém, está, paradoxalmente, a ser revitalizado”.

De forma a alcançar os objetivos anteriormente mencionados, o presente trabalho pretende enquadrar histórica e teoricamente cada formato em análise, assim como recolher informação de diversas obras, projetos e artistas que trabalhem temáticas congêneres, de modo a contextualizar e fundamentar os conceitos e as ideias exploradas ao longo do projeto. O recurso às capacidades formais e expressivas de cada formato em estudo permitiu desenvolver um objeto editorial (composto por vários elementos), que conjuga som, imagem e tipografia. Através da articulação entre som (audiolivro) e papel (livro impresso), procura-se enriquecer a experiência dos leitores, propondo uma forma única, subjetiva e individual de ler e experienciar o livro, baseada na interação do leitor com o objeto, e no apelo dos seus sentidos, neste caso, a visão e a audição. O resultado final do projeto desenvolvido deve resultar da colaboração e simbiose entre todas as suas partes.

O presente trabalho encontra-se dividido em três capítulos. O primeiro capítulo, *O Livro Impresso*, reflete sobre a evolução e adaptação do livro impresso ao longo do tempo. No decorrer deste capítulo inicial são abordadas diversas temáticas: a declaração prematura da “morte do papel”, o impacto do desenvolvimento tecnológico na relação do leitor contemporâneo com o livro e a forma como o livro impresso se tem adaptado, atualizado e fragmentado para ir de encontro às exigências de uma sociedade cada vez mais tecnológica e marcada pela rapidez e efemeridade da *internet*.

No segundo capítulo, procurou-se apresentar o audiolivro. Este capítulo inicia-se com a contextualização histórica deste formato, de forma a dar a conhecer a sua origem e a sua evolução até aos dias de hoje. De seguida, procurou-se abordar a sua forma atual, salientando as suas características, os elementos pelos quais é constituído, bem como as críticas de que é alvo. Na parte final deste capítulo, pretende-se abordar o mercado do audiolivro, não só internacionalmente, mas também em Portugal, de modo a verificar o seu crescimento recente e a sua integração, ou não, nos hábitos de leitura dos consumidores. Desta forma, será possível analisar o comportamento dos leitores em relação a este formato e constatar se ainda se verifica alguma hesitação em relação à validade e legitimidade da experiência de leitura proporcionada pelo audiolivro.

Por fim, no terceiro e último capítulo, *O Projeto AUDIO&BOOKS*, é descrito todo o desenvolvimento da parte prática do presente trabalho. Desde a contextualização da ideia inicial do projeto, às referências gráficas e conceptuais que o inspiraram, até à construção de todos os seus elementos. Ao longo deste capítulo descrevem-se todos os desafios inerentes à produção de um audiolivro original, desde a construção de uma

publicação cujas páginas, através da utilização de tipografia, pretendem representar visualmente som, à conceção de todos os seus elementos complementares impressos, até ao desenvolvimento e construção de um *website* de raiz.

## 1. O LIVRO IMPRESSO

### 1.1. A morte do papel

Num mundo cada vez mais interligado e marcado pela forte presença das tecnologias, é comum refletir sobre o papel do livro impresso e a sua relevância. Ao longo dos últimos anos, tem-se vindo a testemunhar uma crescente digitalização e, em parte, um abandono gradual dos meios analógicos. Assim, levanta-se uma questão:

*“Is printed paper (...) doomed?”*<sup>2</sup> (Ludovico, 2012, p. 15).

A “morte do papel” foi anunciada, por diversas vezes, em determinados momentos da história, principalmente com a chegada de um novo meio de comunicação concorrente com a página impressa. Com cada descoberta, acreditava-se que o papel iria ser rapidamente substituído por um *media* mais recente e inovador (Ludovico, 2012, p. 15). No entanto, o livro impresso tem resistido a todas estas alterações, permanecendo inabalável e o meio de eleição da maioria dos leitores.

A ideia da substituição/abandono do papel por um *media* mais recente e, à partida melhor, remonta a finais do século XIX e inícios do século XX, altura em que a “morte do papel”, terá sido primeiramente anunciada e antecipada.

O desenvolvimento de redes eletrónicas públicas permitiu a distribuição em massa dos novos *media*, o que acentuou a ideia de que os dias da utilização do papel estariam contados. Invenções como o telégrafo, o “*speaking telegraph*” de Innocenzo Manzetti, (que impulsionou o desenvolvimento das primeiras linhas telefónicas) ou o fonógrafo de Thomas Edison (aprofundado mais à frente), despontavam o fascínio pela modernidade e punham em causa o futuro do papel (Ludovico, 2012, p. 16).

Neste sentido, vários autores conceberam possíveis cenários em que o livro impresso perdera a sua relevância e deixara de ser necessário. Entre estes autores, destacam-se Octave Uzanne<sup>3</sup> e Albert Robida<sup>4</sup> que, em 1894, publicaram uma história

---

<sup>2</sup> TL: “O papel impresso está (...) condenado?”.

<sup>3</sup> Octave Uzanne foi um célebre escritor, editor, jornalista, bibliófilo e crítico francês. Amante de livros, foi o cofundador da *Société des Bibliophiles Contemporains* e colaborou com diversos artistas, nomeadamente Paul Avril, Félicien Rops, Albert Lynch, entre outros (Barata, 2021).

<sup>4</sup> “Robida was born in 1848 and died in 1926. During his lifetime he reportedly drew 60,000 pictures and wrote and/or illustrated over 200 books. (...) His sketches and caricatures, particularly of humorous and

ilustrada que refletia acerca do futuro do mundo da edição, *La fin des livres*. Neste futuro imaginado, a edição não recorreria à utilização da página estática, mas sim à transmissão de informação através da voz (ao vivo ou gravada). Uzanne afirmava que a leitura provocava fadiga ocular e apatia, enquanto que a audição de palavras, transmitia energia. (Ludovico, 2012, p. 17).

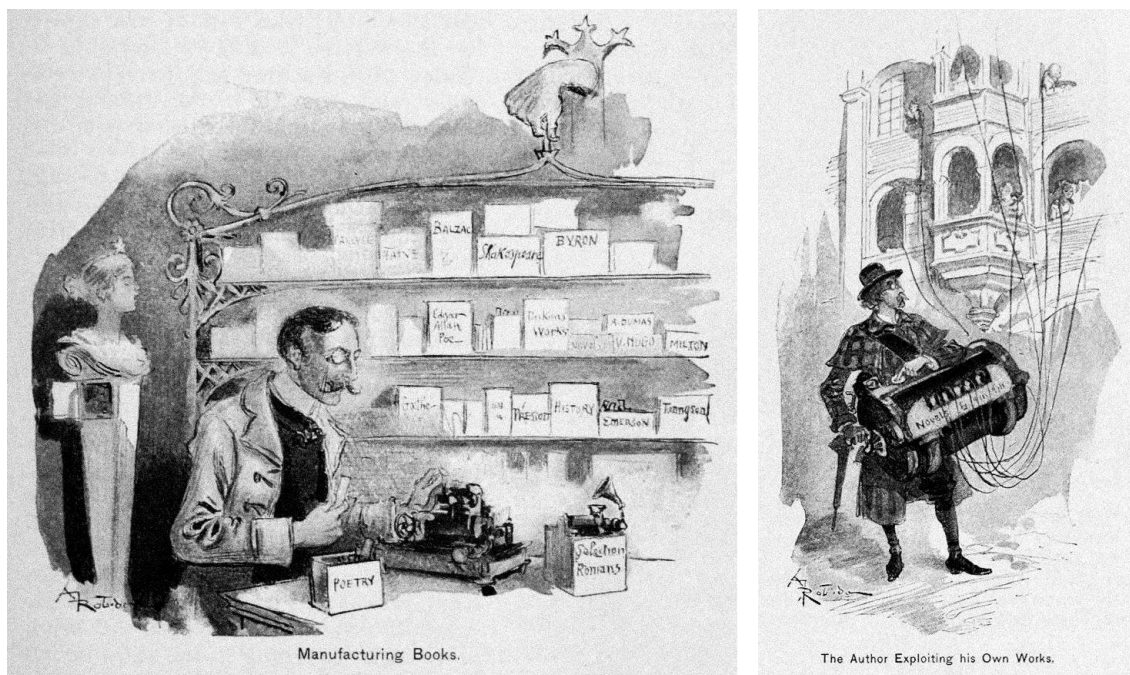
*La fin des livres*, integra a coleção *Contes pour les Bibliophiles*, um conjunto de onze histórias sobre livros e o mundo da edição/impressão. Nesta história, um grupo de estudiosos e bibliófilos regressa de uma palestra e reflete sobre o futuro. Um desses homens é *Bibliophile*, que é questionado sobre o futuro da literatura e dos livros. Este afirma que a página impressa iria cair em desuso, devido ao progresso da eletricidade e ao desenvolvimento tecnológico, em particular, à invenção de dispositivos capazes de registar e reproduzir som. O autor tornar-se-ia num narrador (a sua voz iria ser a sua principal ferramenta no apelo ao público para a leitura (audição) das suas obras); os jornalistas tornar-se-iam anunciantes e todas as entrevistas e discursos iriam ser gravados em fonógrafos e mais tarde reproduzidos ao público (The Public Domain Review, s.d.).

*“Si par livres vous entendez parler de nos innombrables cahiers de papier imprimé, ployé, cousu, broché sous une couverture annonçant le titre de l’ouvrage, je vous avouerai franchement que je ne crois point, – et que les progrès de l’électricité et de la mécanique moderne m’interdisent de croire, – que l’invention de Gutenberg puisse ne pas tomber plus ou moins prochainement en désuétude comme interprète de nos productions intellectuelles”*<sup>5</sup> (Robida e Uzanne, 2001).

---

*satirical visions of what lay in the future, were decades ahead of their time*” (Robida e Uzanne, 2001). TL: “Robida nasceu em 1848 e faleceu em 1926. Durante a sua vida, desenhou cerca de sessenta mil imagens e escreveu e/ou ilustrou mais de duzentos livros. (...) Os seus esboços e caricaturas, particularmente de cariz humorístico e satírico sobre o que se poderia encontrar no futuro, estavam décadas à frente do seu tempo”.

<sup>5</sup> TL: “Se por livros quer dizer os nossos inúmeros cadernos de papel impresso, dobrado, cosido, encadernado sob uma capa com o título da obra, admito francamente que não acredito – e que o progresso da eletricidade e da mecânica moderna me proíbem de acreditar – que a invenção de Gutenberg possa não cair, mais cedo ou mais tarde, em desuso como intérprete das nossas produções intelectuais”.



**Figura 1** *La fin des livres*. Ilustrações de Albert Robida (<https://publicdomainreview.org/collection/octave-uzannes-the-end-of-books-1894>).

A visão de *Bibliophile* sobre o futuro do livro e da impressão, retrata uma realidade sem livros, em que o conhecimento é transmitido exclusivamente por via oral (The Public Domain Review, s.d.). Neste cenário imaginado, o livro assume uma outra forma. Abandonando a sua materialidade, este passa a circular através de meios audiovisuais, também denominados de máquinas de leitura. Octave Uzanne e Albert Robida acreditavam que o livro seria experienciado através de uma máquina que se assemelhava a um fonógrafo em miniatura, preso ao ombro do leitor e conectado às suas orelhas por tubos extensíveis. De acordo com Matthew Rubery, este aparelho pode ser considerado “(...) *an uncanny harbinger of the modern-day Walkman®*”<sup>6</sup> (2016, p. 48). Para além deste tipo de dispositivos individuais, os autores acreditavam que seria possível comprar gravações através de máquinas de vendas automáticas, bem como, recorrendo a estações próprias, ouvi-las de forma gratuita em praças públicas (Rubery, 2016, p. 48).

*“The increasingly sophisticated technologies envisioned by Uzanne and Robida acknowledge the inescapable fact that the book was becoming more and more of a*

<sup>6</sup> TL: “um prenúncio estranho do *Walkman®* moderno”.

*multimedia production with every passing year*”<sup>7</sup> (Rubery, 2016, p. 52).

Atualmente, é comum a existência de objetos que questionam o conceito de livro e que procuram repensar as barreiras e os limites deste formato intemporal. Nos últimos anos, o audiolivro e o *podcast* têm vindo a ganhar popularidade e a atrair um maior número de leitores/ouvintes. No entanto, ao contrário do que é defendido ao longo de *La fin des livres*, este tipo de formatos, experienciados principalmente através da audição, aparentam ainda não estar preparados para substituir a palavra escrita/impressa completamente (The Public Domain Review, s.d.).

É difícil prever o futuro, mas tudo indica que o papel (livro impresso) não irá desaparecer, (pelo menos por agora), mas sim adaptar-se, procurando responder às necessidades e requisitos da sociedade contemporânea. Num elogio ao livro, Umberto Eco afirma: “*O livro é como a colher, o martelo, a roda ou a tesoura. Uma vez inventados, não se pode fazer melhor. (...) O livro provou os seus méritos e não consigo ver como, para o mesmo uso, se poderia fazer melhor do que o livro*” (Eco e Carrière, 2017, p. 17). O livro e o papel são a base de qualquer cultura. Esquecer os livros, é perder a memória (individual e coletiva) e perder a capacidade de refletir e ponderar.

*“(...) the death of paper – in retrospect, one of the most unfortunate and embarrassing prophecies of the information age – has obviously not happened. Various kinds of printed pages are still being produced in huge quantities, and globally distributed, on a mass scale as well as on a very personal level. Nevertheless, the role of the printed page has radically mutated, from being a prevalent medium in its own right, to being a complementary medium, sometimes used as a static repository of electronic content”*<sup>8</sup> (Ludovico, 2012, p. 29).

---

<sup>7</sup> TL: “As tecnologias cada vez mais sofisticadas imaginadas por Uzanne e por Robida confirmam o facto inevitável de que, a cada ano que passava, o livro se estava a tornar cada vez mais uma produção multimédia”.

<sup>8</sup> TL: “(...) a morte do papel – em retrospectiva, uma das profecias mais infelizes e embaraçosas da era da informação – obviamente não aconteceu. Diversos tipos de páginas impressas são ainda produzidos em grandes quantidades e distribuídos globalmente, tanto em grande escala como num nível mais pessoal. Ainda assim, o lugar da página impressa mudou radicalmente, de um meio predominante por direito próprio, passou a um meio complementar, utilizado, por vezes, como repositório estático de conteúdo eletrónico”.

O papel não está condenado ou “morto”, mas sim a sofrer grandes alterações, a ser repensado e, de certa forma, atualizado. O livro impresso é hoje considerado cada vez mais valioso, menos descartável e o conteúdo das suas páginas é o resultado de uma cuidada curadoria e seleção. Formato flexível e independente de eletricidade ou de quaisquer outros suportes para poder ser utilizado, é hoje entendido como um contentor de informação fechado e finito, com a capacidade de compilar e reunir informação. Aspeto este, bastante valorizado nos dias de hoje, principalmente por uma sociedade marcada pela fugacidade e efemeridade da *Internet*.

## 1.2. O livro e a velocidade

Ao longo das últimas décadas tem-se verificado um grande desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação. Este rápido crescimento provocou múltiplas reflexões acerca do futuro da edição e sobre o destino do livro impresso (Furtado, 2003, p. 1).

“Roger Chartier<sup>9</sup> tem sublinhado que, muito embora situações aparentemente semelhantes sejam recorrentes na história do livro e dos meios de comunicação, o momento em que nos encontramos configura uma “revolução” mais radical do que todas as anteriores por abranger, pela primeira vez em simultâneo, um conjunto de mutações que até agora tinham ocorrido em separado” (Furtado, 2003, p. 1).

Nestes últimos anos, as práticas de leitura, a forma e as técnicas de reprodução de texto, têm sofrido alterações nunca antes vistas.

A eletricidade, a rádio, a televisão, o cinema, os computadores e, principalmente, a invenção e o desenvolvimento da *internet (World Wide Web)* revolucionaram o livro impresso (Ludovico, 2012, p. 29). No entanto, a evolução das tecnologias e a valorização da imagem e do movimento, não questionaram apenas o seu futuro, mas também a forma como este é experienciado e considerado pelos leitores. Todas estas revoluções tecnológicas influenciaram a forma como a sociedade se relaciona com o livro: “(...) a história recente dos mass media tradicionais tem sido a da deslocação do tempo de espera para o do acontecimento, com o qual se reduz a dimensão temporal de reflexão” (Martinho et.al., 2016, p. 107).

Autores como Paul Virilio<sup>10</sup> refletiram sobre estas temáticas, (*poluição das velocidades*), e questionaram o impacto da velocidade e da rapidez (introduzidas pelo desenvolvimento dos *mass media*) na sociedade. Numa atualidade marcada pela

---

<sup>9</sup> Roger Chartier é um historiador e professor francês. Parte significativa do seu trabalho reflete sobre a história da cultura, da educação, do livro e da leitura (Penn Arts & Sciences Department of History, s.d.).

<sup>10</sup> “Paul Virilio (1932-2018) foi arquiteto, urbanista e filósofo francês. (...) tornou-se internacionalmente célebre pelas suas reflexões sobre os efeitos da aceleração tecnológica no sistema nervoso e perceção individuais. Da sua extensa bibliografia, destacam-se as obras *La Machine de vision*, *A Velocidade da Libertação* e *La Bombe informatique*” (Orfeu Negro, s.d.).

estimulação constante e pelo imediato, é cada vez mais comum verificar o desaparecimento gradual da reflexão e da memória. A rapidez promove o esquecimento e a ignorância: “(...) *passamos de um tempo extensivo da história ao tempo intensivo de uma instantaneidade sem história*” (Martinho et.al., 2016, p. 107). Neste sentido, e estabelecendo uma comparação com a montagem de imagens em cinema e com indústria dos videoclipes, Jean-Claude Carrière revela que, nos dias de hoje, se atingiu um ritmo tão rápido que se aproxima do limite: “*Para lá desse limite, não veríamos mais nada*” (2017, p. 42).

“Neste sentido, os «*media*» já não *medeiam*: tornando-se uma chegada constante, sem partida nem viagem. Nesta ditadura do tempo real já não há narração, mas *flashes* imediatos com inevitável afetação das utilizações e percepções. É a marca desse Global imediato da cultura contemporânea, que nos mergulha as relações de quotidiano numa «*discronia temporal*», nesse excesso de presente operativo e de mercado que domina o mundo contemporâneo” (Martinho et.al., 2016, p. 107).

“Aceleração que contribui para o apagamento da memória. É, sem dúvida, um dos problemas mais espinhosos da nossa civilização” (Eco e Carrière, 2017, p. 24).

Deste modo, a *internet* e o ecrã, fomentam um efeito de *zapping*, “*o poder concentrado no dedo na tecla*” (Martinho et.al., 2016, p. 108), em que tudo está em constante metamorfose e alteração. Estas transformações velozes e frenéticas são apaziguadas pela surpresa e pelo seu carácter integrador, convidativo e, de certo modo hipnótico. O *zapping* promove a aderência e o esquecimento da reflexão e do diálogo, reforçando a fácil aceitação e o positivo.

O filósofo Byung-Chul Han<sup>11</sup> é um dos grandes críticos da crescente sociedade positiva e do positivismo em excesso. Neste sentido, no seu livro “*A Salvação do Belo*”, introduz o conceito de polido:

“O polido, o limpo, liso e impecável é o sinal de identidade da época atual. É aquilo em

---

<sup>11</sup> Professor, filósofo, ensaísta sul-coreano. No final dos anos oitenta mudou-se para a Alemanha, onde estudou filosofia e literatura alemã. Byung-Chul Han é autor de dezenas de ensaios críticos sobre o indivíduo da sociedade moderna e sobre o impacto da tecnologia no seu quotidiano (Han, 2016).

que coincidem as esculturas de Jeff Koons, os *Iphones* e a depilação brasileira. Porque é que o polido hoje nos atrai? Além do seu efeito estético, reflete um imperativo social geral: incarna a atual *sociedade positiva*. O que é polido e impecável não *dói*. Também não oferece qualquer resistência. Solicita-nos um *Gosto*. O objeto polido anula qualquer coisa que possa confrontá-lo. Toda a negatividade é assim eliminada” (Han, 2016, p. 11).

O autor afirma ainda que o polido não se limita ao aspeto exterior do aparelho digital. A capacidade de adaptação e ausência de resistência, são também características da comunicação e interação efetuadas através destes dispositivos. Esta comunicação é igualmente polida e amaciada, uma vez que a maior parte do seu conteúdo se baseia em mostras de deferência e de complacência, ou seja, em reforços positivos. “*O sharing, ou partilha, e o assinalar com um Gosto são um modo de comunicação polido. Os aspetos negativos são eliminados por representarem obstáculos para a comunicação acelerada*” (Han, 2016, p. 12).

“O clique inventou um novo modo de *gostar* (sem a negatividade do «não gosto») que substitui o conhecimento e a sua espessura negativa. A velocidade é conectiva e de adesão cujo risco é de nos afastar dessa espessura de negatividade (...)” (Martinho et.al., 2016, p. 110).

Deste modo, verifica-se o efeito da aceleração na sociedade. É possível afirmar que o inimigo da velocidade e da cultura da exposição e do parecer, que se vive atualmente, é a atenção e a reflexão. Estas exigem tempo e rutura, requisitos estes cada vez mais raros e necessários numa atualidade onde tudo é breve e positivo (Martinho et.al., 2016, p. 108). Vive-se hoje uma cultura do prazer e satisfação imediatos, a cultura do vislumbre, onde tudo é passageiro e produto do instantâneo e do volátil. Deste modo, a forma como a sociedade se relaciona com o livro irá também sofrer estas transformações. Os leitores encontram-se sujeitos e integrados nesta sociedade do agora e, consequentemente a forma como interagem e compreendem o livro irá ser produto dessa mesma vivência. Como José Afonso Furtado referiu: “*Os livros e a leitura encontram-se inextricavelmente ligados à cultura e à sociedade, e por isso os costumes, necessidades e objetivos sociais e culturais não podem ser ignorados*” (Furtado, 2003, p. 18).

### 1.3. *Print vs. digital? ou print & digital?*

“A era do livro parece intransponível apesar da sua morte ter sido, tal como a de Mark Twain, «manifestamente exagerada». A cultura digital não aboliu o livro; transformou-o num produto virtual e hibridou-o com outros regimes semióticos: texto, imagem, som. O livro, não desaparecendo, mudando de suporte, de matéria, de interface, desmultiplicou-se em dispositivos de intermediação, expandiu-se, desintegrou-se, pulverizou-se em arquivo/s – a biblioteca tornou-se rede – e processualizou-se, tornando a escrita, de participação passado, o já escrito, em *work-in-progress*, um presente em devir” (Martinho et.al., 2016, p. 75).

O livro não desapareceu, alterou-se. Adaptou-se. Hoje, os leitores têm liberdade para escolher que tipo de livro querem ler, que formato preferem e de que forma este responde às suas necessidades e exigências. O livro tornou-se num objeto multifacetado, versátil e já não se encontra confinado ao *spread* e aos limites físicos do papel, dividindo-se e desmembrando-se em múltiplas formas e objetos (*websites*, audiolivros, *e-books*, entre muitos outros). Neste sentido, “(...) a questão que nos ocupa na atualidade não é, de facto, a do fim do livro (...), mas antes, os modos de o ler” (Martinho et.al., 2016, p. 77). Partindo inicialmente do confronto entre o impresso e o digital, (*Print vs. Digital*), abordando a precocemente aclamada “morte do papel” e destacando o impacto das tecnologias na forma como se experiencia atualmente o livro, pretende-se agora questionar a possibilidade do desenvolvimento de uma relação simbiótica e de complementaridade entre estas duas formas de livro (*Print & Digital*), o antigo e o novo em completa harmonia.

No entanto, antes de refletir sobre a forma como essa relação interdependente e complementar entre o impresso e o digital pode existir, é fundamental conhecer as diferenças entre estes dois formatos, de modo a compreender cada uma das partes envolvidas na criação e desenvolvimento desta nova ideia de livro.

“No fundo, quando se discute a metáfora do livro, são dois *clusters* conceptuais que estão em jogo: por um lado, o da “cultura do livro”, com a sua família de conotações associadas a expressões como livro impresso, tradição tipográfica ou gutenberguiana, textualidade, linearidade, abstração, raciocínio dedutivo, monomedialidade, contexto fechado. Do lado da “nova cultura” multimedia, encontramos expressões como multimedialidade, hipertextualidade, hipermedia, multilinearidade, imersão, raciocínio analógico ou

contexto aberto” (Furtado, 2003, p. 17).

O livro impresso tem sido (até agora) o formato de eleição de grande parte dos leitores. De acordo com Jean-Philippe de Tonnac<sup>12</sup> “(...) o livro é, tal como a roda, uma espécie de perfeição inultrapassável na ordem do imaginário” (Eco e Carrière, 2017, p. 8), e, como tal, é difícil de superar. No entanto, as vantagens do suporte digital são inegáveis, desde a sua flexibilidade e conveniência até, por exemplo, ao seu custo. Em comparação com o livro impresso, o livro digital é muito mais barato. A sua produção não necessita de passar por tantas etapas e processos para chegar às mãos do leitor (impressão, encadernação e distribuição), permitindo às editoras e aos leitores, poupar: um *e-book* é sempre mais barato que o mesmo livro no formato impresso (Gomes, 2018, p. 33).

Ainda assim, as opiniões dividem-se no que diz respeito ao livro no suporte digital (Gomes, 2018, p. 34). Ao contrário do livro impresso, este não se encerra sobre si mesmo. A finitude e a reflexão dão lugar à continuidade, à velocidade e à desmaterialização, tornando-se assim um meio mais volátil e fugaz. Este constante movimento e efemeridade revelam-se determinantes no desenvolvimento da relação do livro digital com o leitor. O que no livro impresso se absorve e compreende, no livro digital (formas digitais), vislumbra-se.

«Em muitos domínios, o livro eletrónico permitirá um conforto de utilização extraordinário. Simplesmente continuo a perguntar-me se, mesmo com a tecnologia mais adaptada às exigências da leitura, será apropriado ler *Guerra e Paz* num *e-book*» (Eco e Carrière, 2017, p. 17).

Ao contrário do livro digital, o livro impresso é um contentor de memórias, um espaço onde o leitor tem tempo: tempo para ler, reler e refletir. Um dos principais aspetos que diferenciam o livro impresso do livro digital, é a sua fisicalidade, existência no mundo material. A possibilidade de sentir e tocar nas suas páginas permite desenvolver, com o

---

<sup>12</sup> “Jean-Philippe de Tonnac é escritor, ensaísta e jornalista. Foi coordenador, durante mais de dez anos, dos números *hors-série* do *Nouvel Observateur*. É autor (...) de vários livros sobre ciência, cultura e religião, e, em colaboração com Frédéric Lenoir, coordenou uma enciclopédia sobre a morte e a imortalidade” (Eco e Carrière, 2017).

leitor, uma relação de proximidade e intimidade. Existe uma sensação de pertença, de posse. O mesmo não acontece com o livro digital, onde nada do que se vê no ecrã pertence ao leitor, não passa de uma representação breve e fugaz de conteúdo que pode desaparecer da mesma forma fácil e rápida com que apareceu.

O livro impresso envolve a maior parte dos sentidos do leitor. Por exemplo: o tato permite-lhe conhecer que tipo de informação está a ler: o papel texturado é adequado a livros extensos, com muito texto (romances, por exemplo), e fotocópias, enquanto que o papel liso e suave é utilizado em revistas ou livros ilustrados. Por outro lado, o cheiro do papel permite saber a idade da informação: o cheiro a tinta é predominante em livros recentes, e, o cheiro a pó é mais presente em livros antigos. A cor das páginas serve também para esse mesmo efeito: papel amarelado revela que se trata de uma publicação mais antiga. No entanto, os meios eletrónicos e digitais são um pouco diferentes. Estes são percebidos principalmente através da visão ou, por vezes, através da audição. O acesso a estas mesmas informações, não é direto sendo, por vezes, limitado (Ludovico, 2012, p. 113).

Porém, apesar das suas diferenças, o livro impresso (*print*) e as suas formas digitais (*digital*) são interdependentes. “*Paper and pixel complement each other, even as they compete with one another*”<sup>13</sup> (Ludovico, 2012, p. 117). Esta correlação é evidente e necessária: o digital baseia-se na organização de conteúdos e *layouts* da página impressa e, por outro lado, a página impressa é enriquecida pela atomização dos conteúdos introduzida pelas novas formas digitais, nomeadamente, a opção da pesquisa (*searching*) e da indexação (*indexing*) (Ludovico, 2012, p. 117). Deste modo, conclui-se que o aparecimento de um novo *medium*, se baseia no conceito de mimese, uma vez que este apresenta traços e características do formato anterior, “*(...) a forma impressa do livro replica-se constantemente no espaço eletrónico (...)*” (Martinho et.al., 2016, p. 90). Por exemplo: inicialmente, o livro impresso apresentava grandes semelhanças com o manuscrito. O mesmo aconteceu com o *e-book* (livro eletrónico), que ainda partilha com o livro impresso bastantes características e atributos, principalmente em relação à importância e à valorização da página como suporte, interface e ponto de encontro entre estas duas formas de livro (Martinho et.al., 2016, p. 76). As barreiras entre o livro físico e as suas formas digitais parecem estar a dissipar-se cada vez mais.

---

<sup>13</sup> TL: “O papel e o pixel complementam-se, mesmo quando competem entre si”.

*“There is no one-way street from analogue to digital; rather, there are transitions between the two, in both directions. Digital is the paradigm for content and quantity of information; analogue is the paradigm for usability and interfacing”<sup>14</sup> (Ludovico, 2012, p. 153).*

*Print e digital* partilham características e funcionalidades, no entanto, estes meios de comunicação são profundamente diferentes: o livro impresso garante estabilidade, enquanto que os meios digitais procuram a velocidade. Deste modo, é possível verificar um confronto constante entre estas duas formas de comunicação e, conseqüentemente, a procura de um ponto de encontro entre estes dois formatos.

*“The two media are clashing as well, resulting efforts from both sides to discover some ideally balanced publishing ‘nirvana’, where pixel and paper live together in a perfect symbiosis (...)”<sup>15</sup> (Ludovico, 2012, p. 8).*

A procura deste ponto de encontro entre os meios tradicionais e os meios digitais, promoveu o desenvolvimento, por parte de muitas editoras, de processos de publicação híbrida. Trata-se de uma publicação multiplataforma, apresentando simultaneamente características do formato impresso e do formato digital. Deste modo, este tipo de objetos editoriais tem a capacidade de satisfazer ao máximo as necessidades do cliente contemporâneo, apresentando, por exemplo: páginas impressas que procuram incorporar elementos do mundo digital, nomeadamente a noção de hipertexto ou constante atualização.

Contudo, estas formas híbridas do livro têm alguma dificuldade em serem aceites pelo leitor e, conseqüentemente, adotadas nas suas práticas de leitura. Prevê-se que o sucesso destes novos objetos resulte da sua integração (ou não) no mercado, principalmente, em nichos específicos. A sua sobrevivência no mercado passará especialmente pela sua constante capacidade de adaptação (*ever-changing media*),

---

<sup>14</sup> TL: “Não existe um caminho de sentido único na passagem do analógico para o digital; em vez disso, existem transições entre os dois, em ambas as direções. O digital é o paradigma do conteúdo e da quantidade de informação; O analógico é o paradigma da usabilidade e da interface”.

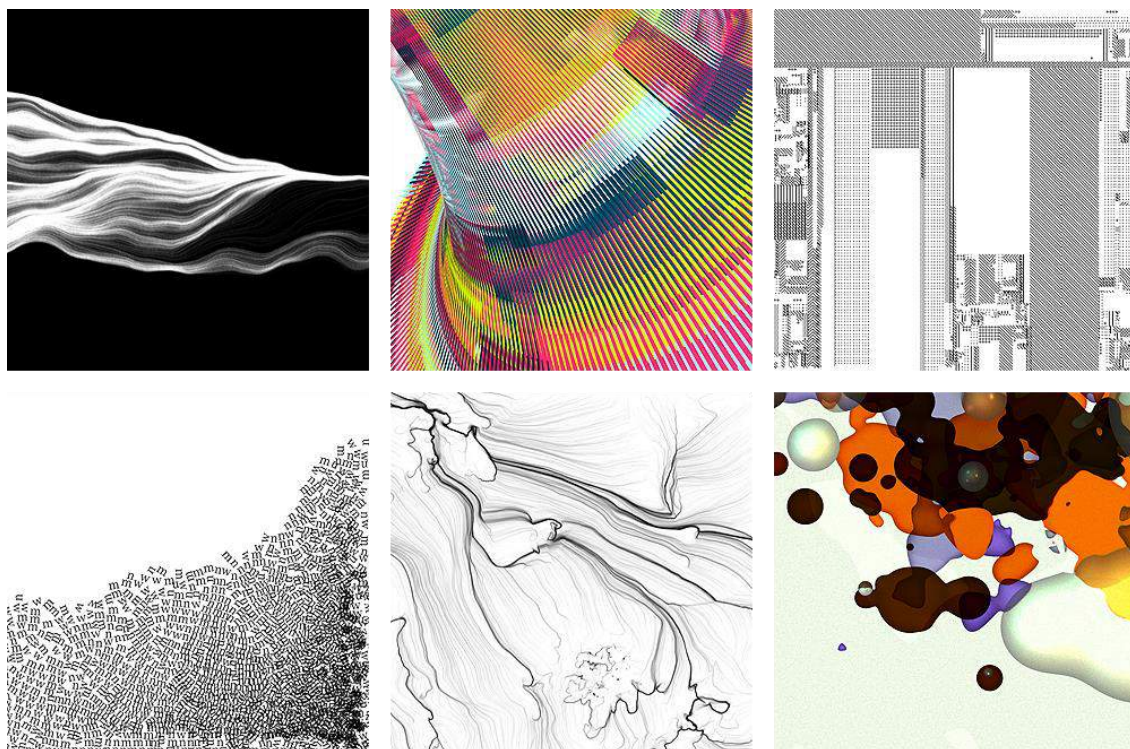
<sup>15</sup> TL: “Os dois *media* estão também em confronto, resultando em esforços de ambos os lados para descobrir um ‘nirvana’ editorial idealmente equilibrado, onde o pixel e o papel convivem numa simbiose perfeita (...)”.

revolucionando assim, a publicação de objetos impressos (Ludovico, 2012, pp. 07-08). Ainda assim, apesar das publicações híbridas serem o reflexo da grande mudança introduzida pelas tecnologias no *design* de livros, “(...) o processo de concepção e impressão de livros através de meios digitais permanece vinculado ao valor simbólico e financeiro do livro impresso como mercadoria e ao valor comunicativo do código como dispositivo” (Martinho et.al., 2016, p. 89). Ambos os formatos permanecem ligados e influenciados um pelo o outro (Martinho et.al., 2016, p. 89).

Atualmente, uma das soluções mais recorrentes na publicação de objetos híbridos, é o recurso à utilização do código QR (*quick response code*) para acesso a conteúdos digitais. Uma vez “lido” por um telemóvel ou por uma aplicação própria, direciona o leitor para algum tipo de conteúdo extra, normalmente, um vídeo ou um *website*. Trata-se de uma solução simples, prática e cada vez mais comum no dia a dia dos leitores contemporâneos.

Para além desta tecnologia, verificam-se outras estratégias para a produção de publicações híbridas. O livro *Written Images*, de Martin Fuchs e Peter Bichsel, trata-se de um excelente exemplo das primeiras experiências realizadas nesse sentido. O projeto consiste num livro físico, em que o conteúdo de cada cópia/publicação é gerado individualmente por computador, questionando assim o caráter fixo e repetitivo da impressão (*print*). Este assume-se como uma publicação atual e produto das tecnologias e da modernidade, no entanto, não esquece o passado, o livro impresso. O livro *Written Images* reúne diversas características que o qualificam como uma publicação híbrida: foi financiado através de uma plataforma de *crowdfunding* (*online*), *Kickstarter*®; o número de cópias impressas era limitado (edição limitada); e o seu conteúdo foi processado e criado por computador. Porém, este apresenta também algumas limitações, dado que o processo se encontra completo quando o livro é adquirido pelo leitor, ou seja, não há atualização, o conteúdo e o livro em si permanecem fechados, inalteráveis e fixos e, uma vez o livro comprado, termina o diálogo entre os membros da comunidade envolvida no projeto (autores e leitores).

Deste modo, embora já tenham sido realizados esforços semelhantes, ainda há muito por explorar relativamente à publicação deste tipo de objetos (Ludovico, 2012, pp. 155-156).



**Figura 2** *Written Images*. Exemplos de algumas das obras publicadas no projeto. Artistas (da esquerda para a direita e de cima para baixo): David Bouchard, Marius Watz, Kim Asendorf, Jörg Piringer, Leonardo Solaas e Moka (<http://writtenimages.net/>).

*“When we are no longer able to categorise publications as either a ‘print publication’ or an ‘e-publication’ (or a print publication with some electronic enhancement), then the first true hybrids will have arrived”*<sup>16</sup> (Ludovico, 2012, p. 156).

Perante a possibilidade de uma participação local e remota, e a interação entre publicações e ações da vida real, o futuro das publicações híbridas passará pela implementação da natureza “processual” do *software* na sua estrutura. Contudo, devido à sua importância histórica e às suas características materiais, considera-se que o livro impresso irá continuar a desempenhar um papel essencial nesta revolução digital (Ludovico, 2012, p. 156).

*“I believe that the library of the future will have to find room for various objects which will have been gradually recognized as ‘special kinds of books’ (...). But the objects that we now recognize as ‘real books’ will remain, and will remain recognizable, in style and*

---

<sup>16</sup> TL: “Quando não conseguirmos categorizar publicações como uma ‘publicação impressa’ ou como uma ‘publicação eletrônica’ (ou uma publicação impressa com algum aprimoramento eletrônico), então os primeiros e verdadeiros híbridos terão chegado”.

*format (...)*<sup>17</sup> (Warde, 1956, p. 43).

Assim, explorando todas as capacidades do livro impresso e dos meios digitais, poderão ser desenvolvidas novas formas de interpretar e experienciar o livro. Somente através de um olhar imparcial sobre cada formato, será possível criar publicações que sejam verdadeiramente híbridas e inovadoras, relacionando, da melhor forma possível, o impresso com o digital (Ludovico, 2012, p. 156).

---

<sup>17</sup> TL: “Eu acredito que a biblioteca do futuro terá que encontrar espaço para vários objetos que serão gradualmente reconhecidos como ‘tipos de livros especiais’ (...). Mas os objetos que agora reconhecemos como ‘livros reais’ permanecerão, e permanecerão reconhecíveis, em estilo e em formato”.

## 2. O AUDIOLIVRO

O conceito e o modo como se experiencia e utiliza o livro encontram-se, atualmente, a sofrer grandes transformações. De acordo com os autores Iben Have e Birgitte Stougaard Pedersen, estas mudanças não se limitam apenas à substituição da leitura em papel pela leitura através de um ecrã, mas sim a algo mais radical: “a uma leitura através dos ouvidos e não dos olhos” (2013, p.136).

É neste contexto que surge o audiolivro. De forma geral, este é tipicamente definido como uma gravação sonora de um texto lido em voz alta por um narrador (Have, Pedersen, 2013, p. 124). O seu aparecimento, (aprofundado ao longo do capítulo seguinte), data até ao século XIX, porém, foi apenas mais recentemente que começou a ganhar popularidade e a estabelecer, de forma gradual, o seu espaço nos hábitos dos leitores contemporâneos.

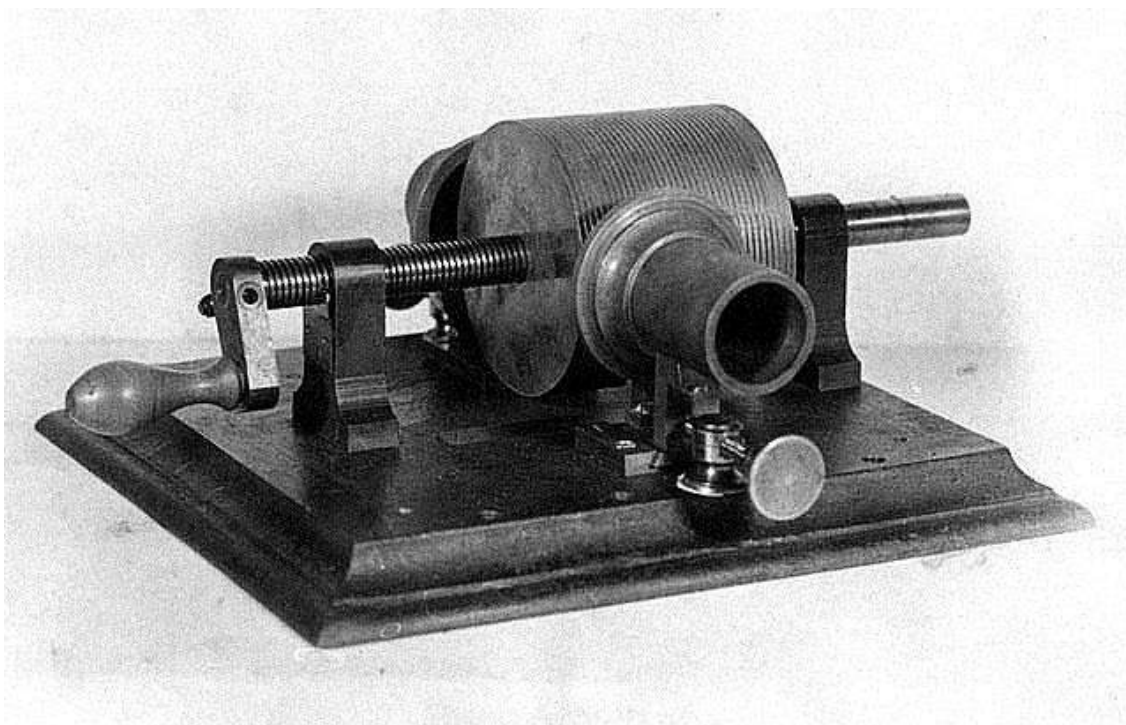
“Os *audiobooks* são (...) verdadeiras obras de arte, onde a narração, a música e os efeitos sonoros proporcionam um complemento à experiência da leitura” (Figueira, 2010, p. 3).

Deste modo, este trabalho pretende apresentar o audiolivro como um formato válido e independente do livro impresso, assim como explorá-lo e tirar partido de todas as suas capacidades. Apesar de ser inevitável a associação entre as duas formas de livro em estudo, o audiolivro apresenta uma história e características próprias que o diferenciam do livro tradicional.

Assim, de forma a compreender como o audiolivro alcançou a sua forma atual e o que levou à sua recente e crescente notoriedade, é fundamental conhecer o seu passado, salientando as motivações e contextos que promoveram e permitiram o seu desenvolvimento.

## 2.1. A história do audiolivro

A origem do audiolivro remonta ao século XIX, mais precisamente ao ano de 1877, ano da invenção do fonógrafo por Thomas Edison<sup>18</sup> (Rubery, 2016, p.1).



**Figura 3** Fonógrafo, Thomas Edison (<https://blog.oup.com/2011/12/phonograph/>).

O fonógrafo é um dispositivo oral de leitura, com capacidade de gravar e reproduzir sons (através de cilindros de cera). No artigo *The Phonograph and Its Future*, publicado em 1878, na revista *North American Review*, Thomas Edison enumerou todas as potencialidades e futuras utilizações do fonógrafo, afirmando: “*The advantages of such an innovation upon the present slow, tedious, and costly methods are too numerous, and too readily suggest themselves, to warrant their enumeration (...)*”<sup>19</sup> (1878, p. 532). Desde a sua utilidade para fins didáticos, para reprodução de música, para publicidade ou

---

<sup>18</sup> Thomas Edison foi um célebre inventor americano, conhecido por ter criado o fonógrafo, o microfone e muitos outros aparelhos. Durante a sua infância desenvolveu problemas de audição, o que veio a influenciar bastante a sua carreira e a revelar-se uma grande motivação para o desenvolvimento de muitas das suas invenções (Encyclopedia Britannica, 2020).

<sup>19</sup> TL: “As vantagens de tal inovação, perante os métodos atuais, lentos, tediosos e caros, são demasiadas e facilmente sugeridas para justificar a sua enumeração”.

até para guardar memórias de família (para registrar a voz, as expressões ou até as últimas palavras de um familiar moribundo), o fonógrafo oferecia uma grande variedade de aplicações. Esta invenção revelava-se particularmente útil e promissora na literatura, uma vez que não só permitia a democratização da leitura a públicos que até então não conseguiam ler, nomeadamente doentes de hospital e invisuais, como também antecipava o desenvolvimento de “*phonographic books*”, hoje conhecidos como audiolivros (Edison, 1878, pp. 532-533).

*“Phonographic Books. – (...) The advantages of such books over those printed are too readily seen to need mention. Such books would be listened to where now none are read. They would preserve more than the mental emanations of the brain of the author; and, as a bequest to future generations, they would be unequalled. For the preservation of languages they would be invaluable”*<sup>20</sup> (Edison, 1878, p. 534).

Porém, apesar de todas as suas potencialidades, o fonógrafo apresentava algumas limitações. Uma vez que apenas tinha capacidade para gravar alguns minutos, era extremamente difícil reproduzir um romance completo ou textos de maior duração. Deste modo, e de acordo com Matthew Rubery, a história da gravação de som começa em verso, com a recitação de “*Mary had a little lamb*<sup>21</sup>”, pela voz de Thomas Edison. Somente uma década mais tarde e devido ao aperfeiçoamento do fonógrafo, é que surgiram as primeiras gravações consideradas literárias. Estas tratavam-se de gravações da poesia de Alfred

---

<sup>20</sup> TL: “Livros fonográficos – (...) As vantagens de tais livros em relação aos livros impressos, são demasiadamente fáceis de identificar para serem mencionadas. Tais livros seriam ouvidos, enquanto que, por agora, nenhum é lido. Estes preservariam mais do que as emanções mentais do cérebro do autor; e, como legado para as gerações futuras, seriam inigualáveis. Para a preservação das línguas, estes seriam inestimáveis.”

<sup>21</sup> “*Mary had a little lamb*” é um poema atribuído à poetisa americana Sarah Hale, baseado num episódio verídico da vida de Mary Sawyer, (uma menina de Massachusetts) e que foi mais tarde eternizado numa música infantil (Periale, 2010; Eschner, 2017).

Tennyson<sup>22</sup> e de Robert Browning<sup>23</sup> (2016, pp. 29-30).

O desenvolvimento do fonógrafo, juntamente com os avanços realizados na tecnologia de gravação de som, provocou um debate acerca do futuro do livro. Muitos leitores começaram a colocar o livro impresso em causa e a defender a gravação de textos, considerando que se tratava de um retorno às raízes da literatura antiga e da próxima fase da evolução do livro. A valorização da narração, em detrimento da experiência de leitura tradicional, levou alguns escritores a repensar a sua ideia de livro e a reconsiderar as possibilidades e as limitações deste formato (Rubery, 2016, p. 31).

*“The book would compete with other media in the coming century — namely, film, radio, television, and, most recently, digital media — but the phonograph was the first to challenge its monopoly on the word”*<sup>24</sup> (Rubery, 2016, p. 31).

Octave Uzanne e Albert Robida (mencionados anteriormente), foram alguns dos autores que questionaram o futuro do livro impresso e que acreditavam no crescimento e na valorização da narração.

O mesmo se verificou com a imprensa da época que, desde cedo, especulou acerca das potencialidades da tecnologia de gravação de som e o seu impacto no conceito de livro. O jornal *The New York Times* foi um dos meios de comunicação que rapidamente demonstrou interesse nesta tecnologia, comparando a capacidade do fonógrafo de poder apresentar vários narradores, a uma garrafa de vinho. O público poderia comprar “narrações engarrafadas” e criar a sua própria adega oratória (Rubery, 2016, p. 32).

Este tipo de fantasias e cenários utópicos sobre uma máquina de leitura mecânica, retratam o otimismo e entusiasmo vivido na época em relação ao progresso científico. A possível evolução do livro impresso para um novo formato seria bem-recebida e entendida como um avanço tecnológico que procurava melhorar a qualidade de vida da

---

<sup>22</sup> Alfred Tennyson foi um poeta inglês, reconhecido pela sua mestria lírica (domínio do som e da cadência). Muitos dos temas abordados na sua poesia, nomeadamente a loucura, o homicídio, a avareza ou o casamento por interesse, refletem a sua história familiar (Poetry Foundation, s.d.a).

<sup>23</sup> Robert Browning é considerado uma das principais figuras da poesia inglesa e um dos maiores poetas da era Vitoriana. Das suas obras destacam-se o poema narrativo *“The Ring and the Book”* e o poema infantil *“The Pied Piper of Hamelin”* (Poetry Foundation, s.d.c).

<sup>24</sup> TL: “O livro iria competir com outros meios de comunicação social no próximo século — nomeadamente, cinema, rádio, televisão, e, mais recentemente, os média digitais — mas o fonógrafo foi o primeiro a desafiar o seu monopólio da palavra”.

população (Rubery, 2016, p.47).

Contudo, apesar da expectativa e de todos os aperfeiçoamentos realizados ao longo tempo, o fonógrafo apresentava grandes limitações, o que tornava a gravação de livros através deste dispositivo, pouco viável e impraticável. Por exemplo, em 1891, Mark Twain tentou gravar o seu romance “*The American Claimant*” num fonógrafo alugado, porém, depois de preencher cerca de quatro dúzias de cilindros de cera, desistiu do projeto.

Ainda que com algumas condicionantes e aspetos a melhorar, este dispositivo marcou a história do audiolivro. Quase cinquenta anos depois da sua invenção, o termo *phonographic books* continuava a ser utilizado (Rubery, 2016, p. 2).

Uma das grandes vantagens do fonógrafo, era o facto de este poder ser usado tanto por pessoas sem ou com problemas de visão. Apesar dos livros gravados procurarem alcançar um público diverso e variado, a deficiência visual foi sempre uma das maiores motivações para o seu desenvolvimento (Rubery, 2016, pp. 35-36).

Com o regresso de muitos soldados com lesões ou deficiências visuais da Primeira Guerra Mundial, que não conseguiam ler *braille*, a necessidade de literatura gravada nos Estados Unidos da América e na Grã-Bretanha aumentou (Rubery, 2011, p. 5).

*“Listening to books was (...) less physically demanding than braille. The talking book presented an alternative for those who struggled to read with their fingers, suffered from other disabilities, or wanted to read for long periods of time”*<sup>25</sup> (Rubery, 2016, p. 72).

Neste sentido, foram desenvolvidas iniciativas que procuraram dar resposta a esta problemática e que impulsionaram o desenvolvimento dos *talking books* (nova denominação para este tipo de livros e que surgiu por volta desta altura).

Nos Estados Unidos da América, os *talking books* começaram a ser desenvolvidos

---

<sup>25</sup> TL: “Ouvir livros era fisicamente menos exigente que o *braille*. O *talking book* apresentou uma alternativa para aqueles que tinham dificuldade a ler com os seus dedos, sofriam com outras deficiências, ou que queriam ler durante longos períodos de tempo”.

pela *American Foundation for the Blind*<sup>26</sup> e pela *Library of Congress*<sup>27</sup>. Estas duas instituições procuravam fornecer material de leitura a pessoas com deficiências visuais e acabar com o estereótipo da dependência cega, substituindo-o por ideias mais positivas e justas. Acreditava-se em homens e mulheres autossuficientes, capazes de viver autonomamente e de levar uma vida satisfatória (Rubery, 2011, p.5; Rubery, 2016, p. 61).

Nesta altura, muitas destas pessoas conseguiam ler apenas de duas formas: ou recorriam a familiares, a amigos, a leitores contratados e a voluntários para lhes ler em voz alta; ou recorriam ao *braille*. Porém, eram poucas as pessoas que sabiam ler este sistema de escrita alternativo e escassos os leitores dispostos a ajudar de forma gratuita (Rubery, 2016, pp. 60-61). Neste sentido, o desenvolvimento de *talking books* revelava-se bastante pertinente e urgente.

*“For the average blind person, talking books meant the difference between reading and not reading at all”*<sup>28</sup> (Rubery, 2016, p. 60).

Em 1932, foram realizadas algumas gravações teste, que consistiam na gravação de um capítulo do livro *“Midstream”* de Hellen Keller e do poema *“The Raven”* de Edgar Allan Poe.

Dois anos depois, em 1934, foram realizadas as primeiras gravações oficiais. Estas incluíam algumas secções da Bíblia; a Declaração da Independência e outros documentos patriotas; sonetos e peças de teatro de Shakespeare e ficção de autores como Gladys Hasty Carroll, Rudyard Kipling, Cora Jarrett, E.M. Delafield, John Masefield e P.G. Wodehouse.

Na Grã-Bretanha, as primeiras experiências para o desenvolvimento de *talking*

---

<sup>26</sup> A *American Foundation for the Blind* é uma organização sem fins lucrativos que, desde 1921, procura dar resposta às necessidades de quase 25 milhões de americanos com deficiências visuais, comprometendo-se a realizar iniciativas que promovam a compreensão e o conhecimento em relação às dificuldades vividas por estas pessoas (American Foundation for the Blind, 2020).

<sup>27</sup> A *Library of Congress* é uma biblioteca que contém milhões de livros, gravações, fotografias, jornais, mapas e manuscritos. Trata-se de uma das principais fontes de pesquisa dos Estados Unidos da América, preservando e possibilitando o acesso a uma grande quantidade de informação (Hayden, s.d.).

<sup>28</sup> TL: “Para o invisual comum, os *talking books* representavam a diferença entre ler e não ler de forma alguma”.

*books* foram realizadas na década de 20 pelo *Royal National Institute for the Blind*<sup>29</sup>. No entanto, apenas em 1935 é que foram gravados oficialmente os primeiros romances destinados a invisuais e a leitores com problemas de visão: “*The Murder of Roger Ackroyd*” de Agatha Christie e “*Typhoon*” de Joseph Conrad. Para além destes primeiros livros, foram também gravadas obras de John Buchan, George Bernard Shaw, William Thackeray, entre outros (Rubery, 2011, p. 6).

Ao longo dos anos seguintes, de forma a desenvolver uma biblioteca específica deste tipo de livros, *The American Foundation for the Blind* e o *Royal National Institute for the Blind* trabalharam lado a lado, partilhando pesquisa e gravações (Rubery, 2011, p. 6).

Os *talking books* foram um sucesso, permitindo que muitas pessoas conseguissem voltar a ler. Contudo, o seu êxito fez com que o público em geral os associasse diretamente à deficiência visual. Apesar de existirem algumas especulações e expectativas em relação ao futuro do livro, os leitores continuavam reticentes relativamente aos *talking books*, questionando o tipo de experiência de leitura que poderiam proporcionar e a sua validade como livro. Deste modo, as editoras que os pretendiam comercializar, tinham primeiro de convencer o público que este tipo de livros não só não se destinava apenas a leitores com problemas de visão, como era uma forma de livro válida e respeitável, cuja leitura apresentava diferentes características e algumas vantagens em relação à leitura de um livro impresso (Rubery, 2016, pp. 185-186). Outro fator que também contribuiu para o aumento da procura por este tipo de livros, foi o desenvolvimento, em 1948, dos discos de vinil LP (*long-playing*), uma vez que eram mais resistentes e permitiam realizar gravações de maior duração que os discos utilizados anteriormente, os discos *shellac*<sup>30</sup> (Rubery, 2011, p. 8).

---

<sup>29</sup> O *Royal National Institute for the Blind* é uma das principais instituições do Reino Unido com o objetivo de ajudar pessoas com perda e problemas de visão (Royal National Institute for the Blind, s.d.).

<sup>30</sup> Os discos *shellac*, (discos de goma-laca), são discos de 78 rpm (*revolutions per minute*) que surgiram no início do século XX. Anteriores aos LP, são construídos a partir da resina criada pelos insetos *lac* (*kerria lacca*), que, por resistir a substâncias oleosas, se revelou o material ideal para construção deste tipo de discos. Contudo, os discos *shellac* eram muito frágeis e fáceis de partir e de riscar (Victrola, s.d.).



**Figura 4** Barbara Holdridge (à esquerda) e Marianne Roney, fundadoras da *Caedmon Records*

(<https://www.npr.org/2002/12/05/866406/caedmon-recreating-the-moment-of-inspiration?t=1645885193951>).

Foi neste contexto que surgiu a *Caedmon Records*, uma das primeiras editoras comerciais dedicadas exclusivamente à publicação de livros gravados (Rubery, 2011, p. 8). Esta foi fundada em 1952, por Barbara Holdridge e Marianne Roney, duas colegas de faculdade que procuravam explorar este mercado e dar resposta ao crescente interesse por este tipo de livros.

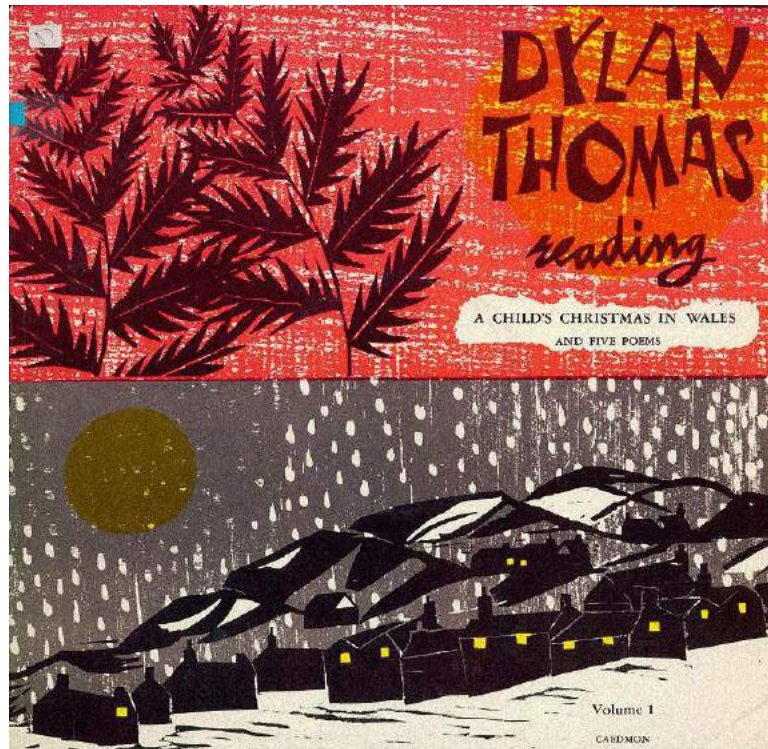
O plano inicial para a sua primeira publicação era uma coleção de poemas de Dylan Thomas<sup>31</sup>, declamados pelo próprio. No entanto, durante o processo de gravação verificou-se que esta coleção não seria suficiente para preencher os dois lados do disco. Deste modo, foi gravada também a história “*A Child’s Christmas in Wales*”. Este álbum ganhou bastante popularidade e tornou-se um sucesso, permitindo que a *Caedmon Records* e a breve história de Dylan Thomas ganhassem notoriedade e estabelecessem as bases para a atual indústria do audiolivro (Rubery, 2011, p. 8; HarperCollins Publishers, 2021).

““*A Child’s Christmas in Wales*” became one of the twentieth century’s most popular spoken word recordings (...). To this day, the mere mention of Thomas’s story brings a smile to the faces of those who grew up listening to it. It proved that spoken word recordings could be both commercially viable and culturally significant”<sup>32</sup> (Rubery, 2016, p. 186).

---

<sup>31</sup> “Born in Swansea, Wales, Dylan Thomas is famous for his acutely lyrical and emotional poetry, as well as his turbulent personal life. (...) Considered to be one of the greatest Welsh poets of all time, Thomas is largely known for his imaginative use of language and vivid imagery in his poems” (Poetry Foundation, s.d.b). TL: “Nascido em Swansea, País de Gales, Dylan Thomas é conhecido pela sua poesia lírica e emocional, bem como pela sua vida pessoal turbulenta. (...) Considerado um dos maiores poetas galeses de todos os tempos, Thomas é conhecido pela forma criativa como utiliza a linguagem e pelas imagens vívidas presentes nos seus poemas”.

<sup>32</sup> TL: ““*A Child’s Christmas in Wales*” tornou-se numa das gravações de *spoken word* mais populares do século XX. Até hoje, mencionar a história de Thomas traz um sorriso àqueles que cresceram a ouvi-la. O que provou que as gravações de *spoken word* poderiam ser comercialmente viáveis e culturalmente significantes”.



**Figura 5** Álbum de Dylan Thomas, produzido pela *Caedmon Records* (<https://lareviewofbooks.org/article/audiobooks-before-audiobooks/>).

De acordo com as suas fundadoras, as gravações produzidas pela *Caedmon Records* não deveriam substituir a leitura, mas sim aprofundar a experiência do leitor (Rubery, 2011, p.8). Tal ponto de vista podia ser verificado através do próprio *slogan*, “*Caedmon: a third dimension for the printed page*”<sup>33</sup> (Rubery, 2013).

Esta editora foi pioneira, vindo a trabalhar com outros grandes autores da época, nomeadamente T. S. Eliot, Robert Frost, Ernest Hemingway, entre outros. Produziu gravações de obras literárias de diferentes géneros, desde poesia, a prosa, a discursos e até, contos infantis. O seu êxito e diversidade permitiu alcançar todo o tipo de públicos, não só invisuais ou leitores com problemas de visão (Rubery, 2011, p. 8; HarperCollins Publishers, 2021).

*“Caedmon’s records became the first “spoken books” to strike a chord with mainstream readers”*<sup>34</sup> (HarperCollins Publishers, 2021).

---

<sup>33</sup> TL: “Caedmon: uma terceira dimensão para a página impressa”.

<sup>34</sup> TL: “Os discos da *Caedmon* tornaram-se os primeiros “livros falados” a impressionar realmente os leitores convencionais”.

Durante a segunda metade do século XX, foram realizados outros avanços tecnológicos que permitiram uma maior disseminação e divulgação de livros gravados ao público.

Em 1963 surgem as cassetes de áudio (*audiocassettes*), e com elas, o termo *audiobook* (audiolivro). Esta nova denominação começa a ser utilizada durante as décadas de 70 e 80, devido à disponibilização deste tipo de livros (sob a forma de cassete), em bibliotecas, livrarias e através de serviços de aluguer de audiolivros por correio. Este tipo de serviços permitiu que editoras como a *Books on Tape*, a *Recorded Books* e a *Books in Motion* ganhassem notoriedade e fossem introduzidas ao público (Rubery, 2011, p. 8; HarperCollins Publishers, 2021).

A portabilidade e facilidade de utilização das cassetes, tornaram-nas populares entre os leitores, sendo bastante utilizadas em automóveis (com leitores próprios) ou noutro tipo de aparelhos portáteis criados especificamente para o usufruto de conteúdos sonoros, nomeadamente o *walkman*®. Estas mantiveram-se como o meio de eleição dos leitores para experienciar audiolivros até à década de 80, altura do desenvolvimento do CD (*Compact Disc*) (Rubery, 2011, p. 8).

Dado que permitia gravar obras extensas com grande facilidade, o CD ganhou popularidade rapidamente. Em apenas quatro anos, as suas vendas ultrapassaram as dos discos de vinil (HarperCollins Publishers, 2021; Pinheiro, 2018, p. 7).

Foi também na mesma década do desenvolvimento do CD que grandes editoras como a *HarperCollins* (que, em 1987, adquiriu a *Caedmon Records*), a *Random House* e a *Simon & Schuster* começaram a publicar literatura gravada (Rubery, 2011, p. 8; HarperCollins Publishers, 2021).

Até ao início dos anos 90, não houve consentimento em relação ao termo *audiobook*. Devido à grande variedade de possíveis formas de mencionar um livro gravado, muitos editores procuraram colocar um fim à confusão existente. Deste modo, em 1994, a *Audio Publishers Association*<sup>35</sup> definiu “*audiobook*” como o termo padrão da

---

<sup>35</sup> “Formed in 1986, the Audio Publishers Association (APA) is a not-for-profit trade association that advocates the (...) business interests of audio publishers. The APA consists of audio publishing companies and suppliers, distributors, and retailers of spoken word products and allied fields related to the production, distribution, and sale of audiobooks” (Audio Publishers Association, 2021b). TL: “Formada em 1986, a *Audio Publishers Association* (APA) é uma associação comercial sem fins lucrativos que defende os interesses comerciais dos editores de áudio. A APA consiste em editoras de áudio e

indústria (Rubery, 2016, p. 2; Rubery, 2011, p. 8).

Durante os anos seguintes, o audiolivro continuou a ser desenvolvido e a sofrer grandes transformações.

No início dos anos 2000, os audiolivros começaram a ser disponibilizados na *internet*, em formato MP3. A sua fácil utilização e flexibilidade foram algumas das razões que contribuíram para o crescimento da sua popularidade e, conseqüentemente, aumento do número de leitores (Rubery, 2011, p. 9).

Contudo, estas alterações não se limitaram apenas aos diferentes formatos do audiolivro, o papel do narrador começou também a ser questionado. Grande parte dos audiolivros contemporâneos continuam a ser narrados pelos próprios autores ou por atores, porém, nos últimos anos foram realizadas experiências com narradores artificiais, por exemplo: o *Kindle*®, da *Amazon*®, tem a capacidade de traduzir um texto escrito em discurso, recorrendo a uma voz mecânica (*text-to-speech*). No entanto, verifica-se que soluções deste género ainda se encontram muito no princípio, sendo necessário realizar maiores desenvolvimentos, de forma a igualar toda a expressividade e versatilidade da voz humana (Rubery, 2011, p. 10).

*“The audiobook is a format that continues to develop since its evolution from wax cylinder to shellac disc to vinyl record to cassette tape to compact disc to, most recently, digital file”*<sup>36</sup> (Rubery, 2011, p. 9).

Apesar da sua recente notoriedade e popularidade, o audiolivro trata-se de uma forma de livro com um passado vasto e rico. Certamente, continuará a sofrer grandes transformações, procurando acompanhar as necessidades dos leitores contemporâneos. O que começou com o fonógrafo, é hoje uma indústria bilionária que representa atualmente uma percentagem substancial das vendas de livros (Rubery, 2016, p. 1).

---

fornecedores, distribuidores, e revendedores de produtos de *spoken word* e áreas relacionadas com a produção, distribuição, e venda de audiolivros”.

<sup>36</sup> TL: “O audiolivro é um formato que continua a desenvolver-se desde a sua evolução como cilindro de cera para disco de *shellac*, disco de vinil, cassette, CD e, mais recentemente, para ficheiro digital”.

## 2.2. O audiolivro contemporâneo

No subcapítulo anterior, foi possível conhecer um pouco da história do audiolivro. Entender o seu passado permite contextualizar o formato, compreender a sua longa relação com o livro impresso e com os leitores, e verificar que, embora se trate de uma forma de livro antiga, apenas recentemente começou a ganhar mais popularidade e a atrair um maior número de utilizadores. Deste modo, nos últimos anos, tem-se vindo a testemunhar o renascimento digital do audiolivro.

*“Over the past few years new portable delivery technologies and distribution channels have radically expanded both audiobook use and its user groups, resulting in what we call the digital renaissance of the audiobook. Compact formats like MP3 and online streaming offer a degree of flexibility that appeals to entirely new user groups. Today audiobook users include anyone with a smartphone, which makes audiobooks a potential ‘mass media’”*<sup>37</sup> (Have e Pedersen, 2016, p. 4).

Porém, apesar da sua crescente notoriedade, o audiolivro continua a ser alvo de críticas. Na verdade, desde os primeiros desenvolvimentos realizados por Thomas Edison na tecnologia de gravação de som, que o audiolivro suscita dúvidas e algumas reticências. Por apresentar características distintas do livro impresso, tem provocado grandes discussões acerca da sua validade como forma de livro e “forçado” os leitores a repensar o seu conceito de leitura (Rubery, 2016, p. 11).

Neste sentido, o audiolivro trata-se de um formato difícil de definir. Apesar de singular e diferente, a sua identidade esteve sempre associada ao livro impresso. Inicialmente, procurava-se produzir audiolivros que retratassem de forma exata e fiel o livro tradicional. O seu conteúdo era composto pela leitura *verbatim* do texto de referência, incluindo apêndices, agradecimentos e até, por vezes, erros ortográficos ou gralhas. No entanto, atualmente, o audiolivro apresenta mais autonomia e liberdade

---

<sup>37</sup> TL: “Ao longo dos últimos anos, novas tecnologias de entrega portáteis e canais de distribuição expandiram radicalmente, tanto o uso de audiolivros como os seus grupos de utilizadores, resultando naquilo a que chamamos de renascimento digital do audiolivro. Formatos compactos como o MP3 e o *streaming online* oferecem um nível de flexibilidade que atrai grupos de utilizadores completamente novos. Atualmente os utilizadores de audiolivros incluem qualquer pessoa que tenha um *smartphone*, o que torna os audiolivros potenciais ‘mass media’”.

criativa. Para além da narração do texto, podem ser incorporados efeitos sonoros ou música, e realizados cortes na narrativa (Rubery, 2016, p. 3). Este, ao mesmo tempo que preserva os conteúdos do livro impresso de forma única e particular, descarta também toda a sua natureza material. No entanto, também não se trata de uma adaptação (como se verifica em programas de televisão ou no cinema), uma vez que reproduz palavra por palavra o conteúdo do livro impresso. De certo modo, pode-se considerar que o audiolivro tanto é, como não é, um livro. Porém, esta ambiguidade tem provocado, em igual medida, alguma hostilidade e hesitação nos bibliófilos (Rubery, 2016, p. 11).

*“While the e-book is similar to the printed book in that you read with your eyes, word by word, the audiobook is so different from the printed book that it can be questioned whether it makes sense to call it a book at all”<sup>38</sup> (Have e Pedersen, 2013, p. 127).*

Uma das principais críticas realizadas ao audiolivro consiste na afirmação de que ouvir uma narrativa se trata de uma atividade passiva, insinuando que ao experienciar um audiolivro, o leitor/ouvinte não se encontra verdadeiramente a ler. Palavras como sedução ou submissão são, geralmente, empregues pelos seus críticos para descrever a experiência proporcionada. Os próprios utilizadores deste formato demonstram alguma hesitação nesse sentido. Quando questionados sobre a sua relação com o audiolivro, muitos tendem a ficar na defensiva, a apresentar algum embaraço e a desculpar-se por preferirem esta forma de livro. Talvez essa insegurança venha do facto de, tradicionalmente, se associar a leitura a uma experiência material. Ouvir um livro é completamente diferente do que o ter nas mãos, sentir o seu peso e folhear as suas páginas (Rubery, 2011, pp. 10-11). Enquanto que a leitura de um livro impresso envolve vários sentidos, nomeadamente a visão, a audição e o tato, (este último considerado essencial por muitos leitores), o audiolivro reduz a relação do leitor com o livro a apenas uma dimensão sensorial, estabelecendo, por isso, uma interação mínima e dificilmente íntima. Alterar a forma do livro, altera inevitavelmente a sua relação com o leitor (Rubery, 2016, p. 13).

O audiolivro trata-se de um formato digital e imaterial, sem forma. No entanto, embora esta característica o diferencie das outras formas de livro existentes, pode também

---

<sup>38</sup> TL: “Embora o *e-book* seja semelhante ao livro impresso no sentido em que se lê com os olhos, palavra por palavra, o audiolivro é tão diferente do livro impresso que pode ser questionado se faz sentido chamá-lo de livro”.

levantar outras questões, uma vez que elementos como a capa de um livro, títulos de capítulos, ilustrações, gráficos, mapas, notas de rodapé ou bibliografias representam desafios à narração. Até mesmo uma simples mudança para um itálico no texto impresso, é difícil de transmitir através do tom. Narrativas experimentais, que envolvem várias vozes, ou monólogos compostos por um discurso fragmentado, podem ser muito mais desorientadores para os ouvidos do que para os olhos. Neste sentido, é difícil de imaginar como, recorrendo apenas à voz, se poderia fazer justiça às experimentações poéticas e tipográficas de Stéphane Mallarmé<sup>39</sup>, por exemplo. Porém, nada impede os narradores de tentar. Na verdade, é possível afirmar que a versão gravada de um texto impresso substitui um tipo de complexidade por outro (Rubery, 2011, pp.14-15).

A natureza imaterial do audiolivro remete também a uma das dimensões mais distintas e menos exploradas deste formato: o modo e o contexto em que é utilizado.

O audiolivro é frequentemente usado de forma secundária, como pano de fundo para a realização de outras atividades, como praticar exercício físico ou conduzir. Ao contrário do livro impresso, cuja experiência de leitura é coordenada e organizada, o audiolivro é marcado por uma completa disjunção entre a audição e a visão (Rubery, 2011, p.15). A possibilidade de o leitor/ouvinte poder realizar várias tarefas em simultâneo com a audição de um audiolivro, apresenta algumas vantagens e desvantagens.

Por um lado, torna o audiolivro bastante apelativo, permitindo ao leitor/ouvinte “fugir” da monotonia do quotidiano, ao mesmo tempo que o desafia intelectualmente (Rubery, 2011, p. 154). Este pode enriquecer e influenciar, de forma positiva, o modo como o leitor/ouvinte percebe e se relaciona com o ambiente que o rodeia (Rubery, 2011, pp. 227-229). Tais efeitos, físicos e mentais, são descritos pelos autores Iben Have e Birgitte Stougaard Pedersen através do exemplo de Tom, um ávido utilizador de audiolivros:

*“When Tom leaves work in the afternoon he has a long train ride ahead of him (...). It is*

---

<sup>39</sup> Stéphane Mallarmé (1842-1898) foi um poeta, professor e crítico literário francês. Dividiu a sua vida entre a poesia e o ensino, contudo, a vida de professor não o realizava. Admirador de Charles Baudelaire e de Edgar Allan Poe, destacou-se por ser dono de uma obra poética complexa, caracterizada pela sugestão e pela sobreposição de significados. É considerado um dos fundadores do Simbolismo (movimento literário desenvolvido durante o final do século XIX e que privilegia a utilização de símbolos e correspondências entre coisas visíveis e invisíveis) (Musée Stéphane Mallarmé, s.d.).

*a regular part of his everyday life (...), but also a break or an intersection between two life forms, both of which make certain demands on him. He is in his late thirties and has a relatively challenging job as a surgeon. At home he is expected to spend time with his family and talk to his kids, as well as prepare dinner. While commuting Tom regularly streams audiobooks on his smartphone, and the experience makes him calm down and somehow perceive time differently; it becomes an everyday interlude especially earmarked for him. Although the commute represents an extension of his working hours the audiobook creates a lacuna. The voice of the (...) narrator accompanies Tom on the journey while he watches the changing landscape through the windows of the train, making his daily routine something he at times even looks forward to. To Tom, audiobook listening is a private activity. It somehow protects him from the noise of the people sitting next to him, but it also seems to make him feel connected to his surroundings in a more intensive or affective manner”<sup>40</sup> (Have e Pedersen, 2016, pp. 6-7).*

Deste modo, ler/ouvir um audiolivro apresenta bastantes benefícios: permite economizar tempo, promove a atividade (dado que os olhos e o corpo do leitor se encontram livres para realizar qualquer movimento), é mentalmente desafiante e é conveniente e barato (Have e Pedersen, 2013, p. 132).

Historicamente, o audiolivro foi associado sobretudo ao público infantil e ao público invisual ou com problemas de visão. Porém, com a evolução do formato e com o seu recente renascimento digital, outros tipos de utilizadores que até então não tinham o hábito da leitura, começaram também a tirar partido das suas valências. Entre estes novos leitores, destacam-se os camionistas, por exemplo. Muitos recorrem a esta forma de livro durante as suas longas viagens, de modo a terem acesso a literatura enquanto trabalham

---

<sup>40</sup> TL: “Quando Tom sai do trabalho à tarde, ele tem uma longa viagem de comboio pela frente (...). É uma parte habitual do seu quotidiano (...), mas também uma pausa ou interseção entre duas formas de vida, que lhe fazem determinadas exigências. Ele está na casa dos trinta e tem um trabalho relativamente desafiante como cirurgião. Em casa, espera-se que passe tempo com a sua família e fale com os seus filhos, assim como preparar o jantar. Enquanto se desloca para o trabalho, Tom ouve regularmente audiolivros no seu *smartphone*, a experiência acalma-o e possibilita-lhe compreender o tempo de maneira diferente; torna-se um momento de introspeção diário. Embora a deslocação represente uma extensão das suas horas de trabalho, o audiolivro cria uma lacuna. A voz do narrador acompanha Tom na viagem enquanto ele observa a paisagem cambiante através das janelas do comboio, tornando a sua rotina diária em algo por que ele, às vezes, anseia. Para Tom, ouvir audiolivros é uma atividade privada. De alguma forma, protege-o do barulho das pessoas sentadas ao seu lado, mas também parece fazê-lo sentir-se conectado com o ambiente que o rodeia, de uma forma mais intensa ou afetiva”.

(Have e Pedersen, 2013, p. 126). A rápida e fácil utilização do audiolivro, tornam-no um formato bastante apelativo e acessível a todo o tipo de leitores, desde os mais ocupados e com pouca disponibilidade para ler até aos bibliófilos.

*“The affordances of the audiobook seem to offer us a way of experiencing stories that fits well with modern life. (...) it seems that new users can be found due to the technological convenience and particular affordances of the audiobook and not just because of the literary content or the story”*<sup>41</sup> (Have e Pedersen, 2016, p. 153).

“O *audiobook* proporciona uma nova forma de acesso à cultura, sem pretensões de eliminar o prazer da leitura, mas simplesmente tornar possível (...), sem excluir ninguém, o acesso ao conhecimento, à informação, à literatura” (Figueira, 2010, p. 2).

Porém, por outro lado, a mobilidade que o audiolivro oferece aos seus leitores pode causar alguns problemas. Embora este seja compreendido através do som, a experiência proporcionada não é puramente sonora, envolvendo, como referido, a possibilidade de alteração do campo físico e visual. Esta negociação entre espaço e tempo, torna a experiência do audiolivro extremamente complexa. Dependendo de cada leitor/ouvinte, a receção da narrativa pode ficar comprometida pelo grande número de distrações causadas pelos estímulos do ambiente envolvente (Have e Pedersen, 2013, pp. 132-133).

Ao permitir a dissociação entre o que é percecionado com recurso à visão do que é percecionado através da audição, o audiolivro fica suscetível à crítica de que este se trata de um formato cuja experiência de leitura exige menos concentração por parte do leitor, do que a leitura de um livro impresso. Tais conclusões podem colocar o audiolivro em causa, denegri-lo e promovê-lo apenas como uma versão diluída da forma de livro tradicional. O mesmo acontece com a rádio, na medida em que, geralmente, também não é o foco da atenção do ouvinte, mas sim um complemento à realização de outras tarefas. No entanto, a oposição realizada ao audiolivro, neste sentido, é enganadora, dado que o livro impresso pode também ser experienciado em espaços públicos, tais como cafés,

---

<sup>41</sup> TL: “Os recursos do audiolivro parecem oferecer-nos uma forma de experienciar histórias que se adequa bem com a vida moderna. (...) Parece que novos grupos de utilizadores podem ser encontrados devido à conveniência tecnológica e a recursos particulares do audiolivro e não apenas pelo conteúdo literário ou pela história”.

restaurantes, transportes ou noutros ambientes hostis, propícios à distração, e, por isso, provocar uma leitura fragmentada e marcada por interrupções frequentes (Rubery, 2011, p. 11). Deste modo, ambos os formatos se encontram sujeitos ao ambiente em que são experienciados.

Para além das críticas mencionadas anteriormente, o audiolivro suscita também algumas reticências por poderem ser produzidas versões que alteram as narrativas originais. Segundo o autor Paulo Pinheiro, existem dois tipos de audiolivros: os *unabridged*, que apresentam a obra original na sua totalidade, de forma integral, e os *abridged*, que consistem numa versão resumida da obra selecionada. Comercialmente, muitas editoras optam por realizar este tipo de audiolivros, de modo a reduzir custos e a apelar a leitores com pouca disponibilidade para ler/ouvir gravações de maior duração (Rubery, 2011, p. 12; Pinheiro, 2018, p. 6). No entanto, apesar de se procurar respeitar a essência da obra original, estas versões abreviadas podem provocar alguma incerteza e hesitação nos leitores.

Outro elemento que desempenha um papel essencial na perceção do audiolivro por parte do leitor/ouvinte, é o narrador (Rubery, 2011, p. 13).

O audiolivro distingue-se das outras formas de livro pela presença literal, e não metafórica, de uma voz. A transmissão de conteúdos por via oral, pode ser considerada um desvio da conceção familiar do narrador como uma voz imaginada na mente do leitor. Contudo, apesar do audiolivro “fugir” da norma, e da leitura se tratar, tradicionalmente, de uma experiência individual e solitária, a presença de um narrador externo pode trazer grandes benefícios (Rubery, 2011, p. 13; Rubery, 2016, p. 10).

Um audiolivro pode ser narrado pelo autor do texto de referência, por um ator profissional (*voice actor*), por uma celebridade, por um elenco de narradores, por um amador e até por uma voz artificial. Os *voice actors* são frequentemente selecionados pela sua fidelidade ao texto original e pelos seus talentos vocais, dado que a sua interpretação é, regra geral, superior à do próprio autor. Contudo, podem haver exceções (Rubery, 2011, pp. 13-14; Rubery, 2016, p. 10).

Um bom narrador consegue interpretar a narrativa de uma forma completamente diferente daquela que o leitor experienciaria sozinho, ao ler para si próprio. Por vezes: “*The voices in our heads are simply not up to the job*”<sup>42</sup> (Rubery, 2016, p. 9). Deste modo, a seleção do narrador trata-se de uma decisão bastante delicada e importante, uma

---

<sup>42</sup> TL: “As vozes nas nossas cabeças simplesmente não estão à altura desse trabalho”.

vez que “*the speaker’s voice is the audiobook’s greatest virtue and liability*”<sup>43</sup> (Rubery, 2016, p. 8).

“*Casting is the single most important decision made by an audio publisher. It is a truism that narrators can make or break a story. (...) A good narrator resembles a good actor: we are simultaneously aware and unaware of their presence, immersed in the persona and the plot. By contrast, impostors disrupt fiction’s spell, making us too aware of their voices or of a mismatch between speaker and subject matter*”<sup>44</sup> (Rubery, 2016, p. 10).

Os narradores influenciam a recepção de uma história a nível formal, através do sotaque, da cadência, da ênfase, do tom, da pronúncia, da ressonância e do tempo. Todos estes detalhes sonoros são relevantes, uma vez que ler em voz alta se trata de um ato de interpretação (Rubery, 2016, p. 10). Deste modo, o estilo e a qualidade da sua interpretação é essencial para o sucesso de um audiolivro.

Dependendo da obra, são utilizados diferentes estilos de narração, nomeadamente: *unvoiced*, *partially voiced*, *fully voiced* e *full-cast*. A narração *unvoiced*, consiste numa leitura simples do texto, sem qualquer tipo de representação e com apenas uma voz. A narração *partially voiced* resulta na atribuição de vozes distintas apenas para as personagens principais. Este tipo de narração é geralmente utilizado em narrativas cujo enredo centra à volta destas personagens. A narração *fully voiced* trata-se do estilo mais frequente na indústria e é caracterizada pela utilização, por parte do narrador, de diferentes vozes para representar cada personagem. Por último, a narração *full-cast* consiste na utilização de um elenco de narradores para “dar vida” às diferentes personagens. Apesar de poder enriquecer a experiência do leitor/ouvinte, no sentido em que, ao participarem vários narradores na interpretação da obra o audiolivro se assemelha a uma dramatização da narrativa, a uma espécie de peça de teatro, este tipo de narração pode levantar algumas questões. A narração *full-cast* pode resultar numa interpretação mecânica e pouco fluída, assim como pode expor uma escrita monótona ou pouco

---

<sup>43</sup> TL: “A voz do orador é a maior virtude e a maior fraqueza do audiolivro”.

<sup>44</sup> TL: “O *casting* é a decisão mais importante a tomar por uma editora de audiolivros. É um truísmo que os narradores podem enriquecer ou prejudicar uma história. Um bom narrador assemelha-se a um bom ator: estamos simultaneamente conscientes e inconscientes da sua presença, imersos na *persona* e no enredo. Por outro lado, os impostores quebram o feitiço da ficção, tornando-nos demasiado consciente das suas vozes ou de uma incompatibilidade entre o orador e o assunto em questão”.

interessante (Pinheiro, 2018, pp. 9-10). Todos estes tipos de narração, contribuem, de formas diferentes, para a transmissão da narrativa da melhor forma possível.

Deste modo, para a realização de um bom audiolivro são necessários apenas dois elementos: um bom narrador e um bom texto. No entanto, nem sempre essa igualdade se verifica. Por vezes, o narrador é melhor que a obra que narra, e, noutras vezes, uma boa obra é contada por um narrador medíocre (Rubery, 2011, p.131). Ambos os cenários podem prejudicar a experiência do leitor. Por isso, de forma a alcançar o melhor resultado, é fundamental que estes dois elementos estejam equilibrados e se complementem.

O narrador deve “servir” a obra que está a contar, procurando ir de encontro à sua temática e adaptar-se à atmosfera que o texto transparece. Este deve realizar uma narração cuidada, dado que as palavras podem ganhar uma relevância repentina ou um significado diferente, dependendo da forma como são expressas (Rubery, 2011, p. 13). O narrador deve saber apropriar a sua voz à época, ao género, à idade, à cultura, à etnia e à personalidade das personagens que representa de forma autêntica e livre de estereótipos. Este deve ter ainda a flexibilidade e a capacidade para adaptar o seu tom de voz, a sua emoção e energia de acordo com a narrativa (Pinheiro, 2018, p. 8).

Quando o narrador vocaliza um texto escrito, são realizadas diversas escolhas estilísticas que acabam por se tornar parte da experiência, nomeadamente decisões relativas à intensidade, à acentuação, ao ritmo e às pausas (Have e Pedersen, 2013, p. 135). O narrador tem o poder de cativar o leitor/ouvinte e de o manter atento e interessado naquilo que está a ouvir. Talvez por essa razão, o audiolivro se revele um formato bastante apropriado para a poesia. Quando o leitor lê um poema, está a “ouvir” a sua “voz interior”, e, a menos que faça um esforço para representar interiormente o poema, este pode facilmente falhar em compreender na totalidade a sua mensagem. Deste modo, vocalizar a obra poética fornece uma estrutura que possibilita uma experiência auditiva mais ativa por parte do leitor/ouvinte: este tem de esperar e respeitar os tempos do narrador, podendo ficar mais disponível para questionar e refletir sobre o que ouve (Rubery, 2011, pp. 224-225).

*“(…) the narrator’s style is crucial to an audiobook’s success, to the extent that many (…) readers look for their favourite narrator before they look for their favourite author when searching for a new audiobook. The voice of the English actor Stephen Fry, for example, has achieved almost iconic status in part because of his readings of Harry*

*Potter*”<sup>45</sup> (Have e Pedersen, 2013, pp. 135-136).

A voz humana afeta o leitor de forma visceral. Embora não conheça ou tenha, diretamente, acesso a informações adicionais sobre o narrador do audiolivro, o público desenvolve uma forte e impetuosa conexão com a sua voz (Rubery, 2016, pp. 10-11). Esta ligação é poderosa, uma vez que estabelece intimidade, transmite autenticidade e oferece ao leitor/ouvinte a sensação de companhia e de conforto (Have e Pedersen, 2013, pp. 134-135). De acordo com o autor Matthew Rubery: *“Audio recordings enhance the illusion of an author speaking directly to us and establish an intimacy felt to be lacking from print”*<sup>46</sup> (2016, p. 8).

Ao longo dos anos, a indústria do audiolivro tem procurado persuadir o público mais cético e que duvida dos benefícios deste formato. Neste sentido, muitas editoras têm apostado em vozes mais diversas e, ao mesmo tempo, mais famosas. Recorrer a atores de renome ou a celebridades conhecidas do público para a produção de audiolivros, tem-se tornado uma estratégia cada vez mais utilizada, permitindo reforçar o valor e a natureza comercial do formato. Inicialmente, estas figuras pertenciam ao mundo da rádio (caracterizadas pelas suas vozes colocadas e tratadas), no entanto, hoje estas provêm, principalmente, do cinema e da televisão. O desejo por um narrador conhecido reflete a necessidade dos leitores/ouvintes de atribuir uma face à voz que ouvem ao ouvido (Rubery, 2016, p. 11; Rubery, 2011, pp. 13-14).

*“Whether marquee names or anonymous talent, narrators wield tremendous influence over a book’s reception as well as its sales figures”*<sup>47</sup> (Rubery, 2016, p. 11).

No entanto, a presença de um narrador exterior ao leitor, pode levantar algumas questões. Vocalizar o que, à partida, seria uma narrativa silenciosa, pode provocar

---

<sup>45</sup> TL: “O estilo do narrador é crucial para o sucesso de um audiolivro, na medida em que muitos leitores, durante a busca por um novo audiolivro, procuram pelo seu narrador favorito antes de procurarem pelo seu autor favorito. A voz do ator inglês Stephen Fry, por exemplo, alcançou um *status* quase icónico em parte devido às suas leituras de *“Harry Potter”*”.

<sup>46</sup> TL: “As gravações de áudio realçam a ilusão de um autor a falar diretamente connosco e estabelecem uma intimidade considerada em falta na impressão”.

<sup>47</sup> TL: “Quer sejam nomes famosos ou talentos anónimos, os narradores exercem uma tremenda influência sobre a receção de um livro, bem como sobre o número de vendas”.

problemas, na medida em que a voz do narrador pode não se aproximar do som imaginado na mente do leitor. A pronúncia ou o tom aplicado a determinadas passagens do texto, podem não ser os indicados e, por isso, divergir das suas expectativas. Se a voz do narrador não atingir um determinado nível de neutralidade, o leitor/ouvinte pode ficar demasiado consciente da sua presença e fazer com que este se torne num terceiro interveniente na experiência, um intruso entre o autor e o leitor (Rubery, 2011, p. 14).

Para além da forma como o narrador entrega e interpreta o conteúdo textual, a sua constante presença impede que o leitor/ouvinte crie a “voz” do seu próprio narrador na sua mente (Rubery, 2011, p. 11). Esta construção trata-se de um processo pessoal e subjetivo, porém, aquando da audição de um audiolivro, o leitor/ouvinte entrega antecipadamente ao narrador, o seu ato interpretativo (Rubery, 2011, p. 128). Desta forma, críticos do audiolivro afirmam que o leitor/ouvinte se pode tornar um “ouvinte cativo”, um ouvinte que cede o controlo de aspetos essenciais da sua experiência de leitura a um narrador exterior. O leitor/ouvinte submete-se a uma tirania vocal, no sentido em que nega a existência da sua “voz” interior e a capacidade de apreender por si próprio a narrativa: *“The external narrator’s intrusion suggests to skeptics that the story has already been interpreted in advance”*<sup>48</sup> (Rubery, 2011, p. 11).

A influência do narrador na experiência do leitor/ouvinte estende-se também ao ritmo da sua interpretação. Este “obriga” o leitor a sujeitar-se ao seu ritmo e ao seu tempo, sendo indiferente ao interesse que o leitor/ouvinte possa ter, ou não, pelo conteúdo que está a ouvir. Neste sentido, a constante e implacável presença do narrador pode ser um constrangimento para o leitor/ouvinte que procure ler, reler, fazer uma pausa ou simplesmente devanear. Um leitor que se distraia momentaneamente pode colocar em causa a sua compreensão da narrativa (Rubery, 2011, pp. 12-13). De acordo com o autor Matthew Rubery: *“The choreographed narration of the audiobook is not for daydreamers”*<sup>49</sup> (2011, p. 12).

Para além do narrador, o audiolivro pode conter outros elementos, como música e efeitos sonoros. Estes atuam como um complemento à narração, procurando acentuar o sentimento, a emoção e o ritmo da narrativa ou de determinadas cenas. A música permite não só guiar o ouvinte pela experiência, possibilitando identificar, por exemplo, o início

---

<sup>48</sup> TL: “A intrusão do narrador externo sugere aos céticos que a história já foi interpretada antecipadamente”.

<sup>49</sup> TL: “A narração coreografada do audiolivro não é para sonhadores”.

ou o fim de um capítulo, como permite reforçar momentos e palavras específicas durante a narração. Estilos de música ou instrumentos musicais específicos podem evocar certas emoções, por exemplo: violinos ou guitarras são indicados para momentos de tristeza ou suspense, enquanto flautas e outros instrumentos de sopro podem ser utilizados para expressar alegria. Por outro lado, os efeitos sonoros, como o bater de uma porta ou o som do vento, permitem aprofundar toda a experiência, tornando-a imersiva e marcante para o leitor/ouvinte. No entanto, estes elementos apenas são eficazes se forem cuidadosamente colocados na narração (Pinheiro, 2018, pp. 10-11). Tanto a música como os efeitos sonoros devem respeitar o ritmo e o tempo do narrador, complementando a sua interpretação.

Contudo, se por um lado todas as críticas mencionadas assinalam desvantagens ou condicionantes do audiolivro, estas destacam também as características que o distinguem dos restantes formatos e que, conseqüentemente, o promovem como algo mais do que um mero prolongamento ou cópia do livro impresso.

*“Historically the audiobook has been described as a kind of by-product of the printed book as a service for (...) disabled readers. That has changed. (...) Concurrently with the explosion of audiobook users the audiobook seems to have cut itself off from the printed original and become a medium in its own right”<sup>50</sup> (Have e Pedersen, 2016, p. 152).*

Como referido, o audiolivro encontra-se em crescimento e a ganhar cada vez mais popularidade, porém, é difícil prever a sua influência, a longo prazo, sobre os hábitos dos leitores. Resta apenas continuar a analisar a sua evolução e especular acerca do seu possível impacto sobre diferentes áreas ou práticas de leitura (Have e Pedersen, 2013, p. 138).

---

<sup>50</sup> TL: “Historicamente o audiolivro tem sido descrito como uma espécie de subproduto do livro impresso, como um serviço para leitores com deficiência. Isso mudou. Em simultâneo com a explosão de utilizadores do audiolivro, o audiolivro parece ter-se separado do original impresso e se tornado um *medium* por direito próprio”.

### **2.3. O mercado do audiolivro e o audiolivro em Portugal**

Desde o início do seu desenvolvimento que o audiolivro foi associado ao livro impresso tendo, durante muitos anos, sido considerado um mero prolongamento ou uma outra versão do livro tradicional. No entanto, esta realidade começa a alterar-se.

Atualmente, verifica-se um aumento da procura por este formato, uma vez que o leitor contemporâneo demonstra cada vez mais interesse em ler/ouvir audiolivros. Esta vontade contribui para o seu crescimento e disseminação, bem como para a sua demarcação do livro impresso e valorização como uma forma de livro independente e válida.

De acordo com os inquéritos anuais de vendas e de consumidores da *Audio Publishers Association* (APA), realizados durante os primeiros meses de 2021, concluiu-se que em 2020, a receita obtida pelas editoras através da venda de audiolivros cresceu 12%. Neste sentido, é possível concluir que, embora os hábitos de leitura áudio dos consumidores tenham sofrido grandes mudanças devido à pandemia de COVID-19, a utilização de audiolivros permaneceu forte e estável (Audio Publishers Association, 2021a). Já nos anos anteriores, pré-pandemia, se verificou também um crescimento constante relativamente ao audiolivro, tendo-se verificado, no ano 2019 em relação a 2018, um crescimento de 16%. Estes resultados traduzem a tendência ascendente do comportamento dos consumidores americanos relativamente a este formato (Audio Publishers Association, 2020).

Em 2020, a mudança mais significativa verificada nos seus hábitos de leitura áudio, foi a alteração do carro para a casa, como o local predominante para o usufruto de audiolivros. Contudo, esta mudança deveu-se ao facto da rotina de muitos condutores americanos, que conduziam diariamente até ao seu local de trabalho, ter sido drasticamente afetada pelos pedidos de permanência em casa causados pela pandemia. Segundo os resultados obtidos, 55% dos consumidores afirma que ouviram audiolivros, de forma mais frequente, em casa, contrastando com os 43% verificados no ano anterior. Em comparação, apenas 30% mencionou o carro como o principal lugar utilizado para experienciar esta forma de livro.

Deste modo, o audiolivro tem vindo a estabelecer o seu espaço nos hábitos de leitura de muitos consumidores. 67% afirma que prefere este formato porque lhe permite reduzir tempo de ecrã e porque se revelou uma ferramenta bastante útil para pais e crianças durante um quotidiano marcado pelo isolamento social. O audiolivro possibilita

que muitas crianças se consigam abstrair, mesmo que temporariamente, da realidade pandémica em que vivem. Neste sentido, a percentagem de pais de crianças com dezassete anos ou menos, que afirmam que os seus filhos leram/ouviram um audiolivro em 2020, foi de 49%, verificando-se assim uma subida de 14% em relação ao ano anterior.

O crescimento desta forma de livro traduz-se também no número de audiolivros editados. Em 2020, foram publicados mais de setenta e um mil, verificando-se, por isso, um aumento de 39% em relação a 2019.

Os inquéritos realizados permitiram recolher ainda outro tipo de informações. Constatou-se que, à semelhança de 2019, o género literário mais popular continuou a ser o mistério/*thriller*/suspense. No entanto, em 2020, verificou-se também um interesse crescente por audiolivros de outras categorias, nomeadamente romance, autoajuda e negócios. Por último, conferiu-se ainda que, desde 2017, o tempo gasto pelos consumidores a ler/ouvir audiolivros cresceu 60% e que o alcance diário do seu consumo aumentou 71% (Audio Publishers Association, 2021a).

Desta forma, é possível concluir que o audiolivro é cada vez mais popular. Acredita-se que a sua facilidade de utilização, aliada à mobilidade que oferece aos seus leitores/ouvintes, o tornam um formato bastante apelativo e contribuem para o seu sucesso (Have e Pedersen, 2016, pp. 3-4).

*“Improved ease of use is one reason why listening to audiobooks is among the minority of reading practices found to be increasing in popularity as the number of overall readers continues to decline”<sup>51</sup> (Rubery, 2011, p. 9).*

De acordo com o autor Paulo Pinheiro, o audiolivro contemporâneo encontra-se, geralmente, disponível em dois suportes, em CD ou em ficheiro digital. Durante muitos anos, o CD foi o suporte mais utilizado, porém, com o desenvolvimento da *Internet* e da tecnologia móvel e, conseqüentemente, com o aparecimento do *smartphone*, verificaram-se grandes alterações, tendo-se vindo a testemunhar um crescimento da utilização do ficheiro digital (Pinheiro, 2018, p. 15). Este revela-se mais popular, uma vez que não só apresenta um valor comercial inferior ao dos suportes físicos (não exige custos de fabrico,

---

<sup>51</sup> TL: “O aperfeiçoamento da facilidade de utilização é uma das razões pelas quais ouvir audiolivros está entre a minoria das práticas de leitura que estão a aumentar em popularidade, à medida que, em geral, o número de leitores continua a diminuir”.

de *stock*, de embalagem e de transporte), como permite ao leitor/ouvinte desfrutar das suas obras preferidas em qualquer lugar, sem estar condicionado pela existência ou não de um leitor de CD, por exemplo (Pinheiro, 2018, p. 16).

Deste modo, sendo o audiolivro, hoje em dia, maioritariamente caracterizado pela sua natureza digital, a sua venda e divulgação são realizadas, principalmente, através da *internet*. Hoje, a venda de produtos *online* é uma prática comum, dado que se verificam algumas vantagens, nomeadamente a redução de custos na transação e, conseqüentemente, a redução do preço para o consumidor, bem como o alcance de mercados internacionais e de um maior número de potenciais clientes (Pinheiro, 2018, p. 15).

Desta forma, o mercado mais desenvolvido relativamente ao audiolivro, é o mercado americano e, como tal, contém as principais empresas e plataformas que produzem e comercializam esta forma de livro. Entre elas, destacam-se a *Audible*, o *iTunes*<sup>52</sup>, a *Books on Tape*<sup>TM53</sup>, entre outras (Pinheiro, 2018, p. 13). É ainda importante salientar outros dois projetos que também promovem este formato: a *LibriVox*<sup>54</sup> e o *Project Gutenberg*<sup>55</sup>. Apesar deste último se encontrar mais direcionado para a distribuição de *ebooks*, ambos são projetos sem fins lucrativos que disponibilizam audiolivros de forma gratuita (Pinheiro, 2018, p. 15).

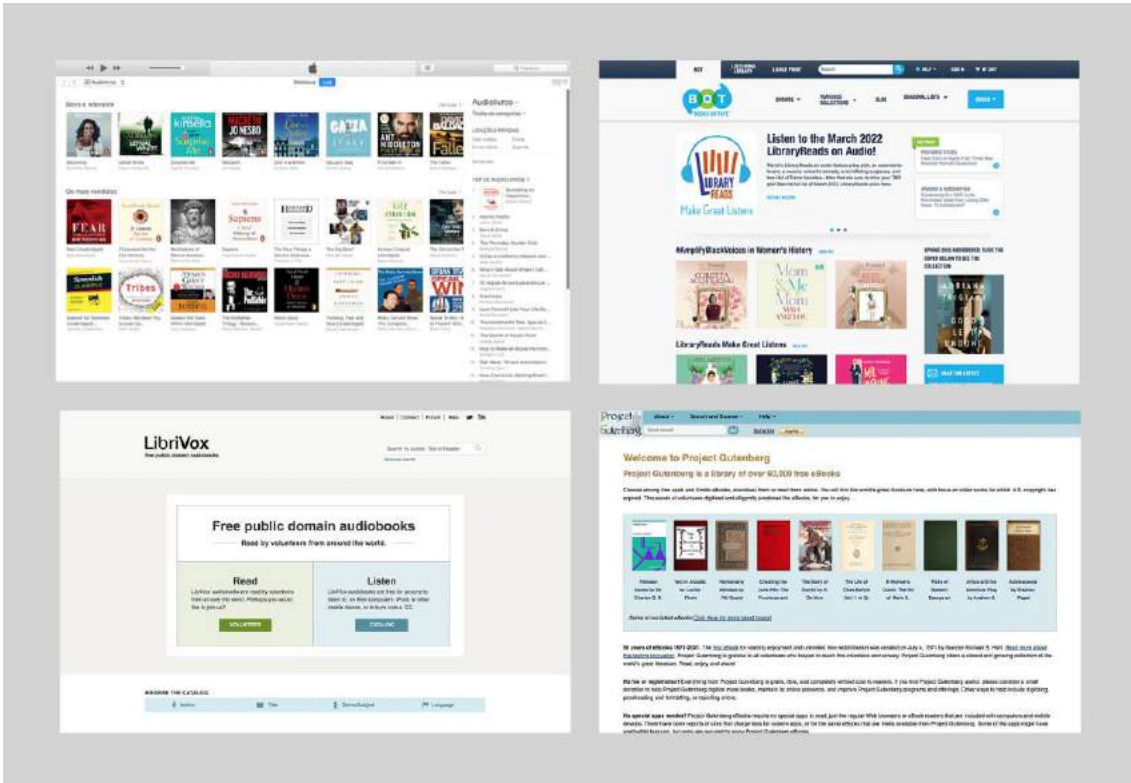
---

<sup>52</sup> O *iTunes* é uma plataforma digital desenvolvida pela empresa norte-americana *Apple*, que permite reproduzir e descarregar música, vídeos, filmes, *podcasts*, audiolivros, entre outros (Apple Portugal, s.d.).

<sup>53</sup> Fundada em 1975 por Duvall Hecht, a *Books on Tape* tornou-se numa das maiores editoras de áudio no mundo. Esta foi a primeira empresa a dedicar-se exclusivamente à gravação de livros na íntegra, contribuindo, juntamente com outras editoras, para alterar a reputação dos livros gravados como uma forma de leitura direcionada unicamente para o público invisual ou com problemas de visão (Rubery, 2016, pp. 217-219). Atualmente, a *Books on Tape* integra o grupo de publicação áudio da *Penguin Random House* (Books on Tape, s.d.).

<sup>54</sup> A *LibriVox* é um projeto *online* sem fins lucrativos que tem como objetivo disponibilizar, gratuitamente e em formato áudio, obras que se encontrem em domínio público (LibriVox, s.d.). As suas gravações são realizadas por voluntários, permitindo que qualquer pessoa, independentemente da sua voz, do seu sotaque, língua ou nacionalidade, possa narrar um audiolivro (Rubery, 2011, p. 226).

<sup>55</sup> Fundado por Michael Hart, o inventor do *ebook*, o *Project Gutenberg* é uma biblioteca *online* gratuita. Embora o foco principal desta plataforma seja a distribuição de livros eletrónicos, o *Project Gutenberg* também disponibiliza audiolivros, interpretados por narradores voluntários ou por narradores artificiais (Project Gutenberg, s.d.).



**Figura 6** Da esquerda para a direita e de cima para baixo: iTunes, Books on Tape, LibriVox e Project Gutenberg (<https://www.booksontape.com/>; <https://librivox.org/>; <https://www.gutenberg.org/>).

O sucesso do audiolivro nos Estados Unidos da América, deve-se, não só aos esforços realizados pelas plataformas mencionadas e por grandes editoras que apostaram desde o início neste formato, nomeadamente a *Random House*, a *Harper Collins* ou a *Simon and Schuster*, mas também, em grande parte, ao trabalho realizado pela APA. Esta organização defende os interesses comuns das diferentes editoras de audiolivros americanas, atuando como uma rede de informação para os membros da sua comunidade e oferecendo programas, serviços e prémios que promovem o crescimento da indústria do audiolivro no país (Pinheiro, 2018, p. 13; Rubery, 2016, p. 247).

Atualmente, a plataforma líder na produção e distribuição de audiolivros é a *Audible*. Fundada em 1995, de forma a tirar partido do crescente mercado de gravações de *spoken word* e das recentes oportunidades comerciais oferecidas pela *Internet*, a *Audible* foi uma das primeiras empresas americanas a criar um *website* que permitia aos seus clientes, descarregar gravações de *spoken word* diretamente para os seus computadores (Rubery, 2016, p. 248).



**Figura 7** Audible

([https://www.audible.co.uk/ep/row?source\\_code=M2M30DFT1Bk12110112102TC&gclid=EAlaIqobChMIgqO-geid9gIVTQGLCh0-4gmDEAAYASAAEgLspPD\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.audible.co.uk/ep/row?source_code=M2M30DFT1Bk12110112102TC&gclid=EAlaIqobChMIgqO-geid9gIVTQGLCh0-4gmDEAAYASAAEgLspPD_BwE&gclsrc=aw.ds)).

Pertencendo à *Amazon*<sup>56</sup> desde 2008, esta plataforma aposta no desenvolvimento de gravações e de conteúdos originais, bem como na distribuição de audiolivros de outras editoras. Esta apresenta audiolivros de diversos autores e géneros literários, em várias línguas, e com os mais variados narradores. O seu repositório tanto apresenta obras modernas e mais recentes, como grandes clássicos da literatura como “*The Odyssey*” de Homero, “*East of Eden*” de John Steinbeck, “*Jane Eyre*” de Charlotte Brontë, “*A Tale of Two Cities*” de Charles Dickens ou “*Pride and Prejudice*” de Jane Austen, entre muitos outros. Atualmente, na secção dos *best-sellers* encontram-se, por exemplo, “*Atomic Habits*” de James Clear, “*The World Played Chess*” de Robert Dugoni ou “*Project Hail Mary*” de Andy Weir (Pinheiro, 2018, pp. 11-12; Audible, s.d.; Rubery, 2016, p. 250).

“*Audible’s success both contributed to and reflects the audio publishing industry’s enormous growth over the past decade*”<sup>57</sup> (Rubery, 2016, p. 251).

No entanto, se nos Estados Unidos da América (EUA) a cultura do audiobook encontra bastante desenvolvida e consolidada, em Portugal verifica-se uma realidade diferente, uma realidade marcada por um setor ainda pouco significativo (Frias e Pinho, 2020).

Inicialmente em Portugal, à semelhança do que se verificou nos EUA e na Grã-Bretanha, o audiobook não foi produzido com o objetivo de ser comercializado, mas sim com o de possibilitar a inclusão social. Este destinava-se apenas a bibliotecas e ao público invisual ou com problemas de visão. De acordo com o autor Paulo Pinheiro, a Associação

<sup>56</sup> A *Amazon* é uma multinacional americana, considerada a maior revendedora *online* do mundo. Começou como uma livraria *online*, expandindo-se, mais tarde, para a venda dos mais variados produtos, desde filmes, a música, videojogos, entre muitos outros (Rubery, 2016, pp. 250-251).

<sup>57</sup> TL: “O sucesso da *Audible* contribuiu e reflete o enorme crescimento da indústria de publicação de áudio na última década”.

dos Cegos e Amblíopes de Portugal<sup>58</sup> (ACAPO), em parceria com a Biblioteca Sonora da Biblioteca Pública Municipal do Porto<sup>59</sup>, disponibilizou aos membros da sua comunidade um repositório com cerca de cinquenta audiolivros.

Mais tarde, em 2005, com o aparecimento das primeiras editoras nacionais especializadas em audiolivros, este formato começou a ser produzido com o intuito de ser comercializado. Contudo, o mercado do audiolivro português encontra-se ainda pouco explorado, verificando-se a existência de poucas editoras, instituições e projetos que invistam verdadeiramente nesta forma de livro. Neste sentido, as empresas portuguesas apresentam um baixo volume de vendas, dado que ainda dependem das vendas a retalho, vendo-se, por isso, “forçadas” a recorrer a intermediários (Pinheiro, 2018, 14).

Uma das principais editoras de audiolivros em Portugal é a *Boca-palavras que alimentam*. Criada em 2006, trata-se de uma “*editora na qual o livro se alia ao áudio, pondo em diálogo as várias linguagens e registos da criação literária e das artes, do pensamento e da cultura*” (Boca-palavras que alimentam, 2022). A *Boca-palavras que alimentam* dedica-se à comercialização e produção de livros e de audiolivros. Os seus produtos conciliam estes dois formatos, sendo, geralmente, constituídos por livros que são acompanhados por CDs, que contêm o conteúdo áudio. Numa entrevista realizada ao jornal JPN (JornalismoPortoNet), Oriana Alves, proprietária da editora *Boca-palavras que alimentam*, refletiu sobre o mercado do audiolivro em Portugal, afirmando:

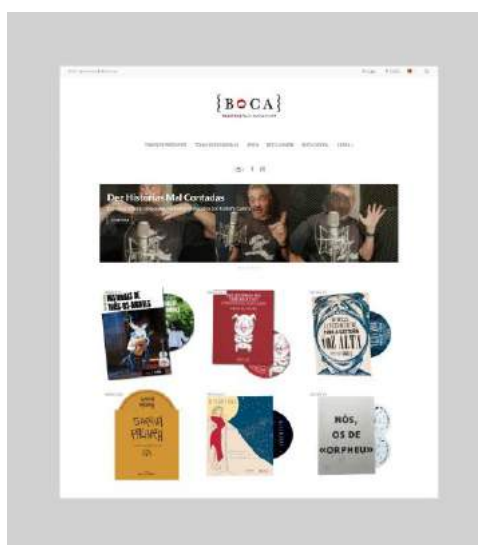


Figura 8 *Boca-palavras que alimentam*  
(<https://www.boca.pt/>).

<sup>58</sup> Fundada em 1989, a Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal é uma instituição particular de solidariedade social que pretende defender os interesses e os direitos de pessoas com deficiência visual. Promovendo a construção de uma sociedade mais inclusiva, aposta no desenvolvimento de projetos, em diversas áreas, que possibilitem a inserção social de invisuais e de pessoas com problemas de visão (Acapo, s.d.b; Acapo, s.d.c).

<sup>59</sup> A Biblioteca Sonora da Biblioteca Pública Municipal do Porto foi inaugurada em 1972 com o objetivo de proporcionar a invisuais e a pessoas com deficiência visual, de forma gratuita, o acesso à leitura. Esta instituição produz e distribui audiolivros, realizados por locutores voluntários, que abrangem os mais diversos temas e géneros literários (Bibliotecas Municipais do Porto, s.d).

“Enquanto não houver mais gente a fazer [audiolivros], os poucos que estão interessados também não têm muito por onde alimentar esse interesse” (Frias e Pinho, 2020).

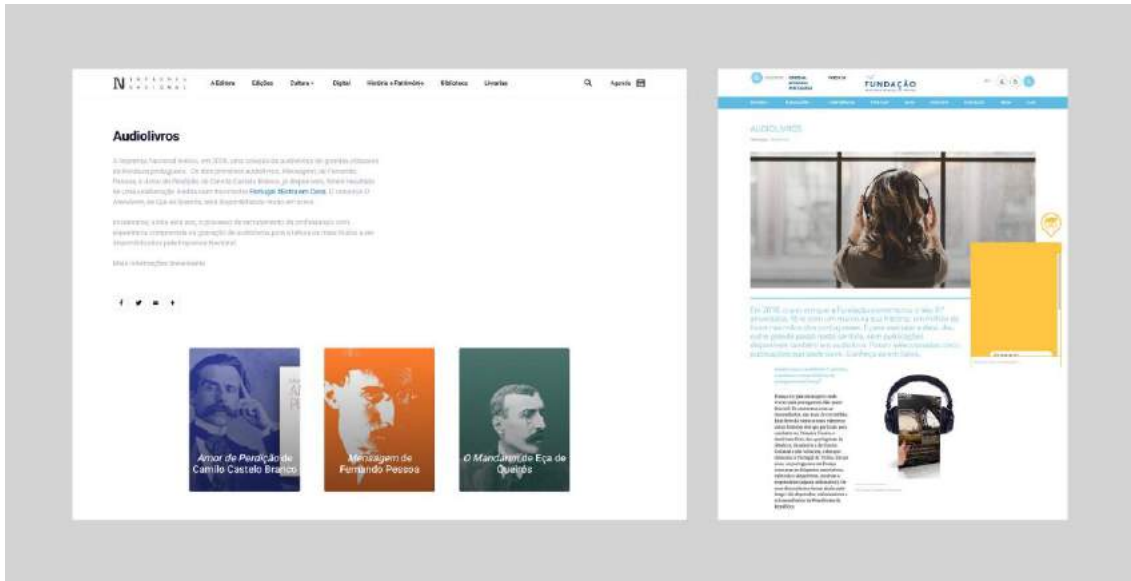
Contudo, apesar do mercado do audiolivro português ser caracterizado pela pouca oferta e por ainda não se encontrar realmente consolidado, para além da editora *Boca palavras que alimentam*, verificam-se outras instituições e outros projetos nacionais que têm também contribuído para a divulgação e desenvolvimento do audiolivro em Portugal.

Em 2020, a *Imprensa Nacional*<sup>60</sup> começou a apostar neste formato, produzindo audiolivros de grandes clássicos da literatura portuguesa, nomeadamente “*A Mensagem*” de Fernando Pessoa, “*Amor de Perdição*” de Camilo Castelo Branco e “*O Mandarim*” de Eça de Queiroz, pretendendo no futuro gravar muitas mais obras (Imprensa Nacional, 2021a). Por sua vez, a *Fundação Francisco Manuel dos Santos*<sup>61</sup> também já realizou alguns esforços nesse sentido. Em 2018, aquando do seu nono aniversário, disponibilizou cerca de um milhão de livros que exploravam temáticas bastante familiares ao povo português, tendo algumas dessas publicações sido gravadas e apresentadas sob a forma de audiolivro, nomeadamente “*A porteira, a madame e outras histórias de portugueses em França*” de Joana Carvalho Fernandes, “*Trás-os-Montes, o Nordeste*” de José Rentes de Carvalho, “*Alentejo prometido*” de Henrique Raposo, “*Malditos, histórias de homens e lobos*” de Ricardo Rodrigues e “*Longe do Mar*” de Paulo Moura (Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2022a).

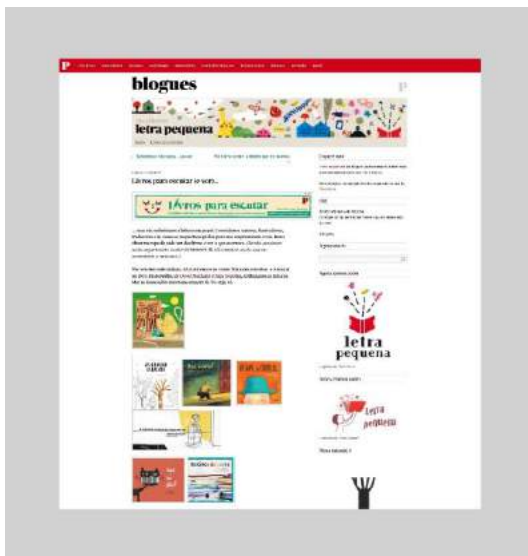
---

<sup>60</sup> A *Imprensa Nacional* trata-se de uma editora pública portuguesa com mais de 250 anos. “*Aliando tradição e contemporaneidade, a Imprensa Nacional tem vindo a reforçar a sua aposta no digital e na democratização do acesso à cultura. (...) Preserva e amplia o património bibliográfico da língua portuguesa, assegurando-o assim às gerações futuras. Promove e incentiva a criação literária, em língua portuguesa (...)*” (Imprensa Nacional, 2021b).

<sup>61</sup> A *Fundação Francisco Manuel dos Santos* foi fundada em 2009 por Alexandre Soares dos Santos e pela sua família (líderes do grupo empresarial Jerónimo Martins), com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento da sociedade portuguesa, para o reforço dos direitos dos cidadãos e para o aperfeiçoamento das instituições públicas. Neste sentido, a Fundação publica livros e estudos que abordam diversas temáticas como a economia, a justiça e a educação, e organiza debates e encontros entre especialistas nacionais e internacionais (Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2022b).



**Figura 9** Audiolivros produzidos pela Imprensa Nacional e pela Fundação Francisco Manuel dos Santos (<https://imprensanacional.pt/digitais/audiolivros/> e <https://www.ffms.pt/destaques/detalhe/2497/audiolivros>).



**Figura 10** Blogue Letra Pequena (<http://blogues.publico.pt/letrapequena/2016/06/06/livros-para-escutar-e-ver-2/>).

O blogue *Letra Pequena* do jornal *Público*, desenvolvido por Rita Pimenta, revela-se também um projeto interessante que explora e que promove esta forma de livro em Portugal. Recomendado pela ACAPO no início da pandemia como uma forma de suavizar o quotidiano pandémico e de incentivar o público infantil à leitura, *Letra Pequena* trata-se de um blogue sobre literatura infantojuvenil que disponibiliza audiolivros de forma gratuita. Inseridos no projeto “*Livros para escutar (e ver) ...*” encontram-se títulos como “*Medo do Quê?*” de Rodrigo Abril de Abreu,

“*Eu Quero a Minha Cabeça!*” de António Jorge Gonçalves ou “*Eu Acredito*” de David Machado. Estes audiolivros são normalmente acompanhados por um vídeo, que apresenta o processo de gravação ou, por vezes, ilustrações que enriquecem a narrativa ou imagens das versões impressas das obras (Acapo, s.d.a; Letra Pequena, 2016).

Destaca-se também o projeto *Audiolivros em português*, desenvolvido pela *Neolivros*<sup>62</sup>. Alojado na plataforma *Spotify*®<sup>63</sup>, sob a forma de *podcast*, este consiste na gravação de grandes obras nacionais em domínio público. O projeto foi iniciado em 2020 e conta, até agora, com audiolivros de várias obras de Eça de Queiroz, entre elas o conto “*O Tesouro*”, o romance “*A Cidade e as Serras*” e o primeiro capítulo do conto “*Singularidades de uma Rapariga Loura*” (Spotify, s.d.b).



**Figura 11** *Audiolivros em português*  
(<https://open.spotify.com/show/3zg9gsxDJ6W1mcdmcYN1ek>).

Para além da *Boca-palavras que alimentam* e das instituições e projetos já mencionados, também editoras de livros convencionais como a *Verso de Kapa*, a *Actual Editora*, a *Oficina do Livro*, a *Dom Quixote* e a *Assírio & Alvim* já apostaram neste formato (Pinheiro, 2018, p. 14). Esta última, por exemplo, produziu o audiolivro “*Poemas de Mário Cesariny*”, em homenagem ao poeta e pintor português. Este conteúdo áudio “*salienta “a importância da oralidade” na obra do autor*” (Pissara, 2007), encontrando-se dividido em três partes e reunindo não só poemas escolhidos e interpretados pelo próprio autor como os seus comentários durante o processo de gravação (Pissara, 2007).

<sup>62</sup> A *Neolivros* é um projeto que desde 2001 se dedica à edição de livros em formato digital. Contudo, também produz audiolivros de obras nacionais em domínio público. No seu catálogo, encontram-se, por exemplo, *ebooks* de obras como “*Viagens na minha Terra*” de Almeida Garrett, “*Os Pescadores*” de Raul Brandão ou “*As Pupilas do Senhor Reitor*” de Júlio Dinis (Neolivros, s.d.).

<sup>63</sup> Lançado em 2008, o *Spotify*® é o serviço de *streaming* de áudio mais popular do mundo. Contém mais de 82 milhões de músicas e mais de 3,6 milhões de *podcasts*, que disponibiliza gratuitamente ou através de uma subscrição paga. Atualmente, conta com cerca de 406 milhões de utilizadores, em 184 mercados (Spotify, s.d.a).

Por sua vez, em 2021, o grupo editorial *Leya*, em parceria com a *Rakuten Kobo* (empresa canadiana líder mundial de venda e publicação de *ebooks* e de audiolivros), lançou uma plataforma *online* que disponibiliza, através de um serviço de subscrição mensal, *ebooks* e audiolivros. Reunindo mais de 8.000 livros eletrônicos e mais de 700 conteúdos áudio em português, desde audiolivros a *podcasts*, provenientes de várias editoras e instituições, esta plataforma é considerada pela própria *Leya* como “a maior plataforma portuguesa de ‘streaming’ de *ebooks* e audiolivros” (Lusa, 2021). No seu repositório, composto também por conteúdos em inglês, espanhol, francês e português do Brasil, podem ser encontrados audiolivros de grandes clássicos da literatura nacional como “*Amor de Perdição*” de Camilo Castelo Branco, “*Os Maias*” de Eça de Queiroz e os livros infantis de Alice Vieira (Lusa, 2021).



Figura 12 Plataforma desenvolvida pela editora *Leya* e pela *Rakuten Kobo* (<https://www.leyaonline.com/pt/eleya/>).

Embora se possa considerar que o mercado do audiolivro em Portugal não se encontra ainda muito desenvolvido, uma vez que são poucas as editoras que, até agora, têm apostado verdadeiramente neste formato e são, geralmente, realizados esforços esporádicos neste sentido, muitas editoras defendem que este formato tem vindo a estabelecer o seu espaço no mercado editorial português (Capelo, 2007).

*“The audiobook’s long-term influence on reading culture is unpredictable, but a change in cultural values seems to take place as more and more people choose to audio read. Digital innovation is constantly changing the way audiobooks are created, packaged, sold, and used, and besides new user groups it is in new and mixed formats that we find future perspectives on the audiobook”*<sup>64</sup> (Have e Pedersen, 2016, p. 155).

<sup>64</sup> TL: “A influência a longo prazo do audiolivro sobre a cultura da leitura é imprevisível, mas uma mudança nos valores culturais parece estar a acontecer à medida que cada vez mais pessoas optam pela leitura áudio.

Assim, é possível verificar a evolução gradual do audiolivro, não só internacionalmente, como também em Portugal. De acordo com o autor Matthew Rubery, considera-se que a convergência de meios de comunicação de massas anteriormente distintos, tenha encorajado muitos editores a apostar e a explorar, mais aprofundadamente, este formato como algo mais do que uma réplica do livro impresso. Ao longo dos últimos anos, grandes empresas como a *Audible*, têm promovido este formato como uma forma de livro independente, válida e que apresenta capacidades próprias que a diferenciam do livro tradicional (Rubery, 2016, p. 245). Deste modo, a pouco e pouco, o audiolivro tem vindo a conquistar os leitores mais céticos, a angariar cada vez mais utilizadores e a distanciar-se do papel secundário que a hegemonia do livro impresso lhe tinha, até agora, atribuído.

---

A inovação digital está constantemente a alterar a forma como os audiolivros são criados, embalados, vendidos, e utilizados, e, para além de novos grupos de utilizadores, é através de formatos novos e mistos que encontramos perspectivas futuras no audiolivro”.

### 3. O PROJETO *AUDIO&BOOKS*

#### 3.1. Ideia inicial

Antes de dar início à descrição do projeto do presente trabalho, é pertinente contextualizá-lo e explicar como surgiu a ideia de explorar a relação entre o audiolivro e o livro impresso.

O projeto surgiu da reflexão sobre o futuro do livro/livro do futuro. Refletindo sobre o livro impresso, a forma tradicional do livro, e o modo como poderá evoluir, procurou-se perceber a sua relação com os meios digitais emergentes e a sua capacidade de adaptação/atualização, de modo a ir de encontro às necessidades dos leitores contemporâneos e ao constante desenvolvimento tecnológico.

*“The printed book has a rival; indeed, it has had a series of rivals in the visual and electronic media of the 20th century, including film, radio, television, and now digital media. It is these rivalries – especially the latest challenge from digital media – that are now defining how the printed book will function for our culture. Digital media are refashioning the printed book”*<sup>65</sup> (Bolter, 2001, p. 3).

Pensar como poderia ser o livro do futuro ou que características o livro impresso poderia retirar dos formatos digitais, foi fundamental para o desenvolvimento da ideia base do projeto e da seleção do audiolivro como um dos formatos em estudo do presente trabalho.

O audiolivro, em comparação com outros formatos concorrentes do livro impresso, apresenta características bastante diferenciadoras que o tornam um formato único, interessante e, principalmente, diferente do livro tradicional: atualmente, este destaca-se pela sua existência digital e imaterial, pela valorização da voz na transmissão de informação e por ser experienciado apenas com recurso ao sentido da audição. Todas estas características despertaram o interesse da autora do presente trabalho de projeto por

---

<sup>65</sup> TL: “O livro impresso tem um rival; na verdade, tem tido vários rivais nos meios de comunicação visuais e eletrônicos do século XX, incluindo o cinema, a rádio, a televisão, e agora, os meios de comunicação digitais. São estas rivalidades – especialmente o desafio mais recente dos meios de comunicação digitais – que estão agora a definir como o livro impresso vai funcionar para a nossa cultura. Os meios de comunicação digitais estão a remodelar o livro impresso”.

este formato, antes mesmo de quaisquer pesquisas mais aprofundadas terem sido realizadas. Para além destes aspetos e como mencionado nos capítulos anteriores, o audiolivro trata-se também de um formato cada vez mais utilizado e disseminado, porém, apesar de já terem sido realizadas várias pesquisas nesse sentido, é raro ser objeto de estudo, encontrando-se ainda pouco explorado (Have, Pedersen, 2016, p. 5).

*“Critical evaluation of the audiobook is long overdue. The audiobook has struggled to gain acceptance among the humanities as a legitimate aesthetic form despite its growing popularity. The absence of critical discussion of a format that has been around for over a century is one indication of its marginal status. When audiobooks are discussed, it is usually to compare them unfavorably to the experience of reading printed books or to rehash the controversy over their legitimacy through reports framed by such skeptical titles as “Can We Really Read with Our Ears?””<sup>66</sup> (Rubery, 2011, p.10).*

Neste sentido, o audiolivro revelou-se um formato bastante relevante para o presente trabalho de projeto. Não só apresenta características particulares que proporcionam um modo diferente de “viver” o livro, como, de acordo com as palavras anteriores de Matthew Rubery, é geralmente comparado com o livro impresso de uma forma depreciativa e superficial, sendo colocado em causa e questionada a sua validade como uma forma de livro alternativa ao livro impresso.

Deste modo, considerou-se que para o projeto do presente trabalho seria pertinente propor uma experiência de leitura produto da complementaridade entre o audiolivro e o livro impresso e não da sua comparação ou confronto. O projeto resultaria no desenvolvimento de um objeto editorial que conciliasse os dois formatos em estudo. Ambos beneficiariam um do outro, permitindo a criação de um objeto editorial único, produto da articulação entre áudio (som) e papel (impressão). Em vez de *audio vs. books*, ficaria *audio e books, AUDIO&BOOKS*.

---

<sup>66</sup> TL: “A avaliação crítica do audiolivro está muito atrasada. O audiolivro tem lutado por ser aceite entre as áreas das humanidades como uma forma estética legítima, apesar da sua popularidade crescente. A ausência de discussão crítica acerca de um formato que existe há mais de um século indica o seu *status* marginal. Quando se discute sobre audiolivros, é geralmente para compará-los desfavoravelmente com a experiência de leitura dos livros impressos ou para reativar a controvérsia sobre a sua legitimidade através de artigos enquadrados por títulos cétricos como “Conseguimos realmente ler com os nossos ouvidos?”.

### 3.2. Referências gráficas e conceituais

Como referido na introdução e no capítulo anterior, o presente trabalho procura explorar o audiolivro e o livro impresso, de modo a desenvolver um projeto que resulte da complementaridade entre estes dois formatos e que proporcione uma experiência de leitura que compile, de igual forma, características de ambos.

Após terem sido definidos os objetivos do projeto, foi necessário decidir de que forma estes poderiam ser alcançados. No fundo, foi fundamental perceber como se poderia relacionar as duas formas de livro em estudo.

De acordo com o autor Walter J. Ong, desde as primeiras manifestações de consciência humana, muito antes da invenção da escrita, que a fala (o discurso), fascinou o Homem e começou a ser alvo de reflexões (Ong, 1982, p. 9). Salienta-se, por isso, o papel essencial que a oralidade e o som desempenham no processo de comunicação e no modo como se experiencia a palavra escrita:

*“Written texts all have to be related somehow, directly or indirectly, to the world of sound, the natural habitat of language, to yield their meanings. ‘Reading’ a text means converting it to sound, aloud or in the imagination, syllable-by-syllable in slow reading or sketchily in the rapid reading common to high-technology cultures”*<sup>67</sup> (Ong, 1982, p. 8).

Neste sentido, é importante mencionar que a comunicação humana, segundo as autoras Ellen Lupton e Andrea Lipps, estabelece uma fusão constante entre som e visão (Lupton e Lipps, 2018, p. 216).

Aliás, captar som através de formas gráficas é um esforço humano antigo. Há muito que se procura “trazer” o som e a voz para a página impressa (Lupton e Lipps, 2018, p. 205).

*“(…) studying sound through visual or tactile means is a powerful method of invention. Visualization offers a rich path for experiencing sound beyond the audible. Graphic*

---

<sup>67</sup> TL: “Todos os textos escritos têm de estar relacionados de alguma forma, direta ou indiretamente, com o mundo do som, o *habitat* natural da linguagem, para produzir os seus significados. ‘Ler’ um texto significa convertê-lo em som, em voz alta ou na imaginação, sílaba a sílaba numa leitura lenta ou de uma forma esboçada numa leitura rápida comum às culturas de alta tecnologia”.

*interpretations of sound illuminate patterns and structure and generate new memories and associations. Communication that bridges our different senses helps connect us to each other and to the physical world*<sup>68</sup> (Lupton e Lipps, 2018, p. 216).

Para tal, muitos *designers* recorrem a múltiplas estratégias, nomeadamente à utilização da cor, da linha, da forma, do movimento, da textura e até da tipografia (Lupton e Lipps, 2018, p. 205). Esta última revela-se uma solução interessante, uma vez que *“Typography is multisensory — it is audio and visual, sound and symbol”*<sup>69</sup> (Lupton e Lipps, 2018, p. 216).

Considerou-se, portanto, que explorar visualmente o som e a oralidade da fala através da tipografia seria a solução ideal para o presente trabalho. Esta permitiria retratar graficamente a voz (presente na comunicação oral e o elemento principal de um audiolivro) ao mesmo tempo que iria aludir à palavra escrita (presente no livro impresso). A tipografia seria, assim, o elo de ligação entre as duas formas de livro em análise.

---

<sup>68</sup> TL: “Estudar o som através de recursos visuais ou tácteis trata-se de um poderoso método de invenção. A visualização oferece um caminho rico para experienciar o som para além do audível. Interpretações gráficas de som esclarecem padrões e estruturam e geram novas memórias e associações. A comunicação que une os nossos diferentes sentidos, ajuda a conectar-nos uns aos outros e ao mundo físico”.

<sup>69</sup> TL: “A tipografia é multissensorial — é áudio e visual, som e símbolo”.

### 3.2.1. O Futurismo

Ao definir o papel da tipografia no projeto, evidenciaram-se duas grandes referências: o movimento Futurista e o movimento Dada. As ideias e os princípios defendidos por cada movimento, atentando particularmente à sua relação com a dimensão sonora da palavra e com a tipografia, inspiraram gráfica e conceptualmente, a conceção e o desenvolvimento de todo o projeto.

Ao analisar estes dois movimentos artísticos, pretendeu-se verificar de que modo os seus artistas utilizaram a tipografia como algo mais do que um mero elemento informativo, explorando as suas potencialidades gráficas e apropriando-se das suas capacidades expressivas para traduzir e representar visualmente o som. O estudo de algumas obras e de alguns artistas destes dois movimentos permitiu conhecer e compreender, de forma mais aprofundada, várias estratégias e soluções que poderiam contribuir para atingir a relação pretendida entre som e tipografia.

*“Avant-garde designers had guts and vision. (...) They wanted nothing less than to change the world. At the beginning of the twentieth century they unabashedly confronted their society through design. (...) These artists spoke in manifestos and created posters, books, magazines, and typefaces using strikingly new visual vocabularies. They embraced mass communication; they abandoned easels. They treated the aesthetic conventions of symmetry and ornament like stale leftovers to be scourged at all costs. (...) They tried to discover untainted visual forms that were fitting for the new modern world”<sup>70</sup>*  
(Armstrong, 2009, p. 19).

O início do século XX foi um período de grandes mudanças. Mundialmente, viveram-se tempos marcados por transformações políticas, sociais, culturais e económicas bastante significativas que afetaram, radicalmente, todos os aspetos da condição humana. Testemunharam-se alterações de regime, avanços científicos e

---

<sup>70</sup> TL: “Os *designers* de vanguarda tinham coragem e visão. (...) Eles não queriam nada mais nada menos do que mudar o mundo. No início do século XX, eles confrontaram descaradamente a sua sociedade através do *design*. (...) Estes artistas comunicaram por manifestos e criaram cartazes, livros, revistas, e fontes tipográficas recorrendo apenas a vocabulários visuais surpreendentemente novos. Abraçaram a comunicação em massa; abandonaram os cavaletes. Trataram as convenções estéticas de simetria e de ornamento como sobras velhas que deveriam ser rejeitadas a todo o custo. Estes tentaram descobrir formas visuais imaculadas que se adequassem ao mundo moderno”.

tecnológicos que transformaram o comércio e a indústria, e assistiu-se à eclosão da Primeira e da Segunda Guerra Mundial, entre outros eventos.

Deste modo, sendo produtos desta realidade, as artes visuais e o *design* gráfico refletiram todo esse caos e turbulência, defendendo, por isso, uma rutura com os valores e as ideias do passado. A forma objetiva e tradicional de ver o mundo desapareceu, despedaçou-se, dando lugar a estudos elementares sobre cor e forma, a protestos sociais e à expressão de estados emocionais profundamente pessoais. Este novo “olhar” sobre a arte, impulsionou o aparecimento de diversos movimentos artísticos, em particular o Futurismo e, mais tarde, o Dadaísmo (Meggs e Purvis, 2012, p. 256).

O Futurismo nasce em 1909, com a publicação do primeiro manifesto futurista no jornal *Le Figaro*, por Marinetti<sup>71</sup>. Este primeiro documento estabeleceu, de imediato, o caráter revolucionário deste movimento, definindo, para além de muitos outros conceitos, a sua influência sobre diversas áreas artísticas, desde a literatura ao *design* gráfico (Meggs e Purvis, 2012, p. 259).

Em 1912, o poeta publica o “*Manifesto Técnico da Literatura Futurista*”, onde afirma ter sentido uma “*necessidade furiosa de libertar as palavras*” (Ferreira, 1979, p. 109). Marinetti propõe uma revolução literária, sugerindo a destruição da sintaxe, a utilização do verbo no infinitivo, o aprofundamento da analogia e a abolição do adjetivo, do advérbio, da pontuação, entre outras. Todas estas indicações procuravam quebrar a harmonia de estilo existente até então, tendo muitas destas ideias sido transpostas para o campo do *design* gráfico (Ferreira, 1979, pp. 109-122).

No manifesto “*Destruição da sintaxe, Imaginação sem fios, Palavras em Liberdade*”, publicado em 1913, o poeta defende a exploração livre da tipografia:

“O livro deve ser a expressão futurista do nosso pensamento futurista. Não só. A minha revolução é dirigida contra a harmonia tipográfica da página, que é contrária ao fluxo e ao refluxo, às pulsações e às finalidades do estilo que corre na própria página. Usaremos portanto numa meia página, três ou quatro cores de tinta diferentes e também 20 caracteres para uma série de sensações similares ou velozes, redondo para as onomatopeias violentas, etc. Com esta revolução tipográfica e esta variedade de

---

<sup>71</sup> Marinetti foi um poeta, editor e ativista político italiano. Conhecido como o fundador do movimento futurista, apelava ao futuro e à velocidade. A exploração da natureza concreta e visual da tipografia esteve sempre presente no seu trabalho, moldando-a à sua poesia e à sua mensagem de barulho e agressão (Armstrong, 2009, p. 20).

caracteres proponho-me redobrar a força expressiva das palavras” (Ferreira, 1979, p. 132).

Marinetti defendia uma revolução tipográfica e uma quebra de normas que fosse contra a tradição clássica. A página deveria ser liberta da harmonia e do constrangimento do equilíbrio gráfico, uma vez que estes aspetos prejudicavam as “rajadas” de estilo que deviam “correr” pela página (Meggs e Purvis, 2012, p. 259).

As palavras deveriam ganhar a velocidade das estrelas, das nuvens, dos aviões, dos comboios, das ondas, dos explosivos, das moléculas e dos átomos. Estas deveriam ser dinâmicas e penetrantes, mas acima de tudo, livres. Neste sentido, a procura de Marinetti pela emancipação das palavras levou à criação de um novo e pictórico *design* tipográfico, denominado “*parole in libertá*” (palavras em liberdade) (Meggs e Purvis, 2012, p. 259). De acordo com o poeta, um homem que testemunhe uma explosão, não consegue ligar ou organizar corretamente as suas frases, mas sim gritar, gemer ou dizer em voz alta apenas algumas palavras para os seus ouvintes. Neste sentido, Marinetti apelou aos seus contemporâneos que se libertassem da escravidão da gramática e que divergissem para novos modos de expressão. Desde a invenção de Gutenberg, que o *design* recorria a uma estrutura vertical ou horizontal, no entanto, os futuristas deveriam ignorar este tipo de estratégias convencionais, libertando-se da tradição e “animando” as suas páginas com composições dinâmicas e não lineares (Meggs e Purvis, 2012, pp. 260-261).

*“Rejecting any and all conventional rules of grammar, punctuation, and syntax, Marinetti wanted typography expressively to reinforce the dynamism of the text – words become images”*<sup>72</sup> (Eskilson, 2007, p. 154).

Tais conceitos e características gráficas, podem ser evidenciadas em diversas das suas obras, nomeadamente os livros *Zang Tumb Tumb* e *Le mots en liberté futuristes*.

*Zang Tumb Tumb* (1914) baseia-se na experiência de Marinetti como soldado na Guerra dos Balcãs (1912-1913). O poeta italiano idealizou a guerra como uma força que

---

<sup>72</sup> TL: “Rejeitando toda e qualquer regra convencional de gramática, pontuação e sintaxe, Marinetti queria que a tipografia reforçasse expressivamente o dinamismo do texto – palavras tornam-se imagens”.

poderia libertar a Itália da sua obsessão com o passado e direcioná-la para um futuro moderno e industrial.

Deste modo, o próprio título da obra é uma onomatopeia que representa o “rugido” da artilharia presente numa batalha testemunhada por Marinetti, a Batalha de Adrianópolis. Na capa de *Zang Tumb Tumb* verifica-se uma amálgama de diferentes fontes tipográficas, com diferentes tamanhos e cujos elementos se encontram dispersos pela página, em diferentes orientações. Não se verifica a existência de um eixo claro e evidente que oriente o seu *layout*, mas sim uma composição dinâmica e que reforça visualmente o caos da guerra (Eskilson, 2007, pp. 153-154). De acordo com o autor Stephen Eskilson, “(...) *the text is used as a vehicle for traditional meaning while simultaneously functioning as a graphic signifier*”<sup>73</sup> (Eskilson, 2007, p. 154). À semelhança da capa, o miolo de *Zang Tumb Tumb*, reflete a busca de Marinetti por um *design* que permita que as palavras “saltem” da página com a mesma energia da experiência da guerra (Eskilson, 2007, p. 154).



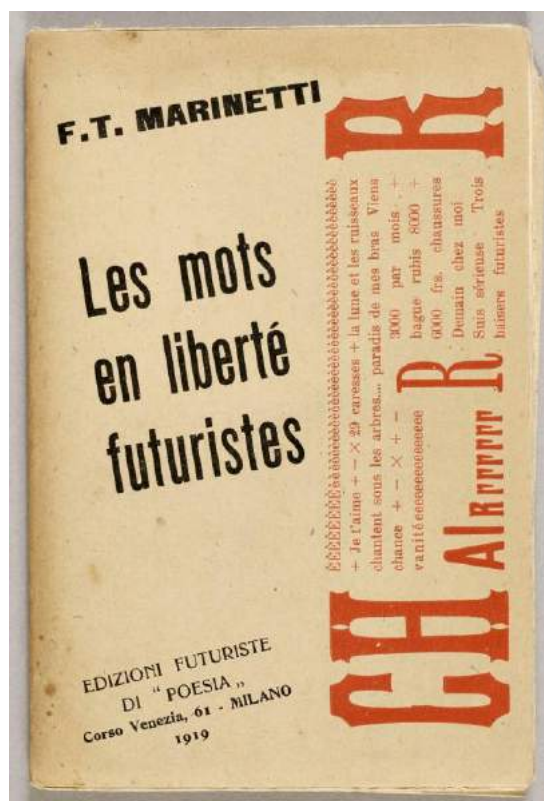
Figura 13 *Zang Tumb Tumb*, de Marinetti (<https://arthistoryproject.com/artists/filippo-tommaso-marinetti/zang-tumb-tumb/>; <https://www.libreriapontremoli.it/filemanager/vetrina/zang-tumb-tuum.php#>).

O livro *Le mots en liberté futuristes* foi publicado em 1919. Nesta publicação, o poeta italiano defende, teórica e graficamente, o conceito de palavras em liberdade:

<sup>73</sup> TL: “(...) o texto é utilizado como um veículo para o significado tradicional, funcionando, simultaneamente, como um significante gráfico”.

“Les mots en liberté sont une expression absolument libre de l'univers en dehors des prosodies et des syntaxes, une nouvelle façon de voir et sentir les choses, une mesure de l'univers comme addition de forces en mouvement”<sup>74</sup> (Marinetti, 1919, pp. 11-12).

As palavras em liberdade conjugam cores, ruídos, sons, palavras antigas, deformadas e inventadas, os gritos dos animais e os sons dos motores. Estas já não se contentam com a sucessão convencional da narrativa, procurando libertar-se da tradição e criar novos modos de expressão e associações (Marinetti, 1919, p. 12).



**Figura 14** *Le mots en liberté futuristes*  
([https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti\\_FT\\_Les\\_mots\\_en\\_liberte\\_futuristes.pdf](https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti_FT_Les_mots_en_liberte_futuristes.pdf)).

Deste modo, para além de aprofundar teoricamente o conceito de “palavras em liberdade”, *Le mots en liberté futuristes* apresenta alguns exemplos gráficos que o ilustram. As figuras seguintes apresentam alguns dos planos desdobráveis presentes no

<sup>74</sup> TL: “As palavras em liberdade são uma expressão absolutamente livre do universo além das prosódias e das sintaxes, uma nova maneira de ver e de sentir as coisas, uma medida do universo como uma adição de forças em movimento”.

seu interior. O primeiro, *Après la Marne, Joffre visita le front em auto*<sup>75</sup>, retrata a jornada de Marinetti, incluindo a frente de guerra (canto inferior esquerdo), França (canto superior esquerdo) e uma visita ao pintor Léger (canto superior direito). A composição é dominada pelas letras “S” e “M”. Acredita-se que a primeira pretende representar as curvas do rio Sena em torno de Paris, enquanto a segunda, refere-se a Marne, a localização de uma grande batalha da Primeira Guerra Mundial. Considera-se ainda que o texto mais pequeno, disperso pela composição, pretende aludir aos sons de uma batalha.

Graficamente, os futuristas acreditavam que recorrer a diferentes tamanhos, pesos e estilos de tipografia lhes permitia fundir pintura e poesia, uma vez que a beleza intrínseca das palavras, manipuladas criativamente, transformava a página impressa numa obra de arte visual (Meggs e Purvis, 2012, p. 261; All Poetry, s.d.).

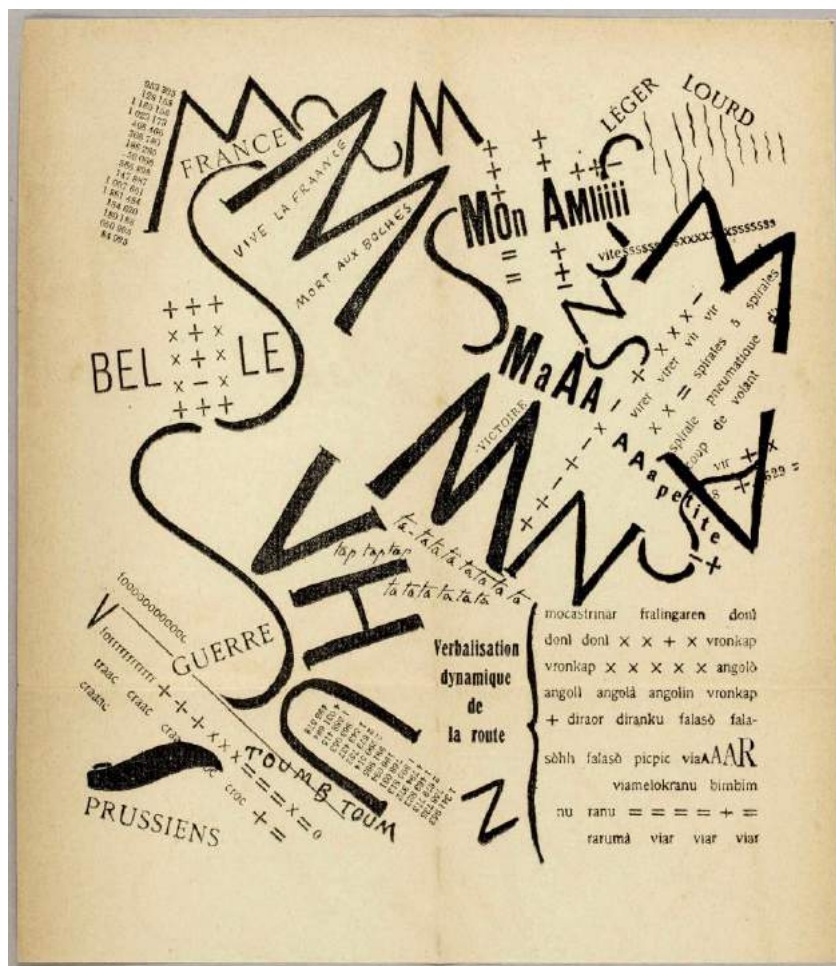
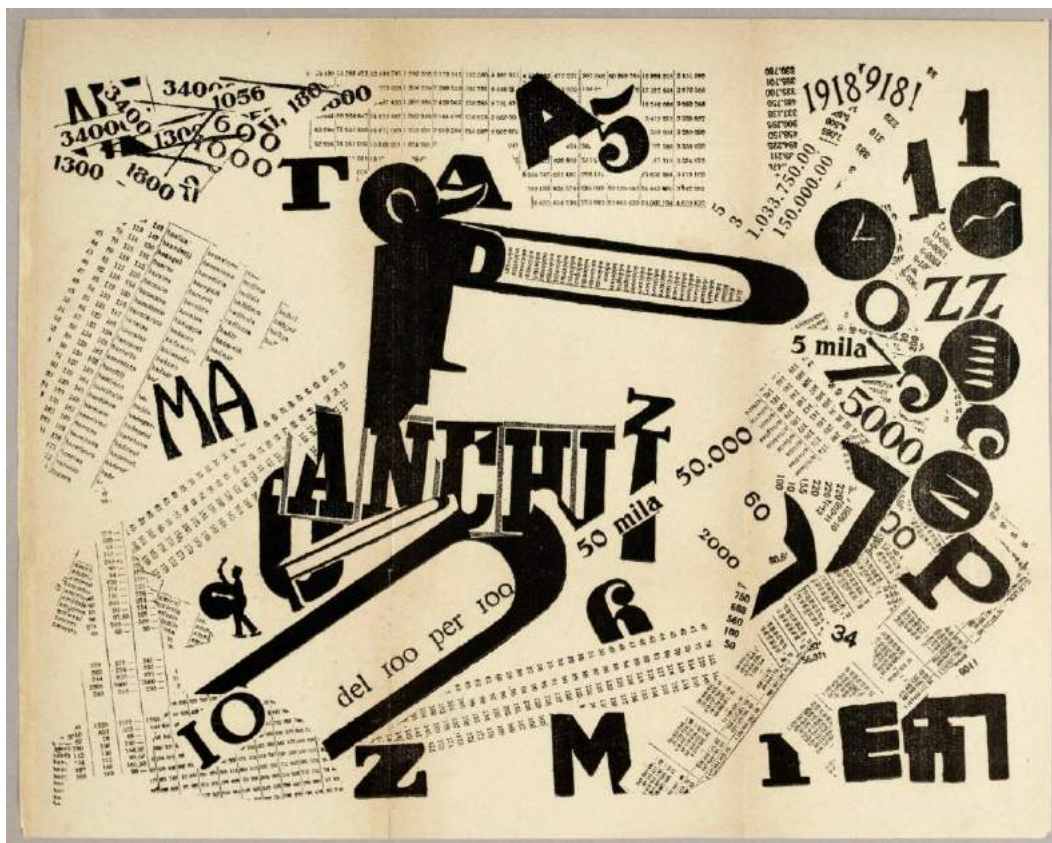


Figura 15 *Le mots em liberté futuristes, Après la Marne, Joffre visita le front em auto*, de Marinetti ([https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti\\_FT\\_Les\\_mots\\_en\\_liberte\\_futuristes.pdf](https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti_FT_Les_mots_en_liberte_futuristes.pdf)).

<sup>75</sup> TL: *Depois de Marne, Joffre visitou a frente de automóvel.*



De seguida, presente na figura 17, encontra-se o desdobrável *Une assemblée tumultueuse (Sensibilité numérique)*<sup>77</sup>. Inspirando-se na vitória de Itália na Primeira Guerra Mundial, Marinetti recorreu à colagem e às palavras em liberdade para criar uma composição dinâmica e vibrante, que pode ser interpretada visual e auditivamente. Neste desdobrável, verifica-se a emancipação dos números, dos sinais, das letras e das imagens, bem como o exagero de formas e a justaposição de diversos elementos de modo a produzir associações inesperadas. Os futuristas celebravam o potencial da guerra, traçando analogias entre armamentos, nomeadamente torpedos e bombas, na sua poesia. Nesta obra, o poeta italiano combinou tipografia inovadora e elementos figurativos, nomeadamente o menino que se encontra a tocar bombo (canto inferior esquerdo), com variações dramáticas de escala, para criar uma composição dinâmica, que representasse uma multidão em festa (The Met, s.d.a).



**Figura 17** *Le mots em liberte futuristes, Une assemblée tumultueuse (Sensibilité numérique)*, de Marinetti ([https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti\\_FT\\_Les\\_mots\\_en\\_liberte\\_futuristes.pdf](https://monoskop.org/images/c/c8/Marinetti_FT_Les_mots_en_liberte_futuristes.pdf)).

<sup>77</sup> TL: Uma montagem tumultuosa (sensibilidade numérica).

Ao analisar as duas obras de Marinetti anteriormente mencionadas, verifica-se a conversão da tipografia num elemento gráfico, visual e ilustrativo.

A celebração da força, da velocidade e do ruído da modernidade e das máquinas, que tanto caracteriza o Futurismo, encontra-se retratada nestas composições através do contraste entre formas e cores, da abolição de uma estrutura linear (apesar de graficamente equilibradas e cuidadas, estas composições são dinâmicas e propositadamente irregulares), e da colocação caótica, mas pensada, dos elementos pela página, de forma a transmitir ruído (visual), desordem e movimento. As obras referidas permitem ainda constatar a utilização de grandes planos, que convidam o leitor a mergulhar na página e no caos (visual e sonoro) que o autor tenta representar, de modo a intensificar toda a experiência.

Assim, as técnicas e os conceitos revolucionários introduzidos pelo Futurismo “forçaram” poetas e *designers* a repensar a natureza e o significado da palavra tipográfica, bem como influenciaram futuros movimentos artísticos (Meggs e Purvis, 2012, p. 263).

### 3.2.1.1. O Futurismo em Portugal

Para uma melhor compreensão do projeto, é relevante contextualizar também o modo como os artistas portugueses viveram este movimento. De acordo com o autor José Mendes Ferreira, o Futurismo chega tarde e com pouca expressão a Portugal:

“Não houve propriamente movimento futurista em Portugal. De facto, se tivermos em conta as diversas atitudes pessoais a que podemos chamar futuristas, verificamos que lhes falta essa unidade de intenções, essa constância de esforços, esse comprometimento comum e sobretudo esse empenhamento total que caracterizam os movimentos artísticos” (Ferreira, 1979, p. 35).

Contudo, apesar do movimento futurista não se ter manifestado significativamente na comunidade artística portuguesa, no sentido em que foram poucos os artistas que aderiram verdadeiramente às suas ideias, é possível destacar um grupo de jovens audazes que realizou alguns esforços na tentativa de introduzir no país os valores defendidos por este movimento.

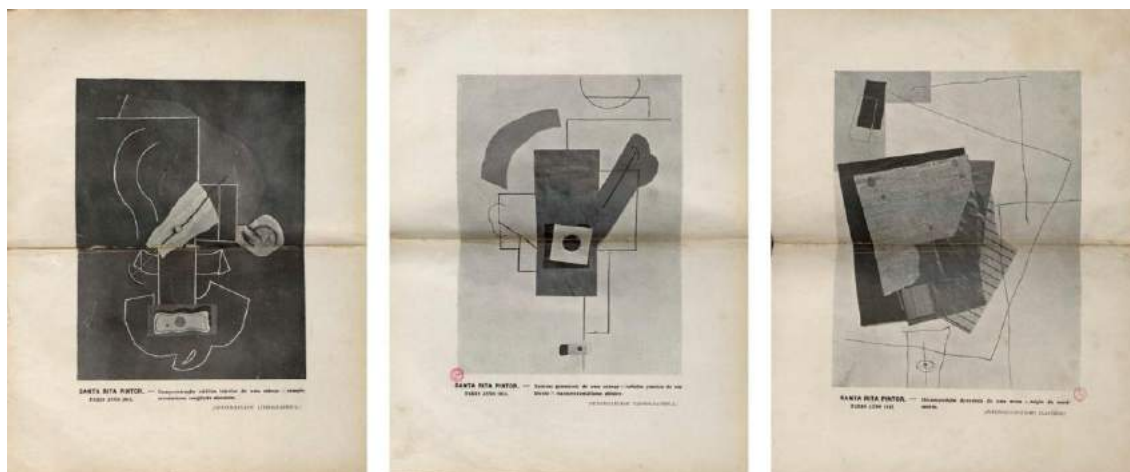
“As referências expressas a Marinetti e ao futurismo italiano são entre os modernistas portugueses de duas ordens: ou escassas e cautelosas (Sá-Carneiro, Pessoa) ou rasgadamente elogiosas (Santa-Rita; (...) Almada)” (Ferreira, 1979, p. 38).

Santa-Rita Pintor<sup>78</sup> (nome artístico de Guilherme de Santa-Rita), foi, talvez, o artista português que promoveu as ideias de Marinetti em Portugal de forma mais entusiasta. Após contactar com o Futurismo em Paris, o artista regressa a Portugal (1914) com o intuito de o difundir nacionalmente. Do seu trabalho artístico como pintor restam muito poucas obras, entre elas a pintura *Cabeça Cubo-Futurista* e a suas participações na

---

<sup>78</sup> Pintor português e baseado em Paris, “*Santa-Rita Pintor, de cuja obra pouco resta (...) por, em cumprimento de uma última vontade, a família a ter destruído, apresentava-se como o procurador de Marinetti em Portugal. O que da sua figura sobreleva é o excêntrico mais do que o artista; mais preocupado em evidenciar o seu papel de chefe do futurismo português do que o de pintor, a sua morte prematura virá, (...) dar-lhe essa consagração pois marca igualmente a própria morte do Futurismo, perdido o seu essencial motor*” (Júdice, 1984, p. 12).

revista *Orpheu*<sup>79</sup> e na revista *Portugal Futurista*<sup>80</sup> (Gersão, 1984, pp. 25-26). Embora a revista *Orpheu* seja maioritariamente futurista, as contribuições de Santa-Rita Pintor no segundo número desta revista, permitem aproximá-la das colagens desenvolvidas pelos artistas dadaístas.



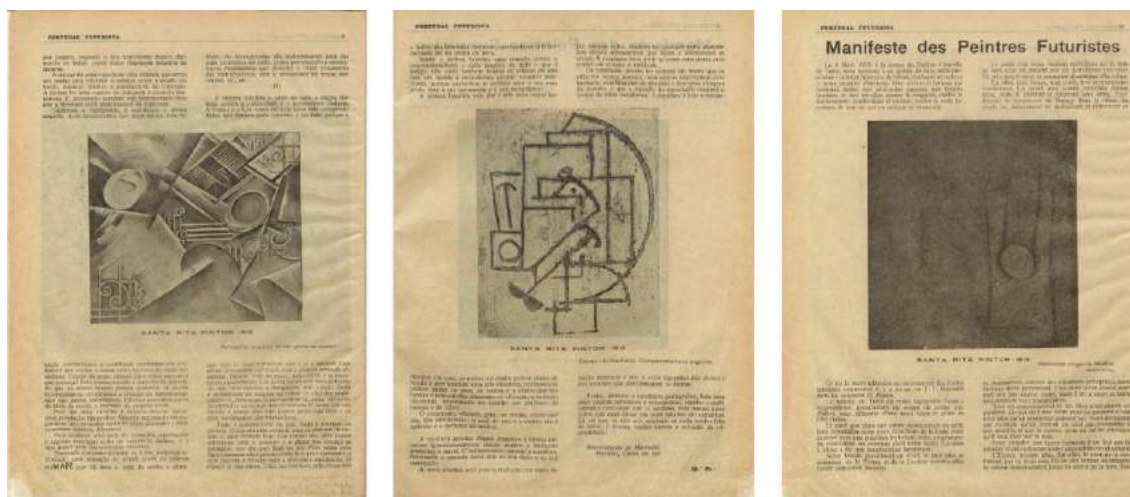
**Figura 18** Contribuições de Santa-Rita Pintor no segundo número da revista *Orpheu*: *Compenetração estática interior de uma cabeça = complementarum congénito absoluto* (1913); *Síntese geometria de uma cabeça x infinito plástico de ambiente x transcendentalismo phísico* (1913); *Decomposição dynamic de uma mesa + estilo do movimento* (1912) ([http://modernismo.pt/images/revistas/pdf/orpheu\\_n\\_2\\_web.pdf](http://modernismo.pt/images/revistas/pdf/orpheu_n_2_web.pdf)).

“*Seja como for, a tentativa de apresentar à sociedade portuguesa o ideário programático da estética futurista surge com o número único do «Portugal Futurista»*” (Tavares e Dias, 2007, p. 109). Esta publicação é uma das maiores expressões do futurismo português. Contudo, graficamente revela-se uma expressão bastante modesta da estética desenvolvida por Marinetti. Apesar de apresentar elementos que lembram as obras do poeta italiano e de outros futuristas, nomeadamente a utilização de várias fontes

<sup>79</sup> Revista literária publicada em 1915. “*Inicialmente planeada como publicação trimestral, a revista teve uma vida bastante curta, não chegando a sair o terceiro número, por razões sobretudo financeiras. Embora Orpheu tenha sido o produto intelectual de um grupo de jovens poetas e artistas praticamente desconhecidos, os seus dois números provocaram de imediato um escândalo literário de proporções significativas para um fenómeno literário, que se arrastou ao longo de vários meses na imprensa portuguesa, assegurando a sua reputação para além do momento da publicação*” (Silva, s.d.).

<sup>80</sup> “*Portugal Futurista não foi, efetivamente, uma revista qualquer*” (Marques, s.d.). Revista literária, de número único, inclui obras de Almada Negreiros, Fernando Pessoa (Álvaro de Campos), Bettencourt-Rebello, Raul Leal, entre outros. “*Revista irrepitível, enigma editorial, pedrada no charco em tempo de guerra e aparições, Portugal Futurista foi, em suma, uma tentativa de insurreição de uma certa juventude esclarecida, unida na sua diversidade para introduzir Portugal no século XX literário e artístico*” (Marques, s.d.).

tipográficas ao longo da publicação (mais notório nos títulos), esta apresenta maioritariamente um *design* estruturado, convencional e marcado pelo espaço branco. Neste sentido, considera-se que a revista *Portugal Futurista* se aproxima verdadeiramente das ideias de Marinetti através dos seus conteúdos, do que propriamente através do seu aspeto gráfico.



**Figura 19** Trabalhos de Santa-Rita Pintor na revista *Portugal Futurista*: *Perspetiva dinâmica de um quadro de acordar* (1912); *Cabeça=Linha-Força*. *Complementarismo orgânico* (1913); *Abstração congénita intuitiva (Matéria-Força)* (1915) ([https://modernismo.pt/images/revistas/pdf/Portugal\\_Futurista\\_web1.pdf](https://modernismo.pt/images/revistas/pdf/Portugal_Futurista_web1.pdf)).

Para além de Santa-Rita Pintor, o outro grande impulsionador do Futurismo em Portugal foi Almada Negreiros<sup>81</sup>. Este adere abertamente ao movimento, tendo contribuído com diversas obras, nomeadamente o *Manifesto Anti-Dantas e por extenso* (1915), o *Ultimatum Futurista às Gerações Portuguesas do Século XX* (1917), o livro *K4, o Quadrado Azul* (1917), entre outras (Ferreira, 1979, p. 36). Este último, trata-se de uma publicação de vinte páginas, dedicada ao pintor Amadeo de Souza Cardoso e à sua obra que, naquela altura, se encontrava exposta na Liga Naval de Lisboa (Tavares e Dias, 2007, p. 99). Este livro revela-se pertinente para o presente trabalho, por conter um *insert* de pequenas dimensões no interior do seu miolo, uma vez que se trata de uma estratégia interessante para salientar determinados conteúdos. Para além da diferença de dimensões

<sup>81</sup> Almada Negreiros foi um artista plástico e escritor português que impulsionou a vanguarda artística nacional ao longo do século XX. Foi um dos artistas portugueses que aderiu verdadeira e completamente ao movimento futurista, sendo considerado “*indiscutivelmente o seu único e grande representante*” (Ferreira, 1979, p. 39). Provocador, irreverente e combativo, é dono de uma obra vasta que “*(...) mostra a condição complexa, experimental, contraditória e híbrida da modernidade*” (Museu Calouste Gulbenkian, 2021).

em relação às páginas restantes, este apresenta também uma cor diferente. Neste sentido, embora se trate de um pequeno apontamento, revela-se uma solução gráfica pertinente para o presente trabalho.

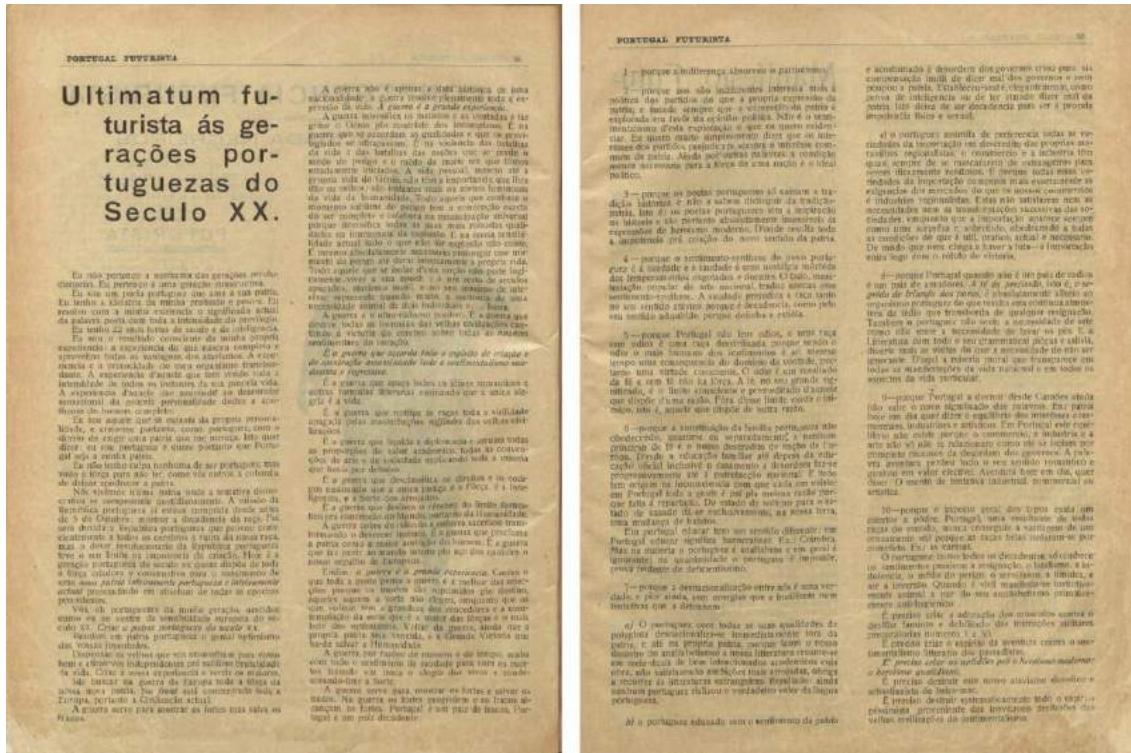
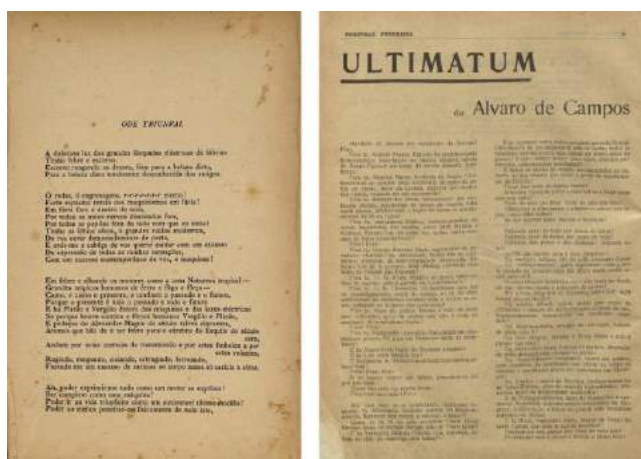


Figura 20 Ultimatum Futurista às Gerações Portuguesas do Século XX, de Almada Negreiros, publicado na revista Portugal Futurista ([https://modernismo.pt/images/revistas/pdf/Portugal\\_Futurista\\_web1.pdf](https://modernismo.pt/images/revistas/pdf/Portugal_Futurista_web1.pdf)) e o livro K4, o Quadrado Azul.

No entanto, se por um lado Santa-Rita Pintor e Almada Negreiros demonstraram bastante interesse e admiração pelas ideias de Marinetti, por outro, artistas como

Fernando Pessoa<sup>82</sup> e Mário de Sá-Carneiro<sup>83</sup>, apesar de também terem participado no desenvolvimento do Futurismo em Portugal, revelaram-se mais cautelosos e reticentes.

As contribuições de Fernando Pessoa surgiram, principalmente, a partir do seu heterónimo Álvaro de Campos<sup>84</sup>. Das suas obras, destacam-se os poemas *Ode Triunfal* e *Ode Marítima*, ambos publicados em 1915 no primeiro e segundo número da revista *Orpheu*, respetivamente, e ainda *Ultimatum*, publicado em 1917 na revista *Portugal Futurista* (Ferreira, 1979, p. 36).



**Figura 21** *Ode Triunfal* e *Ultimatum*, de Álvaro de Campos  
([http://modernismo.pt/images/revistas/pdf/orpheu\\_n\\_1\\_web.pdf](http://modernismo.pt/images/revistas/pdf/orpheu_n_1_web.pdf);  
[https://modernismo.pt/images/revistas/pdf/Portugal\\_Futurista\\_web1.pdf](https://modernismo.pt/images/revistas/pdf/Portugal_Futurista_web1.pdf)).

<sup>82</sup> Fernando Pessoa (1888-1935) é um dos maiores poetas portugueses. Reservado e “solitário por natureza”, fundou e publicou o seu trabalho em diversas revistas, nomeadamente a revista *Orpheu* (1915) e *Portugal Futurista* (1917). Fernando Pessoa é conhecido principalmente pelos seus heterónimos, tendo criado mais de uma centena de “outros eu” a quem atribuiu uma biografia, personalidade, características físicas e visões políticas e religiosas. Os mais conhecidos são Alberto Caeiro, Ricardo Reis e Álvaro de Campos (Zenith, s.d.).

<sup>83</sup> Mário de Sá-Carneiro foi um poeta e escritor português. Passou grande parte da sua vida em Paris, onde entrou em contacto com grandes artistas do seu tempo. Testemunhou o desenvolvimento da vanguarda artística em Portugal durante o século XX e, embora apresentasse algum ceticismo relativamente às ideias de Marinetti, participou na criação da revista *Orpheu* (Cipriano, 2016).

<sup>84</sup> Álvaro de Campos é um dos principais heterónimos de Fernando Pessoa. Nasceu em Tavira, no dia 15 de outubro de 1890 e teve uma “educação vulgar de liceu”. Mais tarde, viajou para a Escócia, onde estudou engenharia mecânica e engenharia naval (Casa Fernando Pessoa, s.d.). É fascinado pela civilização industrial, pela técnica, pela energia e pela força, desejando todas as sensações (Rocha, 2012, p. 72). Numa carta enviada a Adolfo Casais Monteiro, Fernando Pessoa descreve Álvaro de Campos como o heterónimo “(...) mais histericamente histérico (...)”, cuja escrita surge “(...) num jacto, (...) sem interrupção nem emenda” (Pessoa, 1935).

Por sua vez, o maior contributo de Mário de Sá-Carneiro para o movimento futurista português, verificou-se no poema *Manucure* (1915), publicado no segundo número da revista *Orpheu* (Gersão, 1984, pp. 26-27; Ferreira, 1979, p. 37).

“A partir da apologia do frenesim da vida moderna, das viagens, do movimento a que o automóvel, os barcos, o comboio dão expressão imediata, enfim, o ideal de velocidade que estes novos meios de transporte representam, na exaltação do geometrismo da nova arquitetura que avança sobre a cidade modernista, pintada pela publicidade, surge a tentativa de transpor para o poema as sensações inerentes a toda essa vivência” (Tavares e Dias, 2007, p. 106).

Gráfica e conceptualmente interessante, este poema revela-se uma obra bastante pertinente para o presente trabalho. Acredita-se que a exploração da mancha gráfica da página presente ao longo do poema *Manucure* tenha surgido por influência da estadia de Mário de Sá-Carneiro em Paris, lugar onde entrou em contacto com as ideias cubistas e futuristas e privou com grandes artistas, nomeadamente Guillaume Apollinaire. Considera-se que a manipulação tipográfica presente na sua obra, tenha exercido bastante influência sobre o poeta português durante a concepção deste poema (Marques, 2016, pp. 35-36). Neste sentido, *Manucure* integra uma mescla de elementos tipográficos, alguns retirados da publicidade, que o enriquecem graficamente e traduzem visualmente o fascínio pela modernidade. Este apresenta diversas fontes tipográficas, de diferentes tamanhos, intensidades e colocadas em variadas orientações, porém, de uma forma mais contida e controlada que as obras dos futuristas italianos.

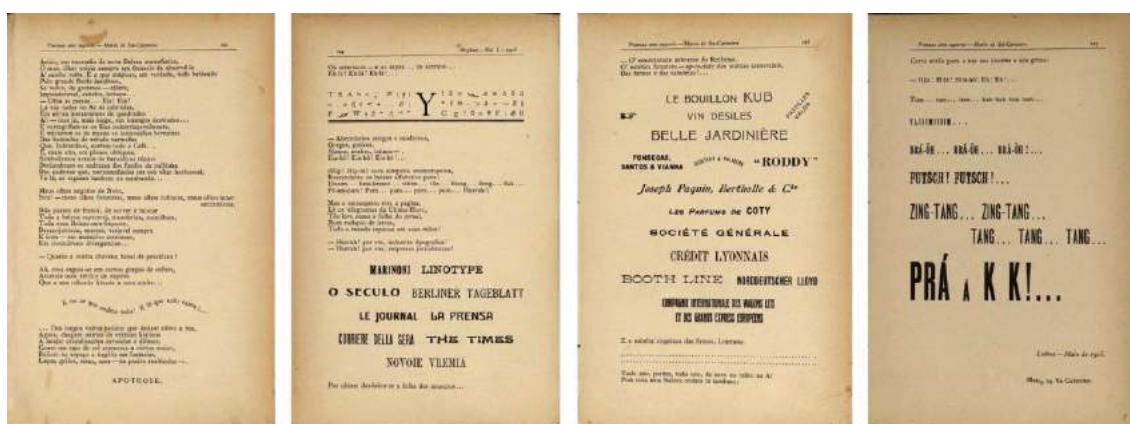


Figura 22 *Manucure*, de Mário de Sá-Carneiro ([http://modernismo.pt/images/revistas/pdf/orpheu\\_n\\_2\\_web.pdf](http://modernismo.pt/images/revistas/pdf/orpheu_n_2_web.pdf)).

Assim, apesar do movimento futurista português ter sido breve e ter tido pouca expressão na comunidade artística nacional, no sentido em que *“houve uma ação de diletantes mas não de discípulos convictos, a não ser em Almada e Santa-Rita Pintor”* (Jackson, 2003, p. 361), foram produzidas grandes obras, que ainda hoje marcam a cultura nacional. No entanto, é relevante salientar que estas se encontram aquém da expressividade tipográfica do futurismo italiano, tratando-se de exemplos de um “futurismo suave”.

### 3.2.2. O Dadaísmo

A força e a inovação das ideias de Marinetti, tornaram o Futurismo num dos movimentos artísticos mais influentes do século XX, contribuindo para o aparecimento de muitos outros estilos, entre eles o Dadaísmo.

O movimento Dada surgiu de forma espontânea após a abertura do *Cabaret Voltaire*, em Zurique (1916), pelo poeta Hugo Ball<sup>85</sup>. Este pretendia criar um espaço de encontro e de convívio para jovens artistas.

Reagindo à carnificina da Primeira Guerra Mundial, o movimento Dada procurava o choque, o protesto e o *nonsense*. Os dadaístas revoltaram-se contra os horrores da guerra, contra a decadência da sociedade europeia e contra a superficialidade de uma fé incondicional no progresso tecnológico e nos códigos morais convencionais. Tal como os futuristas, os dadaístas rejeitavam a tradição e ansiavam pela completa liberdade (Meggs e Purvis, 2012, p. 265). Recorrendo à ironia, à sátira e à improvisação para contestar e salientar as contradições da cultura europeia, estes encontravam-se empenhados em utilizar a sua criatividade para desenvolver novas expressões artísticas que conseguissem “curar” a loucura dos tempos em que viviam (Eskilson, 2007, pp. 129-130).

As obras dadaístas são frequentemente consideradas “anti-arte”, dado que os artistas deste movimento desprezavam a ordem e as convenções até então estabelecidas. Estes ignoravam as técnicas artísticas tradicionais, demonstrando tendência para criar novas estratégias estilísticas e para utilizar novos *media*. De entre os novos modos de expressão artística desenvolvidos pelos dadaístas, salienta-se a aceitação da aleatoriedade e do acaso, dado que não só se tratava de uma inovação estética e de uma forma de ridicularizar o profissionalismo controlado dos artistas tradicionais, como permitiu rejeitar técnicas dogmáticas e estabelecer novas associações. Todas estas inovações refletem as ideias políticas e o espírito anárquico do movimento Dada (Eskilson, 2007, p. 130).

---

<sup>85</sup> Hugo Ball foi um escritor, ator e crítico social alemão. Estudou sociologia e filosofia em Munique e em Heidelberg tendo, mais tarde, viajado para Berlim para se tornar ator e produtor teatral. Durante a Primeira Guerra Mundial, mudou-se para a Suíça onde estabeleceu o conhecido *Cabaret Voltaire* (Encyclopedia Britannica, s.d.).

*“Dadaists said they were not creating art but mocking and defaming a society gone insane; even so, several Dadaists produced meaningful visual art and influenced graphic design”*<sup>86</sup> (Meggs e Purvis, 2012, p. 265).

A influência exercida pelo movimento Dada manifestou-se em diversas áreas, entre elas o *design* gráfico. Preservando uma atitude de desprezo perante as práticas tradicionais e procurando libertar-se da convenção e dos padrões estupidificantes do passado, os dadaístas criaram um novo vocabulário visual e estratégias composicionais inovadoras. As suas ideias difundiram-se pela cultura contemporânea, contribuindo para que muitos *designers* se “abrissem” a trabalhos não-tradicionais e diferentes (Eskilson, 2007, p. 130).

Para os dadaístas, a tipografia era uma necessidade, um elemento a não desvalorizar. Estes criaram novas interpretações sobre a dimensão horizontal e vertical da página, exploraram novos *layouts* e utilizaram múltiplas fontes tipográficas. Desta forma *“the legibility of texts suffered, but the content was revealed and emphasized”*<sup>87</sup> (Linotype, s.d.).

*“Through a synthesis of spontaneous chance actions with planned decisions, Dadaists helped to strip typographic design of its traditional precepts”*<sup>88</sup> (Meggs e Purvis, 2012, p. 269).

Um dos maiores impulsionadores do movimento Dada, foi Tristan Tzara. Poeta romeno, baseado em Paris, publica, em 1917, a revista *Dada*, com o objetivo de divulgar o movimento por Zurique e por outras cidades europeias. Os primeiros dois números desta revista apresentavam um formato e tratamento tipográfico convencionais, contudo, o terceiro assinalou uma rutura drástica em relação aos conteúdos dos periódicos anteriores. Em sintonia com o espírito transgressivo do movimento Dada, *Dada* no. 3 rejeita a convenção da tipografia legível e da composição lógica. Ao longo das suas páginas reúne

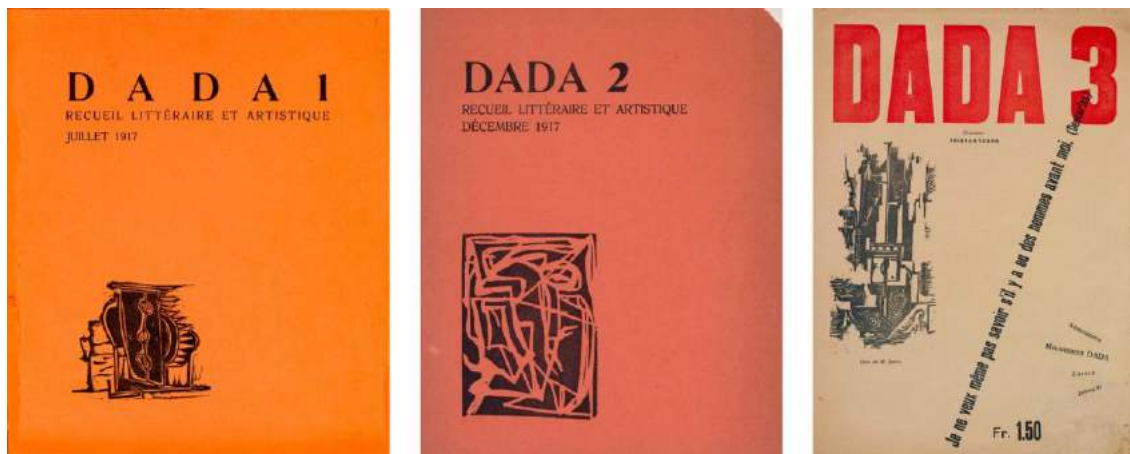
---

<sup>86</sup> TL: “Os dadaístas afirmavam que não criavam arte, mas que se encontravam a “gozar” e a difamar uma sociedade enlouquecida; mesmo assim, vários dadaístas produziram arte visual significativa e influenciaram o *design* gráfico”.

<sup>87</sup> TL: “A legibilidade dos textos foi comprometida, mas o conteúdo foi revelado e enfatizado”.

<sup>88</sup> TL: “Através de uma síntese de ações espontâneas do acaso com decisões planeadas, os dadaístas ajudaram a despojar o *design* tipográfico dos seus padrões tradicionais”.

várias fontes tipográficas, geralmente impressas umas por cima das outras e que parecem ter sido dispersas pela página sem razão aparente. Centradas, inclinadas ou de cabeça para baixo, as palavras “correm” pela página em múltiplas orientações, envergando um espírito de liberdade anarquista. Desta forma, o autor procurou quebrar as expectativas do leitor e apelar ao caráter revolucionário do movimento Dada, especialmente a sua tentativa de minar as crenças racionalistas subjacentes à sociedade europeia (Eskilson, 2007, p. 131).



**Figura 23** Os três primeiros números da revista *Dada*, de Tristan Tzara ([https://monoskop.org/images/5/52/Dada\\_1\\_Jul\\_1917.pdf](https://monoskop.org/images/5/52/Dada_1_Jul_1917.pdf); [https://monoskop.org/images/c/c6/Dada\\_2\\_Dec\\_1917.pdf](https://monoskop.org/images/c/c6/Dada_2_Dec_1917.pdf); [https://monoskop.org/images/3/3b/Dada\\_3\\_Dec\\_1918.pdf](https://monoskop.org/images/3/3b/Dada_3_Dec_1918.pdf)).

Tais características, gráficas e formais, encontram-se igualmente presentes nas obras de Theo van Doesburg<sup>89</sup>, principalmente no cartaz *Kleine Dada Soirée* (figura 24), que realizou juntamente com Kurt Schwitters<sup>90</sup> em 1922, e na revista *Mécano* (figura 25), publicada através do seu pseudónimo dadaísta I.K. Bonset, no mesmo ano.

---

<sup>89</sup> Theo van Doesburg foi um pintor, poeta, arquiteto e *designer* holandês. Curioso e ativo, explorou as mais diversas áreas artísticas, desde a pintura à dramatização, integrando simultaneamente vários movimentos artísticos de vanguarda. Criou um pseudónimo dadaísta denominado I.K. Bonset, que o libertava criativamente. Criou e editou diversas publicações, nomeadamente a revista *Mécano*, contudo ficou principalmente conhecido como o editor da revista *De Stijl* e o fundador do movimento artístico homónimo (Searle, 2010).

<sup>90</sup> Kurt Schwitters foi um célebre poeta, pintor e *designer* alemão. “*Refused by the Berlin Dadaists, he started a one-man Dada group in Hannover called Merz. He made paintings, collages and objects; he wrote poems, sound poems and plays, which he published in his own magazine, also called Merz*” (Blonk, 2009). TL: “Recusado pelos dadaístas de Berlim, Schwitters fundou, em Hannover, um grupo dadaísta de um homem só, denominado *Merz*. Pintou, realizou colagens e objetos; escreveu poemas, poemas sonoros e peças de teatro, que publicou na sua própria revista, igualmente intitulada de *Merz*”.

Em 1923, Theo van Doesburg e Kurt Schwitters embarcaram numa *tour* pela Holanda para introduzir o Dadaísmo aos artistas locais e ao público. Foi neste contexto que surgiu o cartaz *Kleine Dada Soirée*<sup>91</sup>. Este, contendo o programa de cada evento, promovia as palestras e as performances realizadas. É possível verificar que o cartaz faz referência à música do compositor Erik Satie, à poesia abstrata de Schwitters e a “*Dadasofie*” de Theo Van Doesburg, ao mesmo tempo que é decorado com diversos *slogans*, em várias línguas, que incluíam frases como “*Dada est contre le futur, Dada est mort, Dad est idiot, vive Dada!*”<sup>92</sup> (Moma, s.d.).

Graficamente, *Kleine Dada Soirée* retrata o dinamismo e a exploração tipográfica que caracterizam o Dadaísmo. Na figura 24, encontra-se uma composição confusa, caótica e, devido à sobreposição de impressões, que apresenta diferentes camadas de leitura que procuram transformar o leitor de uma figura passiva em ativa. Verifica-se um esquema de cores reduzido, mas vibrante, marcado pelo contraste entre preto, vermelho



Figura 24 *Kleine Dada Soirée*, de Theo van Doesburg e de Kurt Schwitters (<https://www.moma.org/collection/works/5533>).

e branco (cor da página), uma grande variedade de fontes tipográficas que, por vezes, se aproxima da caligrafia, de vários tamanhos e orientações. Neste cartaz, a tipografia não segue uma estrutura linear, encontrando-se na horizontal, na vertical, inclinada ou invertida, tendo sido colocada livremente pela página. Mesmo se encontrando bastante preenchido, *Kleine Dada Soirée* demonstra equilíbrio e harmonia gráfica. Salienta-se ainda a utilização de elementos imagéticos e figurativos que complementam a tipografia e que se encontram integrados na composição, nomeadamente as diferentes mãos que surgem em várias zonas do cartaz ou o coração (canto inferior direito).

A revista *Mécano* surgiu em 1922, editada por I.K. Bonset, pseudónimo dadaísta de Theo van Doesburg. Esta descrevia-se como uma publicação irregular e internacional

<sup>91</sup> TL: *Pequeno fim de tarde Dada*.

<sup>92</sup> TL: “Dada é contra o futuro, Dada é morte, Dada é idiota, viva Dada!” (Moma, s.d.).

para a difusão de ideias neo-Dada. Os seus três primeiros números, tratavam-se de um grande plano dobrado, cada um distinguido com uma cor: amarelo, azul e vermelho. O número 4-5 era branco e apresentava um formato mais convencional de revista (Ades, 2006). À semelhança de outras obras dadaístas, verifica-se a utilização de várias fontes tipográficas, colocadas em diversas orientações pela página (na horizontal, na vertical, na diagonal) e de imagens. Em comparação com o cartaz *Kleine Dada Soirée*, a revista *Mécano* apresentava um *design* mais estruturado e organizado.



**Figura 25** Primeiro número da revista *Mécano* de I.K. Bonset (Theo van Doesburg) ([https://monoskop.org/images/d/df/Mecano\\_1\\_Jan\\_1922.pdf](https://monoskop.org/images/d/df/Mecano_1_Jan_1922.pdf)).

Deste modo, tendo herdado a retórica de Marinetti e se revoltado contra a tradição artística e social, o Dadaísmo foi um movimento bastante libertador, que inspirou inovação e rebelião e que enriqueceu o vocabulário visual iniciado pelo Futurismo (Meggs e Purvis, 2012, p. 269).

Após a análise destes dois movimentos artísticos, confirmou-se que optar pela utilização da tipografia para representar visualmente o som, seria uma boa decisão para o projeto, uma vez que possibilitaria enaltecer a experiência proporcionada e aprofundar a participação e a interação do leitor/ouvinte com todos os seus elementos.

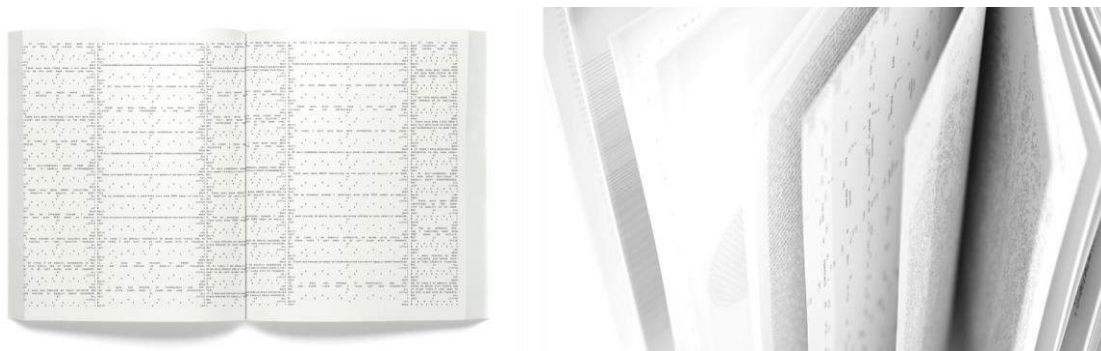
### 3.2.3. Estudos de caso

De seguida, foram realizadas pesquisas com o objetivo de reunir projetos mais recentes que apresentassem outro tipo de estratégias e soluções gráficas para estabelecer a relação pretendida entre som e tipografia, bem como inspirar graficamente o presente trabalho.

O projeto “*Melancholy & Hysteria*”, desenvolvido pela *designer* Elizabeth Vereker, revelou-se, principalmente, uma referência formal. Abordando o tema da saúde mental, “*Melancholy & Hysteria*” consiste numa publicação cujas páginas são constituídas por composições tipográficas que procuram expressar graficamente os sintomas provocados por doenças desta natureza (Vereker, s.d.).

O projeto tira partido do “silêncio” do espaço branco, integrando-o nas suas composições. Enquanto este lembra a mente de um paciente sereno, tranquilo e livre de quaisquer sintomas, a tipografia parece representar as suas preocupações e os seus medos. O esquema de cores simples e sóbrio, aliado à colocação cuidada destes dois elementos pela página, remetem à forma como as doenças mentais se vão instalando e ganhando forma, gradualmente, na mente do paciente.

Por procurar retratar visualmente algo impercetível e sem forma através da tipografia, neste caso sentimentos e estados emocionais, o projeto de Vereker revela-se bastante pertinente. Apesar de, tematicamente, não apresentar qualquer ligação com o presente trabalho, a expressividade e a harmonia gráfica das composições tipográficas que apresenta, foram uma grande fonte de inspiração para o projeto.



**Figura 26** *Melancholy & Hysteria*, de Elizabeth Vereker (<http://www.elizabethvereker.com/melancholy-hysteria>).

O projeto “*Un livre sonore*”, desenvolvido pela editora *Éditions Volumiques*, revelou-se também uma referência interessante, dado que demonstra uma outra forma de conjugar som com a página impressa.

Este trata-se de um protótipo que resulta na incorporação de um *Iphone* no interior de um livro, inserido numa estrutura específica. Ao tocar com o dedo na página (papel), o leitor fornece informação ao telemóvel e aciona sons. Embora o livro possa ser experienciado de forma autónoma, a integração de um telemóvel na sua estrutura, permite que este apresente música e diálogos, enriquecendo e completando toda a experiência. Apesar de, graficamente, não se aproximar do que era pretendido para o projeto do presente trabalho, “*Un livre sonore*” apresenta uma solução interessante que permite conjugar som, neste caso a narração da história “*Pedro e o lobo*”, com a dimensão física do livro, ao mesmo tempo que promove uma participação ativa por parte do leitor, revelando-se por isso, uma referência pertinente para o presente trabalho (*Éditions Volumiques*, s.d.).



**Figura 27** *Un livre sonore*, de *Éditions Volumiques* (<https://volumique.com/v2/portfolio/sound-book/>).

Por fim, de entre as referências encontradas, destaca-se o projeto “*LOOK/HEAR*”, desenvolvido pela *designer* Ran Zheng. Este projeto explora a visualização do som, a relação entre olhar e ouvir, tratando-se de um sistema de sinais auditivos e visuais que produz formas tipográficas mutáveis e que desencadeia associações entre pessoas e o meio envolvente (Zheng, 2016).

*“The sounds we hear tell us a lot about our surroundings. When I close my eyes, I can imagine the scene based on those sounds”*<sup>93</sup> (Zheng, 2016).

Pretendia-se transformar sons do quotidiano em formas visuais, mais precisamente em caracteres tipográficos. Para tal, foram realizadas gravações em diferentes ambientes, nomeadamente num café, num escritório, num parque, numa rua

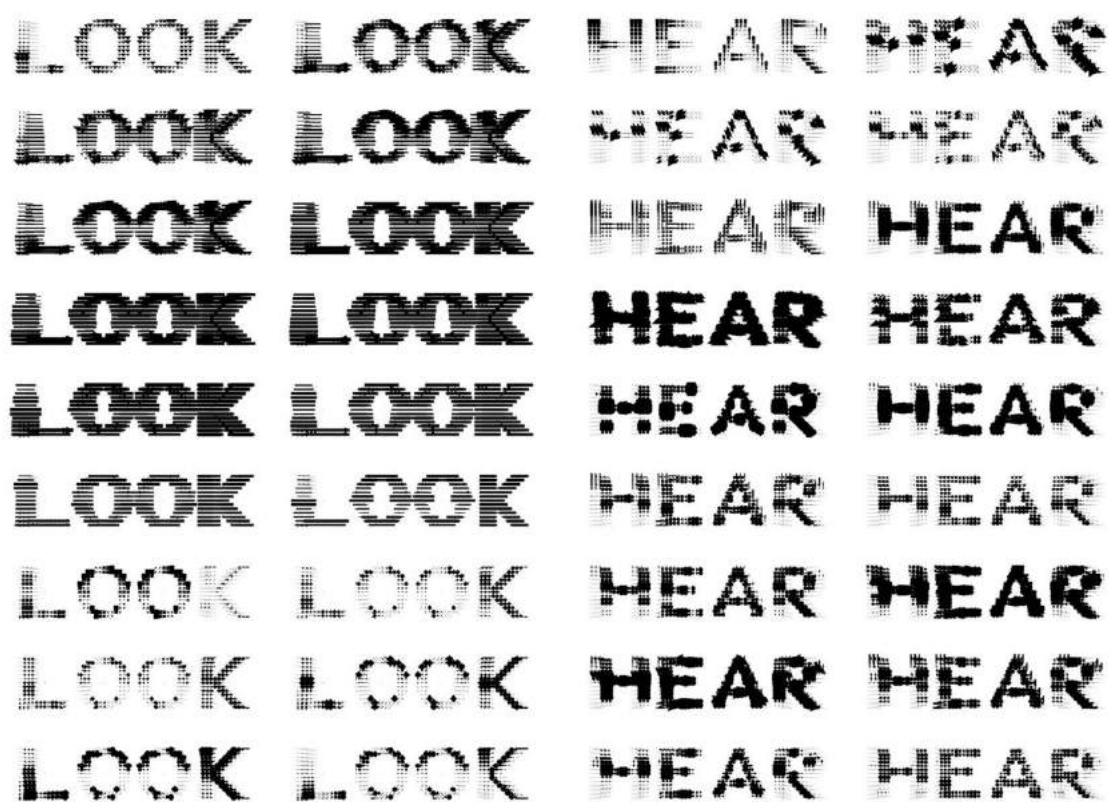
---

<sup>93</sup> TL: “Os sons que ouvimos dizem-nos muito sobre os ambientes que nos rodeiam. Quando fecho os olhos, consigo imaginar o cenário com base nesses sons”.

movimentada e no metro. Com recurso a uma grelha e a um *software* 3D, foram desenvolvidas formas modulares, de forma a criar as palavras “LOOK” e “HEAR”. Os seus caracteres deveriam alterar-se dinamicamente, de acordo com os sons do ambiente que traduzem, aumentando ou diminuindo de tamanho consoante a sua intensidade. Os sons graves, nomeadamente o som de passos ou de uma cafeteira, encontram-se representados por formas circulares, enquanto os sons mais agudos (risos ou o som de um telemóvel a tocar) são traduzidos por formas com arestas mais vincadas e definidas.

O projeto de Zheng concilia experiências e associações auditivas, visuais e táteis. Tendencialmente, sons de alta frequência são descritos como agudos e acutilantes, enquanto sons mais graves são, geralmente, considerados monótonos, lentos e arredondados (Zheng, 2016; Lupton e Lipps, 2018, p. 206).

Para além de graficamente interessante, o projeto “LOOK/HEAR” revelou-se uma referência relevante para o presente trabalho, uma vez que explora a representação visual do som através da tipografia e de meios digitais dinâmicos, bem como apresenta todos os elementos do projeto de uma forma bastante completa e através de um *website*.



**Figura 28** Representação gráfica das variações de sonoridade nas palavras “LOOK” e “HEAR”, de Ran Zheng  
(<http://thesis2016.micadesign.org/ran/scenes.html>).

Desta forma, uma vez que se pretendia relacionar o audiolivro e o livro impresso, concluiu-se, com base em todas as referências mencionadas, que essa relação poderia ser estabelecida, visualmente, através da tipografia. Relativamente à parte sonora do projeto, esta consistiria num audiolivro desenvolvido especificamente para o presente trabalho. Este forneceria o som que, mais tarde, seria retratado visualmente num objeto editorial impresso.

A representação visual do valor fonético da interpretação do narrador do audiolivro, resultaria da utilização expressiva da tipografia e da sua libertação da seqüência e estrutura convencionais. Partindo das ideias iniciadas por Marinetti e, mais tarde desenvolvidas pelos dadaístas, considerou-se que o projeto do presente trabalho poderia utilizar estratégias semelhantes para unir as duas formas de livro em estudo. Recorrer à manipulação das formas visuais da linguagem para representar o som do audiolivro do projeto, permitiria “trazer” para a página impressa a voz do narrador e, conseqüentemente, proporcionar ao leitor/ouvinte uma experiência mais imersiva, interativa e desafiante.

Todos os projetos e os conceitos mencionados, enriqueceram e fundamentaram, gráfica e conceptualmente, o projeto do presente trabalho, inspirando algumas decisões.

Assim, uma vez decidida a forma como a relação pretendida entre o audiolivro e o livro impresso poderia ser estabelecida, foram definidos os elementos pelos quais o projeto *AUDIO&BOOKS* seria constituído e o modo como se poderiam articular entre si.

### 3.3. Articulação dos conteúdos do projeto

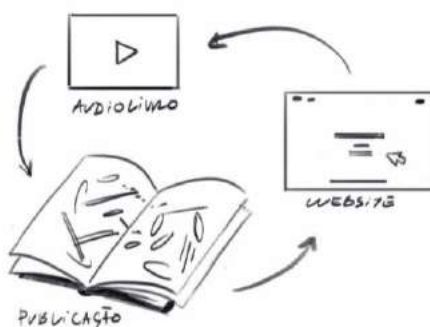
Uma vez determinados os objetivos do projeto e realizadas várias pesquisas relativamente à forma como estes poderiam ser alcançados gráfica e conceptualmente, estabeleceu-se que o presente projeto seria composto por três elementos principais: um audiolivro, uma publicação e um *website*.

Cada um destes elementos pode existir de forma autónoma, contudo considerou-se que da articulação entre o audiolivro, a publicação e o *website* poderia resultar uma experiência mais completa e enriquecedora para o leitor/ouvinte. A complementaridade entre todas as partes do projeto poderia vir a materializar-se no conteúdo de cada elemento, uma vez que este seria influenciado e valorizado por cada um dos outros.

Deste modo, o projeto iniciou-se com o desenvolvimento e gravação do audiolivro, dado que este era essencial para os objetos seguintes, principalmente a publicação. Para iniciar este processo, foi necessário selecionar a obra a narrar. O som do audiolivro, em particular, a interpretação do narrador, determinou e influenciou graficamente o conteúdo da publicação, na medida em que as suas páginas seriam constituídas por representações visuais do som escutado. Nesta fase, o som do audiolivro foi traduzido em composições tipográficas que expressam o ritmo e a intensidade da narração.

Por último, o *website* desempenha o papel de “contentor” digital de todo o projeto e é o elemento de ligação entre o audiolivro e a publicação. Este aloja o ficheiro áudio do audiolivro e permite que o leitor/ouvinte, através da utilização de um código QR (impresso e colocado na publicação), acesse ao mesmo e experiencie a publicação e o audiolivro simultaneamente.

Deste modo, a complementaridade entre todos os objetos e a sua articulação será fundamental para que o leitor/ouvinte consiga experienciar verdadeiramente o projeto.



**Figura 29** Esquema representativo da articulação entre todos os elementos do projeto (Ana Margarida Matos ©).

### 3.4. Desenvolvimento do Projeto

#### 3.4.1. O audiolivro

##### 3.4.1.1. Seleção da obra a narrar e referências para a gravação

Para dar início ao desenvolvimento do audiolivro foi necessário selecionar a obra ou conteúdo textual a narrar. Dado que se pretendia desenvolver um audiolivro em português de Portugal, várias obras de autores nacionais foram tidas em conta: desde contos ou romances completos, a poemas. Era importante considerar a dimensão do texto selecionado, uma vez que o seu tamanho influenciaria a duração (tempo) do audiolivro. Deste modo, seria fundamental optar por um texto que fosse de encontro aos objetivos e tema do projeto, e que, aquando da sua gravação, permitisse desenvolver um audiolivro suficientemente longo, mas que não se tornasse exaustivo.

Neste sentido, concluiu-se que a melhor opção seria o poema *Ode Triunfal*, de Álvaro de Campos (heterónimo de Fernando Pessoa), publicado originalmente no primeiro número da revista *Orpheu*, em 1915.

Não só o poema selecionado se trata de uma das grandes obras da poesia portuguesa, como, para além de apresentar o tamanho ideal para a criação do audiolivro do presente projeto (a sua narração permitiria desenvolver um audiolivro com cerca de 10/13 minutos), se relacionava diretamente com as influências futuristas (conceptuais e gráficas) de todo o projeto.

“Não tenho dúvida em assegurá-lo, meu Amigo, você acaba de escrever a obra-prima do Futurismo. Porque, apesar talvez de não pura, escolarmente futurista, o conjunto da ode é absolutamente futurista. (...) Do que até hoje eu conheço futurista — a sua ode não é só a maior — é a única coisa admirável” (Sá-Carneiro, 1914).

Embora a *Ode Triunfal* não se trate de uma obra puramente futurista<sup>94</sup> (Sá-

---

<sup>94</sup> Para além da influência de Marinetti, a *Ode Triunfal* apresenta também características que a distinguem de uma obra puramente futurista: a ausência de rima e de regularidade lembram a poesia de Walt Whitman (Simões, 2009, p. 91); a procura, por parte do sujeito poético, de sensações e a sua representação, remetem ao sensacionismo (movimento fundado por Fernando Pessoa e Mário de Sá-Carneiro e representado na poesia de Alberto Caeiro e de Álvaro de Campos); e por fim, a valorização da força, da energia e do sentir (em detrimento do pensar), ao longo de todo o poema, evocam os princípios defendidos nos *Apontamentos para uma estética não aristotélica* de Álvaro de Campos (Gersão, 1984, pp. 27-29; Rocha, 2012, pp. 73-74).

Carneiro, 1914), apresenta muitos aspetos em comum com as ideias defendidas nos manifestos deste movimento: o poema retrata um sujeito poético arrebatado pelas máquinas e pela modernidade. Há nele a vontade de romper com o passado, o fascínio pela velocidade e a celebração da civilização industrial e das grandes cidades. Ao longos dos seus versos, é possível encontrar momentos de maior exaltação e euforia, marcados pelo desejo de fusão com as máquinas e pelo elogio e crítica da civilização industrializada, que embora atraia e fascine o sujeito poético, este não se inibe de a condenar e apontar os seus problemas (Miraglia, 2017, pp. 183-184; Rocha, 2012, pp. 75-76). A nível formal, verifica-se a utilização recorrente de onomatopeias, de interjeições, de frases exclamativas e de versos longos e irregulares (Rocha, 2012, p.75).

O facto de o poema ter uma ligação direta com as influências futuristas do projeto foi determinante para a sua escolha, uma vez que permitia que todos os elementos do projeto se relacionassem para além de uma questão meramente formal. Deste modo, a articulação entre o audiolivro e a publicação faria mais sentido, permitindo criar um projeto mais coeso, tanto gráfica como conceptualmente.

Optou-se pelo poema *Ode Triunfal* por se considerar que o mesmo permitiria ao narrador do audiolivro desenvolver uma interpretação expressiva e singular, tendo a possibilidade de explorar o ritmo e a intensidade do poema livremente. Uma interpretação natural e dinâmica, que respeitasse e fosse de encontro ao conteúdo dos versos do poema, seria fundamental para o sucesso do audiolivro e para o desenvolvimento da publicação, numa fase mais avançada do projeto.

Assim, uma vez selecionado o conteúdo textual a narrar, foi necessário perceber de que forma é que o poema poderia ser declamado e apresentado sob a forma de audiolivro.

Neste sentido, foram realizadas algumas pesquisas com o objetivo de estudar diversos exemplos de declamações e interpretações já existentes do poema *Ode Triunfal*. Deste modo, os aspetos positivos e negativos (estes últimos entendidos como aspetos a evitar), de cada versão poderiam ser tomados como referência, enriquecendo e contribuindo para o desenvolvimento da ideia geral de como poderia ser a narração.

De seguida, analisou-se o formato *podcast*. Definido geralmente como um mecanismo de entrega/distribuição de conteúdo áudio pela *internet* (Llinares et.al., 2018, p. 5), o *podcast* apresenta diversas características que o tornam um formato inovador e bastante revelante para o presente projeto. Tal como o audiolivro trata-se de um formato sonoro, porém apresenta um discurso mais informal, sendo caracterizado por uma

conversação natural e menos estruturada. Através do estudo deste formato, procurou-se retirar alguns aspectos positivos que ajudassem a desenvolver um audiolivro mais fluído e flexível, cuja narração não fosse tão linear como na maioria dos audiolivros.

*Podcasts* como *This American Life*<sup>95</sup> e *Serial*<sup>96</sup>, foram duas grandes referências formais para o audiolivro do presente projeto. Conciliando jornalismo narrativo com entretenimento, ambos os *podcasts* abordam as temáticas de cada episódio como se se tratassem de histórias, fornecendo aos seus ouvintes informação fundamentada de uma forma interessante e apelativa.

Deste modo, direta ou indiretamente, o formato *podcast* inspirou algumas decisões formais durante o processo de idealização e construção do audiolivro do presente projeto, nomeadamente pela forma como transmite o seu conteúdo (discurso simples, expressivo e com *storytelling*) e pela utilização de música e/ou efeitos sonoros, de forma a complementar toda a experiência. A utilização de sons adicionais no audiolivro, permitiria criar um ambiente mais imersivo e enriquecê-lo com alguma diversidade sonora e expressividade.

Assim, uma vez selecionada a obra a narrar, (tendo em conta o tema e objetivos do projeto), e pensada a sua forma como audiolivro, foi possível dar início ao processo de gravação.

---

<sup>95</sup> “*This American Life* is a weekly public radio program and podcast. Each week we choose a theme and put together different kinds of stories on that theme” (This American Life, s.d.). TL: “*This American Life* é um programa de rádio semanal e *podcast*. A cada semana escolhemos um tema e reunimos diferentes tipos de histórias relacionadas com esse tema”.

<sup>96</sup> “*Serial* is a podcast from the creators of *This American Life*, hosted by Sarah Koenig. *Serial* tells one story — a true story — over the course of a season. *Serial* has won every major award for broadcasting, including the duPont-Columbia, Scripps Howard, Edward R. Murrow, and the first-ever Peabody awarded to a podcast” (Serial Podcast, s.d.). TL: “*Serial* é um *podcast* dos criadores de *This American Life*, apresentado por Sarah Koenig. *Serial* conta uma história – uma história verdadeira – ao longo de uma temporada. *Serial* ganhou todos os grandes prémios para *broadcasting*, incluindo os prémios *duPont-Columbia*, *Scripps Howard*, *Edward R. Murrow* e o primeiro prémio *Peabody* a ser atribuído a um *podcast*”.

### 3.4.1.2. O processo de gravação e pós-produção

Após a seleção da obra *Ode Triunfal* de Álvaro de Campos, recorreu-se aos serviços de profissionais experientes<sup>97</sup> para garantir a qualidade da narração, quer ao nível da interpretação da obra quer ao nível do som.

Todo o processo foi realizado à distância: a comunicação com a empresa foi efetuada principalmente por correio eletrónico e a gravação foi realizada a partir do estúdio do narrador.

Inicialmente, estabeleceu-se contacto com a empresa e definiu-se o projeto a desenvolver para a gravação do audiolivro.

Neste contacto inicial foi referido que na gravação de um audiolivro existem vários fatores essenciais a ter em conta: o trabalho do locutor, (cujos custos normalmente se encontram sujeitos ao número de palavras ou de páginas do texto a narrar. Contudo, neste caso, como a obra a narrar seria um poema, esses aspetos não foram considerados); os direitos de locução (válidos para qualquer tipo de locução e de valor variado, conforme os meios onde a locução será publicada ou divulgada, nomeadamente a *internet*); e por último, a parte técnica (número de horas despendidas para a pós-produção). Todos estes fatores caracterizam, de forma geral, o processo de gravação de um audiolivro, representando as principais etapas pelas quais o audiolivro vai passar até estar concluído.

Deste modo, uma vez tomadas estas primeiras decisões e todos os fatores considerados, deu-se início ao *casting* de voz.

Para a gravação do audiolivro, procurava-se um narrador masculino com uma voz grave e agradável, com capacidade para declamar os versos do poema com fluidez e naturalidade. Era também fundamental que o narrador conseguisse acentuar o contraste entre os momentos mais frenéticos do poema e as suas partes mais calmas e introspetivas. Deste modo, concluiu-se que o narrador José Anjos<sup>98</sup> seria a melhor opção para este

---

<sup>97</sup> José Anjos e Ana Oliveira, membros da equipa da empresa *Vox Artist*, responsável pela produção do audiolivro do projeto.

<sup>98</sup> “José Anjos (Lisboa, 1978) é formado em Direito, tendo exercido advocacia durante alguns anos. Músico e poeta, publicou os livros “*Manual de Instruções Para Desaparecer*” (Abysmo, 2015) e “*Somos Contemporâneos do Impossível*” (idem, 2017). Tem participado em várias sessões de *poetry slam*, destacando-se como leitor de poesia e músico acompanhante em *soirées* de leitura ao vivo” (Teatro da Rainha, s.d.).

projeto, uma vez que a sua voz ia de encontro ao que era pretendido e preenchia todos os requisitos anteriormente mencionados.

De seguida, iniciou-se verdadeiramente o processo de gravação do audiolivro.

Primeiro, foi necessário enviar para o narrador o texto a narrar e um *briefing* (Apêndice 1), (neste caso escrito, mas pode ser também um ficheiro áudio), com algumas indicações para a narração, relativamente à sua interpretação, intensidade, cadência, entre outras. Estas anotações deveriam mostrar ao narrador o que era pretendido de forma a, aquando da gravação da obra, a sua interpretação estar o mais próximo possível daquilo que era esperado. Para este projeto, foi pedido ao narrador que a expressividade e o ritmo da sua interpretação fossem de encontro ao que é referido ao longo dos versos. O narrador deveria evidenciar o contraste entre os momentos de maior introspeção ou calma do sujeito poético e as partes mais enérgicas e eufóricas do mesmo, caracterizadas, principalmente, pela utilização de onomatopeias, interjeições e exclamações sucessivas.

Para além do envio de um *briefing*, existem outros dois procedimentos para a direção de voz: há a possibilidade de o cliente se dirigir ao estúdio e acompanhar presencialmente a sessão de gravação, dando indicações diretamente ao narrador. No entanto, esta opção não é habitual, uma vez que os audiolivros se tratam de projetos demorados e esta opção pode ser contraproducente. Por outro lado, o cliente pode acompanhar a sessão remotamente tendo também a possibilidade de dar indicações em tempo real ao narrador. Contudo, para a gravação do audiolivro da presente investigação não se recorreu a nenhuma destas duas alternativas, optando-se pela direção de voz à distância, por *e-mail*.

Posteriormente ao envio do *briefing* e antes de começar a gravar a primeira versão completa do poema *Ode Triunfal*, o narrador fez uma leitura do texto (gravação de um excerto). Esta pode ser uma leitura integral do texto ou apenas uma parte, conforme a extensão do mesmo. Geralmente, esta primeira leitura serve para esclarecer qualquer dúvida linguística ou de pronúncia e para que a primeira locução completa (obra integral) seja a final, otimizando assim todo o processo. Neste caso, o narrador gravou um excerto do poema selecionado (cerca de duas a quatro estrofes). Após a sua audição, algumas partes da interpretação do narrador foram salientadas e elogiadas, podendo assim tomá-las como referência para a versão seguinte, e feitas algumas sugestões sobre aspetos a ajustar mais aos objetivos.

De seguida, tendo em conta as primeiras indicações, o narrador efetuou a gravação da obra completa.

De acordo com o narrador, este processo revelou-se bastante desafiante: não só a obra a narrar se tratava de um dos poemas mais louvados e conhecidos da literatura portuguesa, e como tal, já bastante declamado e interpretado por diversos atores e declamadores, (cada um com a sua interpretação e registo), como se tratava de um poema bastante exigente e difícil de narrar, tanto pela sua mensagem, como pela sua intensidade rítmica.

Ao longo de todo o processo, o narrador José Anjos procurou transmitir a intenção e o espírito da obra de uma forma neutra e, de certo modo, objetiva. Defendendo que o papel de um narrador é “apenas” o de transmissor ou mediador, este procurou dar voz ao poema sem o danificar e sem se impor ao longo da narração. Uma locução excessiva ou mais subjetiva poderia ser prejudicial, podendo condicionar ou influenciar a experiência de quem ouve. Apenas desta forma, (através de uma narração mais imparcial), o leitor/ouvinte, que entre em contacto com a obra num contexto de audiolivro, poderá ser capaz de experienciar o poema tal como se o estivesse a ler, tendo a liberdade de o interpretar e “viver” de forma subjetiva e pessoal, tirando as suas próprias conclusões e pareceres sobre a obra.

O processo de gravação foi realizado ao longo de vários dias, sendo este fator fundamental para uma melhor locução e interpretação. A convivência continuada com a obra permitiu ao narrador encontrar a melhor forma de expressar a verdadeira voz e mensagem do poema.

Idealmente, seria suficiente gravar apenas uma versão, no entanto, para este projeto foi necessário gravar o poema duas vezes até chegar à versão final. Primeiramente, foram feitos alguns reparos à respiração e às pausas do narrador. Por vezes, a respiração era demasiado alta ou surgia em momentos inoportunos ao longo da narração e as pausas, ou eram muito prolongadas ou surgiam a meio de um verso. Seguidamente, foi também importante transmitir ao narrador que deveria acentuar o contraste entre os momentos mais calmos e os momentos mais expressivos da obra, assim como corrigir alguns momentos de hesitação que poderiam quebrar o ritmo do poema, (Apêndice 2).

Depois de todas estas alterações terem sido realizadas e dos créditos do audiolivro terem sido gravados (título do poema, autor, narrador), foi possível aprovar a versão final e dar por concluída a locução.

Uma vez finalizada esta etapa, deu-se início à pós-produção. No sentido de melhor compreender esta fase, foi solicitado ao técnico de som uma breve descrição de todo o processo.

O trabalho iniciou-se com a correção de alguns artefactos criados pela relação da voz com o microfone, nomeadamente algumas sílabas “Pê”, que emitiam uma pressão acrescida sobre a cápsula do microfone e provocavam um excesso de frequências graves, (como se soprasse no microfone). Sons relacionados com movimentos do narrador ou sons criados pela própria saliva também foram tratados, assim como foi minimizada a influência da acústica do espaço onde foi realizada a gravação.

Seguidamente, optou-se por um tratamento corretivo na gravação de voz, tanto em termos de equalização do espectro de frequências como em termos dinâmicos, onde foram utilizados diferentes filtros de equalização, aumentando ou diminuindo determinadas zonas do espectro. Posteriormente, para que certas palavras soassem de uma forma mais equilibrada, independentemente da energia imposta ao texto, foi utilizado um compressor para limitar o alcance dinâmico da gravação.

De seguida, e uma vez que o audiolivro do presente trabalho de projeto é composto também por música e efeitos sonoros, foi necessário selecionar os fundos musicais e efeitos a colocar no ficheiro final. É importante salientar que anteriormente à pós-produção, ainda durante a fase de gravação, foram enviados para o técnico de som algumas músicas e efeitos sonoros a título de exemplo, como forma de demonstrar que tipo de paisagem sonora se pretendia para o audiolivro final. Os sons a utilizar na versão final foram selecionados através de uma plataforma habitualmente utilizada pela empresa para este tipo de serviços, que resolvia todas as questões relativas aos direitos de autor. Recorrendo a esta plataforma, não haveria quaisquer problemas em utilizar estes sons, uma vez que os seus direitos de autor já estavam incluídos.

Para o audiolivro pretendia-se uma música discreta, imersiva e de alguma forma sombria ou misteriosa que pudesse complementar o tom e o ritmo da interpretação do narrador e que fosse de encontro ao tema do poema. O mesmo se pretendia para os efeitos sonoros. Maioritariamente compostos por sons de máquinas e engrenagens, de modo a lembrar o cenário e o ambiente do poema, os efeitos deveriam ser apenas um complemento da narração (Apêndice 3).

Deste modo, tendo em conta o que era pretendido, os fundos musicais e os efeitos sonoros foram selecionados e acrescentados ao audiolivro. Nesta fase, foram tomadas algumas decisões criativas, por parte do sonoplasta, com o intuito de acentuar a energia

do poema: determinadas respirações foram retiradas ou minimizadas, enquanto que outras se mantiveram, procurando-se acentuar e transmitir o significado emocional da obra.

De seguida, todos os elementos foram misturados, garantindo a perceptibilidade e a intimidade da voz dentro um ambiente pré-definido. Após este procedimento, foi realizado um processo de masterização sobre a mistura concluída, recorrendo à utilização de um limitador, de forma a maximizar o volume final do projeto. Por fim, o projeto foi exportado em dois tipos de ficheiro (WAV 44.1khz 24bit e MP3 128kbps) e sujeito a aprovação. Uma vez tudo verificado e de acordo com o pretendido, foi possível dar o audiolivro como concluído.

### 3.4.2. A publicação impressa

#### 3.4.2.1. A identidade visual do projeto

Antes de se iniciar a construção da publicação, foi necessário definir a identidade visual de todo o projeto. Desta forma, haveria coerência, harmonia e uniformidade entre todos os seus elementos.

A seleção prévia da obra, bem como a sua audição sob a forma de audiolivro foram fundamentais durante este processo, uma vez que influenciaram algumas decisões.

Procurou-se relacionar graficamente todos os elementos do projeto com o poema *Ode Triunfal*, principalmente a publicação que, sendo um dos objetos principais do projeto, iria influenciar a forma como o código QR, o *website* e os restantes elementos seriam construídos e se relacionariam com a identidade visual estabelecida.

Neste sentido, definiu-se que as cores principais a utilizar para projeto, seriam o preto e o branco. Contudo, para pequenos apontamentos ou elementos secundários poderia recorrer-se também ao cinzento. Optar por um número limitado de cores, permitiria harmonizar todos os elementos do projeto mais facilmente e de uma forma mais controlada. Considerou-se também que o contraste entre preto e branco poderia ser uma solução gráfica interessante para aludir à atmosfera sombria, forte e por vezes, ríspida do audiolivro.



Figura 30 Cores do projeto (Ana Margarida Matos ©).

De seguida, foi necessário decidir qual a família tipográfica a utilizar.

Para o presente projeto, procurava-se uma família tipográfica diversa e composta por fontes com serifa. Considerava-se que as fontes serifadas seriam as mais indicadas para o projeto, uma vez que aparentam mais formalidade e seriedade e, como tal, iriam de encontro à mensagem do poema e ao audiolivro.

Neste sentido, após terem sido realizados alguns testes e uma vez que preenchia todos os requisitos anteriormente mencionados, concluiu-se que a família tipográfica *Adobe® Garamond®*<sup>99</sup> seria a opção ideal para o presente projeto.

À semelhança da seleção das cores do projeto, considerou-se que utilizar apenas uma família tipográfica seria o mais indicado. Desta forma, seria mais fácil criar um projeto coeso e equilibrado. Porém, esta decisão poderia apresentar algumas desvantagens, na medida em que, ao recorrer apenas a uma família tipográfica, se poderia limitar o desenvolvimento de algumas das fases seguintes do projeto, principalmente, a construção do miolo da publicação. Utilizar mais do que uma família tipográfica poderia tornar o projeto graficamente mais diverso e interessante. Contudo, considerou-se que restringi-lo a apenas uma família tipográfica tornaria o projeto mais exequível e harmonioso, apresentando por isso mais pontos positivos que negativos.



Figura 31 Família tipográfica de *Adobe® Garamond®* (<https://fonts.adobe.com/fonts/adobe-garamond>).

De seguida, com recurso à fonte tipográfica selecionada, foi criado o logótipo do projeto. Este deveria ser simples, elegante, legível e construído à base da tipografia. Desenhar o logótipo foi fundamental para o desenvolvimento do projeto, uma vez que este identificaria todos os seus elementos e os relacionaria entre si.

---

<sup>99</sup> “The *Adobe® Garamond®* font family is based upon the typefaces first created by the famed French printer Claude Garamond in the sixteenth century. This serif face was created by Robert Slimbach and released by Adobe® in 1989; its italics are influenced by the designs of Garamond’s assistant, Robert Granjon” (The Fonts.com, s.d.). TL: “A família tipográfica *Adobe® Garamond®* é baseada nas primeiras fontes tipográficas criadas pelo famoso tipógrafo francês Claude Garamond no século XVI. Esta fonte serifada foi criada por Robert Slimbach e publicada pela *Adobe®* em 1989; os seus itálicos são influenciados pelos *designs* do assistente de Garamond, Robert Granjon”.

*AUDIO&BOOKS*



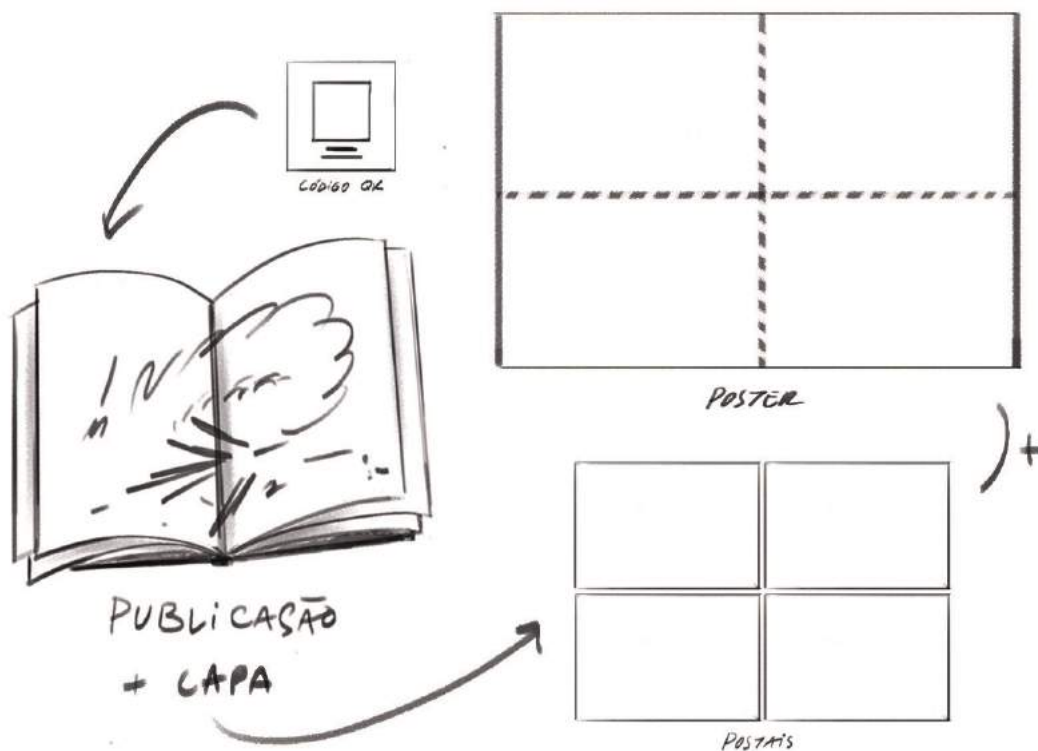
**Figura 32** Logótipo do projeto (Ana Margarida Matos ©).

Assim, uma vez definida a identidade visual do projeto, comum a todos os seus elementos, foi possível dar início à construção do miolo da publicação impressa.

### 3.4.2.2. O miolo

Antes de se iniciar verdadeiramente a construção do miolo, foi necessário definir a estrutura da publicação. Neste sentido, concluiu-se que esta seria constituída por:

- Miolo;
- Capa;
- Um poster e quatro postais;
- Código QR;



**Figura 33** Esquema de todos os elementos que compõem a publicação do projeto (Ana Margarida Matos ©).

A publicação impressa pretende explorar a capacidade expressiva da tipografia e testar os limites da relação entre o audiolivro e o livro impresso. As suas páginas são constituídas por composições tipográficas que procuram representar visualmente o ritmo, a intensidade e a cadência da narração do audiolivro do projeto.

O desenvolvimento do miolo iniciou-se com a divisão dos versos do poema *Ode Triunfal* pelas duplas páginas da publicação.

Apesar de o poema não aparecer de forma completa na publicação (propositadamente, muitos versos foram omitidos e alguns cortados), estabelecer esta primeira organização foi fundamental para o desenrolar do projeto. Não só o processo de construção da publicação se tornaria mais eficiente, como, mesmo não muito evidente, seria possível encontrar ao longo do miolo, alguma ordem ou padrão, o que facilitaria a experiência do leitor/ouvinte.

Esta divisão foi realizada de acordo com a estrutura original do poema, tal como foi publicado na revista *Orpheu*, de forma a evitar cortar versos ao meio ou a quebrar alguma linha de pensamento do sujeito poético. Durante este processo, foi também tido em conta o audiolivro do projeto, atentando-se às pausas e ao ritmo do narrador, à continuidade dos versos e aos sons predominantes.

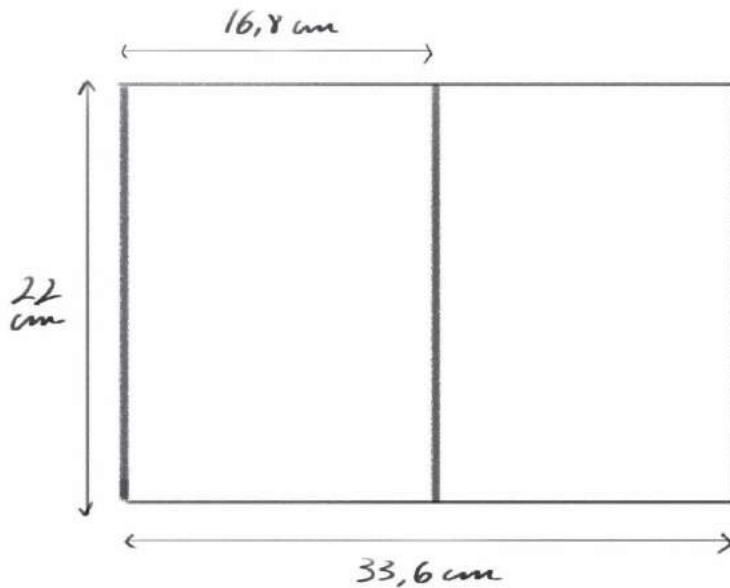
No fundo, em cada dupla página da publicação, encontram-se representados um ou mais versos do poema (versos completos).

É importante salientar que, embora a divisão do poema tenha sido realizada segundo estes critérios, que procuram respeitar a obra selecionada e o trabalho realizado pelo narrador ao longo do audiolivro, esta resulta também da interpretação pessoal da autora do presente projeto acerca destes mesmos elementos (poema e audiolivro), tratando-se por isso, também de um processo bastante subjetivo e pessoal (Apêndice 4).

Depois da divisão dos versos do poema pelas páginas da publicação, concluiu-se que, adicionando as páginas iniciais e finais, a publicação *AUDIO&BOOKS* seria composta por treze cadernos de doze páginas cada, tendo assim 156 páginas.

De seguida, definiram-se as suas dimensões. Uma vez que a tipografia desempenha um papel fundamental na publicação, era importante optar por um tamanho que a valorizasse. Uma dupla página de pequenas dimensões poderia comprometer a experiência do leitor/ouvinte, na medida em que não seria tão imersivo e impactante como uma dupla página maior. A publicação deveria ser prática, acessível e fácil de manusear, de forma a proporcionar ao leitor/ouvinte uma experiência de leitura mais agradável. Assim, definiu-se que as medidas da publicação seriam 16,8 cm por 22 cm (medida de página), sendo cada dupla página ligeiramente superior a um A4.

Contudo, as dimensões finais da publicação poderiam sofrer pequenas alterações durante o processo de encadernação.



**Figura 34** Medidas da publicação (Ana Margarida Matos ©).

Uma vez dividido o poema e tomadas estas primeiras decisões, iniciou-se o desenvolvimento das composições tipográficas que iriam integrar o miolo da publicação.

Para realizar cada composição foi necessário recorrer novamente ao audiolivro. De modo a traduzir visualmente os versos do poema com algum rigor (reconhecendo ao mesmo tempo que, tal como a divisão do poema pelo miolo da publicação, este processo se trata de um exercício bastante subjetivo), foi necessário ouvir o audiolivro várias vezes, prestando especial atenção à entoação, ao ritmo, às pausas e aos sons predominantes durante a interpretação do narrador. Em cada composição procurou-se representar os sons mais evidentes e preponderantes de cada conjunto de versos, assim como algumas palavras-chave que poderiam orientar o leitor/ouvinte pela página. Estas indicações, seriam fundamentais para uma melhor experiência de leitura, dado que muitas das composições da publicação são propositadamente caóticas, confusas e desordenadas.



juntamente com a tipografia, a composição tornava-se muito ruidosa e demasiado preenchida.

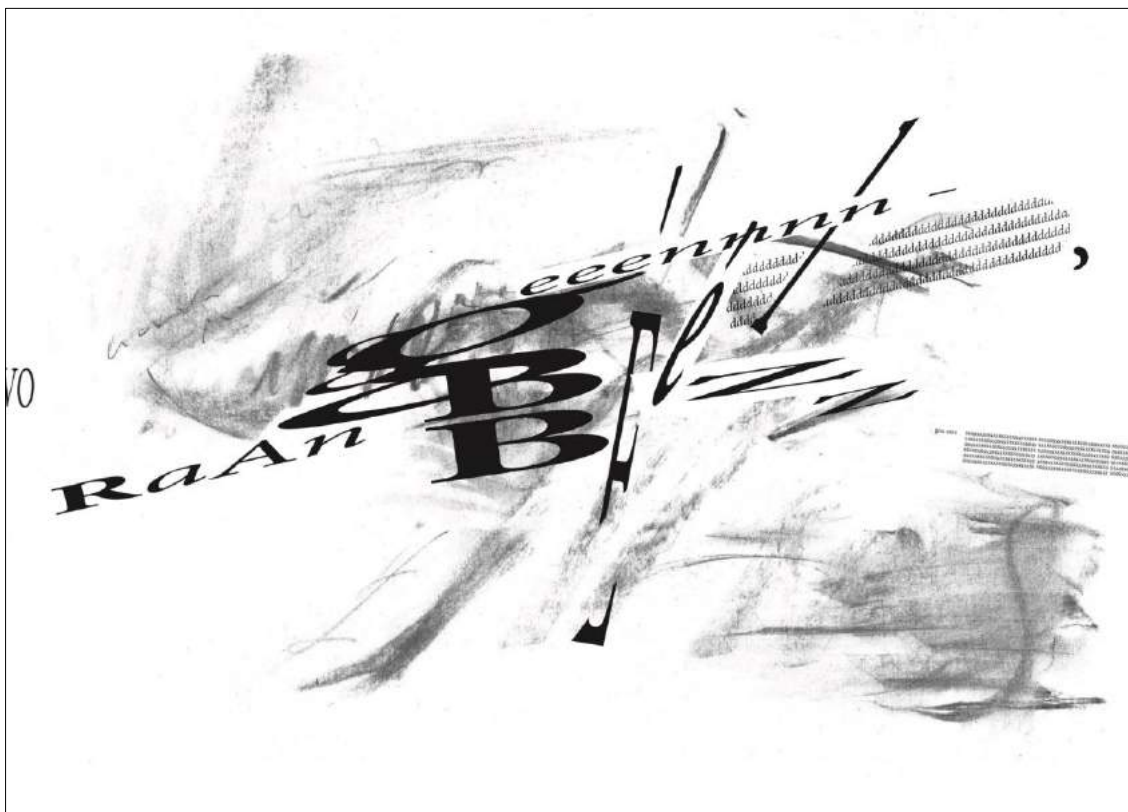


Figura 36 Testes com carvão (Ana Margarida Matos ©).

Foram realizadas também algumas tentativas com recurso ao *software* de edição de imagem *Adobe® Photoshop®*<sup>100</sup>. Acreditava-se que realizar as texturas desta forma, poderia acelerar todo o processo e torna-lo mais prático e exequível, oferecendo, ao mesmo tempo, a mesma flexibilidade de registos que os materiais testados anteriormente. Contudo, ao colocar as texturas realizadas digitalmente com a tipografia, considerou-se que não iam de encontro ao que era pretendido para a publicação, uma vez que apresentavam um aspeto “artificial”.

---

<sup>100</sup> O *Adobe® Photoshop®* é um dos *softwares* de edição de imagem digital mais utilizados e populares do mundo. Permite a manipulação e composição de imagens 2D, fazer animações, desenhar e pintar, entre outros. Atualmente, é uma ferramenta essencial para muitos profissionais criativos, desde fotógrafos, a *designers* ou a ilustradores (Adobe, 2021).

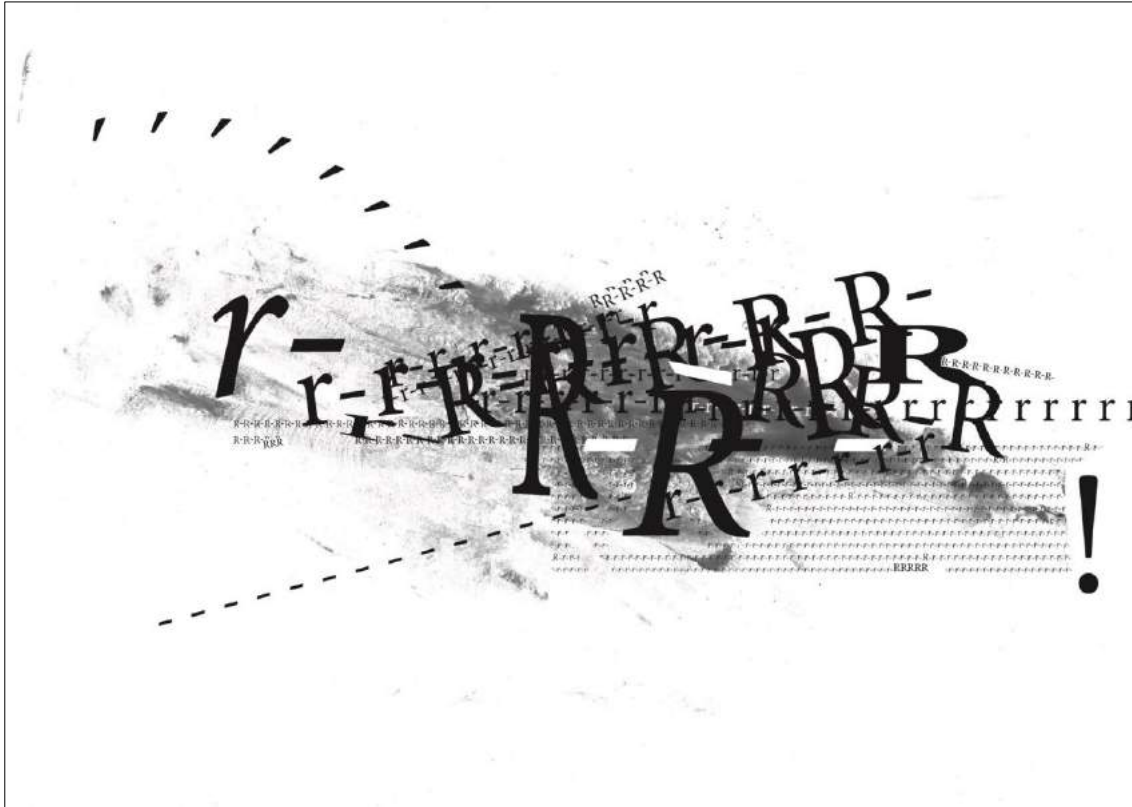


**Figura 37** Testes realizados com recurso ao *software Adobe® Photoshop®* (Ana Margarida Matos ©).

Seguidamente, foram ainda realizadas algumas experiências com *gelli plate*<sup>101</sup>. Considerava-se que este material, apesar de necessitar de algum planeamento e de alguma manutenção, poderia tornar o processo de realizar as texturas para todas as composições da publicação mais rápido e com bons resultados. Geralmente, as impressões realizadas desta forma apresentam uma textura bastante interessante que, juntamente com a tipografia, poderia enriquecer a publicação. A placa de *gelli plate* permitia ainda, fazer texturas com formas específicas (por exemplo, em forma de letras ou frases) através da criação de um *stencil*, que poderia ser utilizado várias vezes ao longo da publicação e de diversas maneiras, o que tornava, aparentemente, o processo bem mais rápido. Deste modo, foi feita uma placa de gelatina e realizados alguns testes. No entanto, durante o processo e ao verificar os resultados, considerou-se que este material também não seria uma boa opção para o projeto. Apesar de se tratar de um material bastante versátil e flexível, não seria possível realizar todas as texturas necessárias para cada composição da publicação num espaço de tempo viável. Ao contrário do que se tinha pensado

<sup>101</sup> Superfícies reutilizáveis feitas à base de gelatina sintética ou, de forma caseira, através de uma mistura de água e gelatina, à qual pode ser acrescentada para uma maior durabilidade e resistência, glicerina e água quente. Estas são utilizadas para a realização de impressões de número único. Recorrendo a *stencils* e a tintas diversas possibilita acabamentos graficamente expressivos (Turner, 2021).

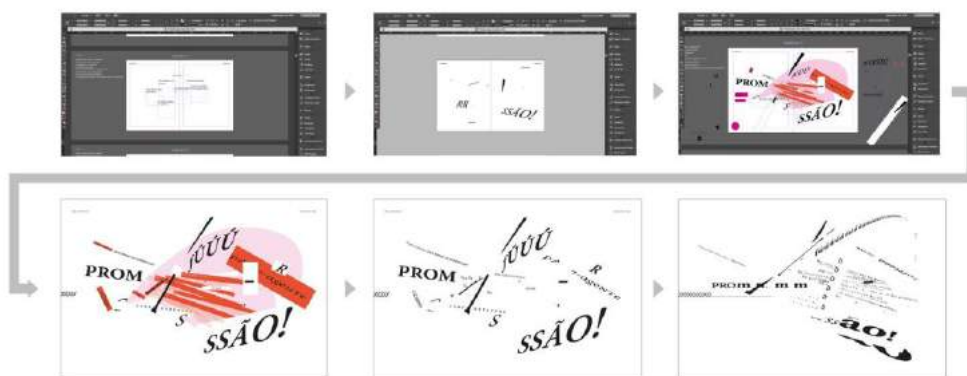
inicialmente, este processo seria muito demorado, e como tal, poderia comprometer o sucesso de todo o projeto.



**Figura 38** Testes com *gelli plate* (Ana Margarida Matos ©).

Ao constatar que nenhum dos materiais testados enriquecia verdadeiramente as composições tipográficas da publicação, concluiu-se que não seria necessário recorrer a outro tipo de elementos, a tipografia conseguiria existir de forma autónoma. Deste modo, seria possível vivenciá-la e explorá-la totalmente, optando por composições mais simples, com mais espaço branco e que enalteciam toda a sua capacidade expressiva.

Ao definir como seriam realizadas as composições tipográficas da publicação, foi possível avançar com o seu desenvolvimento.



**Figura 39** Etapas do desenvolvimento das composições tipográficas da publicação (Ana Margarida Matos ©).

Por fim, foram construídas as páginas iniciais e finais do miolo. O início da publicação apresenta o logótipo, um texto de introdução ao projeto *AUDIO&BOOKS* e os créditos iniciais do audiolivro (representados do mesmo modo que as composições tipográficas do miolo e que os créditos finais). As páginas finais do miolo, contêm os créditos finais do audiolivro, a ficha técnica do projeto e, novamente, como forma de conclusão, o logótipo do projeto. Para a realização destas páginas, optou-se pela simplicidade e pela utilização do espaço branco, procurando não só transmitir informação de forma clara, mas também aludir à direção gráfica estabelecida ao longo do miolo.

Uma vez todos os elementos concluídos, passou-se para a próxima etapa do desenvolvimento da publicação, desenhar a capa.



### 3.4.2.3. A capa

Inicialmente, a capa seria construída a partir de várias composições do miolo da publicação e do logótipo do projeto. Alguns dos seus elementos tipográficos seriam copiados e reutilizados, de forma a criar uma nova composição. Neste sentido, foram desenvolvidas algumas versões:

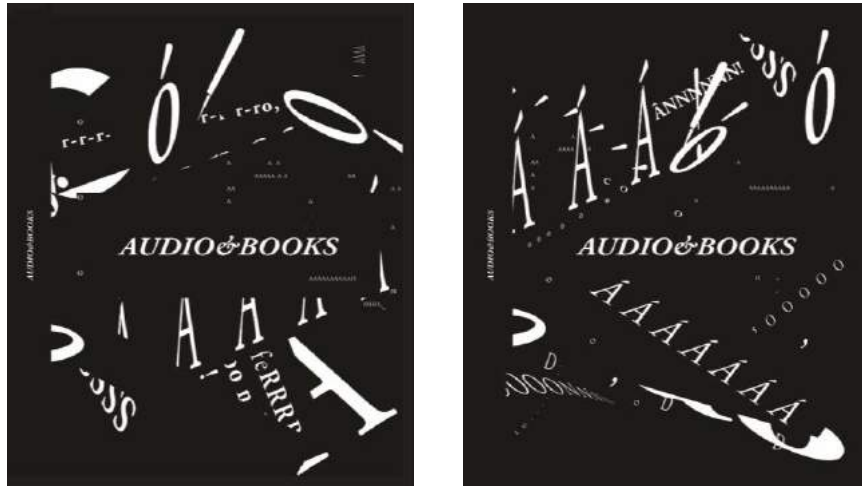


Figura 41 As duas primeiras versões da capa da publicação do projeto (Ana Margarida Matos ©).

No entanto, considerou-se que estas não seriam indicadas para a capa final da publicação, uma vez que a tornavam ruidosa e demasiado preenchida.

Foi criada ainda uma versão mais simples e abstrata, com o objetivo de não revelar diretamente o conteúdo do miolo da publicação. Porém, também não pareceu ser a melhor opção para o projeto.



Figura 42 Terceira versão da capa (Ana Margarida Matos ©).

Por fim, considerou-se que a capa da publicação deveria ser simplificada ao máximo, apresentando apenas o logótipo do projeto. Desta forma, esta suscitaria a curiosidade do leitor/ouvinte para o interior da publicação, não revelando logo à partida o seu conteúdo. Uma capa discreta e com poucos elementos iria contrastar com o interior caótico, muito preenchido e desordenado da publicação, o que poderia provocar no leitor/ouvinte uma maior impressão quando a abrisse.

Tendo o *design* da capa estabelecido, os seus acabamentos finais foram definidos durante o processo de encadernação descrito mais à frente.



**Figura 43** Capa final da publicação (Ana Margarida Matos ©).

#### 3.4.2.4. O poster e os postais

Uma vez concluído o miolo e definida a capa, deu-se início ao desenvolvimento do poster e dos postais.

Estes dois elementos deveriam enriquecer a experiência do leitor/ouvinte, atuando como objetos complementares ao miolo da publicação. Pretendia-se que, tanto o poster como os postais, fossem um prolongamento do projeto, permitindo explorar a tipografia e o seu conceito noutro tipo de formatos.

O poster foi realizado primeiro. Este, tal como tinha sido pensado inicialmente para a capa, deveria reunir um ou mais elementos de cada composição tipográfica do miolo da publicação, de modo a se poder criar uma nova composição.

Dando continuidade à identidade visual já estabelecida ao longo do projeto, o poster foi desenvolvido a preto e branco e com recurso a elementos tipográficos, incluindo o logótipo do projeto. Este tem as dimensões de um A3, de forma a ser um pouco superior ao tamanho da dupla página da publicação (33,6 cm por 22 cm).

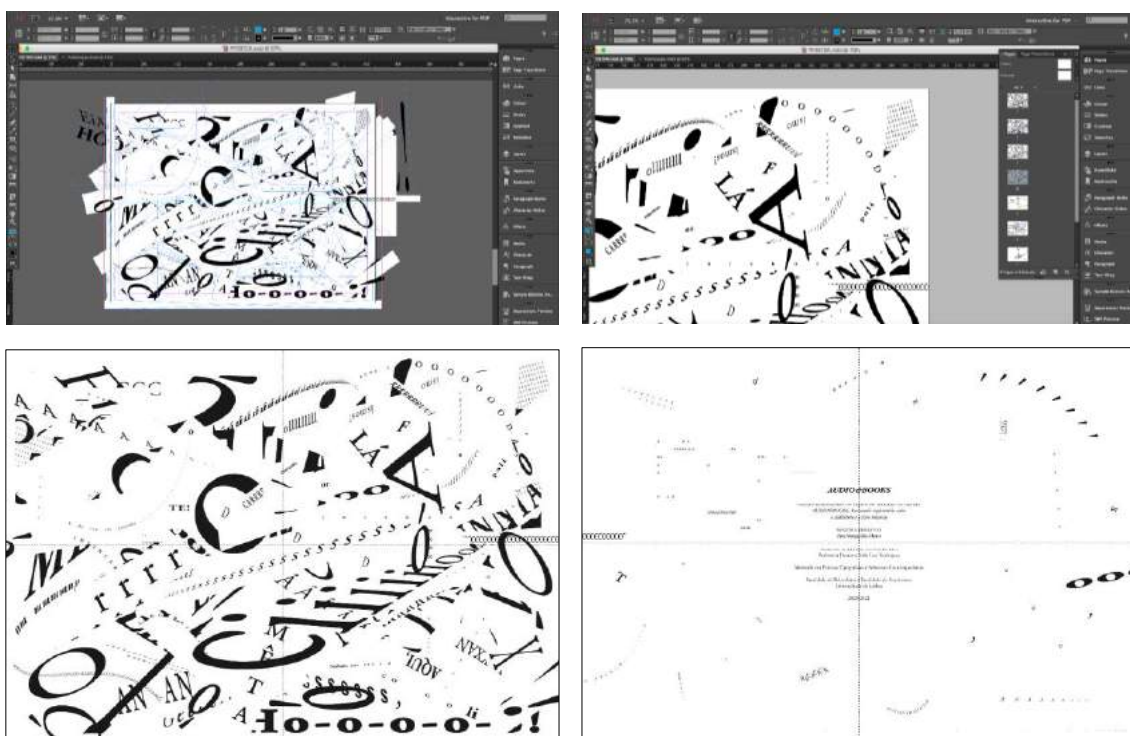


Figura 44 Desenvolvimento e versão final do poster (frente e verso) (Ana Margarida Matos ©).

De seguida, foram realizados os postais. Estes tratam-se de objetos de pequenas dimensões (15cm por 10,5 cm) e, tal como o poster, deveriam seguir a identidade gráfica

estabelecida ao longo de todo o projeto, sendo por isso realizados também com base no contraste entre preto e branco e na predominância da tipografia.

De forma a construir-se um conjunto coeso e completo, foram realizados quatro postais. Pretendia-se que, ao juntá-los, fosse possível observar uma composição nova e maior. No entanto, cada um deveria conseguir existir de forma autónoma e independente do conteúdo dos outros postais do conjunto.

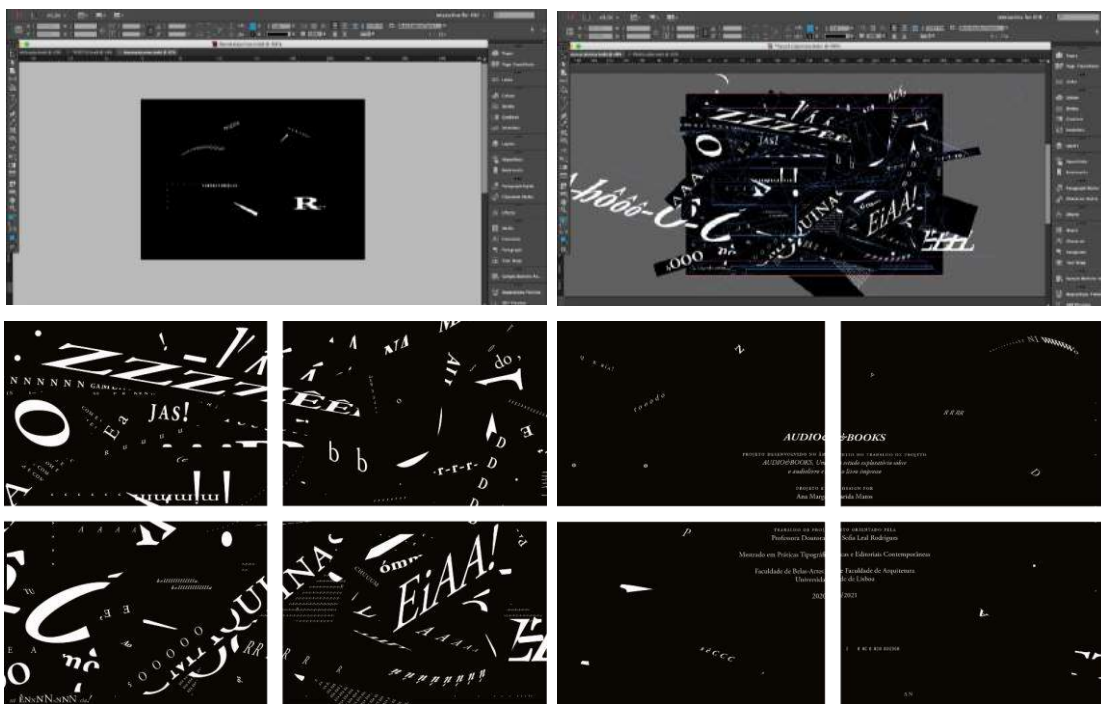


Figura 45 Desenvolvimento e versão final dos postais (frente e verso) (Ana Margarida Matos ©).

Após a construção dos postais, foi também elaborado um contentor para os acondicionar na publicação. Para a realização deste objeto, apostou-se no branco, que oferece um maior contraste.

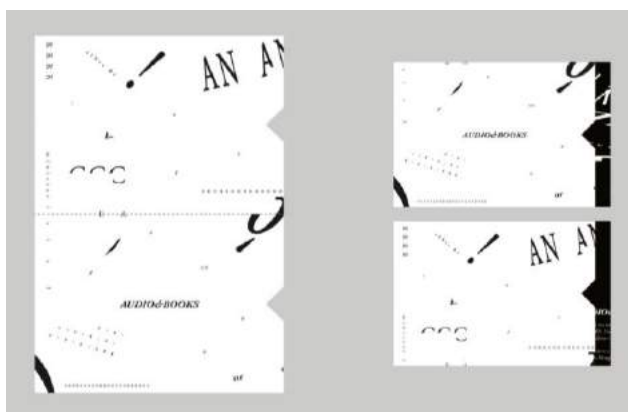
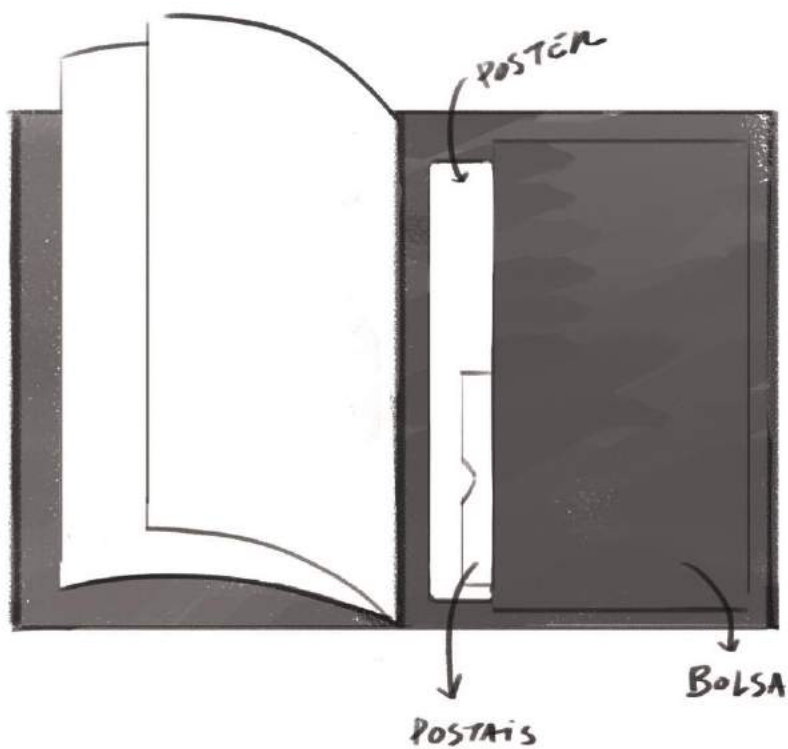


Figura 46 Contentor dos postais (Ana Margarida Matos ©).

Por fim, tanto o poster como os postais, foram incorporados na publicação através de uma bolsa extensível (construída durante a encadernação) e colocada no interior da contracapa. Desta forma, seria mais fácil e prático para o leitor/ouvinte utilizar estes objetos.



**Figura 47** Ideia inicial para a bolsa extensível da publicação (Ana Margarida Matos ©).

### 3.4.2.5. O código QR como acesso à componente digital *online*

Após concluído o miolo, a capa, o poster e os postais, foi necessário criar o código QR. Este permite ligar a publicação impressa ao audiolivro, direcionando o leitor/ouvinte para o *website* do projeto.

Considerou-se que utilizar um código QR para estabelecer esta ligação, seria a melhor opção para o presente projeto, uma vez que se trata de uma solução comum, de fácil e prática utilização e, como tal, conhecida por grande parte dos possíveis leitores/ouvintes do projeto *AUDIO&BOOKS*.

O código QR foi criado através do *website QR Code Generator*<sup>102</sup>. Para tal, foi necessário o *url* da página do *website* do projeto que contém o audiolivro (<http://audio-and-books.pt/audiolivro.html>), de forma a que, aquando da utilização do código, o leitor/ouvinte seja direcionado para esta página e encontre o audiolivro facilmente. Deste modo, o leitor/ouvinte poderia, de imediato, dar início a toda a experiência.

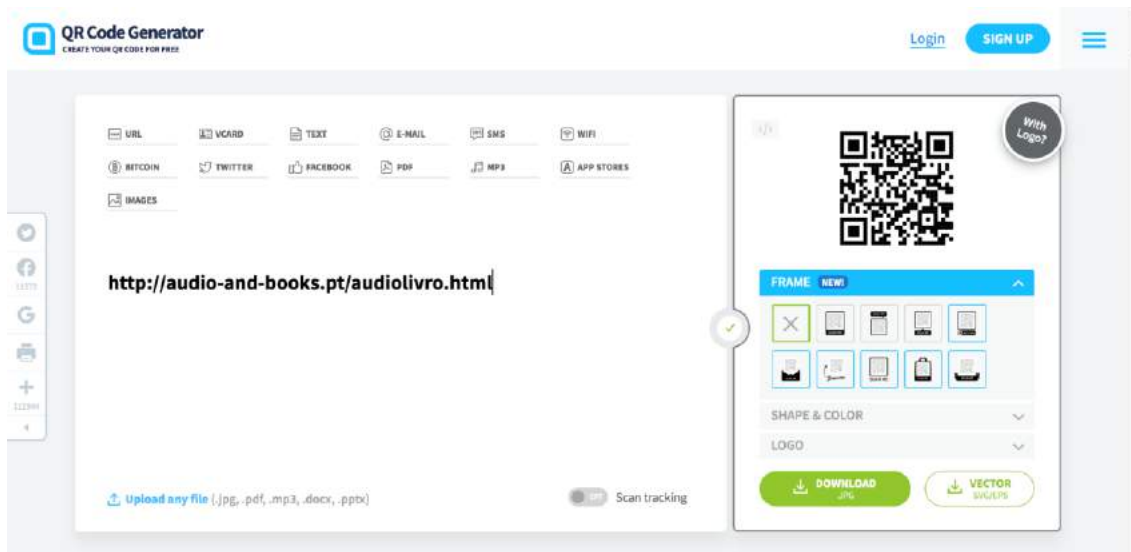


Figura 48 Criação do código QR (<https://www.qr-code-generator.com/>).

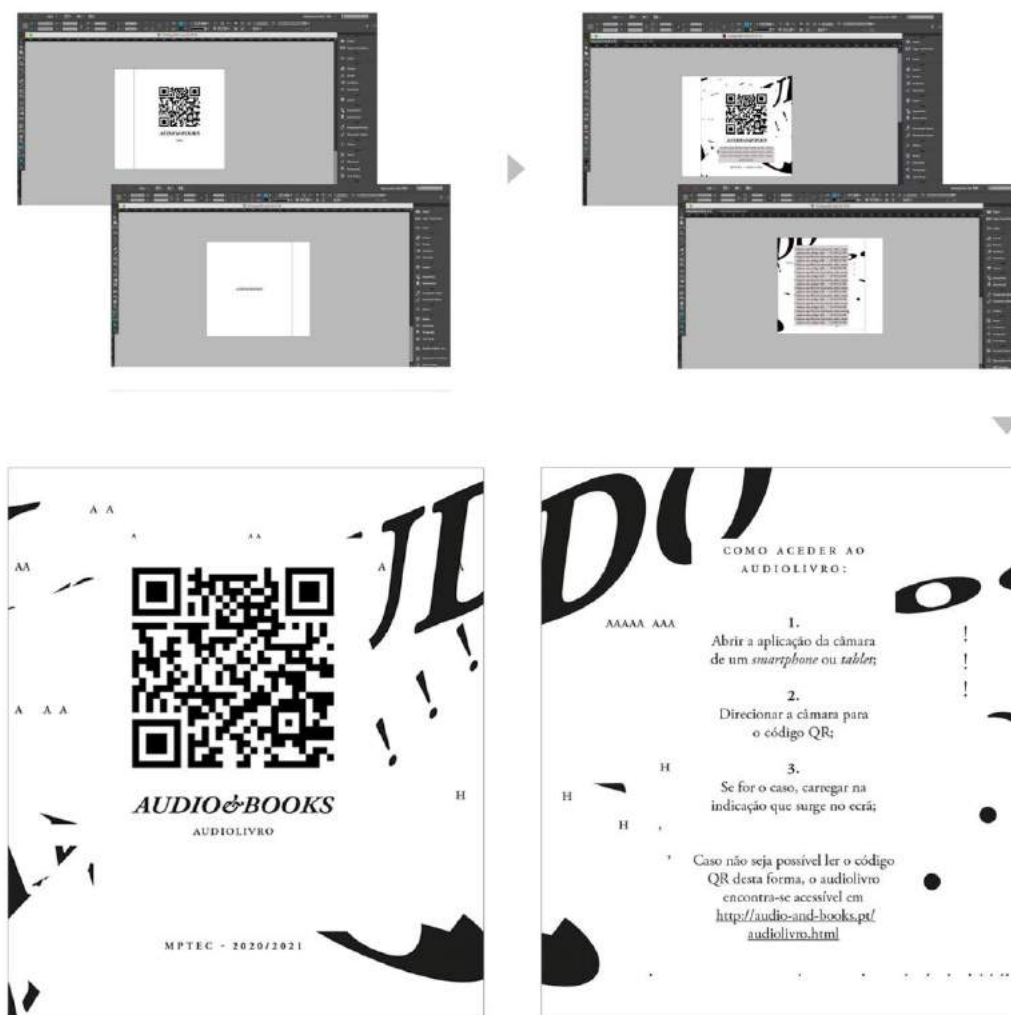
Uma vez criado o código QR, foi possível dar início à construção do objeto editorial que iria permitir a sua integração no miolo.

Este objeto deveria ser colocado no início da publicação (sobre a primeira página), com o objetivo de apresentar o código ao leitor/ouvinte. Apresenta pequenas dimensões

<sup>102</sup> *Website* criado pelo grupo *Egoditor* (fundado em 2009 por Nils Drescher e por Nils Engelking), que permite a criação de códigos QR. Atualmente, tem mais de dez milhões de clientes, de cento e noventa países (Egoditor, 2021).

(9,5 cm por 10,5 cm), como forma de o diferenciar das páginas do miolo e de suscitar o interesse do leitor/utilizador.

Tal como nos elementos anteriores, para a construção deste objeto optou-se por dar continuidade à direção gráfica já estabelecida. O objeto que contém o código QR foi construído com base no contraste entre preto e branco e na exploração tipográfica.



**Figura 49** Desenvolvimento e versão final do objeto editorial que permite integrar o código QR na publicação (Ana Margarida Matos ©).

### 3.4.2.6. A impressão e a encadernação

Para as últimas etapas do desenvolvimento da publicação, começou-se por preparar e exportar todos os elementos do projeto para a impressão: foi necessário ordenar cada caderno do miolo da publicação de forma a que tudo fosse impresso corretamente, bem como, juntamente com a capa, o código QR, o poster e os postais, exportá-lo com margens de corte, para que pudesse ser aparado durante a encadernação.

De seguida, realizou-se a impressão, tendo todos os elementos do projeto sido impressos a preto e branco.

O miolo e o objeto que contém o código QR foram impressos em papel reciclado de 100g. Considerou-se que este papel seria o mais adequado para o presente projeto, na medida em que se trata de um papel claro (mas sem ser completamente branco), opaco, com alguma textura e agradável ao toque. Relativamente ao poster, aos postais e ao seu contentor, estes foram impressos no mesmo tipo de papel, contudo, com gramagens diferentes: o poster foi impresso em papel reciclado de 135g e os postais e o seu contentor em papel reciclado de 240g. Estes objetos apresentam uma gramagem superior, de forma a serem mais resistentes e fáceis de manusear.

Por outro lado, a capa foi impressa em papel “normal”, (um papel comum, com uma gramagem não muito elevada), uma vez que iria ser construída, com os acabamentos finais, durante a encadernação. Estas impressões serviriam apenas de referência durante a sua construção.

Depois de realizada a impressão, cada elemento foi preparado para a próxima etapa, a encadernação. As folhas impressas que correspondiam aos cadernos do miolo foram dobradas e colocadas na ordem correta, o objeto que contém o código QR e os postais foram cortados à medida, assim como o poster, que, para além de aparado, foi também dobrado num A5 de forma a poder ser incorporado na publicação quando esta estivesse encadernada e concluída.

Com todos os elementos prontos, foi possível avançar para a encadernação.

De forma a obter um melhor acabamento, recorreu-se aos serviços de um encadernador. Encadernar a publicação desta forma, permitiria evitar alguns erros ou imperfeições e assegurar um bom resultado final.

Assim, foi pedido ao encadernador o seguinte:

- **Miolo** – Aparado, cosido com linha preta e encadernado com guardas pretas.
- **Capa** – Forrada com tecido preto e gravada (zincogravura com película prateada).

- **Código QR (objeto)** – Cosido à lombada e colocado sobre a primeira página do miolo, depois das guardas iniciais.
- **Bolsa extensível** – Colocada no interior da contracapa, da mesma cor das guardas e do interior da publicação. Deveria poder conter um A3 dobrado em A5 (poster) e quatro postais.

Deste modo, com tudo definido, foi iniciada a encadernação.

Começou-se por coser o objeto que contém o código QR e o miolo que, depois de cosido, foi aparado e colocado com as medidas finais. De seguida, iniciou-se a construção da capa da publicação. Partindo das medidas do miolo, a capa foi cortada e, mais tarde, forrada com tecido preto e preparada para a gravação. Foi realizada uma zincogravura do logótipo do projeto e aplicada uma película de cor prateada para um melhor acabamento. Deste modo, a capa da publicação ficaria identificada e dada como terminada, sendo assim necessário juntá-la ao miolo e preparar as guardas. Por fim, com todos estes elementos terminados e a publicação encadernada, foi construída a bolsa extensível que seria colocada no interior da contracapa.

Uma vez todos os elementos finalizados, foi possível dar a publicação *AUDIO&BOOKS* como terminada.



**Figura 50** Zincogravura (Ana Margarida Matos ©).

### 3.4.3. O *website*

O *website* é um dos principais elementos do projeto *AUDIO&BOOKS*. Este não só desempenha o papel de contentor digital de todo o projeto, reunindo todos os seus conteúdos e apresentando, de forma geral, todas as etapas necessárias para alcançar o resultado final, como se trata do meio de ligação entre o audiolivro e a publicação impressa. Oferecendo ao leitor/ouvinte outro tipo de conteúdos e uma outra forma de interagir com o projeto, o *website* procura enriquecer e complementar a sua experiência.

*“It has become a fairly common practice to accompany a printed book with a Web site, often to provide ancillary material that the book omitted due to limitations of space or the limitations of the printed medium itself. A Web site can also contain multimedia features, such as digitized audio and video, that the book cannot”*<sup>103</sup> (Bolter, 2001, p. 214).

Primeiramente, antes de se iniciar a construção do *website* do projeto, foi necessário definir a sua estrutura. Para tal, foram consultados alguns *websites* que foram tomados como referência. De todos os *websites* visitados, destacam-se:

- *Sem destino a* (Sem destino a, 2017) – Desenvolvido no âmbito da exposição de finalistas (2017) dos alunos da licenciatura em Design de Comunicação da Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa. Por apresentar uma grande quantidade e variedade de informação e conteúdos de forma prática, apelativa e bastante organizada, revelou-se ser uma das principais referências para o *website* do projeto.

---

<sup>103</sup> TL: “Tornou-se uma prática bastante comum acompanhar um livro impresso com um *website*, muitas vezes para fornecer material auxiliar que o livro omitiu devido a limitações de espaço ou a limitações do próprio meio impresso. Um *website* pode também conter recursos multimédia, como áudio e vídeo digitalizados, que o livro não pode”.

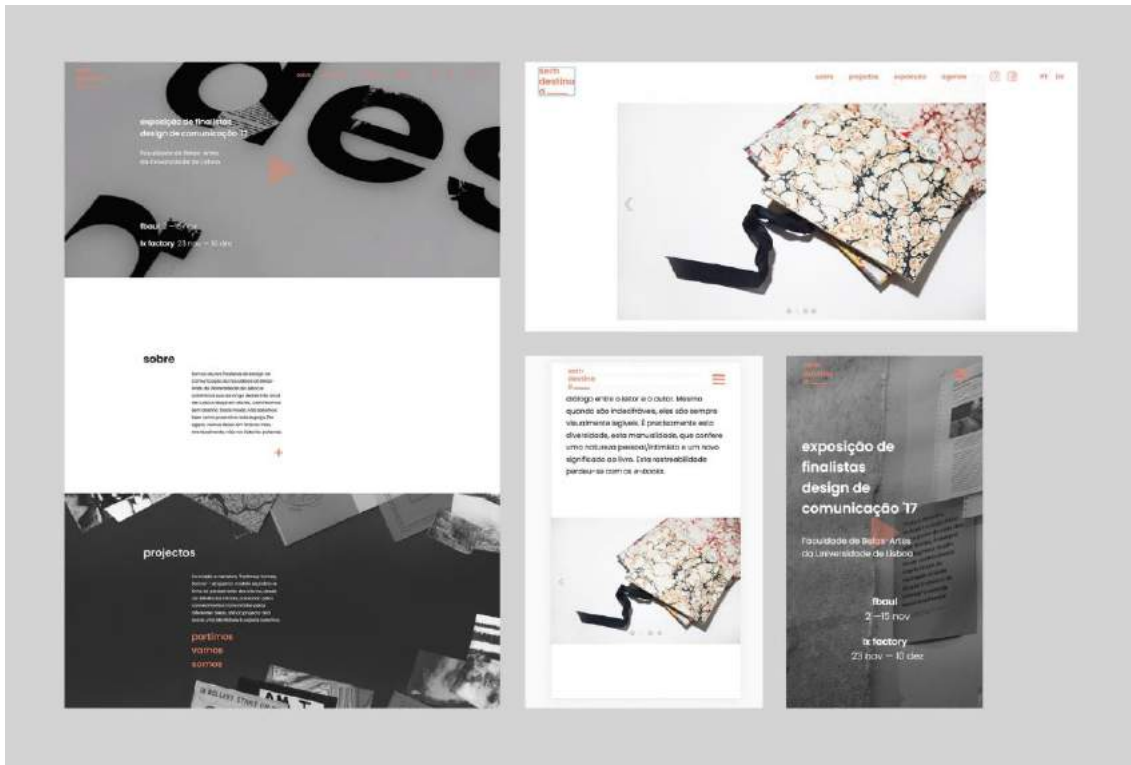


Figura 51 Sem Destino a (<http://semdestinoa.belasartes.ulisboa.pt/>).

- Venus (Loonar Studios, 2021a) – “This (...) is a non-commercial project by Loonar Studios<sup>104</sup> inspired by the beauty and sexuality of the roman goddess and universal muse, Venus”<sup>105</sup> (Loonar Studios, 2021a). A exploração da cor (principalmente o contraste entre preto e branco em determinadas páginas) e da tipografia, foram alguns dos aspetos mais relevantes a reter deste *website*. Foi também bastante enriquecedor poder observar ao longo das suas páginas, uma grande experimentação, não só relativamente ao modo de apresentação dos conteúdos (grelha diversa e dinâmica, com recurso a animações), como à orientação da página, alternando entre *scroll* vertical e *scroll* horizontal.

<sup>104</sup> Loonar Studios é uma agência criativa baseada em Kyiv (Ucrânia) e em Nova Iorque (EUA), que pretende criar experiências enriquecedoras e produtos simples, belos e funcionais (Loonar Studios, 2021b).

<sup>105</sup> TL: “Este é um projeto não comercial desenvolvido pelos Estúdios Loonar inspirado pela beleza e sexualidade da deusa romana e musa universal, Vénus”.



Figura 52 Venus (<https://venus-story.com/>).

- *S-town* (S-town, 2017b) – Website do podcast *S-town*<sup>106</sup>. Foi referência durante o desenvolvimento da página do website do projeto que iria conter o audiolivro. Destaca-se a forma clara e apelativa como cada episódio do *podcast* é apresentado. Este website foi também bastante útil ao permitir verificar quais os elementos essenciais numa página *web* desenhada especificamente para a divulgação e usufruto de conteúdos sonoros.

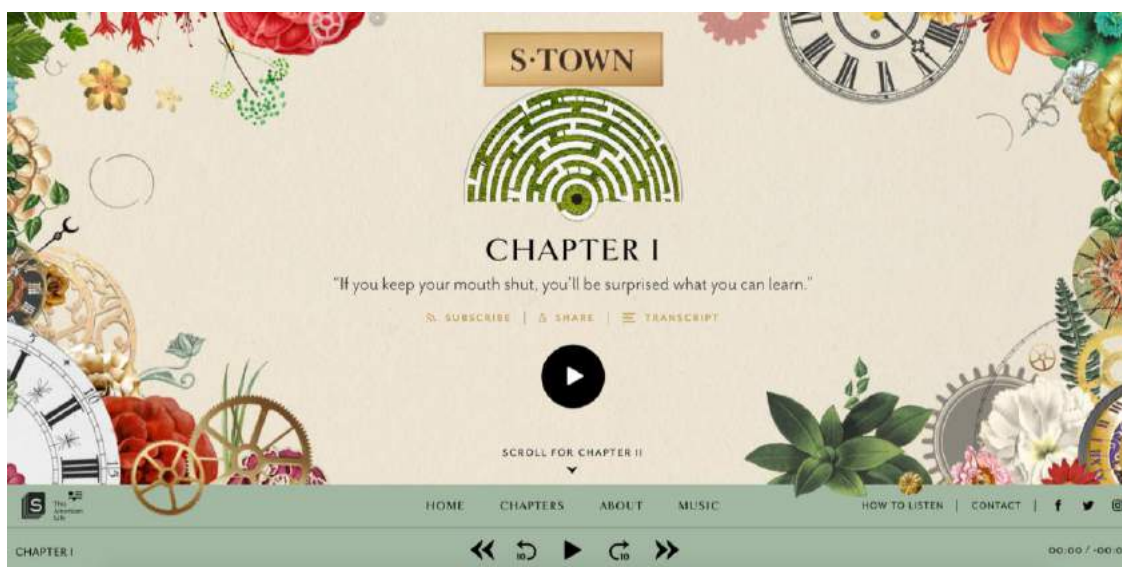


Figura 53 S-Town (<https://stownpodcast.org/>).

Uma vez realizadas estas primeiras pesquisas, concluiu-se que o website do projeto seria constituído por quatro secções:

<sup>106</sup> *S-town* é um *podcast* dos criadores de *Serial* e *This American Life*, apresentado por Brian Reed. *S-town* apresenta a história de John, um homem que entra em contacto com Brian Reed para que este investigue o filho de uma família rica da sua cidade que, alegadamente, se suspeita que terá cometido um homicídio, mas saído impune (S-town, 2017a).

- **HomePage (Index)** – Página de apresentação do projeto. Caso o *website* do projeto seja acessado através do *url* principal, esta seria a primeira página com que o utilizador iria interagir.
- **Sobre** – Página explicativa do projeto. Ao aceder a esta página, o utilizador ficaria a conhecer os objetivos e intenções de todo o projeto, familiarizando-se assim com todos os conteúdos presentes nas outras páginas do *website*.
- **Página do Projeto** – Página que reúne os três elementos que constituem a parte prática do presente trabalho: o audiolivro, a publicação e o *website*. Ao longo desta página, é descrito/apresentado, de forma breve e sucinta, o processo de construção de cada elemento. Desta forma, o utilizador do *website* ficará a conhecer mais profundamente o projeto e como se alcançou o resultado final.
- **Página do Audiolivro** – Página que contém o audiolivro do projeto. O leitor/ouvinte que utilizar o código QR incorporado na publicação, irá ser direcionado a esta página, podendo imediatamente dar início à experiência de leitura desenvolvida ao longo do projeto.

Pretendia-se criar um *website* simples, claro, intuitivo e que fosse coerente com a componente impressa e analógica do projeto.

Deste modo, tendo a estrutura inicial definida, avançou-se para a fase seguinte, a construção dos *wireframes* do *website*. Os *wireframes* são guias visuais da estrutura base das páginas de um *website*. Nesta etapa são desenhados os primeiros esboços de cada página, de forma a organizar os seus elementos e a tomar as primeiras decisões relativamente à sua aparência.

Os *wireframes* do *website* do projeto foram primeiro delineados à mão (de forma a testar algumas ideias rapidamente) e, mais tarde, construídos digitalmente com recurso ao *software Sketch*<sup>107</sup> (protótipo). Nesta fase, pretendia-se definir que elementos constituiriam cada página e de que forma poderiam ser organizados e apresentados.

---

<sup>107</sup> *Sketch*® é um *software* construído especificamente para a criação e desenvolvimento de interfaces (*websites*, aplicações, entre outros). Foi criado em 2010 por Pieter Ommvlee e por Emanuel Sá, sendo atualmente utilizado por mais de um milhão de profissionais (Sketch, 2021).

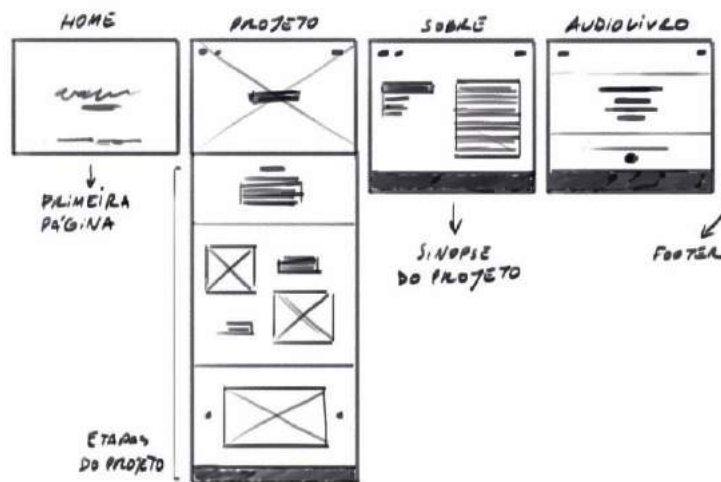


Figura 54 Estrutura inicial do *website* (Ana Margarida Matos ©).

Com o primeiro esboço realizado, foi possível dar início à construção do protótipo digital do *website* do projeto. Inicialmente, dando continuidade ao desenvolvimento dos *wireframes*, foram colocados apenas elementos a preto e branco (retângulos cinzentos a simular o lugar das imagens finais) e textos/títulos que deveriam ter, aproximadamente, o mesmo tamanho dos textos/títulos finais. Desta forma, seria possível começar a visualizar o *website* e verificar algumas ideias iniciais, que poderiam já não ser as mais indicadas. O objetivo desta etapa não era desenhar o *website* por completo, mas sim definir a sua linguagem gráfica.

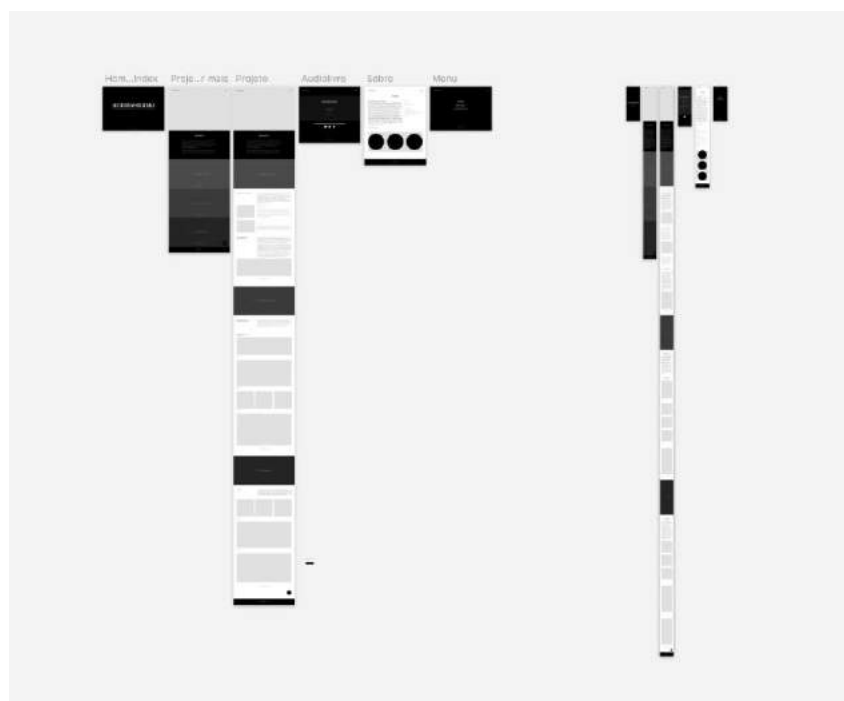


Figura 55 Protótipo digital do *website* do projeto (Ana Margarida Matos ©).

A pouco e pouco, este protótipo foi sendo desenvolvido e aprimorado. Procurava-se desenvolver um *website* prático, bonito e organizado, que proporcionasse ao utilizador uma experiência agradável. Neste sentido, optou-se pela valorização do espaço branco e da imagem (em detrimento do texto), de forma a tornar o *website* menos exaustivo e mais apelativo, ao mesmo tempo que se optou por seguir a direção gráfica já estabelecida ao longo do projeto. Foi utilizada a mesma fonte tipográfica que na publicação, no poster e nos postais e apostou-se no contraste entre preto e branco.

Durante o desenvolvimento do protótipo, o *design* de cada página do *website* foi sendo constantemente alterado, procurando-se dar resposta a todos os problemas que foram surgindo. Por exemplo, na página do projeto, foi importante pensar como se poderia apresentar o audiolivro, a publicação e o próprio *website* de uma forma resumida, mas suficientemente informativa para que não se tratasse de uma mera introdução; ou, por exemplo também, na página do sobre, que até se chegar ao *design* final, foi necessário testar vários *layouts*, de modo a criar uma página simples, mas não desequilibrada ou pouco harmoniosa; entre outros. Estes exemplos são apenas alguns dos desafios que surgiram durante o desenvolvimento do protótipo.

Uma vez resolvidas todas estas questões e definido o *design*, foi possível colocar o conteúdo final do *website* (cores, imagens e textos) no protótipo.

De seguida, de forma a testar as interações do utilizador com cada uma das páginas do *website* do projeto, foi necessário colocar o protótipo realizado na plataforma digital *Invision*<sup>108</sup>. Esta permite simular a experiência do utilizador, na medida em que possibilita que as hiperligações (botões, *links*, etc.) funcionem, ligando as páginas do *website* entre si. Desta forma, caso se verificasse que algum elemento não estava a funcionar da melhor maneira (demasiados cliques para aceder a determinado conteúdo, botões desnecessários, etc.), seria possível alterar facilmente.

Desenhar previamente as páginas do *website*, primeiro à mão e depois, de forma mais aprofundada, digitalmente, permitiu que a próxima etapa fosse realizada mais rápida e eficientemente, dado que grande parte das decisões já tinham sido tomadas e testadas, sendo “apenas” necessário, executar.

Assim, uma vez concluído o *design*, iniciou-se a construção do *website* do projeto.

---

<sup>108</sup> *Invision* é uma plataforma utilizada no desenvolvimento de produtos digitais. Para além de outros serviços, permite a criação de protótipos detalhados (ligação com o *software Sketch*), de forma a serem testadas as interações do utilizador (Invision, 2021).

Este foi construído a partir do *software Brackets*<sup>109</sup>, utilizando maioritariamente duas linguagens, *HTML*<sup>110</sup> e *CSS*<sup>111</sup>. Contudo, para elementos mais complexos recorreu-se também ao *JavaScript*<sup>112</sup>.

Primeiro, foi construído o “esqueleto” de cada página. Foi atribuída a cada uma, uma cor de fundo (cor aleatória) e um título (nome da página). Deste modo, com apenas algumas linhas de código, seria possível verificar se as páginas criadas estavam a funcionar e prontas para os elementos seguintes.

É importante salientar que não foram atribuídas cores aleatórias apenas nesta fase inicial. Atribuir uma cor diferente a cada elemento, permitia identificá-lo na página e fazer corresponder o código escrito ao que era apresentado no *browser*. Uma vez construído o *website*, estas cores foram substituídas pelas cores finais, colocando o *website* com a aparência definida durante o desenvolvimento do protótipo.

De seguida, foi construído o *header*. O *header* (cabeçalho) é a secção que se encontra no topo da página de um *website*. Geralmente, apresenta os elementos de navegação (menu), o logótipo, o título/nome do *website* e os contactos principais.

No caso do presente projeto, este apresenta apenas dois elementos: o logótipo (que identifica o *website* e direciona o utilizador para a *homepage* (botão)) e o menu. Dado que se trata de um elemento comum a todas as páginas do *website* do projeto e que permite liga-las entre si, foi fundamental realizá-lo em primeiro lugar. Ao construí-lo para uma

---

<sup>109</sup> *Brackets* é um editor de texto criado de raiz para *web designers* e *front-end developers*, que permite escrever o código necessário para a construção e *design* de páginas *web* (Brackets, s.d.).

<sup>110</sup> *HTML* (*Hyper Text Markup Language*) é a linguagem de marcação base de uma página *web*. É composta por diversos elementos (que informam o *browser* de que forma deve exibir o conteúdo escrito), e é utilizada para definir a estrutura de uma página *web* e de todo o seu conteúdo (W3Schools, s.d.b).

<sup>111</sup> *CSS* (*Cascading Style Sheets*), é uma linguagem declarativa que controla a aparência de páginas *web* (MDN Web Docs, s.d.a). É utilizada para definir e aplicar diferentes estilos ao conteúdo HTML, permitindo assim a criação de *layouts*, a alteração da fonte tipográfica, a utilização de cores de fundo, entre muitos outros (W3Schools, s.d.a).

<sup>112</sup> “*JavaScript is a (...) programming language that allows you to implement complex features on web pages — every time a web page does more than (...) display static information (...) — displaying timely content updates, interactive maps, animated 2D/3D graphics, (...), etc. — you can bet that JavaScript is probably involved*” (MDN Web Docs, s.d.b.). TL: “*JavaScript é uma linguagem de programação que permite implementar recursos complexos nas páginas web — cada vez que uma página web faz mais do que apresentar informação estática — exibir, oportunamente, atualizações de conteúdo, mapas interativos, gráficos animados em 2D e 3D, etc. — pode-se apostar que, provavelmente, o JavaScript está envolvido*”.

das páginas, o seu código seria aproveitado para as restantes, otimizando assim todo o processo.

O botão do logótipo do projeto foi um elemento simples de executar. Primeiro, foi necessário escrevê-lo no código, em *HTML*, e depois aplicar-lhe, em *CSS*, os estilos que o colocariam com a aparência correta e de acordo com a identidade gráfica do projeto.

Por outro lado, o menu foi um pouco mais difícil. Foram necessárias várias tentativas até se conseguir construí-lo corretamente. Por vezes, não se conseguia centrar os seus conteúdos, outras vezes o ícone do menu desaparecia, entre outros.

Pretendia-se que o menu fosse simples, discreto e que, ao clicar, preenchesse todo o ecrã. Deste modo, seria mais imersivo e daria continuidade à identidade gráfica do projeto.

De seguida, foi construída a *homepage*. Uma vez que esta primeira página é constituída apenas pelo logótipo do projeto e por mais alguns elementos, o seu desenvolvimento foi um processo relativamente fácil. Começou-se por construir o logótipo do projeto e os créditos que se encontram no fundo da página, tendo, a seguir, sido construído o botão que direciona o utilizador para a página do projeto. Este foi um pouco mais difícil de realizar, dado que muitas vezes não funcionava (parte do código estava errado ou em falta) e por vezes não era possível centrá-lo. Contudo, todos estes problemas foram tratados e a página concluída.

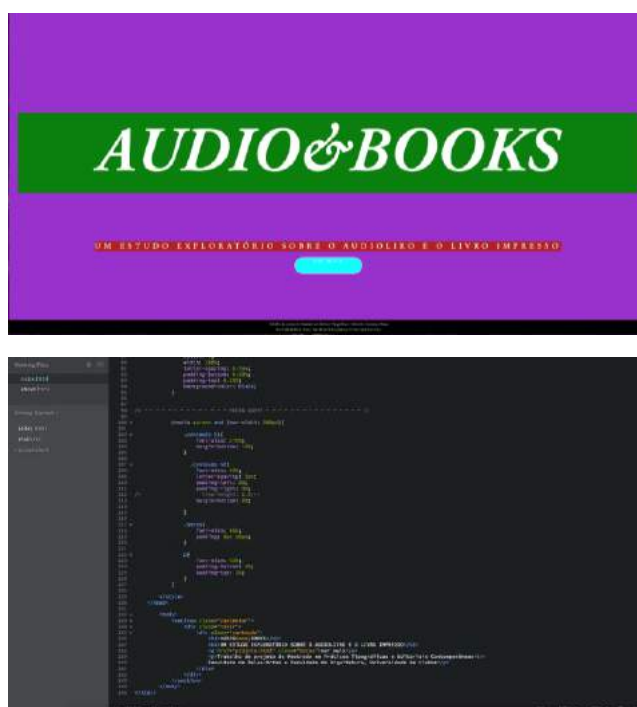


Figura 56 Desenvolvimento da *homepage* (Ana Margarida Matos ©).

A seguir, foi construída a página do sobre.

Esta página apresenta um texto de introdução ao projeto e a sua ficha técnica. Dado que, tal como a *homepage*, é composta maioritariamente por texto, a sua construção não foi muito complicada. Foi construída uma grelha (que seria utilizada também nas páginas seguintes) e depois colocados os textos, primeiro em *HTML* (aparência *standard*) e depois estilizados com *CSS* (fonte, tamanho, entrelinha, etc.).

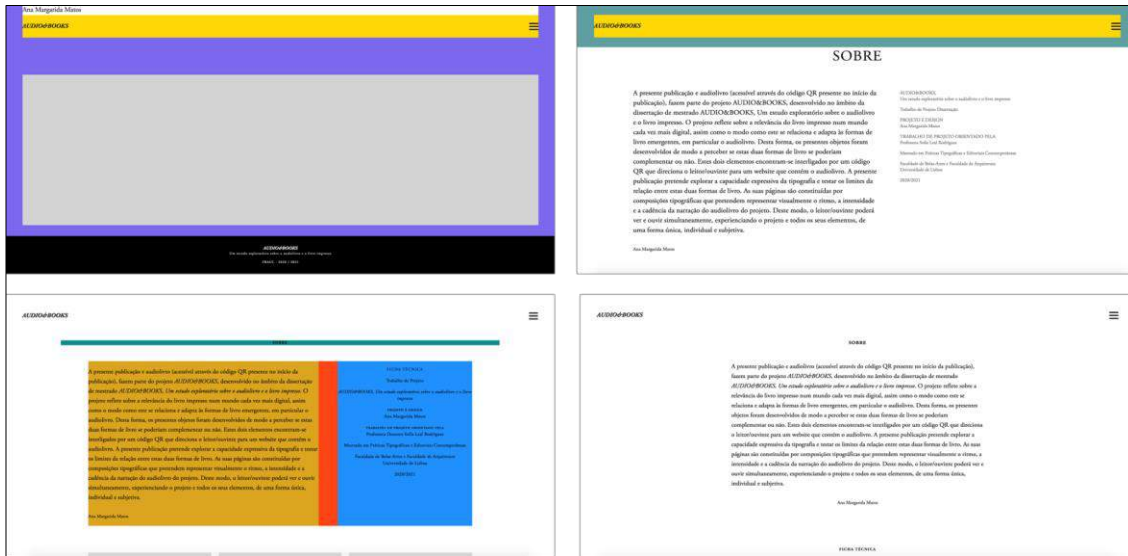
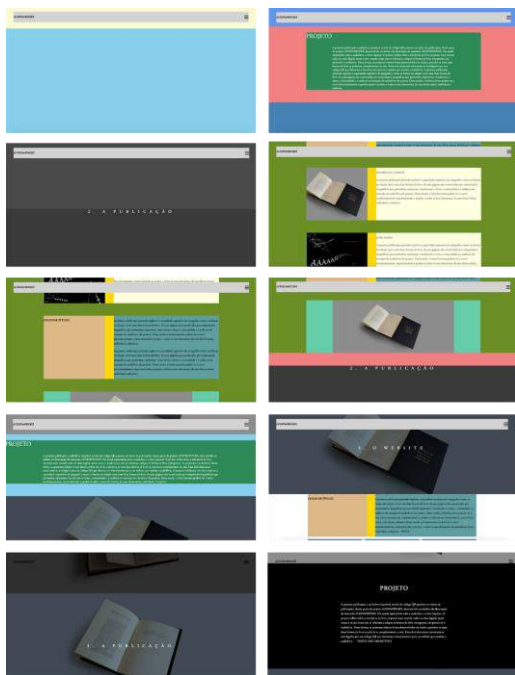


Figura 57 Desenvolvimento da página do sobre do *website* do projeto (Ana Margarida Matos ©).

Uma vez construídas as páginas mais simples do *website*, iniciou-se a construção da página do projeto e da página do audiolivro.

A página do projeto foi a mais difícil de construir. Por conter uma grande quantidade de informação e apresenta-la de diversas formas, desde textos, a imagens, a vídeos, entre outros, revelou-se uma página bastante complexa. Esta tem a finalidade de dar a conhecer ao utilizador o projeto *AUDIO&BOOKS*, apresentando-lhe, logo no início da página, o resultado final do projeto (todos os elementos finalizados) e, de seguida, todas as etapas do seu desenvolvimento.



**Figura 58** Alguns exemplos do processo de construção da página do projeto (Ana Margarida Matos ©).

O conteúdo relativo à construção do audiolivro, da publicação e do *website* foi dividido e organizado em separadores que, quando clicados, se abrem e fecham, revelando ou escondendo informação. Desta forma, a página apresentaria todos os elementos do projeto, sem ser demasiado extensa. Para a construção destes separadores foram utilizadas as três linguagens *web* anteriormente mencionadas, *HTML*, *CSS* e *JavaScript*. Construiu-se primeiro o contentor geral que iria conter os três separadores, de seguida, os próprios separadores, colocando-os a funcionar (a abrir e fechar/revelar e esconder

informação) e por fim, foram colocados os conteúdos a apresentar.

Os restantes elementos da página foram de fácil execução.

A última página a construir foi a página do audiolivro.

Uma vez que o leitor/ouvinte iria usar esta página para ouvir o audiolivro do projeto, procurou-se criar uma página imersiva e que servisse de pano de fundo para a audição da obra. Deste modo, optou-se pelo fundo preto, que ia de encontro à atmosfera do audiolivro e que não prejudicava ou distraía o leitor/ouvinte.

Recorrendo ao *HTML* e ao *CSS*, a imagem de capa e toda a informação sobre o audiolivro (obra, autor, narrador e duração), foram colocadas na página. Por outro lado, o *audio player* que permite a sua reprodução, não só foi construído com recurso ao *HTML* e ao *CSS*, como também através de *JavaScript*. Esta linguagem foi utilizada na construção do botão *play/pause* e da barra que demonstra o progresso da narração. Sem *JavaScript*, o utilizador não conseguiria interagir com estes elementos, nem ouvir o audiolivro do projeto.

Foram realizados vários testes e construídas várias versões até se conseguir alcançar o resultado final. Muitas vezes, não era possível clicar no botão (o *JavaScript* não estava a funcionar corretamente) ou ouvir o audiolivro (quando o botão era carregado, o som não era reproduzido) devido a problemas com a ligação dos ficheiros *.mp3* com o documento *.html* em que foi construído o *website*.

Sendo uma das páginas principais do *website* do projeto, era fundamental que a página do audiolivro ficasse bem construída e fosse de fácil utilização.

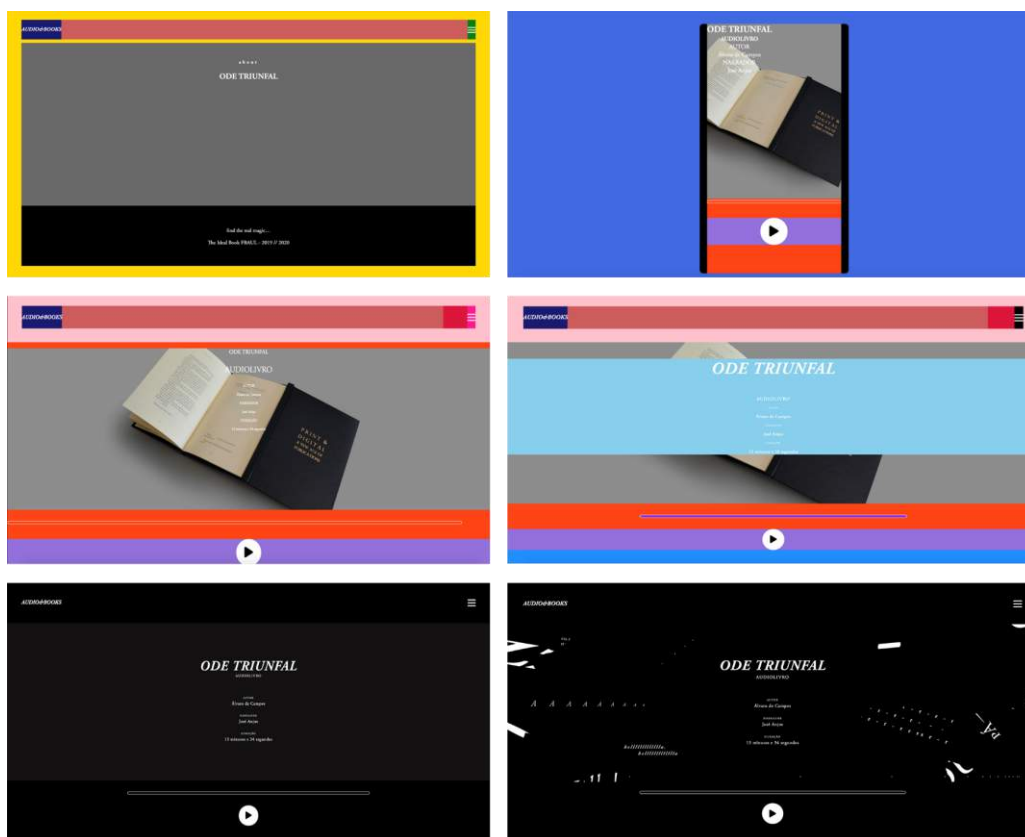


Figura 59 Processo de construção da página do audiolivro (Ana Margarida Matos ©).

Por fim, foi necessário colocar o *website online*. Este processo e, no fundo, todo o desenvolvimento do *website*, foi realizado em simultâneo com a elaboração da publicação, da capa e do código QR, dado que estes objetos só poderiam ser encadernados se o *website* estivesse *online* (o *website* fornecia o *url* necessário para a criação do código e a publicação necessitava do código QR para ser finalizada).

Colocar o *website online* foi um processo relativamente simples. Tendo as páginas construídas, foi apenas necessário encontrar uma plataforma que o alojasse (serviço de *hosting*) e que possibilitasse a criação de um domínio (*url* específico para o *website* do projeto). Desta forma, seria possível atribuir-lhe uma “morada” *online* e publicá-lo.

Uma vez selecionada a plataforma a utilizar para a implementação do *website*, foi apenas necessário definir como ficaria o *url* do *website* do projeto e copiar, juntamente com as pastas que continham as imagens, os vídeos e o audiolivro (formato *mp3*), os

ficheiros originais para essa plataforma (ficheiros com o código (formato .html)) e publicar o *website online*.

*URL do website:*

*<http://audio-and-books.pt/>*

Assim, com o *website online* e todos os seus conteúdos finalizados, foi possível dar o projeto *AUDIO&BOOKS* como concluído.

### 3.5. Resultado final

O resultado final obtido traduz-se numa proposta de experiência de leitura individual, subjetiva e distinta, produto da articulação entre todas as partes do presente projeto: o audiolivro, a publicação e o *website*.

O projeto *AUDIO&BOOKS* foi concebido como uma experiência em que o leitor/ouvinte ouve o audiolivro, acompanhando a narração do poema *Ode Triunfal* de Álvaro de Campos e, simultaneamente observa a publicação e analisa as várias composições tipográficas.

A articulação de todos os elementos contribuiu para a eficácia do projeto. O audiolivro encontra-se incorporado no *website* que, por sua vez, está acessível através do código QR presente na publicação. Esta última, apresenta no seu miolo composições tipográficas que traduzem visualmente o som do audiolivro, integra o código QR que permite o acesso ao áudio e é também constituída pelo poster e postais. Para além da simbiose estabelecida, é possível verificar que todos os elementos do projeto se encontram interligados entre si graficamente, possibilitando uma união e harmonia gráfica.

Assim, o projeto *AUDIO&BOOKS* resulta da complementaridade entre todas as suas partes, do equilíbrio e da colaboração entre objetos impressos e digitais. As imagens seguintes ilustram o resultado final (Apêndices 5 e 6).



Figura 60 Apresentação de todos os elementos do projeto *AUDIO&BOOKS* (Ana Margarida Matos ©).



Figura 61 Pormenor de vários elementos do projeto (em cima) e código QR finalizado (em baixo) (Ana Margarida Matos ©).

## CONCLUSÃO

Acompanhando o desenvolvimento tecnológico, o conceito de livro tem sofrido grandes transformações. Este já não se restringe ao papel e à página impressa, fragmentando-se e assumindo novas formas digitais ou procurando adaptar-se e relacionar-se com elas. Neste sentido, o equilíbrio entre o impresso e o digital, aqui retratado pelo livro tradicional e pelo audiolivro, foi um dos principais focos do presente trabalho.

Para além de refletir acerca da relevância do livro impresso num mundo cada vez mais digital, o presente trabalho permitiu estudar, de forma mais aprofundada, o audiolivro. Como referido, esta tipologia tem adquirido mais popularidade e suscitado uma maior adesão por parte dos leitores, apenas nos últimos anos. A imaterialidade e a importância da voz/oralidade na transmissão de informação são algumas das principais características que o diferenciam de outros formatos. Porém, estas particularidades do audiolivro podem suscitar também algumas dúvidas e reticências nos leitores, dificultando a sua completa aceitação e integração nas suas práticas de leitura. Contudo, investigações como o presente trabalho, que introduzem e exploram o audiolivro, podem contribuir para a sua valorização como uma forma de livro pertinente e como algo mais do que um prolongamento do livro impresso. Neste sentido, é importante notar que o presente trabalho de projeto, não procurou distanciar por completo o audiolivro do livro impresso. Após este processo de investigação, pode concluir-se que, ao aprofundar este formato, o presente trabalho não procurou abandonar ou quebrar totalmente a associação já existente (de comparação e de confronto) entre estas duas formas de livro, mas pelo contrário, aprofundá-la.

A componente prática do projeto, intitulada *AUDIO&BOOKS*, permitiu conhecer todo o processo de gravação e pós-produção de um audiolivro. Produzir um audiolivro original revelou-se, simultaneamente, uma das etapas mais interessantes e intimidantes de todo o projeto. Pretendeu-se desenvolver um audiolivro em português de Portugal, uma vez que, aquando da sua conclusão, o audiolivro do presente trabalho poderia ser uma contribuição para o crescimento do formato em Portugal. Embora o audiolivro se encontre bastante desenvolvido noutros mercados, nomeadamente no mercado americano, em Portugal, encontra-se ainda pouco explorado e consolidado. Deduz-se, assim, que o audiolivro do presente trabalho, mesmo surgindo num contexto académico

e não comercial, possa ser mais uma contribuição para a produção de audiolivros originais em português de Portugal.

A produção do audiolivro permitiu conhecer todas as etapas necessárias para o desenvolvimento de um conteúdo áudio, desde a seleção da obra, ao *casting de voz*, à gravação e à pós-produção. Para a sua realização considerou-se essencial recorrer aos serviços de uma empresa especializada, uma vez que a autora do presente projeto não possuía meios que assegurassem a qualidade da gravação. Deste modo, optar por uma empresa, revelou-se a melhor opção. Não só garantiu um bom resultado final, como permitiu a participação de um narrador profissional que preenchia todos os requisitos pretendidos.

No desenrolar desta etapa do projeto, comprovou-se a importância da realização do *casting de voz* e da participação de um narrador experiente na produção de um audiolivro. Considerou-se que o narrador do audiolivro do projeto correspondeu às expectativas iniciais, realizando uma narração expressiva, sonoramente rica e emotiva da mensagem do poema solicitado. Toda a sua sensibilidade na interpretação valorizou o resultado final.

Apesar dos críticos do audiolivro considerarem que a presença de um narrador externo ao próprio leitor/ouvinte pode comprometer a sua experiência de leitura, na medida em que lhe impõe o seu ritmo e interpretação e condiciona a sua experiência, considera-se que o projeto *AUDIO&BOOKS* permitiu a existência de ambos. O narrador do audiolivro interpreta a obra selecionada, enquanto o leitor/ouvinte decifra e analisa as composições tipográficas da publicação para poder experienciar verdadeiramente o projeto. Estes não se anulam ou invalidam um ao outro, mas sim complementam-se. Deste modo, o projeto desenvolvido, é produto da existência e da colaboração entre ambos.

O desenvolvimento das composições tipográficas do miolo da publicação levantou, igualmente, desafios específicos. O poema selecionado, a *Ode Triunfal* de Álvaro de Campos, é uma das maiores obras da poesia portuguesa, por isso, durante todo o processo, procurou respeitar-se, da melhor maneira possível, a sua mensagem e a sua estrutura complexa e irregular. A sua extensão revelou-se uma característica significativa para o projeto, uma vez que influenciou não só a duração do audiolivro, como o número de páginas da publicação. O facto de se tratar de uma obra relativamente longa, fez com que o número de composições fosse, igualmente, numeroso. Neste sentido, a construção e o desenvolvimento da publicação revelaram-se duas etapas complexas do projeto.

Transpor visualmente para as composições tipográficas do miolo da publicação, as inconstâncias do ritmo, a cadência, a intensidade e as repetições presentes no poema narrado, foi uma experiência desafiante. Pretendeu-se que as composições tipográficas, para além de graficamente apelativas e expressivas, fossem rigorosas à interpretação do narrador do audiolivro, apesar da consciência de que este processo é sempre subjetivo. Durante o desenvolvimento das composições, houve a preocupação de representar os silêncios e as pausas da narração, os momentos mais vibrantes e fortes, caracterizados por versos sucessivos, bem como a presença na fase final do poema de interjeições e de repetições constantes. Encontrar o equilíbrio entre a expressividade e riqueza gráficas das composições e a clareza da sua tradução sonora, foi um dos objetivos da criação da publicação.

Optar pela tipografia para traduzir visualmente o som do audiolivro revelou-se uma decisão eficaz na articulação do audiolivro à publicação, permitindo intensificar toda a experiência e promovendo a interação do leitor/ouvinte na interpretação do projeto. De um participante passivo, este passou a participante ativo, uma vez que apenas interpretando as composições tipográficas da publicação, poderia experienciar verdadeiramente o projeto *AUDIO&BOOKS*.

Explorar a tipografia como elemento gráfico e expressivo através de meios digitais mais dinâmicos, nomeadamente animações ou realidade aumentada (RA), poderá ser uma possibilidade a ser aprofundada. Desta forma, a sua interação com o som não caberia inteiramente à interpretação do leitor/ouvinte, podendo ser evidenciada também através de movimento e de alterações de cor e de tamanho.

O desenvolvimento do *website* do projeto foi também um processo construtivo pelos desafios apresentados. A opção pela realização de um projeto, baseado na correlação e interdependência entre todas as suas partes, dificultou a sua materialização, devido aos diferentes ritmos de desenvolvimento de cada objeto. Neste sentido, a finalização do *website* encontrou-se dependente dos conteúdos desenvolvidos na parte prática do trabalho, nomeadamente o audiolivro e as páginas da publicação (que contribuíram para a definição da sua estrutura e para a forma como a identidade visual do projeto lhe seria aplicada). A sua construção foi realizada, em simultâneo com a dos outros elementos tendo, por isso, sido interrompida múltiplas vezes. Deste modo, conciliar a produção de todos os elementos do projeto foi uma tarefa naturalmente iterativa e intensiva, mas compensadora.

Considera-se que o presente trabalho de projeto permitiu confirmar a possibilidade de articulação entre o audiolivro e o livro impresso. Embora se tratem de duas formas de livro distintas, que apresentam mais diferenças do que semelhanças, considera-se que o presente trabalho foi bem-sucedido na relação de complementaridade estabelecida entre os dois formatos em estudo.

O projeto final vai assim de encontro aos objetivos estabelecidos inicialmente e constitui uma proposta válida e enriquecedora, no sentido em que propõe uma experiência de leitura *sui generis*, híbrida, fruto da complementaridade entre todos os seus elementos.

## BIBLIOGRAFIA

ADES, Dawn (Ed.). (2006). *Mécano*. In Dawn Ades, *The Dada Reader: A Critical Anthology*. London: Tate Publishing. [Consult. 23-02-2022]. Disponível em [https://monoskop.org/images/5/58/Ades\\_Dawn\\_2006\\_Mecano.pdf](https://monoskop.org/images/5/58/Ades_Dawn_2006_Mecano.pdf).

ARMSTRONG, Helen (Ed.). (2009). *Graphic Design Theory: Readings from the field*. New York: Princeton Architectural Press.

BOLTER, Jay David (2001). *Writing Space: Computers, Hypertext, and the Remediation of Print* (2ª ed.). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

ECO, Umberto, & CARRIÈRE, Jean-Claude (2017). *Não Contem com o Fim dos Livros*. Lisboa: Gradiva Publicações, S. A.

EDISON, Thomas. (1878). The Phonograph and Its Future. *The North American Review*, 126(262), 527-536. [Consult. 07-12-2020]. Disponível em <http://www.jstor.org/stable/25110210>.

ESKILSON, Stephen J. (2007). *Graphic Design: A New History* (2ª ed.). New Haven, Connecticut: Yale University Press.

FERREIRA, José Mendes (Org, Trad., Introd. e Notas). (1979). *Antologia do Futurismo Italiano – Manifestos e Poemas*. Lisboa: Editorial Vega.

FERRO, António (Ed.), MONTALVÔR, Luiz de (Portugal) & CARVALHO, Ronald de (Brasil) (Dir.). (1915). *Orpheu*. Lisboa e Rio de Janeiro.

FIGUEIRA, Raquel (2010). *O NOVO LIVRO: conteúdo virtual gerador de lucro real?* (Dissertação de Mestrado em Gestão). Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho.

FURTADO, José Afonso (2003). O Papel e o Pixel, *Ciberscópico* [Consult. 24-06-2020]. Disponível em [https://www.academia.edu/630121/O\\_papel\\_eo\\_pixel](https://www.academia.edu/630121/O_papel_eo_pixel).

GERSÃO, Teolinda (1984). Para o Estudo do Futurismo Literário em Portugal. In *Portugal Futurista* (edição fac-similada, 3ª ed., pp. XIX-XL). Lisboa: Contexto Editora. [Consult. 22-03-21]. Disponível em <http://ric.slihi.pt/docs/Extras/0000001722.pdf>.

GOMES, Eliana Gonçalves (2018). *Um estudo sobre o futuro do livro: Entre o impresso e o digital* (Dissertação de Mestrado). Universidade de Lisboa, Faculdade de Belas-Artes e Faculdade de Arquitetura, Lisboa.

HAN, Byung-Chul (2016). *A Salvação do Belo*. Lisboa: Relógio D' Água.

HAVE, Iben, & PEDERSEN, Birgitte Stougaard (2013). Sonic mediatization of the book: affordances of the audiobook. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 29(54), 18 p. [Consult. 26-10-2020]. Disponível em <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v29i54.7284>.

HAVE, Iben, & PEDERSEN, Birgitte Stougaard (2016). *Digital Audiobooks: New Media, Users, and Experiences*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group.

JACKSON, K. David (2003). *As Primeiras Vanguardas em Portugal: Bibliografia e Antologia Crítica*. Madrid e Frankfurt: Vervuet Iberoamericana.

JÚDICE, Nuno (1984). O Futurismo em Portugal. In *Portugal Futurista* (edição fac-similada, 3ª ed., pp. V-XVIII). Lisboa: Contexto Editora. [Consult. 22-03-21]. Disponível em <http://ric.slihi.pt/docs/Extras/0000001721.pdf>.

LLINARES, Dario, FOX, Neil & BERRY, Richard (Eds). (2018). *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan.

LUDOVICO, Alessandro (2012). *Post-Digital Print, The Mutation of Publishing since 1894*. Rotterdam, Onomatopee 77.

LUPTON, Ellen, & LIPPS, Andrea (Eds.). (2018). *The Senses: Design Beyond Vision*. New York: Princeton Architectural Press, Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.

MARINETTI, F. T. (1919). *Les mots em liberté futuristes*. Milano: Stab. Tipografico A. Taveggia.

MARQUES, R. M. (2016). Algumas notas para a leitura de "Manucure", de Mário de Sá-Carneiro. *Anuário De Literatura*, 21(2), 30-41. [Consult. 20-02-22]. Disponível em <https://doi.org/10.5007/2175-7917.2016v21n2p30>.

MARTINHO, Teresa Duarte, LOPES, João Teixeira, & GARCIA, José Luís (Orgs.). (2016). *Cultura e Digital em Portugal*. Porto: Edições Afrontamento.

MEGGS, Philip B., & PURVIS, Alston W. (2012) *Meggs' History of Graphic Design* (5ª edição). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

MIRAGLIA, Gianluca (2017). Londres, 1914 – Junho: a obra-prima do Futurismo. *Pessoa Plural*, 11 (P./Spring) 205, 174-209. [Consult. 17-03-21]. Disponível em <http://hdl.handle.net/10451/39384>.

ONG, Walter J. (1982). *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group.

PINHEIRO, Paulo (2018). *Produção de Audiobooks em Português Europeu* (Dissertação de Mestrado em Engenharia Industrial). Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Instituto Politécnico de Bragança.

ROBIDA, Albert, & UZANNE, Octave (2001). *La Fin des Livres*. [Consult. 14-06-2021]. Disponível em <http://www.gutenberg.org/files/2820/2820-h/2820-h.htm>.

ROCHA, Karina Bersan (2012). Ler Pessoa à luz de Pessoa: uma interpretação das Odes de Álvaro de Campos. *Scripta*, 16(31), 71-84. [Consult. 07-01-21]. Disponível em <https://doi.org/10.5752/P.2358-3428.2012v16n31p71>.

RUBERY, Matthew (Ed.). (2011). *Audiobooks, Literature, and Sound Studies*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group.

RUBERY, Matthew (2016). *The Untold Story of the Talking Book*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

SÁ-CARNEIRO, Mário (1914). *De Mário de Sá Carneiro a Fernando Pessoa, 30 de Junho de 1914*. Espólio de Fernando Pessoa, E3/115, BNP. [Consult. 19-03-21]. Disponível em <http://ric.slii.pt/docs/Extras/0000001660.pdf>.

SIMÕES, Manuel G. (2009). Os mitos futuristas e a “Ode triunfal” de Álvaro de Campos. *Estudos Italianos em Portugal*, (4), 89-98. [Consult. 22-03-21]. Disponível em [https://doi.org/10.14195/0870-8584\\_4\\_7](https://doi.org/10.14195/0870-8584_4_7).

TAVARES, Cristina Azevedo, & DIAS, Fernando Rosa (Org.). (2007). *Artes visuais e as outras artes: as primeiras vanguardas*. Lisboa: Faculdade de Belas-Artes, Universidade de Lisboa.

WARDE, Beatrice (1956). *The Crystal Goblet: Sixteen Essays on Typography*. Cleveland and New York: The World Publishing Company.

## NETOGRAFIA

ACAPO (s.d.a). *ACAPO-ACTUAL*. [Consult. 12-02-22]. Disponível em <https://www.acapo.pt/acapo-actual-edicao-no122>.

ACAPO (s.d.b). *O que fazemos*. [Consult. 14-02-22]. Disponível em <https://www.acapo.pt/o-que-fazemos>.

ACAPO (s.d.c). *Quem Somos*. [Consult. 14-02-22]. Disponível em <https://www.acapo.pt/acapo>.

ADOBE (2021). *Photoshop | Perguntas frequentes*. [Consult. 08-11-21]. Disponível em <https://helpx.adobe.com/pt/photoshop/faq.html>.

ALL POETRY (s.d.). *After The Marne, Joffre Visited The Front By Car*. [Consult. 24-02-22]. Disponível em <https://allpoetry.com/After-The-Marne,-Joffre-Visited-The-Front-By-Car>.

AMERICAN FOUNDATION FOR THE BLIND (2020). *About Us*. [Consult. 01-12-21]. Disponível em <https://www.afb.org/about-afb>.

APPLE PORTUGAL (s.d.). *O que é o iTunes no PC?*. [Consult. 15-02-22]. Disponível em <https://support.apple.com/pt-pt/guide/itunes/itms5ecc4f3c/windows>.

AUDIBLE (s.d.). *Best Sellers*. [Consult. 12-02-22]. Disponível em [https://www.audible.com/adblbestsellers?ref=a\\_ep\\_audiob\\_c4\\_adblp13nmpxxp13n-mpl-dt-c\\_showmore&pf\\_rd\\_p=c07791b9-bac9-47f1-b3ab-bd63fc6068f3&pf\\_rd\\_r=JWRHVHFE6HKF4HRWB1A8](https://www.audible.com/adblbestsellers?ref=a_ep_audiob_c4_adblp13nmpxxp13n-mpl-dt-c_showmore&pf_rd_p=c07791b9-bac9-47f1-b3ab-bd63fc6068f3&pf_rd_r=JWRHVHFE6HKF4HRWB1A8).

AUDIO PUBLISHERS ASSOCIATION (2020). *2020 Consumer Survey & 2019 Sales Survey*. [Consult. 24-09-20]. Disponível em <https://www.audiopub.org/uploads/pdf/2020-Consumer-Survey-and-2019-Sales-Survey-Press-Release-FINAL.pdf>.

AUDIO PUBLISHERS ASSOCIATION (2021a). *2021 Consumer & 202 Sales Surveys Announcement*. [Consult. 11-02-22]. Disponível em <https://www.audiopub.org/uploads/pdf/Consumer-and-Sales-Survey-Press-Release-2021-FINAL.pdf>.

AUDIO PUBLISHERS ASSOCIATION (2021b). *About the APA*. [Consult. 30-11-21]. Disponível em <https://www.audiopub.org/industry/about>.

BARATA, Ana (2021). *Os livros de Octave Uzanne*. [Consult. 05-01-22]. Disponível em <https://gulbenkian.pt/biblioteca-arte/uma-obra-da-biblioteca/os-livros-de-octave-uzanne/>.

BIBLIOTECAS MUNICIPAIS DO PORTO (s.d.). *Biblioteca Sonora*. [Consult. 14-02-22]. Disponível em <https://bmp.cm-porto.pt/bibliotecasonora>.

BLONK, Jaap (2009). *Some words to Kurt Schwitters' URSONATE, by Jaap Blonk*. [Consult. 25-02-22]. Disponível em <http://www.jaapblonk.com/Texts/ursonatewords.html>.

BOCA-PALAVRAS QUE ALIMENTAM (2022). *Apresentação*. [Consult. 11-02-22]. Disponível em <https://www.boca.pt/about>.

BOOKS ON TAPE (s.d.). *About Us*. [Consult. 16-02-22]. Disponível em <https://www.booksontape.com/about-us/>.

BRACKETS (s.d.). *Modern, Powerful & Open source*. [Consult. 09-11-21]. Disponível em <https://brackets.io/>.

CAPELO, Sara (2007). *Este foi ano de “explosão” dos audiolivros*. [Consult. 14-02-22]. Disponível em <https://www.publico.pt/2007/12/10/jornal/este-foi-o-ano-de-explosao--dos-audiolivros-240937>.

CASA FERNANDO PESSOA (s.d.). *Álvaro de Campos*. [Consult. 17-03-21]. Disponível em <https://casafernandopessoa.pt/pt/fernando-pessoa/obra/alvaro-de-campos>.

CIPRIANO, Rita (2016). *Mário de Sá-Carneiro, o poeta que os deuses amaram*. [Consult. 05-02-22]. Disponível em <https://observador.pt/especiais/mario-sa-carneiro-poeta-os-deuses-amaram/>.

ÉDITIONS VOLUMIQUES (s.d.). *Un livre sonore*. [Consult. 04-02-22]. Disponível em <https://volumique.com/v2/portfolio/sound-book/>.

EGODITOR (2021). *About us*. [Consult. 03-11-21]. Disponível em <https://www.qr-code-generator.com/about/>.

ENCYCLOPEDIA BRITANNICA (2020). *Thomas Edison, American inventor*. [Consult. 13-01-2021]. Disponível em <https://www.britannica.com/biography/Thomas-Edison>.

ENCYCLOPEDIA BRITANNICA (s.d.). *Hugo Ball, German author and social critic*. [Consult. 07-02-2022]. Disponível em <https://www.britannica.com/biography/Hugo-Ball>.

ESCHNER, Kat (2017). *Mary Had a Little Lamb' Is Based on a True Story*. [Consult. 15-12-21]. Disponível em <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/mary-had-little-lamb-based-true-story-180963330/>.

FRIAS, Sofia, & PINHO, Maria (2020). *Dia Mundial do Livro: Os audiolivros ainda não são um hábito português*. [Consult. 14-02-22]. Disponível em <https://www.jpn.up.pt/2020/04/23/dia-mundial-do-livro-os-audiolivros-ainda-nao-sao-um-habito-portugues/>.

FUNDAÇÃO FRANCISCO MANUEL DOS SANTOS (2022a). *Audiolivros*. [Consult. 11-02-22]. Disponível em <https://www.ffms.pt/destaques/detalhe/2497/audiolivros>.

FUNDAÇÃO FRANCISCO MANUEL DOS SANTOS (2022b). *Sobre a Fundação*. [Consult. 11-02-22]. Disponível em <https://www.ffms.pt/sobre-a-fundacao>.

HARPERCOLLINS PUBLISHERS (2021). *CAEDMON RECORDS AND AUDIOBOOKS*. [Consult. 26-11-21]. Disponível em <https://200.hc.com/stories/caedmon-records-and-audiobooks/#menu>.

HAYDEN, Carla (s.d.). *About the Library*. [Consult. 01-12-21]. Disponível em <https://www.loc.gov/about/>.

IMPRESA NACIONAL (2021a). *Audiolivros*. [Consult. 11-02-22]. Disponível em <https://impresanacional.pt/digitais/audiolivros/>.

IMPRESA NACIONAL (2021b). *Imprensa Nacional*. [Consult. 13-02-22]. Disponível em <https://impresanacional.pt/>.

INVISION (2021). *Transformative collaboration for all the work you do*. [Consult. 09-11-21]. Disponível em <https://www.invisionapp.com/>.

LETRA PEQUENA (2016). *Livros para escutar (e ver)...*[Consult. 12-02-22]. Disponível em <http://blogues.publico.pt/letrapequena/2016/06/06/livros-para-escutar-e-ver-2/>.

LIBRIVOX (s.d.). *About LibriVox*. [Consult. 15-02-22]. Disponível em <https://librivox.org/pages/about-librivox/>.

LYNOTYPE (s.d.). *Dadaism*. [Consult. 07-02-22]. Disponível em <https://www.linotype.com/786-12586/dada-typography.html#:~:text=The%20Dada%20influence%20on%20typography,anti%2Dbourgeois%20outlook%20took%20form.&text=New%20typographic%20techniques%20were%20not%20only%20used%20in%20advertisements>.

LOONAR STUDIOS (2021a). *Venus*. [Consult. 12-07-21]. Disponível em <https://venus-story.com/>.

LOONAR STUDIOS (2021b). *Who we are?*. [Consult. 27-10-21]. Disponível em <https://loonars.com/about>.

LUSA (2021). *Leya e Kobo lançam "maior plataforma portuguesa" de eBooks e audiolivros.* [Consult. 13-02-22]. Disponível em [https://www.rtp.pt/noticias/cultura/leya-e-kobo-lancam-maior-plataforma-portuguesa-de-ebooks-e-audiolivros\\_n1314715](https://www.rtp.pt/noticias/cultura/leya-e-kobo-lancam-maior-plataforma-portuguesa-de-ebooks-e-audiolivros_n1314715).

MARQUES, Ricardo (s.d.). *Portugal Futurista.* [Consult. 07-02-22]. Disponível em <https://modernismo.pt/index.php/portugal-futurista>.

MDN WEB DOCS (s.d.a.). *CSS.* [Consult. 09-11-21]. Disponível em <https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Glossary/CSS>.

MDN WEB DOCS (s.d.b.). *What is JavaScript?.* [Consult. 09-11-21]. Disponível em [https://developer.mozilla.org/enUS/docs/Learn/JavaScript/First\\_steps/What\\_is\\_JavaScript](https://developer.mozilla.org/enUS/docs/Learn/JavaScript/First_steps/What_is_JavaScript).

MOMA (s.d.). *Kleine Dada Soirée* [Consult. 14-02-22]. Disponível em <https://www.moma.org/collection/works/5533>.

MUSÉE STÉPHANE MALLARMÉ (s.d.). *STÉPHANE MALLARMÉ, BIOGRAPHIE.* [Consult. 27-01-22]. Disponível em <https://www.musee-mallarme.fr/fr/biographie>.

MUSEU CALOUSTE GULBENKIAN (2021). *José de Almada Negreiros: uma maneira de ser moderno.* [Consult. 05-02-22]. Disponível em <https://gulbenkian.pt/museu/jose-almada-negreiros-maneira-moderno/>.

NEOLIVROS (s.d.). *Neolivros, edições digitais.* [Consult. 13-02-22]. Disponível em <https://www.neolivros.com/>.

ORFEU NEGRO (s.d.). *Paul Virilio.* [Consult. 06-01-22]. Disponível em <https://www.orfeunegro.org/blogs/autores-ensaios/paul-virilio>.

PENN ARTS & SCIENCES DEPARTMENT OF HISTORY (s.d.). *Roger Chartier.* [Consult. 06-01-22]. Disponível em <https://live-sas-www-history.pantheon.sas.upenn.edu/people/faculty/roger-chartier>.

PERIALE, Elizabeth (2010). *Mary Had A Little Lamb*. [Consult. 15-12-21]. Disponível em <https://blog.library.si.edu/blog/2010/09/01/mary-had-a-little-lamb/#.YbtL-hPP1KO>.

PESSOA, Fernando (1935). *Carta a Adolfo Casais Monteiro*. [Consult. 17-03-21]. Disponível em <https://casafernandopessoa.pt/pt/fernando-pessoa/textos/heteronimia>.

PISSARRA, Gisela (2007). *Audiolivro e DVD no dia em que Mário Cesariny faria anos*. [Consult. 14-02-22]. Disponível em <https://www.dn.pt/arquivo/2007/audiolivro-e-dvd-no-dia-em-que-mario-cesariny-faria-anos-662845.html>.

POETRY FOUNDATION (s.d.a). *Alfred, Lord Tennyson*. [Consult. 15-12-21]. Disponível em <https://www.poetryfoundation.org/poets/alfred-tennyson>.

POETRY FOUNDATION (s.d.b). *Dylan Thomas*. [Consult. 15-12-21]. Disponível em <https://www.poetryfoundation.org/poets/dylan-thomas>.

POETRY FOUNDATION (s.d.c). *Robert Browning*. [Consult. 15-12-21]. Disponível em <https://www.poetryfoundation.org/poets/robert-browning>.

PROJECT GUTENBERG (s.d.). *About Project Gutenberg*. [Consult. 15-02-22]. Disponível em <https://www.gutenberg.org/about/>.

ROYAL NATIONAL INSTITUTE OF BLIND PEOPLE (s.d.). *About us*. [Consult. 27-10-21]. Disponível em <https://www.rnib.org.uk/about-us>.

RUBERY, Matthew (2013). *Audiobooks before Audiobooks*. [Consult. 05-12-21]. Disponível em <https://lareviewofbooks.org/article/audiobooks-before-audiobooks/>.

S-TOWN (2017a). *About the show*. [Consult. 27-10-21]. Disponível em <https://stownpodcast.org/about>.

S-TOWN (2017b). *S-town*. [Consult. 12-07-21]. Disponível em <https://stownpodcast.org/>.

SEARLE, Adrian (2010). *Theo van Doesburg: The splintered self*. [Consult. 14-02-22]. Disponível em <https://www.theguardian.com/artanddesign/2010/feb/01/theo-van-doesburg-avant-garde-tate>.

SEM DESTINO A (2017). *Sem destino a*. [Consult. 12-07-21]. Disponível em <http://semdestinoa.belasartes.ulisboa.pt/>.

SERIAL PODCAST (s.d.). *Serial tells one story — a true story*. [Consult. 16-03-21]. Disponível em <https://serialpodcast.org/about>.

SILVA, Patrícia (s.d.). *Orpheu*. [Consult. 24-03-21]. Disponível em <https://modernismo.pt/index.php/orpheu>.

SKETCH (2021). *About Sketch*. [Consult. 09-11-21]. Disponível em <https://www.sketch.com/about-us/>.

SPOTIFY (s.d.a). *About Spotify*. [Consult. 15-02-22]. Disponível em <https://newsroom.spotify.com/company-info/>.

SPOTIFY (s.d.b). *Audiolivros em português*. [Consult. 13-02-22]. Disponível em <https://open.spotify.com/show/3zg9gsxDJ6W1mcdmcYN1ek>.

TEATRO DA RAINHA (s.d.). *José Anjos*. [Consult. 01-03-21]. Disponível em <https://teatrodarainha.pt/artista/jose-anjos/>.

THE FONTS.COM (s.d.). *Adobe Garamond*. [Consult. 17-10-21]. Disponível em <https://www.fonts.com/font/adobe/adobe-garamond/story>.

THE MET (s.d.a). *A Tumultuous Assembly. Numerical Sensibility (Une Assemblée tumultueuse. Sensibilité numérique) published in Les mots en liberté futuristes*. [Consult. 23-02-22]. Disponível em [https://www.metmuseum.org/art/collection/search/345679?who=Marinetti%2c+Filippo+Tommaso%24Filippo+Tommaso+Marinetti&ao=on&ft=\\*&offset=0&rpp=20&pos=2](https://www.metmuseum.org/art/collection/search/345679?who=Marinetti%2c+Filippo+Tommaso%24Filippo+Tommaso+Marinetti&ao=on&ft=*&offset=0&rpp=20&pos=2).

THE MET (s.d.b). *In the Evening, Lying on Her Bed, She Reread the Letter from Her Artilleryman at the Front (Le Soir, couchée dans son lit, elle relisait la lettre de son artilleur au front)*, published in *Les Mots en liberté futurists*. [Consult. 23-02-22]. Disponível em <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/345670>.

THE PUBLIC DOMAIN REVIEW (s.d.). *Octave Uzanne's "The End of Books" (1894)*. [Consult. 25-06-21]. Disponível em <https://publicdomainreview.org/collection/octave-uzannes-the-end-of-books-1894>.

THIS AMERICAN LIFE (s.d.). *Overview*. [Consult. 16-03-21]. Disponível em <https://www.thisamericanlife.org/about>.

TURNER, Elen (2021). *A Guide to Gelli Plates: Make a Monoprint and More*. [Consult. 16-08-22]. Disponível em <https://www.skillshare.com/blog/a-guide-to-gelli-plates-make-a-monoprint-and-more/>.

VEREKER, Elizabeth (s.d.). *Melancholy & Hysteria*. [Consult. 03-02-22]. Disponível em <http://www.elizabethvereker.com/melancholy-hysteria>.

VICTROLA (s.d.). *Difference Between 33, 45, and 78 Records?*. [Consult. 17-12-21]. Disponível em <https://victrola.com/blogs/articles/difference-between-33-45-and-78-records>.

W3SCHOOLS (s.d.a). *CSS Introduction*. [Consult. 09-11-21]. Disponível em [https://www.w3schools.com/css/css\\_intro.asp](https://www.w3schools.com/css/css_intro.asp).

W3SCHOOLS (s.d.b). *HTML Introduction*. [Consult. 09-11-21]. Disponível em [https://www.w3schools.com/html/html\\_intro.asp](https://www.w3schools.com/html/html_intro.asp).

ZHENG, Ran (2016). *Essay*. [Consult. 04-02-22]. Disponível em <http://thesis2016.micadesign.org/ran/essay.html>.

ZENITH, Richard (s.d.). *Fernando Pessoa: O Poeta dos Muitos Rostos*. [Consult. 19-03-21]. Disponível em <https://casafernandopessoa.pt/pt/fernando-pessoa/vida>.

## APÊNDICES

**Apêndice 1** – *Briefing* enviado ao narrador no início do processo de gravação do audiolivro. Estas primeiras indicações descreviam, de forma geral, o que era pretendido. Apenas com o desenrolar da gravação e a audição das primeiras versões da narração, seria possível dar indicações mais específicas.

### *Briefing*

Audiolivro – *Ode Triunfal*, Álvaro de Campos

A *Ode Triunfal* de Álvaro de Campos é um poema expressivo e frenético. O sujeito poético encontra-se arrebatado, eufórico e doído pelas sensações que as máquinas, que estão à sua volta, lhe provocam. O poema retrata a exaltação dos seus sentidos e a sua admiração pelas máquinas, pela modernidade e pelo futuro.

Deste modo, no geral, gostaria que o poema fosse declamado de forma natural e fluída. Que o ritmo e expressividade da locução vá de encontro ao que é dito nos versos do poema.

Gostaria também que as partes mais frenéticas do poema (onomatopeias, interjeições, etc.) fossem declamadas de uma forma enérgica e ritmada, para ir de encontro ao estado eufórico e arrebatador em que o sujeito poético se encontra.

Ana Margarida Matos

*Ode Triunfal*, de Álvaro de Campos

**Apêndice 2** – Indicações enviadas ao narrador durante o processo de gravação do audiolivro, (apontamentos em relação à primeira leitura do texto (excerto da obra) e às duas versões seguintes (narração da obra completa)).

Boa tarde,

Como combinado, envio em anexo o *briefing* com as indicações para a narração (caso seja preciso alguma informação mais específica, por favor avise-me que eu volto a enviar).





Envio também alguns exemplos de música e efeitos sonoros para o audiolivro. Gostaria que estes fossem colocados como som de fundo (não muito alto, apenas o suficiente para dar ambiente e cortar o silêncio):

- Efeitos sonoros:  
<https://www.youtube.com/watch?v=ryWmcjQ3CB8>  
<https://www.youtube.com/watch?v=BQ23hZ0XawU>  
(Procuro sons de máquinas discretos, para lembrar um ambiente industrial)
- Música:  
[https://www.youtube.com/watch?v=\\_3YSnKHPPnE](https://www.youtube.com/watch?v=_3YSnKHPPnE)  
(Procuro uma música neutra, imersiva e discreta)

Obrigado,

Ana Margarida Matos

\*\*\*



Boa tarde,

No geral, a narração parece-me bem. Não só tem ritmo e energia (quando o poema o exige, por exemplo nas exclamações, onomatopéias e interjeições), como também tem momentos mais controlados.

Os momentos que mais gostei foram:

**00:08 – 00:52**  
- O início. Pareceu-me muito bem. Em particular este verso: **00:23 – 00:27** - "O rodas, ó engrenagens, rrrrrrrr atemo!". Este verso era um dos exemplos de momentos frenéticos que referi, uma vez que o poeta utiliza onomatopéias para lembrar o som dos motores.

**01:27 – 01:33**  
- Gostei muito desta parte também.

**02:52 – 03:03**  
- Voz colocada e com pausas.

**03:04 – 03:52**  
- Voz colocada e momentos expressivos. Resalço também este verso: **03:04 – 03:07** - "Hé-lá as ruas, hé-lá as praças, hé-lé-hé la foule!". Pareceu-me também.

Apesar de ter gostado da narração, tenho algumas reticências em relação à respiração do narrador. Sei que se encontra com a voz cansada e que nos próximos dias se encontrará melhor, mas queria apenas referir alguns momentos em que a respiração pode estar a ouvir-se demasiado:

**00:13**  
**00:22**  
**01:53**  
**03:39**  
**04:16**  
**04:24**

Há momentos em que a sua respiração encaixa bem no poema, por exemplo: "Ah, poder exprimi-me todo como um motor se exprime!" (principalmente no Ah). Porém, ao longo deste excerto, nota-se, por vezes, que o narrador se encontra ofegante ou cansado.

Relativamente aos momentos frenéticos do poema, estes são marcados pela utilização de exclamações, interjeições e onomatopéias. Considero que o narrador conseguiu declamá-los muito bem e de forma equilibrada (sem exageros e ao mesmo tempo com expressividade, que era o que eu pretendia).

Considero que a forma como o poema está a ser narrado vai de encontro às minhas expectativas :). Os aspetos a melhorar são apenas os que já referi, relativamente à respiração, uma vez que podem comprometer o resultado final. Gostaria ainda de referir que, se necessário e exista algum impedimento de saúde por parte do narrador, poderia ainda aguardar mais algum tempo.

Obrigado,

Ana Margarida Matos

\*\*\*

Boa tarde,

Peço desculpa pela demora na resposta.  
Obrigado pelo envio da locução.

De um modo geral, gostei da narração e acho que a questão da respiração foi resolvida.

Neste sentido, e depois de ouvir esta primeira locução, gostaria, se possível, que se acentuasse o contraste entre momentos mais calmos e momentos expressivos. Por exemplo:

**04:57** - *"(o que palpar-vos represente para mim!)"*

– Acentuar mais esta frase. Só um pouco mais de energia, como se fosse um desabafo, uma confissão cheia de satisfação, (apenas uma sugestão).

**05:22**

– Imagine os versos seguintes um pouco mais intensos e com um ritmo crescente, principalmente nas interjeições. Há uma grande utilização de exclamações e da interjeição "Ó".

*"Ó fazendas nas montanhas! Ó manequins! Ó últimos figurinos!  
Ó artigos inúteis que toda a gente quer comprar!  
Ó grandes armazéns com várias secções!  
Ó anúncios efêmeros que veem e estão desaparecem!  
Ó tudo com que hoje se constrói, com que hoje se é diferente de ontem!  
Eh, cimento armado, betão de cimento, novos processos!  
Progressos dos armamentos tãoosamente mortíferos!  
Couraçados, canhões, metralhadoras, submarinos, aeroplanos!"*

-----

Gostaria de referir ainda que, ao longo da locução, reparei nalguns momentos de hesitação do narrador. Nada de muito significativo, mas como estas pausas são um pouco maiores que as outras, chamam mais à atenção e quebram o ritmo do poema, por exemplo:

**00:53-00:54**

– Alguma hesitação.

**01:14**

– Este verso: *"Só porque houve outrora e foram humanos Vergílio e Platão"*, poderia ser corrido. A pausa seria assim depois de Vergílio e Platão.

**01:20**

– Pausa grande.

**01:25** - *"Átomos que hão de ir ter febre para o cérebro do Êsquilo do século cem/ Andam por estas correias de transmissão e por estes êmbolos e por estes volantes, (...)"*  
– Depois de "cem", há uma quebra/pausa no poema, parece que a frase termina. A frase poderia ser continuada, juntando assim os dois versos.

**02:01**

– Uma pausa grande entre as estrofes. Talvez pudesse ser mais fluida também, de forma a não se notar tanto o intervalo entre estrofes.

**03:47**

– Esta parte poderia ser toda corrida, sem a pausa entre: *"(e quem sabe o quê (...) e (...) por dentro?)"*.

**04:22**

– Leveira quebra depois da palavra Fanfarra. O verso poderia ser fluido, como uma frase só: *"Que ilumina de Pradílio e Fanfarra os céus Usuais e lúcidos da Civilização quotidiana!"*

**07:02**

– Poderia ser tudo corrido, como uma frase só: *"E sendo misericordiosamente o mesmo Que era quando Platão era realmente Platão"*.

**09:59**

– No verso: *"Ó pinheirais sombrios ao crepúsculo"*. O "Ó" está um pouco prolongado demais.

**10:05**

– Quebra no verso. Poderia ser uma frase corrida: *"Pinheirais onde a minha infância era outra coisa Do que eu sou hoje"*.

**10:53**

– Há uma ligeira hesitação entre *"(...) invasões (...)"* e *"(...) Ruído (...)"*.

-----

Apesar dos momentos assinalados, queria salientar que gosto da interpretação e do ritmo da locução ao longo do poema, principalmente do final, nos versos:

*"Galgar com tudo por cima de tudo! Hup-lá!*

*Hup-lá, hup-lá, hup-lá-hô, hup-lá, Hé-lá!*

*Hé-hô! Ho-o-o-o-o!*

*Z-z-z-z-z-z-z-z-z-z!*

*Ah não ser eu toda a gente e toda a parte!"*

O José consegue declamar as interjeições do poema com força e energia, terminando de forma calma e numa espécie de desabafo final do sujeito poético, no verso: *"Ah não ser eu toda a gente e toda a parte!"*. O final pareceu-me muito bem.

### Apêndice 3 – Indicações enviadas ao técnico de som durante a pós-produção do audiolivro do projeto.

04/02/2021, 14:38 ☆ ↶ ⋮

Bom tarde,

Obrigado pelo envio da locução e do texto relativamente ao processo do técnico. Fico muito agradecida por ter tido disponibilidade para o escrever e pela informação que me deu.

Em relação à composição sonora, seria possível alterar a música de fundo? Sei que a minha sugestão inicial ia de encontro à música colocada, mas depois de ouvir acho que não tem muito a ver com o tema do poema. Peço desculpa.

Se possível, poderia ser substituída por uma música parecida a esta?  
<https://www.youtube.com/watch?v=IXv2ZgISk68>

– A parte que vai de encontro ao que procuro vai apenas até ao minuto **01:40**, depois a música começa a intensificar-se e pode ser demasiado, pode abafar a interpretação do narrador. A narração deve ser sempre o mais importante, (a música deve ser um plano de fundo).

Queria salientar que gostei do facto de haver um intervalo entre a narração e os créditos (e estas não terem música). Se possível, poderia prolongar um pouco o tempo entre os créditos iniciais e o início da narração? Haveria assim um intervalo maior antes de começar logo a música e a declamação. Este intervalo poderia ter o mesmo tempo que o intervalo entre o fim da locução e os créditos finais.

Gostaria de perguntar também se seria possível enviar-me (quando o audiolivro estiver terminado), um ficheiro apenas com a narração (já tratada pelo técnico, mas sem música ou efeitos).


Peço desculpa pelas alterações. Espero que não acaretem muito trabalho para o técnico, mas só conseguiria mesmo ver como ficava tudo e se resultava ou não, uma vez realizada a composição sonora.

Obrigado,

Ana Margarida Matos

\*\*\*

---



L'homme mince

# Apêndice 4 – Divisão do poema *Ode Triunfal* de Álvaro de Campos, pelas duplas páginas da publicação.

## Divisão do poema *Ode Triunfal* pelas páginas da publicação

- Versos
- Uma página da publicação
- Uma página da publicação
- Páginas adjacentes
- Interações e correspondências

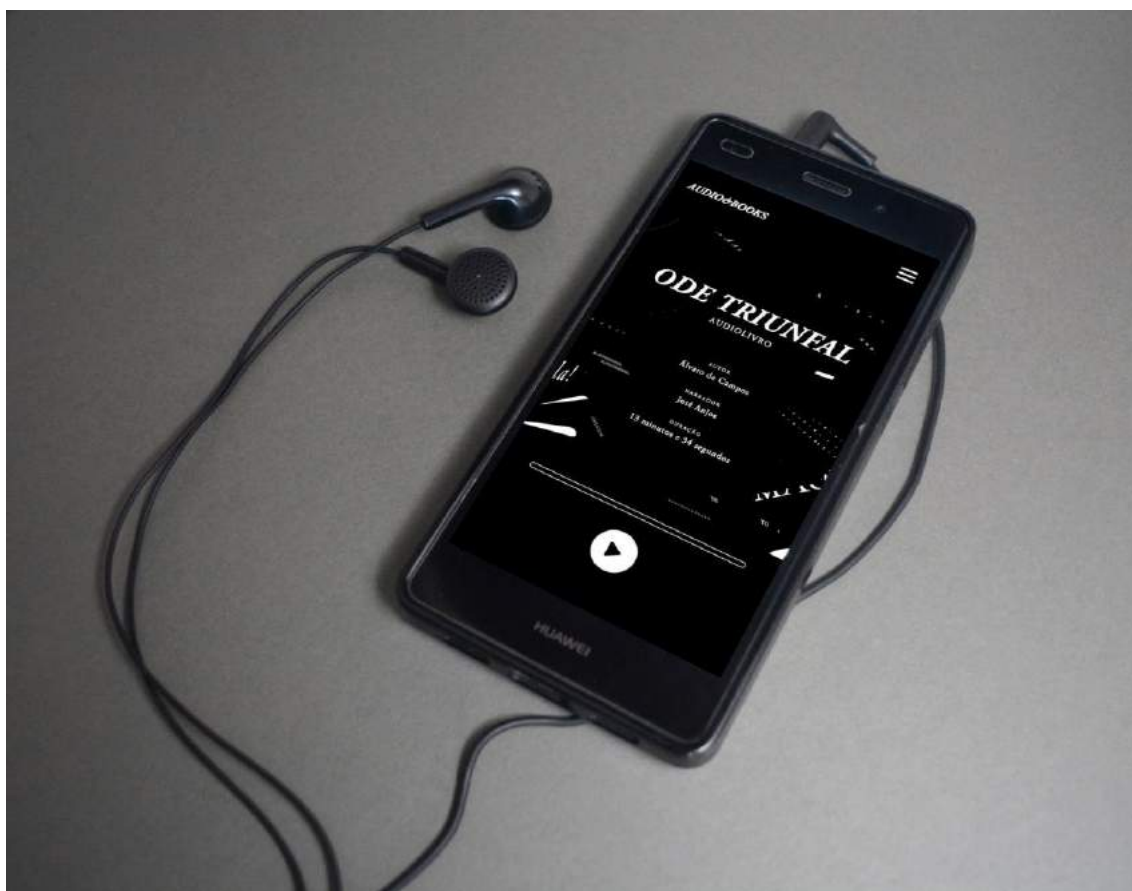
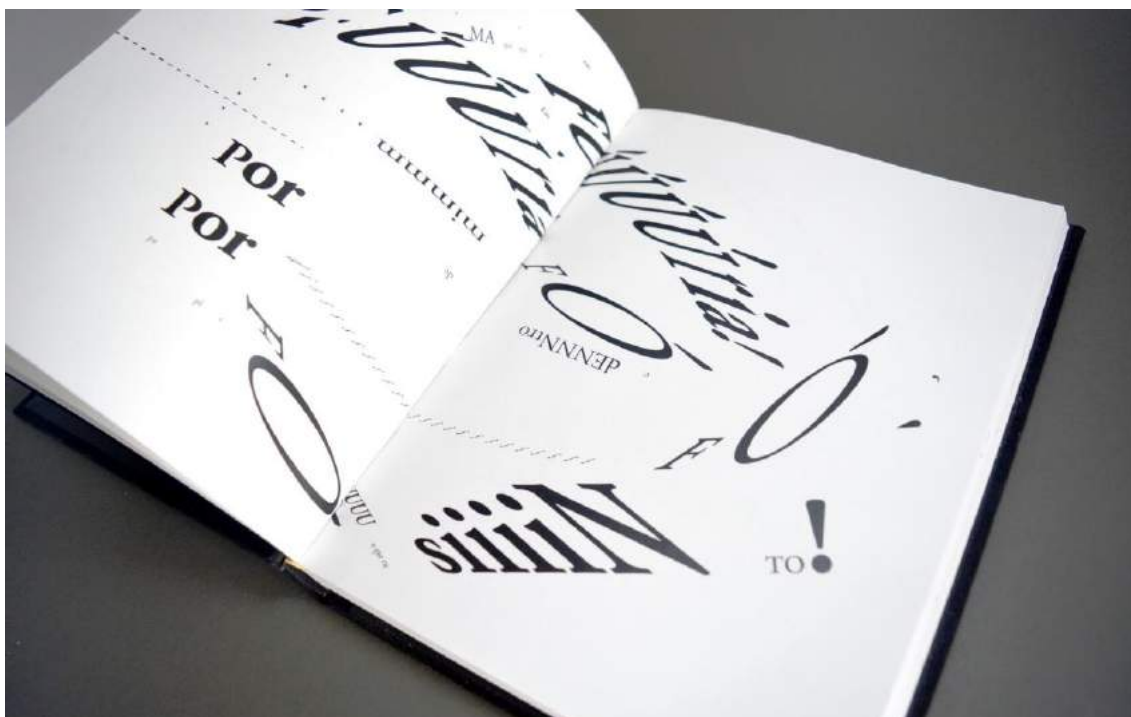
*Ode Triunfal*  
Poema de Álvaro de Campos  
Narrado por José Aguiar

Á dolorosa luz das grandes lâmpadas elétricas da fábrica  
Tenho **lêves e úmidos**  
**Escuro** rangendo os dentes, **ferro para a beleza feia**  
**Para a beleza feia** totalmente desconhecido dos artigos.  
**Ó** rodas, **engrenagens, pistões, eixos!**  
**É**ste espumo retido dos maquinismos em **ferro**  
Em **ferro** fora e dentro de mim,  
**Perfocados** os meus nervos dissecados **peça**  
**Perfocadas** as papilas **feia** de tudo com que eu sinto!  
Tenho os lábios **secos**, **grandes** ruidos modernos,  
De vos ouvir demasiado de perto,  
E ade-me a cabeça de vos querer cantar com um **cesso**  
De **cesso** de todas as milhas sensações,  
Com um **cesso** contemporâneo de vos, **ó** máquinas!  
Em **ferro** e olhando os motores como a alma Natassa **trabalha** —  
Grandes **bravos** humanos de **ferro** e **ferro** e **ferro** —  
**Carne** e **gosto** **trabalha**, e também o **trabalha** e o **trabalha**.  
Porque o **trabalha** é **ferro** o **trabalha** e **ferro** o **trabalha**  
E ha **trabalha** e **trabalha** dentro das máquinas e das luzes elétricas.  
SA porque houve outono e fôrma humana **trabalha** e **trabalha**.  
E nadaçõs do Alexandre Magno do **trabalha** talvez cincoenta,  
Assomo que lãõ de le ter feito para o cérebro do Espaço do **trabalha** certo.  
Andam por estes correios de transmissão e por estes símbolos e por estes volantes,  
**Re-ó** **trabalha**, **trabalha**, **trabalha**, **trabalha**, **trabalha**, **trabalha**, **trabalha**, **trabalha**.  
Fazendo-me um assomo de **trabalha** ao corpo minha só **trabalha** a alma.  
**Ah**, **trabalha** **trabalha** — ma todo como um motor se **trabalha**  
Ser completo como uma máquina!  
**Trabalha** li na vida triunfante como um automóvel último-moço!  
**Trabalha** ao menos penetra-me fisicamente de todo isto.  
Rasga **trabalha** todo, abra **trabalha** completamente, torna **trabalha** passante.  
A todos os perfumes de óleos e **trabalha** e **trabalha**.  
Desta flora estúpida, negra, artificial e insuavis!

183-184-185-186-187-188-189-190-191-192-193-194-195-196-197-198-199-200-201-202-203-204-205-206-207-208-209-210-211-212-213-214-215-216-217-218-219-220-221-222-223-224-225-226-227-228-229-230-231-232-233-234-235-236-237-238-239-240-241-242-243-244-245-246-247-248-249-250-251-252-253-254-255-256-257-258-259-260-261-262-263-264-265-266-267-268-269-270-271-272-273-274-275-276-277-278-279-280-281-282-283-284-285-286-287-288-289-290-291-292-293-294-295-296-297-298-299-300-301-302-303-304-305-306-307-308-309-310-311-312-313-314-315-316-317-318-319-320-321-322-323-324-325-326-327-328-329-330-331-332-333-334-335-336-337-338-339-340-341-342-343-344-345-346-347-348-349-350-351-352-353-354-355-356-357-358-359-360-361-362-363-364-365-366-367-368-369-370-371-372-373-374-375-376-377-378-379-380-381-382-383-384-385-386-387-388-389-390-391-392-393-394-395-396-397-398-399-400-401-402-403-404-405-406-407-408-409-410-411-412-413-414-415-416-417-418-419-420-421-422-423-424-425-426-427-428-429-430-431-432-433-434-435-436-437-438-439-440-441-442-443-444-445-446-447-448-449-450-451-452-453-454-455-456-457-458-459-460-461-462-463-464-465-466-467-468-469-470-471-472-473-474-475-476-477-478-479-480-481-482-483-484-485-486-487-488-489-490-491-492-493-494-495-496-497-498-499-500-501-502-503-504-505-506-507-508-509-510-511-512-513-514-515-516-517-518-519-520-521-522-523-524-525-526-527-528-529-530-531-532-533-534-535-536-537-538-539-540-541-542-543-544-545-546-547-548-549-550-551-552-553-554-555-556-557-558-559-560-561-562-563-564-565-566-567-568-569-570-571-572-573-574-575-576-577-578-579-580-581-582-583-584-585-586-587-588-589-590-591-592-593-594-595-596-597-598-599-600-601-602-603-604-605-606-607-608-609-610-611-612-613-614-615-616-617-618-619-620-621-622-623-624-625-626-627-628-629-630-631-632-633-634-635-636-637-638-639-640-641-642-643-644-645-646-647-648-649-650-651-652-653-654-655-656-657-658-659-660-661-662-663-664-665-666-667-668-669-670-671-672-673-674-675-676-677-678-679-680-681-682-683-684-685-686-687-688-689-690-691-692-693-694-695-696-697-698-699-700-701-702-703-704-705-706-707-708-709-710-711-712-713-714-715-716-717-718-719-720-721-722-723-724-725-726-727-728-729-730-731-732-733-734-735-736-737-738-739-740-741-742-743-744-745-746-747-748-749-750-751-752-753-754-755-756-757-758-759-760-761-762-763-764-765-766-767-768-769-770-771-772-773-774-775-776-777-778-779-780-781-782-783-784-785-786-787-788-789-790-791-792-793-794-795-796-797-798-799-800-801-802-803-804-805-806-807-808-809-810-811-812-813-814-815-816-817-818-819-820-821-822-823-824-825-826-827-828-829-830-831-832-833-834-835-836-837-838-839-840-841-842-843-844-845-846-847-848-849-850-851-852-853-854-855-856-857-858-859-860-861-862-863-864-865-866-867-868-869-870-871-872-873-874-875-876-877-878-879-880-881-882-883-884-885-886-887-888-889-890-891-892-893-894-895-896-897-898-899-900-901-902-903-904-905-906-907-908-909-910-911-912-913-914-915-916-917-918-919-920-921-922-923-924-925-926-927-928-929-930-931-932-933-934-935-936-937-938-939-940-941-942-943-944-945-946-947-948-949-950-951-952-953-954-955-956-957-958-959-960-961-962-963-964-965-966-967-968-969-970-971-972-973-974-975-976-977-978-979-980-981-982-983-984-985-986-987-988-989-990-991-992-993-994-995-996-997-998-999-1000-1001-1002-1003-1004-1005-1006-1007-1008-1009-1010-1011-1012-1013-1014-1015-1016-1017-1018-1019-1020-1021-1022-1023-1024-1025-1026-1027-1028-1029-1030-1031-1032-1033-1034-1035-1036-1037-1038-1039-1040-1041-1042-1043-1044-1045-1046-1047-1048-1049-1050-1051-1052-1053-1054-1055-1056-1057-1058-1059-1060-1061-1062-1063-1064-1065-1066-1067-1068-1069-1070-1071-1072-1073-1074-1075-1076-1077-1078-1079-1080-1081-1082-1083-1084-1085-1086-1087-1088-1089-1090-1091-1092-1093-1094-1095-1096-1097-1098-1099-1100-1101-1102-1103-1104-1105-1106-1107-1108-1109-1110-1111-1112-1113-1114-1115-1116-1117-1118-1119-1120-1121-1122-1123-1124-1125-1126-1127-1128-1129-1130-1131-1132-1133-1134-1135-1136-1137-1138-1139-1140-1141-1142-1143-1144-1145-1146-1147-1148-1149-1150-1151-1152-1153-1154-1155-1156-1157-1158-1159-1160-1161-1162-1163-1164-1165-1166-1167-1168-1169-1170-1171-1172-1173-1174-1175-1176-1177-1178-1179-1180-1181-1182-1183-1184-1185-1186-1187-1188-1189-1190-1191-1192-1193-1194-1195-1196-1197-1198-1199-1200-1201-1202-1203-1204-1205-1206-1207-1208-1209-1210-1211-1212-1213-1214-1215-1216-1217-1218-1219-1220-1221-1222-1223-1224-1225-1226-1227-1228-1229-1230-1231-1232-1233-1234-1235-1236-1237-1238-1239-1240-1241-1242-1243-1244-1245-1246-1247-1248-1249-1250-1251-1252-1253-1254-1255-1256-1257-1258-1259-1260-1261-1262-1263-1264-1265-1266-1267-1268-1269-1270-1271-1272-1273-1274-1275-1276-1277-1278-1279-1280-1281-1282-1283-1284-1285-1286-1287-1288-1289-1290-1291-1292-1293-1294-1295-1296-1297-1298-1299-1300-1301-1302-1303-1304-1305-1306-1307-1308-1309-1310-1311-1312-1313-1314-1315-1316-1317-1318-1319-1320-1321-1322-1323-1324-1325-1326-1327-1328-1329-1330-1331-1332-1333-1334-1335-1336-1337-1338-1339-1340-1341-1342-1343-1344-1345-1346-1347-1348-1349-1350-1351-1352-1353-1354-1355-1356-1357-1358-1359-1360-1361-1362-1363-1364-1365-1366-1367-1368-1369-1370-1371-1372-1373-1374-1375-1376-1377-1378-1379-1380-1381-1382-1383-1384-1385-1386-1387-1388-1389-1390-1391-1392-1393-1394-1395-1396-1397-1398-1399-1400-1401-1402-1403-1404-1405-1406-1407-1408-1409-1410-1411-1412-1413-1414-1415-1416-1417-1418-1419-1420-1421-1422-1423-1424-1425-1426-1427-1428-1429-1430-1431-1432-1433-1434-1435-1436-1437-1438-1439-1440-1441-1442-1443-1444-1445-1446-1447-1448-1449-1450-1451-1452-1453-1454-1455-1456-1457-1458-1459-1460-1461-1462-1463-1464-1465-1466-1467-1468-1469-1470-1471-1472-1473-1474-1475-1476-1477-1478-1479-1480-1481-1482-1483-1484-1485-1486-1487-1488-1489-1490-1491-1492-1493-1494-1495-1496-1497-1498-1499-1500-1501-1502-1503-1504-1505-1506-1507-1508-1509-1510-1511-1512-1513-1514-1515-1516-1517-1518-1519-1520-1521-1522-1523-1524-1525-1526-1527-1528-1529-1530-1531-1532-1533-1534-1535-1536-1537-1538-1539-1540-1541-1542-1543-1544-1545-1546-1547-1548-1549-1550-1551-1552-1553-1554-1555-1556-1557-1558-1559-1560-1561-1562-1563-1564-1565-1566-1567-1568-1569-1570-1571-1572-1573-1574-1575-1576-1577-1578-1579-1580-1581-1582-1583-1584-1585-1586-1587-1588-1589-1590-1591-1592-1593-1594-1595-1596-1597-1598-1599-1600-1601-1602-1603-1604-1605-1606-1607-1608-1609-1610-1611-1612-1613-1614-1615-1616-1617-1618-1619-1620-1621-1622-1623-1624-1625-1626-1627-1628-1629-1630-1631-1632-1633-1634-1635-1636-1637-1638-1639-1640-1641-1642-1643-1644-1645-1646-1647-1648-1649-1650-1651-1652-1653-1654-1655-1656-1657-1658-1659-1660-1661-1662-1663-1664-1665-1666-1667-1668-1669-1670-1671-1672-1673-1674-1675-1676-1677-1678-1679-1680-1681-1682-1683-1684-1685-1686-1687-1688-1689-1690-1691-1692-1693-1694-1695-1696-1697-1698-1699-1700-1701-1702-1703-1704-1705-1706-1707-1708-1709-1710-1711-1712-1713-1714-1715-1716-1717-1718-1719-1720-1721-1722-1723-1724-1725-1726-1727-1728-1729-1730-1731-1732-1733-1734-1735-1736-1737-1738-1739-1740-1741-1742-1743-1744-1745-1746-1747-1748-1749-1750-1751-1752-1753-1754-1755-1756-1757-1758-1759-1760-1761-1762-1763-1764-1765-1766-1767-1768-1769-1770-1771-1772-1773-1774-1775-1776-1777-1778-1779-1780-1781-1782-1783-1784-1785-1786-1787-1788-1789-1790-1791-1792-1793-1794-1795-1796-1797-1798-1799-1800-1801-1802-1803-1804-1805-1806-1807-1808-1809-1810-1811-1812-1813-1814-1815-1816-1817-1818-1819-1820-1821-1822-1823-1824-1825-1826-1827-1828-1829-1830-1831-1832-1833-1834-1835-1836-1837-1838-1839-1840-1841-1842-1843-1844-1845-1846-1847-1848-1849-1850-1851-1852-1853-1854-1855-1856-1857-1858-1859-1860-1861-1862-1863-1864-1865-1866-1867-1868-1869-1870-1871-1872-1873-1874-1875-1876-1877-1878-1879-1880-1881-1882-1883-1884-1885-1886-1887-1888-1889-1890-1891-1892-1893-1894-1895-1896-1897-1898-1899-1900-1901-1902-1903-1904-1905-1906-1907-1908-1909-1910-1911-1912-1913-1914-1915-1916-1917-1918-1919-1920-1921-1922-1923-1924-1925-1926-1927-1928-1929-1930-1931-1932-1933-1934-1935-1936-1937-1938-1939-1940-1941-1942-1943-1944-1945-1946-1947-1948-1949-1950-1951-1952-1953-1954-1955-1956-1957-1958-1959-1960-1961-1962-1963-1964-1965-1966-1967-1968-1969-1970-1971-1972-1973-1974-1975-1976-1977-1978-1979-1980-1981-1982-1983-1984-1985-1986-1987-1988-1989-1990-1991-1992-1993-1994-1995-1996-1997-1998-1999-2000-2001-2002-2003-2004-2005-2006-2007-2008-2009-2010-2011-2012-2013-2014-2015-2016-2017-2018-2019-2020-2021-2022-2023-2024-2025-2026-2027-2028-2029-2030-2031-2032-2033-2034-2035-2036-2037-2038-2039-2040-2041-2042-2043-2044-2045-2046-2047-2048-2049-2050-2051-2052-2053-2054-2055-2056-2057-2058-2059-2060-2061-2062-2063-2064-2065-2066-2067-2068-2069-2070-2071-2072-2073-2074-2075-2076-2077-2078-2079-2080-2081-2082-2083-2084-2085-2086-2087-2088-2089-2090-2091-2092-2093-2094-2095-2096-2097-2098-2099-2100-2101-2102-2103-2104-2105-2106-2107-2108-2109-2110-2111-2112-2113-2114-2115-2116-2117-2118-2119-2120-2121-2122-2123-2124-2125-2126-2127-2128-2129-2130-2131-2132-2133-2134-2135-2136-2137-2138-2139-2140-2141-2142-2143-2144-2145-2146-2147-2148-2149-2150-2151-2152-2153-2154-2155-2156-2157-2158-2159-2160-2161-2162-2163-2164-2165-2166-2167-2168-2169-2170-2171-2172-2173-2174-2175-2176-2177-2178-2179-2180-2181-2182-2183-2184-2185-2186-2187-2188-2189-2190-2191-2192-2193-2194-2195-2196-2197-2198-2199-2200-2201-2202-2203-2204-2205-2206-2207-2208-2209-2210-2211-2212-2213-2214-2215-2216-2217-2218-2219-2220-2221-2222-2223-2224-2225-2226-2227-2228-2229-2230-2231-2232-2233-2234-2235-2236-2237-2238-2239-2240-2241-2242-2243-2244-2245-2246-2247-2248-2249-2250-2251-2252-2253-2254-2255-2256-2257-2258-2259-2260-2261-2262-2263-2264-2265-2266-2267-2268-2269-2270-2271-2272-2273-2274-2275-2276-2277-2278-2279-2280-2281-2282-2283-2284-2285-2286-2287-2288-2289-2290-2291-2292-2293-2294-2295-2296-2297-2298-2299-2300-2301-2302-2303-2304-2305-2306-2307-2308-2309-2310-2311-2312-2313-2314-2315-2316-2317-2318-2319-2320-2321-2322-2323-2324-2325-2326-2327-2328-2329-2330-2331-2332-2333-2334-2335-2336-2337-2338-2339-2340-2341-2342-2343-2344-2345-2346-2347-2348-2349-2350-2351-2352-2353-2354-2355-2356-2357-2358-2359-2360-2361-2362-2363-2364-2365-2366-2367-2368-2369-2370-2371-2372-2373-2374-2375-2376-2377-2378-2379-2380-2381-2382-2383-2384-2385-2386-2387-2388-2389-2390-2391-2392-2393-2394-2395-2396-2397-2398-2399-2400-2401-2402-2403-2404-2405-2406-2407-2408-2409-2410-2411-2412-2413-2414-2415-2416-2417-2418-2419-2420-2421-2422-2423-2424-2425-2426-2427-2428-2429-2430-2431-2432-2433-2434-2435-2436-2437-2438-2439-2440-2441-2442-2443-2444-2445-2446-2447-2448-2449-2450-2451-2452-2453-2454-2455-2456-2457-2458-2459-2460-2461-2462-2463-2464-2465-2466-2467-2468-2469-2470-2471-2472-2473-2474-2475-2476-2477-2478-2479-2480-2481-2482-2483-2484-2485-2486-2487-2488-2489-2490-2491-2492-2493-2494-2495-2496-2497-2498-2499-2500-2501-2502-2503-2504-2505-2506-2507-2508-2509-2510-2511-2512-2513-2514-2515-2516-2517-2518-2519-2520-2521-2522-2523-2524-2525-2526-2527-2528-2529-2530-2531-2532-2533-2534-2535-2536-2537-2538-2539-2540-2541-2542-2543-2544-2545-2546-2547-2548-2549-2550-2551-2552-2553-2554-2555-2556-2557-2558-2559-2560-2561-2562-2563-2564-2565-2566-2567-



**Apêndice 5** – Pormenor da publicação e do audiolivro do projeto.



**Apêndice 6** – Pormenor da bolsa da publicação que contém o poster e os postais, e poster dobrado em A5 para poder ser integrado no seu interior.

