



CATOLICA  
ESCOLA DAS ARTES

PORTO

# PARA ALÉM DAS PALAVRAS –

Exploração do significado simbólico e estético  
dos livros impressos nas publicações de  
Arquitetura

Inês Lima Delgado  
Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas  
2022 / 2023



## **RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

Universidade Católica Portuguesa, Porto  
Orientador: Professor Henrique Manuel Pereira  
Coorientadora: Professora Laura Castro

Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas 2021/2023

Viana do Castelo, 2023  
Inês Lima Delgado

Para finalização e obtenção do grau de Mestre em Gestão de Indústrias Criativas, pela Universidade Católica Portuguesa, foi realizado um estágio de seis meses na editora Danish Architectural Press, em Copenhaga, durante o segundo semestre do ano letivo de 2022/2023.

O presente relatório segue o novo acordo ortográfico. Sempre que considerado pertinente, as passagens citadas foram mantidas no seu idioma original.



## AGRADECIMENTOS |

Aos meus pais e irmão, que me apoiam incondicionalmente.

Aos amigos de sempre e aos amigos que o Porto me deu.

Ao Professor orientador, Henrique Pereira, que aceitou orientar o meu relatório de estágio, pela sua disponibilidade e ajuda.

À Professora coorientadora, Laura Castro, pela partilha de referências ao longo do mestrado.

Ao Kristoffer, Robert, Rasmus, Tommy, Vibeke, Helle, Signe e Alaistar, por todos os almoços, convívios na cozinha, ensinamentos e companhia no 4º andar de Frederiksgade 1.

A Copenhaga, para sempre, a cidade dos meus sonhos.



## | RESUMO

Há décadas que o debate entre o livro impresso e digital influencia a indústria editorial. Muitos consideram que os livros tradicionais estão a cair em desuso, outros defendem que o seu valor simbólico, estético e sensorial é intemporal e inabalável. Para compreender esta divergência será analisada a história do livro, desde a sua criação, processo evolutivo e digitalização, bem como o funcionamento atual do mercado livreiro. Desde a abordagem histórica à observação prática, suportada por um estágio numa editora de livros de arquitetura, Danish Architectural Press, em Copenhaga, tiram-se conclusões acerca do futuro do papel, da indústria editorial e, simultaneamente, analisa-se o livro não só como um suporte de leitura, mas, também, como um objeto estético e, até, de luxo.

**Palavras-Chave:** Livros, Danish Architectural Press, arquitetura, editoras, Indústria Editorial.

## | ABSTRACT

The debate between printed and digital books has influenced the publishing industry for decades. Many consider that traditional books are falling into disuse, while others argue that their symbolic, aesthetic and sensory value is timeless and unshakeable. In order to understand this divergence, the history of the book will be analyzed, from its creation, evolutionary process and digitization, as well as the current functioning of the book market. From the historical approach to practical observation, supported by an internship at an architectural book publisher, Danish Architectural Press, in Copenhagen, conclusions will be drawn about the future of paper, the publishing industry and, at the same time, the book will be analyzed not only as a reading medium, but also as an aesthetic and even luxury object.

**Keywords:** Books, Danish Architectural Press, architecture, book publishers, Publishing Industry.

## | ÍNDICE

Resumo  
Abstract

### **INTRODUÇÃO**

#### **Capítulo I - REVISÃO DA LITERATURA**

- 15** 1.1 A história do papel e dos livros
- 15** 1.1.1 Setor Cultural e Setor Criativo
- 17** 1.1.2 O Livro
  
- 22** 1.2 A revolução digital e o futuro dos livros
- 30** 1.3 Papel vs. Digital: Vantagens e Desvantagens
- 35** 1.4 O impacto do digital na indústria editorial
- 44** 1.5 Livros de arquitetura e design: Um mercado único

#### **Capítulo II – METODOLOGIA**

- 54** 2.1 Conceção da investigação
- 56** 2.2 Métodos de recolha e análise de dados

#### **Capítulo III – EXPERIÊNCIA DE ESTÁGIO**

- 58** 3.1 Visão geral da empresa e da sua filosofia de publicação
- 58** 3.1.1. Dinamarca: um país dedicado ao design e arquitetura
- 61** 3.1.2. Danish Architectural Press
- 64** 3.1.3. O livro como objeto de design
  
- 66** 3.2 Tarefas e responsabilidades do estágio
- 78** 3.3 Processo de publicação da empresa
- 80** 3.4 Desafios e oportunidades no mercado de livros de arquitetura

#### **Capítulo IV - ANÁLISE E CONCLUSÕES**

- 83** 4.1 Comparação entre parte teórica e a experiência prática
- 84** 4.2 Reflexões sobre a experiência de estágio e os resultados da aprendizagem pessoal

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Referências Bibliográficas  
Webgrafia  
Índice de imagens



## | INTRODUÇÃO

Numa era tão influenciada pela inovação digital, o livro impresso continua a ter um fascínio distinto e duradouro. A sua leitura é, não só, símbolo da vontade de adquirir novos conhecimentos, mas também da experiência sensorial que acompanha o ato de ler.

A passagem dos livros, de edições enormes e custosas, para livros cada vez menores e devidamente barateados é bem documentada (Antunes De Mello, 2022). De tal modo, é muitas vezes justificado o crescimento do livro digital com a revolução tecnológica atual – numa realidade com mais pressa, mais preocupações climáticas e atenção a alternativas mais em conta, as características do livro digital parecem mais aliciantes. Mas será esta prática adequada a todos os livros?

Focando a análise deste tema nos livros de arquitetura e design - de modo a compreender se o facto de estes serem muitas vezes considerados um objeto visual, de adorno, pode significar a sua incapacidade de serem vendidos em formato digital - entende-se que a mistura de simbolismo, estética e gratificação intelectual ganha um significado maior no campo deste tipo de publicações.

Com base na experiência *in loco*, durante seis meses de estágio na editora de livros de arquitetura e design dinamarquesa, Danish Architectural Press, pretende-se fazer a ponte entre as considerações acerca da indústria editorial e a evolução dos livros, com a suposta importância do papel nos livros de arquitetura. Um dos objetivos primordiais deste estudo assenta em compreender a área sensorial e emocional dos livros e o apelo imagético que livros de Arquitetura agregam, para além do seu valor técnico e institucional.

Este relatório de estágio, para além da descrição das tarefas e competências adquiridas, aborda de uma forma mais geral, o futuro da indústria literária, com especial enfoque na área da arquitetura, com base numa pesquisa sobre métodos/etapas editoriais e do respetivo mercado. Acima de tudo, o pretendido nesta investigação é relacionar os conceitos teóricos recolhidos, com a Danish Architectural Press e a colaboração em projetos durante o período de estágio.



# Capítulo I

## REVISÃO DE LITERATURA

## 1.1 | A HISTÓRIA DO PAPEL E DOS LIVROS

### 1.1.1. SETOR CULTURAL E SETOR CRIATIVO

No panorama global contemporâneo, existem dois termos que surgem frequentemente nos debates em torno dos empreendimentos económicos e artísticos, "indústrias criativas" e "indústrias culturais". Embora estes termos possam parecer intercambiáveis à primeira, englobam setores distintos com características e propósitos diferentes na sociedade.

O conceito de indústrias criativas gira em torno de atividades económicas que se baseiam na criatividade, propriedade intelectual e no talento. Estas indústrias abrangem uma vasta gama de setores - o cinema, a publicidade, o design, a arquitetura, o desenvolvimento de *software*, a moda, entre outros. As indústrias criativas caracterizam-se pela sua capacidade de gerar conteúdos, produtos e serviços originais e imaginativos.

O estudo *The Economy of Culture in Europe*, realizado pela Direcção-Geral para a Educação e Cultura da União Europeia (2006), define os conceitos de setor criativo e cultural.

No primeiro caso, a cultura torna-se um contributo criativo para a produção de bens não culturais. Inclui atividades como o design, a arquitetura e a publicidade. A criatividade é entendida como a utilização de recursos culturais e fonte de inovação. (AAVV, 2006, p.2)

As indústrias culturais, por sua vez, centram-se na produção, distribuição e preservação de bens e serviços culturais que refletem a identidade e o património de uma sociedade. Englobam setores como a edição, os museus, as galerias, a música, o teatro e a conservação do património.

Desse modo, o setor cultural tanto abrange setores não industriais que produzem bens e serviços destinados a serem consumidos no local, como setores industriais que produzem bens e serviços não reprodutíveis destinados à reprodução em massa e exportação. E é neste segundo que se encaixam os livros.

Sublinhando as considerações de Rudiger Wirschenbart, no relatório IPA Global - Publishing Statistics, "entre os produtos de entretenimento, a edição de livros é claramente a maior indústria, representando cerca de três vezes mais o

volume de negócios da indústria musical mundial e quase 14% mais do que o valor do cinema e do entretenimento a nível mundial”. (Wischenbart, 2012, p.18)

Para compreender de que forma se move a indústria editorial, é necessário aprender a sua história evolutiva e, de que forma, se tem vindo a adaptar e reinventar, de modo a representar um valor tão importante, ainda hoje, para o setor cultural.

## 1.1.2. O LIVRO

O livro transmite ideias, alimenta a mente e celebra a liberdade de expressão. Sabe-se que a história do livro começa depois do surgimento da escrita, não existe uma data precisa que permita mapear como nasceu a comunicação entre humanos, mas, ainda assim, “os livros de história especulam que as primeiras formas de registros da história da humanidade tenham surgido por volta do período paleolítico superior, através dos vestígios de imagens gravados nas paredes das cavernas, herança de gerações antepassadas”. (M. Ferreira, 2010, p.10)

A história dos livros pode ser considerada um testemunho da procura incessante da humanidade pelo conhecimento e evolução da comunicação.

Crê-se que a sua origem remonta a civilizações tão antigas como a Mesopotâmia, onde os sumérios desenvolveram a escrita cuneiforme, por volta de 3500 a.C. A escrita cuneiforme era feita ao pressionar símbolos em placas de argila, que depois eram cozidas para manter as suas inscrições. Funcionavam principalmente para manter registros de mercadorias, comércio e leis.

Posteriormente, criou-se o papiro. Feito a partir da medula da planta do papiro, este material revolucionou a forma como a informação escrita era registada. No antigo Egito e na Grécia, os escribas transcreviam várias formas de literatura, conhecimentos científicos e relatos históricos para rolos de papiro. Estes rolos eram frequentemente utilizados para textos sagrados, como o Livro dos Mortos egípcio e as obras de Homero, o que fazia do papiro um meio inestimável para a transmissão da cultura e da aprendizagem.

Outro material importante, utilizado na produção dos primeiros livros, foi o pergaminho. O pergaminho, feito a partir de peles preparadas de animais, oferecia vantagens distintas relativamente ao papiro.

Por ser mais resistente e duradouro, o pergaminho foi muito utilizado para a produção de manuscritos na Idade Média. Estes manuscritos continham uma grande variedade de textos, incluindo escrituras religiosas, tratados filosóficos, documentos legais e obras literárias.

Os pergaminhos eram, também, bastante utilizados pelos Budistas. O livro impresso em xilogravura mais antigo do mundo é, do ano 868 d.c, o Diamante de Sutra (representado na imagem 1).



1. *Diamond Sutra, 868 d.c., pergaminho budista*

O chinês Ts'ai Lun é creditado como sendo o “inventor do papel”. Durante o século II, Lun aperfeiçoou o processo de criação do papel utilizando uma combinação de casca de amoreira, fibras de bambu e outros materiais vegetais, criando um material versátil e duradouro para a escrita e a impressão, denominado de “papel de seda”, por ter um custo bem menor que o papiro e o pergaminho.

“A introdução e a vulgarização do papel na Europa decidiu dos destinos da nossa civilização porque ele vinha responder às necessidades que todos sentiam de um material barato, praticamente inesgotável, capaz de substituir com infinitas vantagens o precioso pergaminho. A “democratização” da cultura é, antes de mais nada, o resultado dessa substituição: pode-se dizer que, sem o papel, o humanismo não teria exercido a sua enorme influência. Toda fisionomia de um mundo estaria, então, completamente mudada”

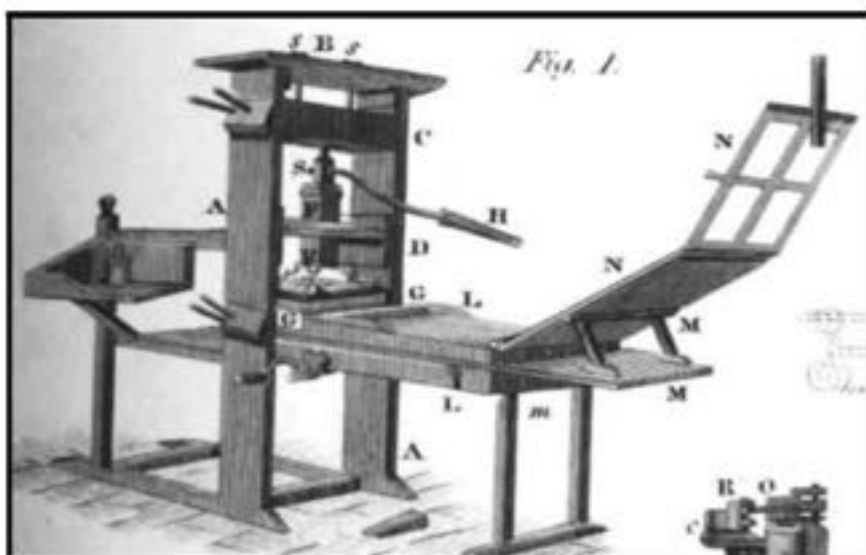
(Martins, 2002, p.115)

O formato de códice, caracterizado por uma série de folhas dobradas e encadernadas de um só lado, representou um avanço notável em relação aos pergaminhos. Esta inovação permitiu um acesso mais rápido a seções específicas do texto e simplificou o ato de leitura. As primeiras comunidades cristãs reconheceram o carácter prático do códice e começaram a utilizá-lo

extensivamente para textos religiosos, como o Novo Testamento. O seu formato acabou por substituir os pergaminhos em várias culturas.

Durante a Idade Média, os livros eram frequentemente escritos à mão por escribas qualificados em scriptoria monástica. Os mosteiros desempenharam um papel crucial na preservação e cópia de textos clássicos, obras religiosas e tratados filosóficos. Os manuscritos serviam simultaneamente de repositórios de conhecimentos e de expressão de devoção.

A invenção da prensa de impressão por Johannes Gutenberg, em meados do século XV, marcou um momento crucial na história do livro. A criação mais famosa de Gutenberg, a Bíblia de Gutenberg, demonstrou o poder da imprensa para produzir cópias de livros consistentes e de alta qualidade. Esta inovação dinamizou a difusão do conhecimento durante o Renascimento e lançou as bases da edição moderna.



2. Imagem alusiva à máquina de impressão de Gutenberg

Nos séculos que se seguiram, a indústria do livro continuou a evoluir. O século XIX assistiu ao aparecimento de livros produzidos em massa, graças aos avanços na tecnologia de impressão e ao crescimento das editoras comerciais. O livro de bolso, introduzido pela primeira vez no século XX, democratizou o acesso à literatura.

A produção generalizada do livro foi possível através de pasta de madeira. Esta descoberta remonta a 1719 e é atribuída ao francês René Antoine Ferchault de Réaumur.

Este foi um importante contributo para a produção em massa de livros e jornais, democratizando ainda mais o acesso à literatura e à informação. De acordo com Lucien Febvre e Henri-Jean Martin na obra “O aparecimento do livro” (1958), a imprensa revelou ser “essencialmente um progresso técnico” uma vez que, na altura, havia uma “necessidade crescente de livros, que parecia fazer-se sentir em camadas sociais cada vez mais largas – sobretudo entre os burgueses e os negociantes”.

Os autores consideram ainda que “entre a indústria do papel e a indústria do livro, as relações são estreitas; a prosperidade de uma não existe sem a prosperidade da outra”. Dessa forma, e nesse período temporal, começaram a surgir fábricas no continente europeu em função do aumento da necessidade do uso de papel.

Em 1971, Michael Stern Hart criou uma coleção eletrónica que abrangia todo o tipo de livros, com o objetivo de atingir um público que fosse o mais diversificado possível. Hart compreendeu que “a maior valência criada pelos computadores não seria a computação, mas o armazenamento, a recuperação e a pesquisa daquilo que estava armazenado nas nossas bibliotecas”. (Coutinho & Pestana, 2015, p.170) Assim nasceu o Projeto Gutenberg, a criação daquela que é considerada a mais antiga biblioteca digital do mundo.

A primeira ameaça do final do livro impresso surgiu no século XIX.

“Uma perspetiva histórica permite-nos começar por compreender que a inquietação com o futuro do livro não é um fenómeno novo. O sentimento de que o livro estava ameaçado apareceu pela primeira vez na segunda metade do século XIX, quando, por razões económicas, culturais e tecnológicas, a leitura dos jornais se popularizou, chegando as novas franjas de leitores que não liam livros habitualmente.”

(Belo, 2002, p.20)

Com o aparecimento do digital, passou-se por outra fase de transformação. Os livros digitais, ou eletrónicos, os audiolivros e as plataformas de publicação em linha tornaram a leitura mais acessível e conveniente.

O livro digital remonta a meados do século XX, altura em que os cientistas informáticos começaram a fazer experiências com a digitalização de texto. O desenvolvimento de computadores e sistemas de armazenamento digital lançou as bases para o armazenamento e recuperação de conteúdos textuais. Como foi mencionado previamente, as primeiras experiências, como o Project Gutenberg, tinham como objetivo digitalizar e distribuir literatura do domínio público.

Desde os esforços pioneiros da digitalização até à adoção generalizada de leitores digitais e à democratização da edição, a história dos livros digitais reflete a relação, em constante mudança, entre literatura e tecnologia.

Esta evolução contínua na história dos livros ilustra não só os avanços tecnológicos, mas também o desejo humano duradouro de transmitir ideias, preservar o conhecimento e partilhar histórias entre gerações e culturas. Os livros continuam a ser um testemunho do poder da palavra escrita para informar, inspirar e ligar pessoas em todo o mundo.

## 1.2 | A REVOLUÇÃO DIGITAL

Nesta época de rápidos avanços tecnológicos, também a indústria editorial sofreu uma profunda metamorfose. Historicamente enraizada no domínio físico da tinta e do papel, a indústria editorial encontra-se no epicentro de uma transformação digital que ultrapassa a mera mudança, uma vez que pode, também, ser sinónimo de uma mudança de paradigma.

Corria o ano de 1999 e já se profetizava o fim do livro impresso, do papel, e a vitória esmagadora dos livros digitais. O, na altura, vice-presidente da Microsoft, Dick Brass, chegou mesmo a afirmar na 1ª Conferência de eBooks, organizada pelo National Institute of Standard Technology (EUA), que em 2018 os livros em papel só representariam 10% do total de livros vendidos. (Ferreira, 2020, p.10)

Como foi descrito no ponto anterior, o livro digital surgiu por volta da década de 70, descrito como sendo um arquivo de texto que pode ser lido em computadores ou em aparelhos específicos para este fim. Uma mudança notória para a indústria editorial, com esta revolução digital, foi que muitos autores, que por algum motivo não conseguiam publicar os seus livros através de uma editora, tiveram a oportunidade de fazê-lo através dos novos meios tecnológicos, podendo assim fazer uma ampla divulgação dos seus trabalhos. (Ferreira, 2010, p. 30)

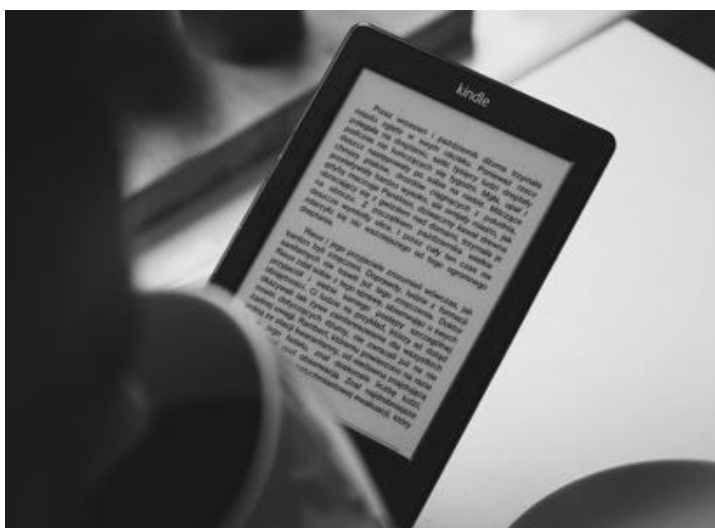
Reconhece-se que a revolução digital não é apenas uma mudança na tecnologia, mas uma transformação do próprio *ethos* editorial. Há muitas evidências da revolução das tecnologias e da substituição do processo de impressão pela edição digital, mas uma das mais marcantes foi provavelmente o anúncio de que a edição de 2010 da *Encyclopaedia Britannica* seria a última versão impressa.

De acordo com a pesquisa de Pierre Danet, em 2014, num artigo publicado *online*, a indústria do livro enfrenta, como muitas outras, “riscos e oportunidades associados à transformação digital”. E, dessa forma, considerava-se, na altura, que a edição de livros estaria “totalmente dependente do futuro da Plataforma Web Aberta (Open Web Platform)”. (Danet, 2014, p. 275)

No ano de 2014, vivia-se “a terceira grande revolução do livro”. A primeira deveu-se à passagem do rolo para o códice, a segunda à invenção da imprensa de caracteres móveis de Gutenberg e a terceira “revolucionou os meios e formas de leitura, com uma mudança nos suportes, nas formas de reprodução e disponibilização dos livros”. (Pinheiro, 2014, p. 1)

Na viragem do novo século, começaram a surgir numerosos formatos de livros digitais - alguns compatíveis com formatos já conhecidos, como o PDF (Portable Document Format) da Adobe. Em 2000, a Microsoft e a Amazon uniam-se para a venda de eBooks e, no ano seguinte, as grandes editoras Harper Collins, Penguin e Random House também começavam a participar na produção de livros digitais.

No mesmo ano em que o Facebook é fundado, em 2004, é criado o Google Books. A popularidade deste projeto, bem como o Open Access, parecia ser uma grande ameaça para a edição tradicional. Três anos depois, em 2007, a Amazon lançou o Kindle (Imagem 3). O Kindle revolucionou o mundo dos livros e leitores ao colocar, literalmente, milhares de obras na palma da mão. Foi muitas vezes apelidado de “*iPod dos livros*”, termo usado para compará-lo com o aparelho de armazenamento de músicas em formato MP3, já que a destinação dos produtos é semelhante. (Ferreira, 2010, p. 30)



3. Kindle

Um ano antes do lançamento do Kindle, a Sony tinha desenvolvido o *eReader* da marca, o Sony Reader PRS-500. Nesta “disputa comercial” veio depois o iPad, da Apple, lançado em 2010, um computador em formato de prancheta digital que serve, entre muitas outras coisas, o propósito de livro digital. A Apple lançou, ainda, a aplicação de livros digitais iBooks.

Muitas editoras, e cada vez mais ao longo dos últimos anos, começaram a disponibilizar os seus livros na *internet*. A evolução das gerações também causava teorias acerca dos novos hábitos de leitura e sentido de pertença dos livros, de acordo com Pierre Danet, não era descabido considerar que a geração que estava a crescer, em 2014, iria viver em casas e apartamentos mais

pequenos, mudar-se-ia com mais frequência e, por essa mesma razão, o conceito de propriedade seria menos importante do que o conceito de conceito de acesso.

Uma das críticas mais apontadas aos eBooks é o facto de se perder a questão dos sentidos, que só um livro impresso pode promover - nomeadamente, o toque e o cheiro. Embora a evolução dos eBooks seja direccionada para tentativas de se assemelhar a um livro impresso.

“Muitos deles procuram manter algumas características do livro impresso. Tenta-se retomar a forma clássica do livro, mas mantêm-se os elementos que só o *tablet* e a aplicação dedicada a ele conseguem produzir”. (M. Ferreira, 2010, p.30)

Dois efeitos de semelhanças adotados, especialmente em aplicações de leitura, são o efeito de virar a folha (Imagem 4), acompanhado de som para tornar ainda mais real a experiência, e a simulação do meio do livro adicionando-se uma sombra entre duas “páginas”.



4. Efeito de viragem da página

Refletindo sobre a condição do livro tradicional no espaço digital, observa-se a tendência para imaginar diferentes cenários para o futuro das publicações impressas. O Instituto Polaco do Livro (*Polish Book Institute*) desenvolveu dois cenários diretamente relacionados com o tema. (Zweiffel, 2021, p. 8).

O primeiro, denominado "disco de vinil", suporta a ideia de que os livros impressos poderão vir a tornar-se algo especial, dirigido a um leque restrito de consumidores, os bibliófilos, indivíduos colecionadores e/ou amantes de livros, tal como acontece com os discos de vinil, no caso dos audiófilos. O segundo

cenário representa o pior e pondera um mundo sem livros. A razão para um mundo assim pode ser resumida na palavra “rapidez”. Fazer algo o mais rapidamente possível e consumir menos tempo.

Esta ideia é, em 2023, confirmada pelos hábitos e estilos de vida da geração mais jovem que, não por acaso, é a mais rendida aos livros digitais e áudio livros.

“Having a shelf of books will seem alien—they won’t want to own them—so long as they have access to an app or service where they can read them when they want to and where they want to.”

(Danet, 2014, p. 278)

De acordo com o autor, o principal desafio da revolução digital residia, então, na capacidade de descoberta dos conteúdos. A dúvida assentava na incerteza de saber como é que os futuros consumidores poderiam aceder aos livros, e não aos livros pirateados ou a quaisquer outros conteúdos. No estudo de Danet, ele descreve esse como “um dos maiores desafios atuais para os editores”.

A evolução tecnológica veio comprovar as afirmações de Danet, tendo-se feito sentir nos muitos processos da publicação de um livro, desde métodos mais tradicionais de apresentação de manuscritos, até às fases finais de distribuição e marketing. Havendo revolucionado o mercado dos livros, bem como influenciado os hábitos e modos de leitura de muitos indivíduos, o digital teve um grande impacto na indústria editorial.

Num artigo publicado no site KITABOO (The Digital Textbook Platform), em abril de 2023, “*The Role of Technology in Digital Publishing*”, destaca-se que a utilização de dispositivos móveis está a aumentar cada vez mais, principalmente nos mais jovens, considerando que tal pode ter um impacto, também, na forma como as novas gerações olham a leitura e os meios que utilizam para o fazer. O artigo informa que, de acordo com a Edison Research, 74% dos jovens entre os 12 e os 17 anos possuem um smartphone.

Esta pode ser uma grande oportunidade para as editoras, considerando a literacia digital cada vez mais enraizada no público mais novo, que vai crescer com um *à-vontade digital* muito maior que a geração atual. As editoras têm, assim, a oportunidade de tirar partido de todos os dispositivos móveis disponíveis para fornecer conteúdos, simultaneamente, interessantes e

interativos à sua base de utilizadores. Como têm conhecimentos tecnológicos, os utilizadores, por sua vez, aceitam facilmente os conteúdos digitais.

No panorama editorial, em constante mudança, o editor também precisa de saber qual dos seus conteúdos tem melhor desempenho. O artigo *“The Role of Technology in Digital Publishing”*, conclui que é necessário que a indústria se molde às mudanças tecnológicas que vão surgindo, o que se tem verificado, e defende que esta continuará a funcionar num estado híbrido, devendo procurar maximizar as suas receitas utilizando ambos os meios.

Compreende-se a necessidade que a indústria editorial tem de adotar novas abordagens, com o objetivo de se adaptar ao seu público. No mercado editorial, a inovação e as estratégias empreendedoras desempenham um papel crucial para o sucesso das empresas e profissionais. Num setor altamente competitivo, como o livreiro, com variadas editoras, destacar-se da concorrência é um desafio reconhecido.

É, desse modo, bastante pertinente identificar tendências e demandas de mercado. De tal modo, a indústria editorial precisa de adaptar os seus modelos de negócio e encontrar maneiras eficientes de produzir, armazenar e distribuir os livros, bem como tentar enveredar por opções mais sustentáveis.

Compreende-se, assim, que as seguintes possam ser algumas ideias de inovação e estratégia no mercado editorial, alienadas à revolução digital:

### **1. Submissão de documentos / Edição de documentos**

Uma das mudanças mais significativas que a tecnologia trouxe ao sector editorial foi a digitalização da apresentação e edição dos textos. Assim, os escritores têm a possibilidade de apresentar o seu trabalho por via eletrónica, não sendo necessário cópias físicas. Simplifica-se o processo de submissão inicial, poupando, acima de tudo, recursos. As ferramentas de edição colaborativa revolucionaram o processo de edição, permitindo *feedback* e revisões em tempo real, acelerando assim o calendário de produção.

### **2. eBooks e plataformas de publicação digital**

Com as evoluções e novas aplicações que foram sendo criadas ao longo da segunda década deste século, os autores conseguem autopublicar o seu trabalho, alcançando um público global sem a necessidade de recorrer a editoras tradicionais. Muitos dos livros, resultantes destas publicações pelos

próprios escritores, são digitais. Ganhando, assim, mais popularidade devido à sua acessibilidade e conveniência.

### **3. Novas formas de impressão**

A tecnologia de impressão por demanda (IPD) transformou a forma como os livros físicos são produzidos e distribuídos. Os editores já não precisam de imprimir milhares de exemplares antes da procura existir. Em contrapartida, os livros são impressos à medida que as encomendas são recebidas. Isto reduz o risco de excesso de stock e minimiza o impacto ambiental. A tecnologia IPD também facilita a disponibilidade de títulos de nicho ou esgotados, garantindo que uma vasta gama de livros permaneça acessível aos leitores. No caso dos autores, este método permitiu que imprimissem livros a pedido de tipografias locais, reduzindo o custo da impressão a granel, o inventário e as grandes tiragens.

### **4. Melhorias no design e formatação**

O avanço tecnológico revolucionou várias áreas, nomeadamente o design. Comprovou-se uma melhoria significativa na formatação dos livros e visual atrativo dos mesmos, tanto impressos como digitais. O *software* de design gráfico permite a criação de capas de livros e esquemas de paginação, contribuindo para a comercialização de um livro. Os elementos interativos, como a multimédia e as hiperligações, podem ser perfeitamente integrados nos livros digitais, criando uma experiência de leitura mais envolvente.

### **5. Publicação e marketing de análise de dados**

As ferramentas de análise de dados fornecem às editoras informações valiosas sobre as preferências e o comportamento dos leitores. É deste modo que se orientam as decisões editoriais, ajudando os editores a adaptar as suas ofertas para satisfazer a procura do mercado. As campanhas de marketing direcionadas fazem com que as editoras consigam chegar ao público certo com recomendações personalizadas, melhorando as vendas de livros e a visibilidade dos autores.

### **6. Redes sociais**

A tecnologia também facilitou a criação de comunidades online e plataformas de redes sociais onde autores, editores e leitores se podem ligar e envolver. Os autores podem construir as suas bases de fãs, receber *feedback* e promover o

seu trabalho através de plataformas como, por exemplo, Instagram, Facebook, Twitter, Goodreads, etc.

## **7. Distribuição e acessibilidade**

A Internet tornou possível que os livros sejam distribuídos e acedidos em todo o mundo. Tanto os livros digitais como os livros impressos podem ser disponibilizados aos leitores em todo o mundo, ultrapassando as fronteiras geográficas. Esta globalização do setor editorial enriqueceu a diversidade de vozes e perspectivas na literatura.

Ainda que a constante evolução tecnológica tenha vindo a revolucionar a indústria editorial, foi-se concluindo que há um constante resgate de alguns elementos do livro tradicional. O leitor pode optar por um livro digital, mas, ainda assim, gosta de “virar a página” e de se sentir em controlo, de alguma forma.

Ainda que sirvam o mesmo propósito, o livro tradicional e o digital apresentam diferentes vantagens e desvantagens. A análise das mesmas é importante para entender de que modo pode a escolha do leitor ser influenciada pelas mesmas e, ainda, se estas características são aplicáveis a todos os géneros literários e tipos de livro.

### 1.3 | PAPEL E DIGITAL: VANTAGENS E DESVANTAGENS

Quando se trata de apontar as principais diferenças, vantagens e desvantagens do livro impresso e digital, há um fator a considerar evidente que se destaca automaticamente: o tempo. A impressão de um livro devido à sua forma física e material que envolve a indústria gráfica, bem como o sistema de entrega, é simplesmente muito mais lenta do que a publicação digital – fator que, em determinados casos, e para determinados públicos, pode ser decisivo.

No artigo *“Digital revolution and place of printed books”* publicado por Maciej Zweiffel em 2021, o autor sublinha uma das vantagens mais óbvias do livro digital:

“Printing a book because of its solid material form, which involved a printing industry and delivery system, is simply much slower than internet publishing.”

O livro digital, como a pesquisa concluiu no ponto anterior, foi ocupando um espaço no mercado livreiro, destacando-se principalmente os EUA e o Reino Unido, onde, principalmente no primeiro, os editores e autores aderiram ao produto sem grande relutância, resultando isto numa crescente no total de vendas do mercado editorial. (Cunha, 2013)

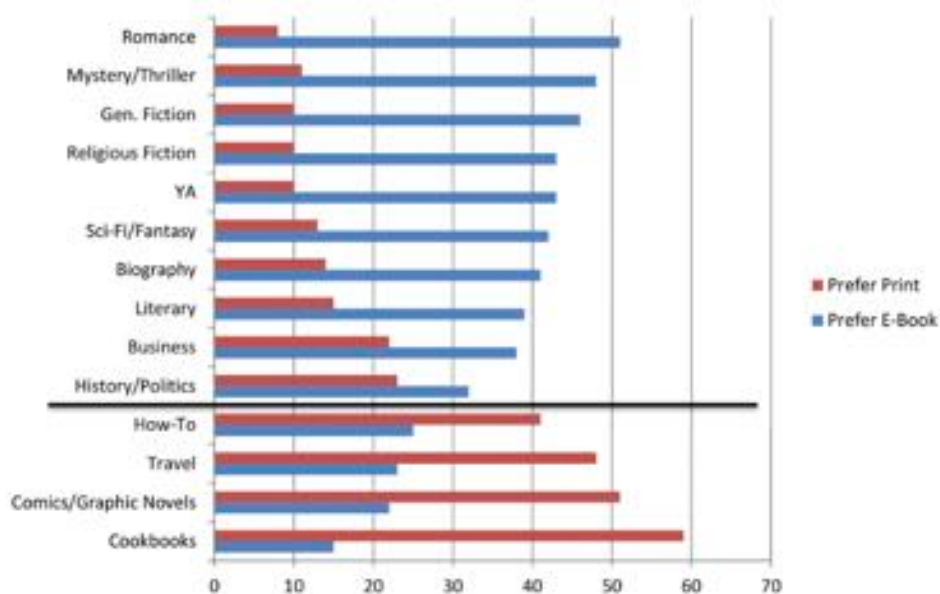
“Despite what might be said about publishing in general, major shifts have taken place within certain industry sectors, especially in terms of their expansion into the digital marketplace.”

(Vassallo, 2016, p. 24)

Nestas considerações da autora, no artigo *“An Industry Perspective: Publishing in the Digital Age”*, publicado em 2016, destaca-se que talvez a mudança mais evidente do mercado digital tenha sido a divisão entre a leitura "imersiva" e as formas "não imersivas", como o conteúdo educacional, profissional e outros tipos de não-ficção.

No comércio livreiro, há opiniões divergentes em relação às preferências dos clientes, como assim seria de esperar. Uns tendem a aderir, cada vez mais, ao

livro digital e, em contrapartida, outros preferem o livro tradicional. As preferências dependem de vários fatores, até mesmo do gênero do livro. No gráfico que se segue (Vassallo, 2016, p. 25) observam-se as preferências entre livro digital e tradicional, nos EUA.



5. Preferência de gêneros literários

Considerando algumas perspectivas que já foram analisadas anteriormente, e tendo por base o gráfico da Imagem 5, conclui-se que livros com um propósito mais prático, que possam ser utilizados em determinadas tarefas, ou nos quais os grafismos tenham um papel de grande relevância, são preferíveis impressos.

Desde a criação dos livros digitais que a maior crítica que lhes é apontada é o facto de estes não satisfazerem três dimensões: o cheiro, o palpável e a noção da página onde se interrompeu a leitura. Para além destes, alguns estudos científicos apontam para o facto de os livros digitais não facilitarem uma “leitura densa e concentrada”. (Ferreira, 2020, p. 23)

Os livros tradicionais proporcionam uma experiência de leitura sensorial, à qual um eBook nunca se conseguiria assemelhar. O toque do papel, o cheiro e a própria fisicalidade são características específicas do livro impresso.

O valor estético do livro só é, ou é numa escala muito maior, valorizado no livro físico – pois tudo o que é palpável e visual, está sujeito a uma crítica estética, podendo, até, esta característica ter um papel decisivo na sua compra.

Outro ponto vantajoso em relação aos livros impressos, é o seu valor colecionável. Podemos aferir que os livros físicos, com o sentido de pertença que um objeto palpável possui, são artigos de coleção. Isto porque os colecionadores, leitores, apreciam frequentemente o valor estético e histórico dos volumes impressos, incluindo edições raras, primeiras impressões e exemplares assinados.

Não se tratando de um aparelho eletrónico, outro fator que pode ser visto como uma vantagem é que o livro impresso não necessita de pilhas, ou ligações à Internet. Pode-se ler um livro em qualquer lugar, sem se estar dependente do acesso à tecnologia. No seguimento deste ponto, é de sublinhar que outra vantagem do livro tradicional é o facto de este potenciar, enquanto o leitor o lê, a ausência de distrações digitais – não existem notificações ou *pop-ups*.

No que concerne as desvantagens dos livros impressos, pode-se partir de um ponto bastante mencionado para defender os eBooks: o impacto ambiental. A produção de livros em papel implica a utilização de recursos naturais, como árvores, o que conduz à desflorestação, e energia. O processo de fabrico de um livro ainda predispõe da utilização de produtos químicos, bem como a produção de resíduos, cuja eliminação contribui, em alguns casos, para a utilização de aterros sanitários. Para além disso, a transportação destes livros contribui para as emissões de carbono. Quanto maior for a distância percorrida pelos livros, maior será a sua pegada ambiental.

Outro fator desvantajoso, relativo aos livros impressos, é o seu stock limitado. O livro físico esgota, ao invés do digital que, tratando-se de um texto eletrónico, se perpetua podendo ser vendido em quantidades infinitas, sem cobrança de portes (Ferreira, 2020, p. 23). A venda, em geral, bem como a aquisição do produto, é mais favorável no caso do livro digital do que no físico.

Pode ser apontado, também, o facto de os livros serem objetos volumosos e pesados, o que diminui a sua praticidade. E, relativamente às estratégias de armazenamento dos livros, no caso do impresso, a acumulação de uma grande coleção de livros pode exigir um espaço de armazenamento significativo, o que pode não ser prático.

A outra face da moeda, o livro digital, apresenta vantagens e desvantagens opostas ao livro tradicional. Uma das grandes vantagens é a portabilidade. O livro, neste contexto, está armazenado em dispositivos digitais, como leitores eletrónicos, *tablets* ou *smartphones*, permitindo aos leitores levar uma biblioteca inteira consigo para onde quer que vão.

Outra vantagem é o acesso instantâneo. O leitor pode aceder a qualquer livro, em qualquer instante, pode fazer o *download* imediato a partir de lojas *online*, eliminando a necessidade de esperar pela entrega/livraria física.

De sublinhar, também, é a ajustabilidade do texto. Os leitores têm a possibilidade de ajustar o tamanho do tipo de letra, o espaçamento, a cor de fundo, entre outras funcionalidades que satisfazem as preferências individuais e melhoram a legibilidade. Esta característica é bastante relevante tendo em conta que se trata de algo que o livro impresso nunca conseguiria satisfazer, não sendo possível nem viável produzir livros para cada indivíduo especificamente.

Para muitos leitores, é bastante valorizada a interatividade. Há livros digitais que incorporam elementos multimédia, como vídeos, músicas, imagens, hiperligações, que melhoram a experiência de leitura, especialmente no caso de materiais educativos.

Um fator vantajoso para os livros digitais o facto de estes serem substancialmente mais acessíveis de produzir.

Relativamente aos pontos menos positivos, sublinha-se uma leitura que potencia a fadiga ocular e o incentivo ao tempo prolongado no ecrã. Consequentemente, este fator está relacionado com outro ponto negativo que é a dependência da tecnologia, estando também o leitor sujeito às avarias das mesmas. O livro digital requer um dispositivo com fontes de alimentação. Se a bateria de um dispositivo se esgotar ou avariar, a leitura pode ser interrompida.

Ainda assim, com todos os exemplos apresentados, podemos concluir que, no fundo, tudo depende das preferências do leitor que, quer influenciado por estes factos quer não, escolhe que método de leitura prefere. E, para melhor conhecer as preferências do leitor, deve-se estudar as influências do digital no mercado editorial.

## 1.4 | O IMPACTO DO DIGITAL NA INDÚSTRIA EDITORIAL

Haverá espaço no mercado livreiro para os livros digitais e impressos coexistirem, ou esta trata-se de uma “guerra” em que existe um claro vencedor?

O relatório World Intellectual Property Organization (WIPO), denominado “*From Paper to Platform: Publishing, Intellectual Property and the Digital Revolution*” (2021) destaca:

“Although the writing, editorial and production processes are quickly becoming digitized, and authors and publishers have embraced digital media and social networks for marketing and public relations, the uptake of eBooks is developing at a slower pace, and the market share of print publications has been remarkably stable in many sectors. One indicator of the persistence of print publishing is the presence of bookshops and printed books in the retail environment.”

A evolução digital trouxe muitas oportunidades para as editoras, como por exemplo os metadados. Consoante as vendas se foram deslocando para os canais *online*, tornou-se cada vez mais importante fornecer metadados de qualidade, bem formados e completos para facilitar a descoberta dos livros pelos leitores.

Os *Walled Gardens*, literalmente traduzidos para “*jardins murados*”, são uma forma bastante efetiva de proteger o conteúdo dos livros digitais. Trata-se de ecossistemas fechados em que as empresas controlam rigorosamente o *hardware*, o *software* e os serviços do mesmo, de forma a proporcionar aos utilizadores uma experiência sem descontinuidades.

Tendo em consideração que, pela sua natureza, a propriedade de um livro eletrónico deve ser diferente da propriedade de um livro impresso. Ao comprar um livro eletrónico, adquire-se uma licença para visualizar uma cópia do ficheiro do livro, muitas vezes sujeita a regras e condições pela loja ou sistema de leitura onde o livro digital foi adquirido. Por exemplo, um livro comprado na loja Kindle da Amazon não pode ser facilmente aberto noutra coisa que não uma aplicação ou dispositivo Kindle.

As editoras foram obrigadas, de certo modo, a desenvolver novos modelos de negócios que incorporassem a realidade digital como resultado dos avanços tecnológicos. Alguns exemplos desses modelos de negócios incluem a chegada dos livros digitais às bibliotecas académicas, e o surgimento de novos modelos

de distribuição impulsionados pela mudança da impressão para os livros digitais - especialmente a introdução de modelos de subscrição de livros digitais, da mesma forma que existe o Spotify, por exemplo, para a música.

Em 2000, assistiu-se à primeira venda em massa (Ferreira, 2020, p. 23) de um livro digital. O escritor Stephen King escreveu e editou, exclusivamente para a *internet*, um livro intitulado *Riding the Bullet*, pela Amazon e pela Barnes & Nobles. No que concerne os preços aplicados na venda de livros digitais, existem dois principais modelos de preço: preço por grosso e preço de editora.

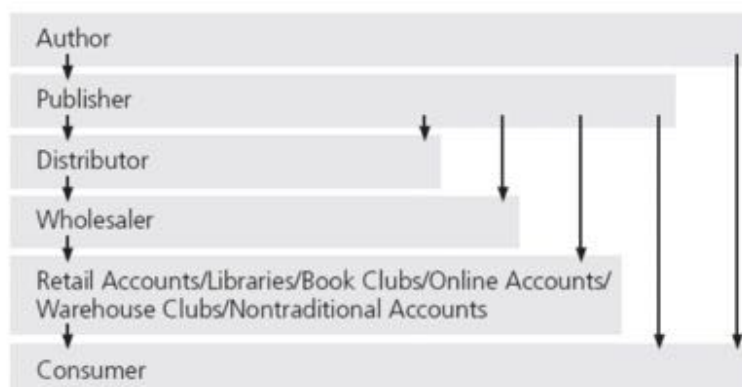
No primeiro caso, do qual a Amazon foi pioneira, o editor cobra o preço por grosso ao retalhista, que por sua vez decide o preço final do eBook. No segundo modelo, o preço final do livro é decidido pela editora, enquanto o retalhista recebe uma percentagem fixa de receita gerada pelas vendas. São proibidos quaisquer descontos não autorizados pela editora, sendo que, desta forma, assegura-se lucro por cada livro digital vendido.

Por vezes, este segundo modelo de preço causa indignação aos leitores, uma vez que se considera que pelo menor custo de produção, o livro digital deve ser substancialmente mais barato que o livro impresso – o que nem sempre se verifica. Alguns clientes revoltaram-se com qualquer preço acima de \$9.99, anteriormente definidos pela Amazon e outros retalhistas *online*.

Com isto, veio uma preocupação acrescida em relação aos direitos de autor dos livros digitais. Este é um tema que ainda gera alguma discórdia porque há quem defenda que “se está disponível na *internet* deve servir para acesso comum a todos”. (Ferreira, 2020, p. 23)

O padrão conhecido como Digital Rights Management (DRM) foi desenvolvido com o objetivo de garantir que os arquivos digitais sejam protegidos contra a cópia ilegal, incluindo arquivos eletrónicos como música, imagens, vídeos e eBooks. No entanto, alguns formatos de eBook não suportam o DRM. Atualmente, existe a possibilidade de ler alguns eBooks em mais de um dispositivo ao mesmo tempo. Alguns permitem a cópia parcial e impressão, outros só podem ser descarregados uma vez. O DRM não é uma obrigação e a sua utilização depende da decisão do editor e do autor.

Passando, mais pormenorizadamente, para uma análise do mercado editorial e para o modo como este opera, consideram-se os agentes presentes no fluxo dos livros, segundo Thomas Woll (2010): o autor, editora, distribuidor, retalhista, vendedor (livrarias, bibliotecas, supermercados, etc.) e o consumidor final.



5. Fluxo de agentes da cadeia do livro

Em 2016, o mercado dos eBooks crescia de forma constante. Quando se analisam os dados da indústria editorial, enfocando nos seis países com a maior indústria livreira do mundo (EUA, Grã-Bretanha, Alemanha, França, Japão e China), denota-se que o número o rácio da venda de livros digitais é muito superior ao de outros países (Erkayhan & Ülke, 2017, p. 64).

Os dados, apresentados em baixo, sugerem que a edição global de livros digitais estava em crescimento, em 2016, e tinha uma quota importante nas receitas do mercado mundial do livro, especialmente nos mercados da América do Norte e da Europa, que desempenham um papel de liderança no sector.



6. Receitas globais da venda de livros digitais, entre 2009 e 2016, por região.

Em 2019, foram publicados mais de 605 000 livros na Europa. Os editores de livros da União Europeia (UE) e do Espaço Económico Europeu tiveram uma

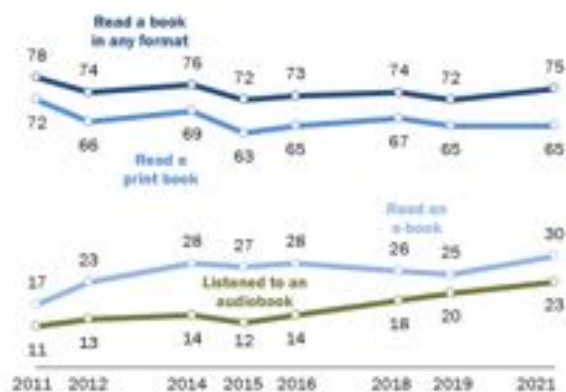
receita anual de vendas de aproximadamente 22,4 mil milhões de euros. (World Intellectual Property Organization, 2021). Para além dos novos títulos editados, cerca de 12,5 milhões de títulos diferentes foram listados como estando impressos, ou disponíveis, em 2019. Mais de 62% das receitas editoriais provêm da edição comercial, enquanto menos de 20% provêm do sector da educação.

Maior parte dos estudos e análises estatísticas referidas neste relatório foram realizadas nos Estados Unidos da América (EUA), país onde a adesão aos livros digitais é maior, sendo também um dos países no mundo onde se produzem mais livros. De acordo com o Pew Research Center, no ano de 2021, verificou-se que 3 em cada 10 norte-americanos lê ebooks. A percentagem de americanos que leu livros impressos, nesse ano, ultrapassou significativamente a percentagem que utilizou outros suportes de leitura, mas 30% afirmaram ter lido um livro digital.

No que concerne hábitos de leitura, de um modo geral, 75% dos adultos norte-americanos leram um livro em qualquer formato, número que se manteve praticamente inalterado desde 2011, de acordo com um inquérito do Pew Research Center realizado entre 25 de janeiro e 8 de fevereiro de 2021, representados a seguir:

**Print books continue to be more popular than e-books or audiobooks**

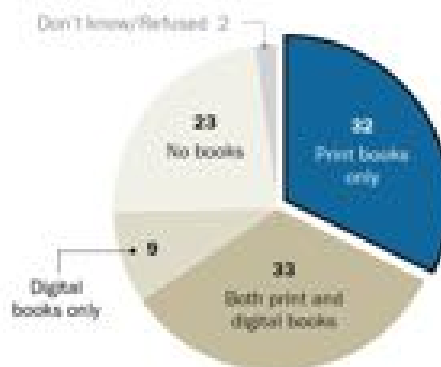
% of U.S. adults who say they have \_\_\_\_\_ in the previous 12 months



7. % de americanos que leu um livro, entre fevereiro 2020 e fevereiro 2021

**A third of Americans say they read both print and digital books in the past year**

% of U.S. adults who say they have read \_\_\_\_\_ in the previous 12 months



8. % referente aos padrões de leitura dos americanos, entre fevereiro 2020 e fevereiro 2021

Mesmo tendo em consideração o crescimento dos formatos digitais na indústria editorial, comprovou-se que continua a ser relativamente pequeno o número de norte-americanos que consomem apenas eBooks. Cerca de 33% dos americanos lêem nestes formatos digitais e também lêem livros impressos, enquanto 32% dizem ler apenas livros impressos. Apenas 9% dos americanos afirmam ler apenas livros em formato digital e não ter lido nenhum livro impresso, no período estabelecido pelo inquérito.

Em Portugal, de acordo com a APEL (Associação Portuguesa de Editores e Livreiros), recorrendo a dados disponibilizados pela consultora alemã GfK, em 2022 foram vendidos 12 725 898 livros, por um preço médio de 13,75 euros, o que corresponde a um encaixe de 175 017 322 euros. Em termos de vendas, estes 175 milhões de euros representam um aumento de 16,2% face a 2021. Em 2021, foram vendidos perto de 11,2 milhões de livros, num total aproximado de 150 milhões de euros.

A GfK, entidade responsável por auditar as vendas de livros em Portugal, partilhou com a APEL alguns dados macro acerca do mercado do livro nacional, com uma periodicidade trimestral, de janeiro a dezembro de 2022.

Este estudo, estima-se que tenha coberto 85% do mercado livreiro em Portugal.

Período: 1.º Trimestre 2022

Mercado		Varição YTD
Valor	34 907 072 €	+ 43,6 %
Unidades	2 589 810	+ 35,2 %
Preço médio	13,48 €	+ 6,1 %
Livros novos no trimestre	2 633	

Peso e preço médio por Categoria	Valor %	Unidades %	Preço Médio
Não Ficção	42,3%	35,0%	16,29 €
Ficção	32,1%	28,4%	15,24 €
Infantil/Juvenil	24,8%	33,5%	9,98 €
Campanhas/Exclusivos	0,8%	3,1%	3,38 €

Peso Canais	Valor%	Unidades%
Livrarias / Outros	78,2%	68,0%
Hipermercados	21,8%	32,0%

9. 1º Trimestre do Mercado Editorial em Portugal (2022)

Período: 2.º Trimestre 2022

Mercado		Varição YTD
Valor	37 421 613 €	+19,0%
Unidades	2 780 308	+17,6%
Preço médio	13,46 €	+1,2%
Livros novos no trimestre	2 478	

Peso e preço médio por Categoria	Valor %	Unidades %	Preço Médio
Não Ficção	36,4%	29,7%	16,51 €
Ficção	35,0%	30,7%	15,36 €
Infantil/Juvenil	27,6%	36,0%	10,33 €
Campanhas/Exclusivos	0,9%	3,6%	3,44 €

Peso Canais	Valor%	Unidades%
Livrarias / Outros	77,8%	68,8%
Hipermercados	22,2%	31,2%

10. 2º Trimestre do Mercado Editorial em Portugal (2022)

Período: 3.º Trimestre 2022 (jun-set)

Mercado	Trimestre	Varição
Valor	43 725 878 €	12,4%
Unidades	3 251 929	8,1%
Preço médio	13,45 €	4,0%
Livros novos no trimestre	2 159	

Peso e preço médio por Categoria	Valor %	Unidades %	Preço Médio
Não Ficção	38,3%	33,4%	15,39 €
Ficção	37,1%	33,5%	14,86 €
Infantil/Juvenil	23,8%	29,9%	10,71 €
Campanhas/Exclusivos	0,9%	3,2%	3,77 €

Peso Canais	Valor%	Unidades%
Livrarias / Outros	78,0%	68,4%
Hipermercados	22,0%	31,6%

11. 3.º Trimestre do Mercado Editorial em Portugal (2022)

Período: 4.º Trimestre 2022 (out-dez)

Mercado	Trimestre	Varição
Valor	58 943 385 €	+5,6%
Unidades	4 102 727	+3,2%
Preço médio	14,37 €	+2,3%
Livros novos no trimestre	2 565	

Peso e preço médio por Categoria	Valor %	Unidades %	Preço Médio
Não Ficção	35,6%	29,3%	17,44 €
Ficção	36,2%	32,0%	16,29 €
Infantil/Juvenil	27,4%	35,8%	11,00 €
Campanhas/Exclusivos	0,8%	2,9%	3,95 €

Peso Canais	Valor%	Unidades%
Livrarias / Outros	79,8%	71,0%
Hipermercados	20,2%	29,0%

12. 4.º Trimestre do Mercado Editorial em Portugal (2022)

Período: YTD (jan-dez 2022)

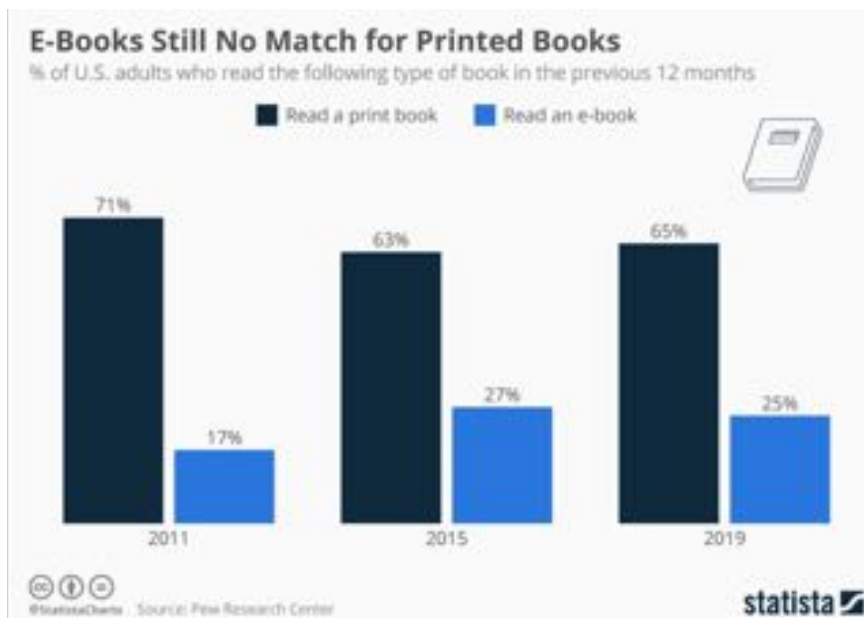
Mercado	YTD	Varição
Valor	175 017 322 €	+16,2%
Unidades	12 725 898	+12,8%
Preço médio	13,75 €	+3,0%
Livros novos YTD	12 894	

Peso e preço médio por Categoria	Valor %	Unidades %	Preço Médio
Não Ficção	37,4%	31,6%	16,29 €
Ficção	35,7%	31,3%	15,65 €
Infantil/Juvenil	26,1%	33,9%	10,58 €
Campanhas/Exclusivos	0,8%	3,2%	3,67 €

Peso Canais	Valor%	Unidades%
Livrarias / Outros	78,6%	69,3%
Hipermercados	21,4%	30,7%

13. Total Anual do Mercado Editorial em Portugal (2022)

Ainda que os dados acima representados se refiram a livros impressos, é importante ressaltar que as vendas dos mesmos, tanto em Portugal como no mundo, ainda supressam, em largos passos, os livros digitais.



14. % de livros digitais e impressos vendidos, nos EUA, nos anos 2011, 2015 e 2019

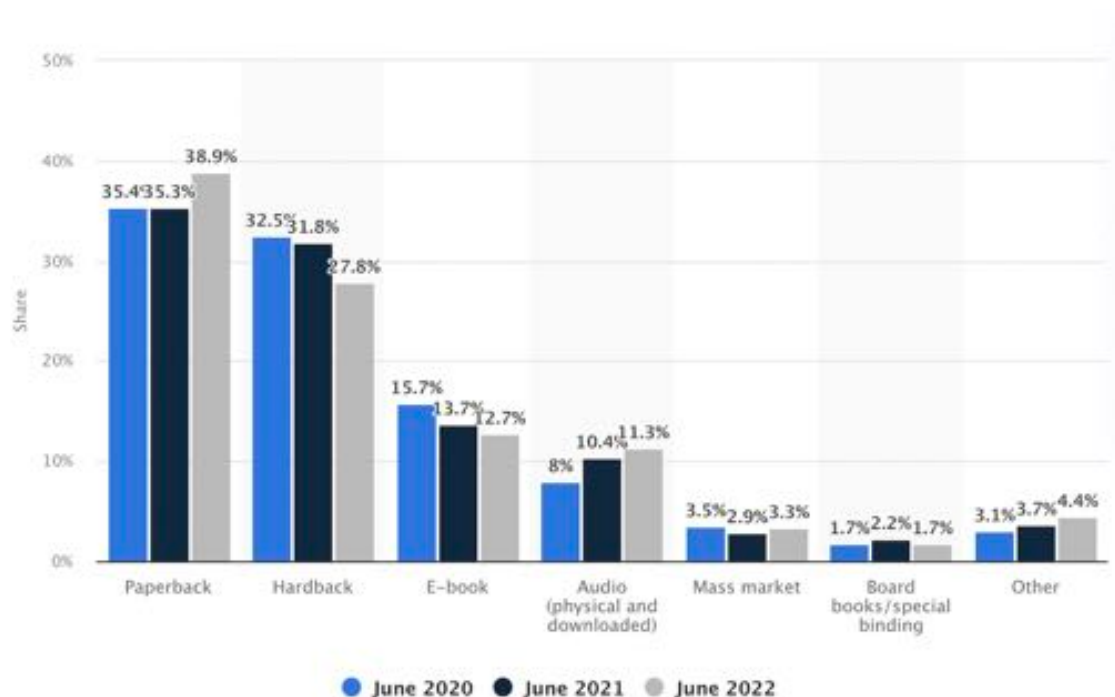
No artigo de Felix Ritcher “E-Books Still No Match for Printed Books”, publicado no Statistica, em 2022, sugere-se que os livros digitais não serão “o último prego no caixão dos livros impressos”, mas sim um produto complementar que deverá beneficiar a indústria editorial. Ritcher defende, ainda, que os livros são o que é “real” e, por essa razão, dificilmente conseguem ser superados:



15. Statistica

“People may grab an e-reader when they head to the beach or commute to work, but as far as actual books go, there’s nothing like the real thing.”

Noutro relatório, publicado pelo Statista em 2022, “Distribution of trade book sales in the United States in June 2020 and June 2021, by format”, publicado por Amy Watson, concluiu-se que os livros de “capa mole” tinham uma quota de mercado de 38,89%, enquanto os livros de “capa dura” representavam 27,8% do total das vendas de livros comerciais. Os audiolivros ganharam terreno entre junho de 2020 e junho de 2022, enquanto a quota de vendas dos livros digitais diminuiu 3% no mesmo período.



16. % de venda de livros, nos vários formatos, no mês de junho de 2020, 2021 e 2022

A impressão continua a representar a maioria das vendas comerciais.

Para concluir, e voltando ao exemplo de Portugal, foi publicado no jornal Expresso, o artigo “Mais de 31 mil livros vendidos por dia no 1.º trimestre leva a aumento de 8,3% face a 2022”, que destaca uma tendência crescente do mercado livreiro desde 202.

Nos primeiros meses de 2023 foram vendidos mais de 31 mil livros por dia, revelando-se um aumento de 8,3%, face ao período homólogo, segundo a APEL.

## 1.5 | LIVROS DE ARQUITETURA E DESIGN: UM MERCADO ÚNICO

É certo, com estas conclusões, que o valor do livro não pode ser reduzido ao de mero objeto para fins comerciais (Neves et al., 2014, p. 25). A relação com a leitura, que estes suportam, contribui largamente para o seu valor cultural.

Seguindo esta ordem de pensamento, e uma vez que o livro tem um valor cultural indubitável, não é descabido considerar que o valor do livro vai para além daquilo que é o seu conteúdo. Para além das palavras, os livros evoluíram e tornaram-se objetos que incorporam significado, arte e design. São, simultaneamente, uma forma eficiente de divulgar informação, bem como representar manifestações concretas de criatividade, cultura e identidade individual. Assim, a questão que paira é: para além do texto, atualmente, os livros podem ser vistos como um objeto estético e visual? (Antunes De Mello, 2022, p. 169)

A evolução dos tempos veio modificar muitas vertentes do processo de produção do livro, nomeadamente o tema do meso, tendo-se começado a criar publicações mais específicas. Começaram a ser produzidos livros de pintura, design de moda, arquitetura, cinema, fotografia - publicações que, conferindo determinadas características, são apelidadas de “livros de luxo”, de coleção, comumente vendidos como “*coffee table books*”.

Sendo esta última designação uma justificação clara de que os livros, atualmente, podem ser comprados com o intuito de ser um objeto decorativo e, simultaneamente, de leitura. O próprio facto de que as lojas de interiores vendem livros é a prova mais evidente de tal.

“São quase um objeto de apreciação, visual e tátil, com tamanho fora do convencional (maiores), fartamente ilustrados, trazendo, idealmente, pequena quantidade de texto e tratando dos assuntos de forma leve e envolvente, sem requerer malabarismos intelectuais por parte do leitor.”

(Silva, 2011, p. 18)

Para os colecionadores, o valor agregado ao livro é independentemente do seu valor cultural ou monetário. Este é um caso típico em que a qualidade está acima da quantidade. (Baudrillard, 1993, p. 98)

2013 foi considerado o ano em que o livro se tornou um “objeto de luxo”, ou assim o afirmou o artigo de Daniel D'addario, “The year the book became a luxury object”, publicado no Salon. O artigo destaca que, em dezembro daquele ano, “o The New York Times referiu que as características únicas dos livros digitais tinham desaparecido em grande parte”, destacando que apesar de ser “um formato que inicialmente prometia todo o tipo de funcionalidades”, era, na realidade, bastante restrito, semelhante a um livro real.

Enquanto o livro digital tentava assemelhar-se ao máximo a um livro impresso, os livros estavam a tornar-se “mais sumptuosos e fetichistas”. Defende-se que, perante o aumento da venda de livros digitais, as editoras entenderam que o que poderia combater algumas vantagens do eBook era um livro impresso com uma característica irresistível: a beleza. Caso para dizer que, quando se trata de comércio, interessa que se julgue um livro pela capa. Se um livro não for imersivo e incrivelmente visual, será que vale a pena procurar uma cópia em papel?

O artigo refere que o “luxo é a capacidade de nos entregarmos ao desnecessário, de desfrutarmos de extras, de saborearmos aquilo que não é estritamente imperativo para a sobrevivência, mas que nos dá prazer na mesma”. Isso faz dos livros impressos o derradeiro artigo de luxo, disponível para as massas, mas necessário para poucos.

Cada vez mais, a leitura de textos impressos da velha guarda não é necessária. É possível descarregar qualquer livro para um Kindle, por exemplo, e levar uma biblioteca inteira consigo para qualquer lado, através de tantos outros aparelhos tecnológicos. No entanto, os livros oferecem um prazer sensual, apelativo e sensorial. A satisfação de folhear as páginas, a capacidade de medir o nosso progresso, de sublinhar, anotar e dobrar o papel – faz com que a leitura venha com um sentido de posse agregado.

“Podem e devem funcionar como fonte de informação e entretenimento, mas quem os exhibe em seus ambientes pode também querer comunicar um estilo de ser ou de como gostaria de ser visto pelo mundo que o cerca, de se legitimar socialmente ou de legitimar uma atividade em que esteja envolvido.”

(Silva, 2011, p. 18)

As edições trabalhadas, (Baudrillard, 1993, p. 98), providas de “capas e contracapas em alto relevo e títulos com texturas diferentes, letras envernizadas, páginas com pequenos desenhos estilizados, adornando as bordas, os inícios dos capítulos e os intervalos do texto; ilustrações e cortes coloridos”, promovem a exclusividade do produto.

Afunilando o tema para o objeto de estudo deste relatório, relativamente aos livros de arquitetura, podemos considerar que existem dois tipos de publicação proeminentes: os livros que se centram nos projetos dos arquitetos, e os que são escritos pelos próprios arquitetos.

A primeira categoria engloba as publicações que se debruçam sobre as obras dos arquitetos, oferecendo uma visão abrangente das suas filosofias de conceção, processos criativos e projetos concluídos. Estes volumes são o produto da colaboração entre arquitetos e editores. Proporcionam uma plataforma para os arquitetos mostrarem os seus trabalhos a um público mais vasto.

Por outro lado, os livros escritos por arquitetos representam outra faceta deste tipo de publicações. São livros que, quer sob a forma de manifestos ou memórias, oferecem aos leitores um acesso direto às mentes intelectuais e criativas dos arquitetos que mais apreciam.

Atualmente, o panorama dos livros de arquitetura continua a evoluir. Editoras de livros especializadas colaboram com arquitetos para produzir volumes visualmente deslumbrantes que não só documentam projetos arquitetónicos, mas também servem para descrever o seu processo criativo. Os arquitetos contribuem para o discurso através de relatos autobiográficos, manifestos e reflexões sobre a mudança do papel da arquitetura na sociedade.

Várias editoras de renome, conhecidas exatamente por publicar este género de livros e edições especiais relacionadas, têm um papel bastante relevante na matéria, na representação do livro impresso como um objeto de luxo – são, também, editoras reconhecidas no mundo do design de interiores, pelos seus livros apelativos, coloridos e, por vezes, volumosos. Alguns exemplos são:

## | TASCHEM

Fundada na cidade de Col6nia, na Alemanha, em 1980, por Benedikt Taschen, a editora, mundialmente conhecida, inicialmente denominada Taschen Comics, comeou por vender livros de banda desenhada. Ao longo dos anos, foi abrangendo o seu leque de publica76es, tendo ganhado reconhecimento internacional pelos seus livros distintos e visualmente impressionantes que abrangem uma vasta gama de temas, incluindo arte, arquitetura, design, fotografia, moda, cultura pop e muito mais. A editora produz frequentemente livros de grande formato.



17. Benedikt Taschen no in6cio da editora

## PHAIDON |

Fundada na cidade de Viena, Áustria, em 1923, a Phaidon tem uma longa tradição na produção de publicações de elevada qualidade, nos domínios das artes visuais e das disciplinas criativas. Fundada pelo Dr. Bela Horovitz, a editora era como uma sociedade anónima centrada na publicação de livros sobre artes visuais. Ao longo da sua história, a Phaidon tem-se dedicado a produzir livros sobre arte, cultura, design e arquitetura. Trata-se, conseqüentemente, de uma editora com uma ampla seleção de livros sobre arquitetura escritos por especialistas na área e arquitetos reconhecidos.



18. Sede da Phaidon em Nova Iorque

## | ASSOULINE

Fundada em Nova Iorque, por Prosper e Martine Assouline, em 1994, a Assouline é uma editora de luxo com um forte enfoque na arte, cultura, moda, design e estilo de vida. A editora ganhou uma elevada reputação por produzir livros requintados e visualmente apelativos que mostram o mundo do luxo, do estilo e da cultura. A Assouline já publicou mais de 1700 títulos cerca de arquitetura, arte, design, moda, gastronomia, estilo de vida, fotografia e viagens.



19. Família Assouline

## GESTALTEN |

Fundada em Berlim, no ano de 1995, a Gestalten é uma editora internacional independente conhecida pelas suas publicações sobre arte, design, arquitetura, fotografia e campos criativos contemporâneos. Foi fundada por três amigos: Robert Klanten, Markus Hollmann-Loges e Andreas Peyerl. Atualmente, editora é especializada em publicações de arte, arquitetura e design.



20. Loja Gestalten, sediada em Berlim 1

## | LARLS MUELLER

Fundada em 1983, a Lars Mueller Publishers é uma editora suíça especializada em livros sobre arquitetura, design e cultura contemporânea. A fundação da Lars Mueller Publishers está intimamente ligada à visão e aos contributos do seu fundador, Lars Mueller, um designer gráfico, tipógrafo e editor suíço. Antes de fundar a editora, Lars Mueller tinha uma carreira estabelecida na área do design gráfico, incluindo o trabalho com o famoso designer e tipógrafo suíço Wolfgang Weingart.



21. Lars Mueller

## **Capítulo II**

# **METODOLOGIA**

## 2.1 | CONCEÇÃO DA INVESTIGAÇÃO

No seguimento da contextualização histórica, em que se explorou a evolução do livro e a revolução digital que, definitivamente, influenciou e modificou a indústria editorial, apresenta-se, neste capítulo, a metodologia utilizada para a elaboração do presente relatório.

De modo a complementar a componente prática, relativa à experiência de estágio, suportou-se, primeiramente, este trabalho com uma revisão da literatura e quadro teórico que abrangeu o entendimento da indústria editorial como uma parte muito relevante do setor das indústrias culturais; a evolução do papel para o digital, bem como as vantagens e desvantagens que cada um acarreta; uma breve contextualização sobre a revolução tecnológica na indústria e o seu impacto no mercado livreiro; uma contextualização e exemplos de editoras que publicam livros de luxo, afunilando o tópico para os livros de arquitetura, que são de especial interesse neste trabalho.

Estabelecendo que este relatório de estágio está dividido em duas grandes partes, a primeira é a revisão teórica e a segunda assenta na aprendizagem experimental e experiência de estágio.

Esta segunda parte fundamenta-se com uma abordagem histórica acerca da capital dinamarquesa e da influência significativa do design e arquitetura na mesma, seguindo-se uma breve análise histórica da empresa, Danish Architectural Press, na qual o estágio foi efetuado. Este capítulo destaca a aprendizagem e trabalho elaborado ao longo de seis meses de estágio, bem como recolhe observações relativas à matéria teórica analisada, importantes para justificar as conclusões estabelecidas.

É, também, pertinente relacionar a parte tecnológica analisada anteriormente com a experiência de estágio de forma a justificar, neste caso específico, em que é que a tecnologia contribuiu para a edição, produção e divulgação dos livros. No terceiro capítulo é discutida a forma como esta experiência prática se relaciona com as teorias e os conceitos explorados, baseando-se na aprendizagem experimental.

Segue-se uma reflexão crítica acerca da experiência de estágio, onde serão partilhadas as observações, ideias e quaisquer aplicações práticas dos conhecimentos adquiridos na Danish Architectural Press. Por último, é feita uma síntese dos conhecimentos obtidos.

A metodologia deste trabalho emprega, essencialmente, uma abordagem qualitativa à investigação e à reflexão. É um método de autorreflexão e análise, que se baseia tanto no conhecimento teórico como na experiência prática para obter conclusões. Podendo, deste modo, ser designada como "metodologia experiencial".

## 2.2 | MÉTODOS DE RECOLHA DE ANÁLISE DE DADOS

O processo de recolha de dados baseia-se principalmente no levantamento de dados qualitativos – experiência de estágio numa editora de livros de arquitetura e reflexões sobre a mesma.

Desse modo, foi estabelecido o seguinte método de recolha e análise de dados:

Primeiramente, foi feita uma análise *in loco*, no decorrer do estágio e foram recolhidos dados experimentais através do trabalho efetuado. Estes dados incluem observações, interações, tarefas e experiências no terreno. As reflexões elaboradas *à posteriori* servem, também, como dados recolhidos, tratando-se de análises críticas das experiências práticas.

A recolha de dados que suportam a investigação deste relatório também engloba a fase inicial da revisão da literatura existente e de trabalhos académicos relacionados com o tema.

O período de recolha de dados durou, essencialmente, seis meses, sendo este o período condizente com o estágio. Posteriormente, foi necessário mais um mês para a recolha final de documentos académicos e literários, sendo importante sublinhar que uma recolha prévia já tinha sido elaborada, dois meses antes do estágio. No total, considera-se um período de 9 meses.

**Capítulo III**  
**DANISH ARCHITECTURAL PRESS**

## 3.1 | ABORDAGEM HISTÓRICA

### 3.1.1 DINAMARCA: UM PAÍS DEDICADO AO DESIGN E ARQUITETURA

A Dinamarca é um país do Norte da Europa conhecido pelas suas paisagens, passado fascinante e cultura, mas, principalmente, pela dedicação contínua ao design e à arquitetura. Ao longo dos anos, a Dinamarca estabeleceu uma reputação como um centro global de design e inovação arquitetónica graças a uma herança impregnada de valores como o artesanato, o minimalismo e a utilidade.

A estética do design dinamarquês permeia todos os aspetos da vida. O conceito de "*hygge*", que se refere ao aconchego e ao contentamento, reflete-se em todas as peças de arquitetura notáveis, no design urbano inovador e nos objetos de uso comum.

O movimento clássico do design moderno dinamarquês, conhecido pela utilização de materiais naturais e pelo ênfase atribuído ao conforto e utilidade, nasceu em meados do século XX. Designers lendários como Arne Jacobsen, Hans Wegner e Finn Juhl continuam a ser venerados, em todo o mundo, pelas suas criações, que adornam tanto as residências privadas como os edifícios públicos.

A arquitetura dinamarquesa é muito apreciada. É exemplo de um equilíbrio entre a história e o progresso, desde as obras-primas modernistas de Jørn Utzon, a mente por detrás da Ópera de Sidney, até ao planeamento urbano criativo em Copenhaga, onde as bicicletas ultrapassam o número de automóveis. Um país altamente focado na sustentabilidade, com uma infinidade de projetos e edifícios ecológicos feitos para maximizar o potencial de energia eólica e solar.

A necessidade de criar livros que aprofundem a arquitetura e o design dinamarqueses vai além da mera documentação - é uma celebração de um legado cultural que continua a moldar o nosso mundo.

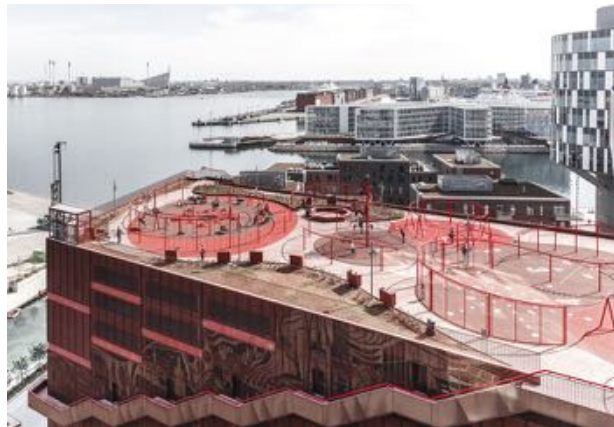
Inúmeras editoras, não só dinamarquesas, publicam obras relevantes para o estudo da arquitetura, monografias dos maiores nomes da arquitetura dinamarquesa, bem como publicações de projetos icónicos. A sustentabilidade é um tema muito atual na arquitetura, sendo este comumente utilizado pelas editoras quando se trata de produzir livros acerca de projetos arquitetónicos.

“The current internationalization of Danish architecture will have to give way to a sensitive regional approach. The natural landscape must play a dominant role in urban planning. The architecture of house and garden will have to work in synergy to make itself and the surroundings resilient.”

(Poulsen & Lauring, 2019, p.101)

Pode-se considerar que a publicação destes livros também remete para a preservação do património, uma fonte de inspiração e aprendizagem, um meio de partilha cultural e, como foi mencionado anteriormente, promoção da sustentabilidade.

Muito conhecida como pioneira na conceção urbana centrada no cidadão e na sustentabilidade, Copenhaga foi eleita, este ano, pela UNESCO, como Capital da Arquitetura.



22. Park 'n' play / JAJA Architects



23. Superkilen / Topotek 1, BIG Architects, Superflex



24. The Royal Library / SHL



25. 8 House / BIG Architects



26. Silo / COBE



27. CopenHill / BIG Architects

### 3.1.2 DANISH ARCHITECTURAL PRESS

A Danish Architectural Press ou, em dinamarquês, *Arkitektens Forlag*, foi estabelecida em 1949, pela Associação Dinamarquesa de Arquitetos, como uma fundação comercial independente, apresentando uma longa história de publicações de obras acerca dos arquitetos, designers e pensadores mais inovadores da Dinamarca. A editora dinamarquesa apresenta um vasto catálogo de obras impressas sobre arquitetura. Com livros como Arne Jacobsen – Life & Work, The Architect Finn Juhl, e a primeira edição de Life Between Buildings de Jan Gehl, a editora desempenhou um papel importante na formação da história do design e da arquitetura dinamarquesas.

A sua principal publicação, a revista *Arkitekten*, tratava-se de uma revista crítica de arquitetura. As publicações da *Arkitekten* documentavam o desenvolvimento e a mudança de paradigma no campo da arquitetura, publicavam debates entre colegas da área, críticas à nova arquitetura e apresentações de concursos.

Ainda que o principal objetivo da Danish Architectural Press, na altura da sua fundação, fosse proliferar as ideias da arquitetura e design dinamarqueses, a relevância de outras obras e, também, o trabalho de arquitetos do país noutras partes do globo, fez com que a empresa sofresse algumas alterações.

Considerando a Dinamarca um país pequeno e com uma língua materna pouco falada no mundo, entendeu-se que reduzir todas as publicações à língua dinamarquesa poderia ser um impedimento para a venda das obras da editora por outros países. Desse modo, a *Arkitektens Forlag* optou por usar comercialmente o nome inglês Danish Architectural Press e começou a publicar ocasionalmente sobre arquitetos estrangeiros, bem como obras de design e arquitetura mundiais.

Denotando essa vontade de expandir a venda dos livros da editora para um público mais internacional, apostou na venda e distribuição das suas obras através da Idea Books (responsável pelas distribuições internacionais), Actar Publishers (EUA e Canada) e Katja Bremer (encarregue da distribuição dos livros nos países escandinavos).

Com um legado que se estende por várias décadas, a editora tem entrelaçado perfeitamente a erudição arquitetónica, o discurso cultural e a expressão artística, contribuindo assim para o enriquecimento e a evolução da paisagem arquitetónica da Dinamarca. As publicações atuais centram-se em questões globais relevantes para a arquitetura dinamarquesa, e não só, incluindo o clima

e a sustentabilidade, os desafios da urbanização e o impacto da tecnologia nos arquitetos e designers.

Sediada no centro da capital do país, Copenhaga, a Danish Architectural Press é uma entidade distinta e fundamental no domínio da publicação dinamarquesa de arquitetura, conectada com a arquitetura do mundo, e do país onde se insere, num espaço nobre – Frederiksgade 1 – dedicado especificamente a estúdios de arte, design e arquitetura. Esta representa a divulgação de um espectro abrangente de literatura dedicada ao ambiente construído.



28. Frederiksgade 1

O objetivo da Danish Architectural Press é publicar livros da mais alta qualidade e ultrapassar os limites do pensamento arquitetónico e do design, inspirando arquitetos, designers e público em geral sobre o potencial da arquitetura na moldagem do mundo.

## KRISTOFFER LINDHARDT WEISS

Kristoffer Lindhardt Weiss é formado em Filosofia, autor de vários livros de arquitetura e antigo sócio do estúdio de arquitetura e design EFFEKT, sediado em Copenhaga. Assumiu o cargo de diretor executivo da editora, Danish Architectural Press, em março de 2019, altura em que relembra uma “crise de identidade” da editora.

Entre os anos 2017 e 2019, a Danish Architectural Press não teve um diretor nem uma equipa editorial. A associação fundadora comprou de volta os direitos de publicação da revista Arkitekten, e o então diretor deixou a editora ao mesmo tempo.

Considerando que a editora precisava de seguir “um novo caminho”, Kristoffer Weiss assumiu o cargo de novo CEO. Desde então, em conjunto com um conselho administrativo, tem conduzido a Danish Architectural Press numa direção mais contemporânea, com enfoque nas agendas globais que caracterizam o trabalho dos arquitetos dinamarqueses, nomeadamente enfatizando o tema da sustentabilidade ambiental.

“O objetivo da editora foi, desde sempre, divulgar conhecimentos sobre a arquitetura dinamarquesa na Dinamarca e no estrangeiro. Existe um enorme interesse global na arquitetura, no desenvolvimento urbano e no design dinamarqueses, e temos de ir ao encontro desse interesse”

- Kristoffer Lindhardt Weiss

Por ser um tema com bastante interesse, tanto nos novos ideais da editora, como na Dinamarca em geral, no ano de 2019 a Danish Architectural Press estabeleceu uma colaboração estratégica com a Royal Danish Academy, que culminou numa série de livros publicados acerca da sua investigação climática.

Isto significa que, para além de se orientar mais globalmente, a editora está a abordar alguns dos temas que preocupam muitas pessoas e geram debate. São eles o clima e a sustentabilidade, os desafios da urbanização em relação ao desenvolvimento dos preços, a gentrificação, e a tecnologia.

A editora Danish Architectural Press é uma fundação comercial, isto significa que tem de ser financeiramente viável, mas não tem necessariamente de gerar grandes lucros. De acordo com os seus estatutos, a editora deve "promover a reputação da profissão", ou seja, existe um objetivo idealista para as publicações e uma obrigação de publicar também publicações de investigação restritas.

Numa entrevista ao sindicato de arquitetos e designers, FAOD, Kristoffer Lindhardt Weiss explicou que os objetivos essenciais de uma editora assentam no seguinte: influenciar a formação de uma opinião com conhecimento e informação bem editados. Por outras palavras, o CEO considera que o papel das editoras é serem “um contrapeso à conversa, por vezes divagante, que tem lugar nas câmaras de eco da Internet e que é muito polarizada”. Kristoffer aponta que é “bom que haja um debate animado, mas como editores, podemos contribuir com conhecimentos muito completos e bem editados que podem ajudar a qualificar o debate e tornar-nos a todos mais inteligentes”.

### 3.1.3 O LIVRO COMO OBJETO DE DESIGN

“As publicações da editora destinam-se a um nicho de mercado global, e não se trata necessariamente de vender muitos livros, mas sim de os livros chegarem às pessoas que estão realmente interessadas”

- Kristoffer Lindhardt Weiss

Confrontado com questões acerca do papel relevante que o livro ainda alberga na sociedade, mesmo que já existam diferentes formas de proliferar o pensamento, Kristoffer denota que, no seu formato, “o livro continua a ser o local onde somos obrigados a defender o nosso ponto de vista. Se escrevermos num blogue, podemos continuar a escrever. É interminável, não há limites. Um livro, por outro lado, obriga-nos e força-nos a articular um pensamento, uma ideia, uma opinião. É isso que o livro ainda pode fazer em relação a estas grandes mudanças tectónicas que estão a acontecer na arquitetura e no desenvolvimento urbano”.

No que concerne o debate deste estudo acerca do valor visual do livro, o CEO da Danish Architectural Press considera que, para além de transmitir conhecimento, o livro é ainda um “objeto de design”.

“Os livros que publicamos têm de ser agradáveis ao toque e interessantes ao olhar, e temos de fazer ainda mais. As pessoas também se tornaram mais exigentes. Atualmente, para comprar um livro, é preciso que ele seja "mais" do que apenas conhecimento e inspiração. Por isso, penso que será crucial para a editora prosperar e crescer que produzamos livros que sejam simultaneamente bonitos, inspiradores e sábios”.

### 3.2 | TAREFAS E RESPONSABILIDADES DO ESTÁGIO

Tendo em consideração que, desde a entrada na editora de Kristoffer Weiss, este é o plano editorial mais ambicioso dos últimos anos, a editora Danish Architectural Press volta a ser um forte pilar na comunicação da arquitetura dinamarquesa e na forma como os arquitetos dinamarqueses abordam os maiores desafios globais. Desde novas publicações a reedições de livros icônicos.

Neste ponto, será explorado o processo de trabalho durante o estágio que decorreu num período compreendido entre o dia 9 de janeiro e 23 de junho deste ano, 2023. Desde os meandros do trabalho editorial à dinâmica do marketing de livros, a experiência de estágio serviu como uma educação imersiva - uma ponte entre o conhecimento acadêmico e a aplicação prática. As páginas que se seguem são um testemunho dos conhecimentos inestimáveis retirados desta experiência, e interseção entre o meio acadêmico e a indústria editorial.

Para melhor compreender todo o trabalho elaborado, no período mencionado anteriormente, optou-se por dividir a experiência por meses – como se se tratasse de um diário de bordo - de um modo breve e ilustrativo.

#### | JANEIRO

O primeiro mês de estágio na Danish Architectural Press foi um mês de adaptação. As preocupações recaíam em conhecer os métodos de trabalho, os colaboradores da empresa, o funcionamento da editora (interno e externo), reconhecer as funções e responsabilidades do estagiário, tarefas e projetos da empresa.

A primeira semana ficou marcada pela visita à Narayana Press, uma das maiores gráficas dinamarquesas, reconhecida por combinar a impressão offset clássica com as mais recentes tecnologias. A gráfica é reconhecida por editoras de outros países, que viajam de propósito até à Dinamarca para imprimir as suas publicações. O objetivo da Narayana Press é produzir produtos gráficos da mais alta qualidade.

A Narayana Press foi fundada em Rishikesh, nos Himalaias, em 1955, pelo escritor e filósofo indiano Swami Narayanananda. Em 1967, o N.U.Yoga Ashrama foi fundado numa propriedade agrícola perto de Gylling, na Jutlândia, Dinamarca, propriedade do N.U.Yoga Trust Denmark.

O Ashrama era, antes de mais, um lar para antigos toxicod dependentes e hippies que tinham conhecido Swami Narayanananda na Índia. O encontro com ele significou uma grande mudança para estes jovens, que começaram a construir um modo de vida saudável e uma comunidade monástica moderna e autossuficiente.

Em 1972, o Ministério da Cultura doou uma pequena máquina *offset* à imprensa, em reconhecimento do facto de se ter trazido um certo número de jovens de volta ao “bom caminho”. A partir de então, a Narayana Press iniciou uma atividade de impressão comercial, envolvendo membros do mosteiro Ashrama – o que se mantém até aos dias que correm.



29. Visita à gráfica Narayana Press (11/01/2023)

Nesse mesmo dia, uma vez na península da Dinamarca, Jutlândia, foi feita uma visita à Faculdade de Arquitetura de Aarhus (Aarhus School of Architecture). A Danish Architectural Press participa, ativamente, em colaborações com a escola, em publicações de artigos, livros e palestras.



30. Livreria (Aarhus School of Architecture)



31. Biblioteca (Aarhus School of Architecture)

Um dos objetivos do mês de janeiro na Danish Architectural Press era renovar o website da editora. Kristoffer considerava que para atrair mais clientes, e demonstrar o conteúdo contemporâneo que a editora pretendia publicar, a sua imagem deveria ser mais “neutra”, “simples” e “organizada”.

Uma das primeiras tarefas impostas no estágio foi, exatamente, a de escrever novos textos para todos os livros pré-existentes, fotografar os livros e fazer a edição dos mesmos, bem como a organização do website utilizando a plataforma Squarespace. Esta mudança abrangeu as restantes redes sociais da editora, como LinkedIn, Instagram e Facebook.

O logótipo da editora também foi alterado pelo estúdio de design gráfico Alexis Mark, cuja colaboração se estende para algumas das publicações da Danish Architectural Press.

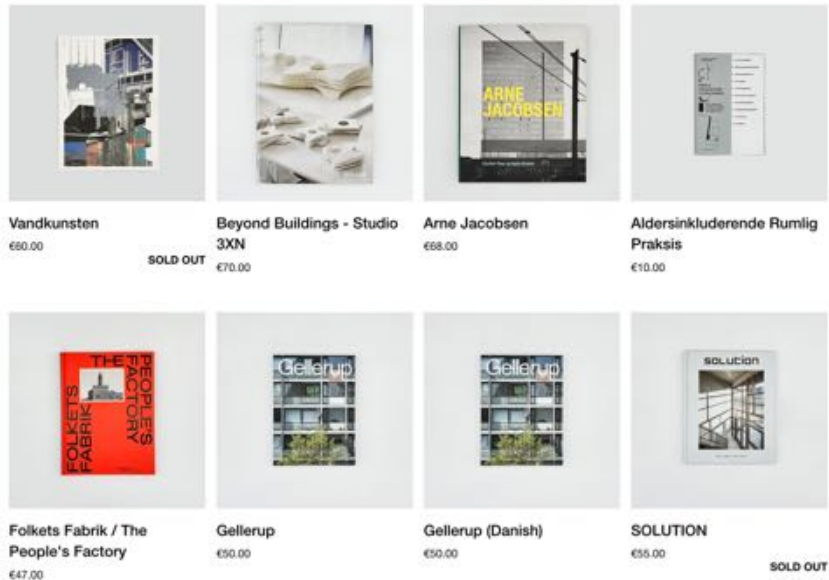
**ARKITEKTENS FORLAG**

32. Logótipo antigo

DANISH  
ARCHITECTURAL  
PRESS ARKITEKTENS  
FORLAG

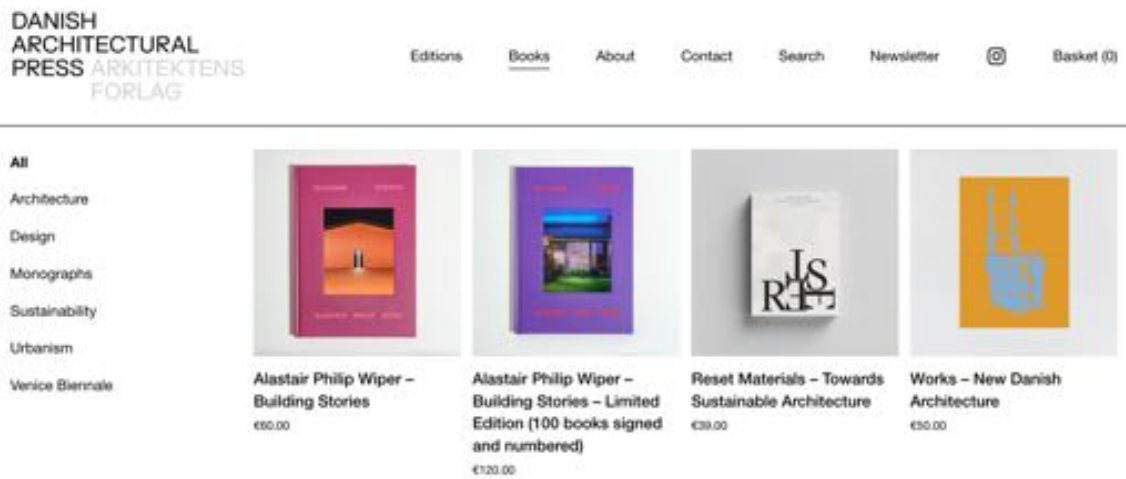
33. Logótipo novo

No site, o objetivo era facilitar a navegação, melhorá-lo visual e graficamente e incorporar novos separadores, outrora inexistentes. Todas as obras do site foram fotografadas manualmente, com um iPhone 14 Pro, e uma LightBox.



34. Website da Danish Architectural Press

Como se observa na imagem anterior, existe um layout minimalista, o fundo é constante, uma cor acinzentada em todas as imagens, e, consegue-se ainda, compreender quais os livros de maior porte em comparação com os outros – característica que no site anterior era inexistente, bem como o fundo homogêneo. Foi criada uma barra horizontal que divide o site em secções, mais uma vez com o objetivo de maximizar a navegação do visitante.



35. Website da Danish Architectural Press

A secção de edições especiais foi uma nova adição, sendo que também denota a necessidade de expandir o leque de publicações da editora. Este ano, a Danish Architectural Press optou por vender edições especiais de determinadas obras anteriormente publicadas, bem como de reeditar determinados livros considerados icónicos.

Para além das tarefas relacionadas com a renovação do site, foram escritos *press releases* relativos ao lançamento de novos livros, nomeadamente *Arne Jacobsen in London*, obra acerca da Embaixada da Dinamarca em Londres – projeto do arquiteto e designer dinamarquês Arne Jacobsen.

## | FEVEREIRO

O segundo mês de estágio baseou-se na finalização do website, no desenvolvimento de um novo catálogo para as distribuidoras utilizarem e terem acesso a um material atualizado e, ainda, na comunicação do lançamento do livro *Byen Danmark* para o mês de março.



36, 37, 38, 39. Escritório

Esta última tarefa foi importante para entender de que modo se processava a definição de prazos, consoante a agenda mensal da editora, e de que forma era feito o planeamento do lançamento de um livro. Em fevereiro foi, também, planeado o lançamento da obra *Arne Jacobsen in London*, desta vez na cidade de Copenhaga.

No final do mês foi, ainda, realizada uma *tour* de arquitetura, como forma de instruir e dar a conhecer edifícios icónicos da arquitetura dinamarquesa na capital.

## | MARÇO

O mês de março arrancou com o lançamento do livro *Arne Jacobsen in London*, no edifício da editora, Frederiksgade 1. Este evento comemorativo repetiu-se novamente no mesmo mês para o *book launch* do livro *Byen Danmark*, na Faculdade de Arquitetura de Aarhus.



40, 41. Book Launch Arne Jacobsen in London

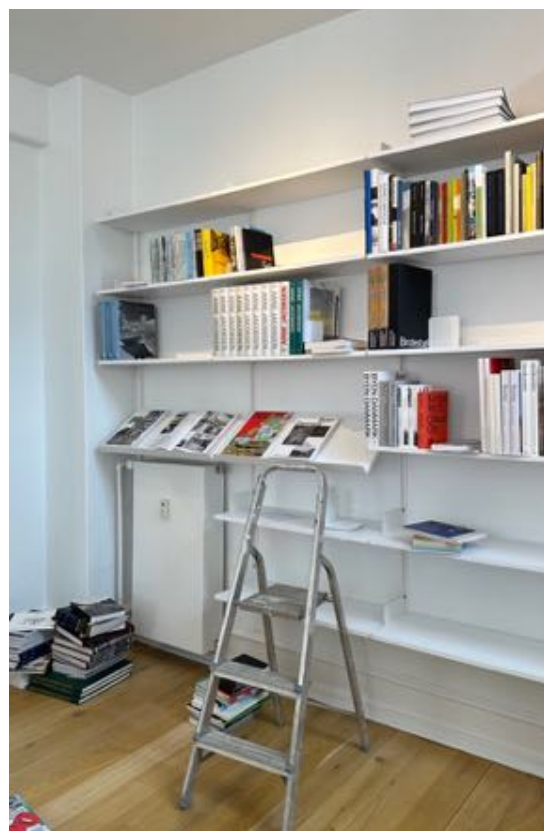


Iniciou-se uma parceria com o Danish Architecture Center, que abriria uma nova exposição no mês seguinte denominada *So Danish!*. Esta nova exposição revela a história da arquitetura dinamarquesa, desde a era dos Vikings até à atualidade, e oferece aos visitantes a oportunidade de viajar pela arquitetura e compreender a sua vitalidade para a sociedade.

A Danish Architectural Press concordou em fazer um livro que englobasse todos os projetos da arquitetura dinamarquesa, bem como a sua história. O resto do mês foi focado em definir as tarefas e métodos de execução do livro.

## |ABRIL

Com planos de expandir o escritório, uma vez que o espaço estava a ficar cada vez menor no atual, a Danish Architectural Press foi movida para uma sala diferente, no mesmo edifício. As mudanças ocorreram no início do mês de abril e, ainda que um processo diferente do que se pode imaginar ser feito numa editora, foi bastante recompensador para a estagiária – tendo promovido, principalmente, a colaboração em equipa.



42, 43, 44. Mudanças de escritório

Houve um contínuo trabalho no livro relacionado com a exposição do Danish Architecture Center (DAC), desde autorizações de imagens, como escrita de textos para o mesmo, edição no InDesign e oportunidade de colaboração com o designer gráfico Hans Munk.

Durante o mês de abril, iniciaram-se os preparativos para a Bienal de Veneza, que decorreria no mês seguinte e celebrou-se, ainda, o lançamento da oitava edição do livro *Life Between Buildings de Jan Gehl*, na Faculdade de Arquitetura de Aarhus.

## | MAIO

No mês de maio ocorreram grandes eventos para a editora. Iniciou-se um projeto acerca do DR Koncerthuset (DR Casa de concertos), obra do arquiteto francês Jean Nouvel. Houve oportunidade de participar numa visita guiada pelo edifício, de assistir às reuniões acerca do projeto e, ainda, de assistir a um concerto musical.



45, 46. Sala de concertos na DR Koncerthuset

Em maio, realizou-se a Bienal de Arquitetura de Veneza, cujo tema incidia no “Laboratório do Futuro”. O projeto da Dinamarca, este ano, denominado *Coastal Imaginaries*, destaca soluções de design, baseadas na natureza, para atenuar

os desafios globais, como a subida do nível do mar e as inundações causadas por tempestades.

Na continuação da exposição Coastal Imaginaries, comissariada por Josephine Michau no Pavilhão Dinamarquês, a Danish Architectural Press produziu o livro *Critical Coast* que apresenta uma série de representações artísticas, ensaios, poesia, material encontrado e conversas empíricas com numerosas vozes internacionais.

Trata-se de um livro interdisciplinar que explora as ecologias e os espaços das paisagens costeiras, as urgências das costas contemporâneas e as ideias inovadoras sobre os futuros costeiros.



47, 48, 49, 50. Bienal de Veneza

## | JUNHO

O último mês de estágio correspondeu à semana anual dos três dias dedicados ao design, em Copenhaga. O 3daysofdesign permite que estúdios de design se deem a conhecer ao público de uma forma mais intimista. O conceito impulsiona que os estúdios se mantenham abertos e que os visitantes percorram o máximo número possível, de modo a conhecer novos projetos.

Sendo Frederiksgade 1 um edifício dedicado ao design e arquitetura, o 3daysofdesign costuma receber bastantes visitas e, este ano, a editora decidiu realizar uma venda de livros. Desse modo, uma das tarefas no mês de junho foi vender os livros.



51, 52. 3daysofdesign

Em junho foi também lançado o livro *who is the architect?*, sendo que anteriormente se deu a escrita de toda a vertente de comunicação: press releases, redes sociais, convites para o evento de lançamento.



53. Book Launch *who is the architect?*

### 3.3 | PROCESSO DE PUBLICAÇÃO DA EMPRESA

O estágio na Danish Architectural Press possibilitou a aprendizagem, através da observação e prática, das mais variadas tarefas inerentes à publicação de um livro. Acima de tudo, considera-se que, o trabalho de uma editora recai sobre uma mistura de criatividade, comunicação e habilidade de comércio.

O processo de publicação de um livro inicia-se com a aquisição de uma história, colaboração num projeto, através da aceitação de submissões não solicitadas ou de trabalhos idealizados com autores específicos. Todos os textos passam por um processo de revisão editorial. Os editores avaliam a qualidade, estrutura e o potencial do que está escrito.

A experiência de estágio promove uma compreensão mais aprofundada no que concerne os aspetos da edição de texto, da revisão e do controlo de qualidade - desde o processo evolutivo de um documento à publicação de um livro. O trabalho de edição, também passa por inferir o significado de novas nomenclaturas que compõem um livro.

Ressalva-se que, neste estágio, a experiência editorial foi possibilitada pelo facto de os livros serem, maioritariamente, escritos em inglês. Apesar de se tratar de uma empresa dinamarquesa, a intenção é abranger a venda para outros países do mundo, difundindo o conhecimento acerca da arquitetura e arquitetos dinamarqueses a uma escala mundial.

A edição de todos os livros, incluindo a conceção da capa, disposição e formatação do mesmo, é efetuada, maioritariamente, nos programas da Adobe InDesign, Illustrator e Photoshop. Foi permitido escrever e editar textos de alguns livros, bem como editar imagens, fazer mockups e edições de vídeo.

Segue-se a preparação do livro para impressão – sendo importante ressaltar que todas as publicações da Danish Architectural Press são impressas. Os livros são impressos em gráficas dinamarquesas, maioritariamente na Narayana Press.

Compreender de que modo se processa a impressão de um livro foi importante e contribuiu, também, para a aprendizagem de novos termos utilizados para descrever tipos de papel, qualidade da tinta e materiais utilizados, bem como para perceber como são feitas as escolhas a nível de preços e orçamentos. Nem sempre se opta pelos materiais mais dispendiosos.

Os livros, depois de impressos, são distribuídos ou armazenados. Todos os livros da editora encontram-se arquivados nos armazéns da DBK. A DBK é uma fundação que desenvolve e agiliza o comércio entre editoras e livreiros da Dinamarca. Em determinadas circunstâncias, é responsável por “destruir” os livros que não se vendem e ficam armazenados, durante anos.

Um ponto muito importante após a publicação de um livro é exatamente este: a sua armazenagem. A “destruição” de livros, leva muitas vezes à criação de novos materiais. Quando não são vendidos, ou se encontram danificados, ou estão desatualizados, os livros são reciclados e convertidos em papel ou outros materiais.

As editoras criam planos de marketing e estratégias promocionais para dar a conhecer novos livros. Isto pode incluir eventos de autores, publicidade, redes sociais, entre outros. Pode-se aprender mais acerca de estratégias promocionais e de marketing de livros, como, por exemplo, quais os mecanismos ideias para atrair novos leitores, ou de convidar os seguidores para um novo lançamento de um novo livro.

Na Danish Architectural Press, a gestão de projetos é delineada na plataforma Monday. Trata-se de um sistema operativo de trabalho baseado numa plataforma flexível e personalizável para as equipas e organizações gerirem os projetos e as tarefas. Esta plataforma serve para definir prazos de tarefas da equipa interna, mas também permite incluir colaboradores de projetos específicos e delimitar tarefas com os mesmos. É possível definir os livros que serão lançados futuramente, bem como deadlines para cada colaborador (por exemplo, designers gráficos, escritores, investigadores, distribuidores).

Os utilizadores podem conceber fluxos de trabalho personalizados que correspondem aos seus processos de trabalho específicos. Isto inclui a criação de quadros, colunas e regras de automatização adaptadas às suas necessidades. Os membros da equipa também podem comunicar e partilhar atualizações do seu trabalho em tempo real.

Estes processos de produção de um livro, observados ao longo de seis meses de estágio na Danish Architectural Press, realçam um trabalho dinâmico, com variadas tarefas e fluxos de trabalho específicos.

## | Publicações acompanhadas durante o estágio



54, 55. *Arne Jacobsen in London*

O livro *Arne Jacobsen in London*, remete para o projeto arquitetônico de Arne Jacobsen. A Embaixada da Dinamarca abriu as suas portas em 1977. Esta publicação apresenta tanto a história e as ideias subjacentes à obra-prima arquitetônica de Arne Jacobsen, como a ambiciosa coleção de arte da Embaixada, que representa a arte, o design e a cultura dinamarqueses contemporâneos.



56. *Byen Danmark*

*Byen Danmark* descreve a evolução das cidades dinamarquesas desde meados do século XVIII até à atualidade e a forma como as fronteiras entre a cidade e o campo se esbateram. Traduzido para português, o título significa, literalmente, “a cidade Dinamarca”, sendo o propósito desta publicação analisar os problemas atuais que dependem de uma série de fatores - incluindo o planeamento urbano, as infraestruturas de transportes, a sustentabilidade ambiental e a equidade social.



57, 58. *Life Between Buildings* (atual/antigo)

A primeira versão de *Life Between Buildings*, de Jan Gehl, foi publicada pela editora em 1971. Em grande parte, este livro foi um protesto contra os princípios funcionalistas de planejamento de cidades, e áreas residenciais, que prevaleceram durante esse período. Mais de 50 anos depois, *Life Between Buildings* continua a ser um dos textos mais lidos e respeitados sobre o planejamento urbano, uma vez que o livro fornece um quadro para a compreensão da importância da concepção centrada no ser humano e para a criação de cidades habitáveis e sustentáveis.



59. *Critical Coast*

*Critical Coast* é um livro interdisciplinar que explora as ecologias e os espaços das paisagens costeiras, as urgências das costas contemporâneas e as ideias sobre os futuros costeiros. Na continuação da exposição *Coastal Imaginaries*, comissariada por Josephine Michau no Pavilhão Dinamarquês da Bienal de Arquitetura de Veneza 2023, *Critical Coast* apresenta uma série de representações artísticas, ensaios, poesia, material encontrado, suites visuais, contos de fadas e conversas empíricas.



60. *who's the architect?*

*who is the architect?* explora a forma como a figura do arquiteto tem sido construída e desafiada nos últimos anos. Tradicionalmente vistos como masculinos, ocidentais e individualistas, os arquitetos têm, agora, a vontade de se redefinir de uma forma mais diversificada e inclusiva. Building Diversity pretende abordar estas questões e explorar tópicos sobre diversidade e igualdade no passado, presente e futuro do campo da arquitetura.



61 e 62. *Arne Jacobsen - Life & Work* (novo/antigo)

Da autoria de Carsten Thau e Kjeld Vindum, este livro representa o primeiro estudo abrangente da obra do arquiteto *Arne Jacobsen*, desde os seus primeiros edifícios neoclássicos até ao mobiliário e às suas obras monumentais modernas tardias. O livro *Arne Jacobsen – Life & Work*, inicialmente publicado em 2021, foi reeditado e publicado, em inglês, este ano.



63. *Building Stories*

Esta coleção de fotografias, do fotógrafo britânico Alastair Philip Wiper, revela a beleza estranha de estruturas esquecidas e ícones de arquitetura familiares de todo o mundo. *Building Stories* mergulha em histórias e emoções não contadas transportadas pelas formas arquitetônicas, apresentando um elemento narrativo que ressoa na vida cotidiana. Entre os edifícios apresentados no livro encontram-se obras de arquitetos como Arne Jacobsen, Marcel Breuer e Santiago Calatrava.

### 3.4 | DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO MERCADO DE LIVROS DE ARQUITETURA

Num mundo progressivamente mais digital, com tendência a aumentar constantemente a predominância tecnológica, os livros impressos são cada vez mais apreciados como objetos físicos, estéticos e, em alguns casos, de coleção.

Este facto levou a um ressurgimento do interesse por livros impressos de qualidade, sobretudo entre os leitores mais jovens, e não é descabido considerar que, cada vez mais, estes se estão a tornar objetos de luxo, de alta qualidade.

Através da informação deste capítulo, pode-se fazer uma projeção acerca do futuro dos livros de Arquitetura, os desafios e as oportunidades.

Os principais desafios denotados recaem sobre a concorrência, que, no fundo, acaba por ser um fator desafiante para qualquer editora no mercado livreiro – que é altamente competitivo. A realidade é que existem cada vez mais editoras, com estilos e ofertas distintas, e, simultaneamente cada vez mais autores a querer publicar as suas obras, partilhar as suas ideias e projetos. Assim, destacar-se num espaço lotado e, em determinados casos de nicho, pode ser um desafio.

Outro desafio que se destaca são os elevados custos de produção de livros deste género. Normalmente com um porte maior que o habitual, com capas duras e materiais específicos, os livros de coleção requerem um poder monetário maior. O design e a impressão de alta qualidade são dispendiosos, podendo até afetar a relação custo-eficácia da produção de livros físicos.

Relativamente às oportunidades para os livros de arquitetura, é sempre um ponto favorável contar com um nicho de leitores específico. Os editores podem tirar partido deste facto para publicarem obras mais dispendiosas sabendo que, à partida, o custo não será um impedimento para estes aficionados por arquitetura. Muitas vezes, este tipo de editoras vende o seu produto recorrendo a subcampos específicos ou tendências de design para satisfazer públicos especializados.

Outro fator positivo para os livros de arquitetura é, como por exemplo no caso da Danish Architectural Press, o facto de muitas vezes se focarem em temas como a sustentabilidade. O design e a arquitetura sustentáveis são “temas quentes”. É bastante provável que livros que abordam práticas ecológicas e sustentáveis possam encontrar número crescente de leitores.

O impacto visual que os livros têm é, invariavelmente, um ponto a seu favor. Seria descabido desconsiderar que a essência de muitos livros de design e arquitetura não assenta no apelo visual. É inquestionável que livros de alta qualidade e com um design bonito podem atrair leitores. Os livros de coleção são o maior exemplo deste facto.

Considera-se, além disso, uma oportunidade para os livros de arquitetura na indústria editorial o facto de se potenciar, em certas obras, a colaboração entre arquitetos, designers e organizações de modo a fornecer conteúdos únicos e expandir o alcance do mercado. Esta é também uma forma de as editoras promoverem diversos autores e perspectivas.

Em suma, as considerações anteriores defendem que as editoras de sucesso, no nicho da arquitetura e do design, são aquelas que conseguem adaptar-se e encontrar formas únicas de interagir com os leitores neste cenário dinâmico.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISE E CONCLUSÕES**

## 4.1 | COMPARAÇÃO ENTRE PARTE TEÓRICA COM A EXPERIÊNCIA DE ESTÁGIO

Uma vez que a questão-base deste relatório assenta em compreender de que forma o debate entre o papel e o digital pode, ou não, ter algum impacto no mercado dos livros de arquitetura, considera-se que os livros digitais não são a opção mais viável para este tipo de publicações.

De facto, os livros digitais ocupam um lugar no mercado, que verificou uma tendência a crescer na segunda década do século, mas que, eventualmente, se foi estagnando e sofrendo poucas alterações ao longo dos anos mais próximos.

Partindo, posteriormente, das observações do estágio na editora Danish Architectural Press, sabemos que nunca foi mencionado um livro digital em seis meses de estágio – simplesmente não é uma questão preocupante, ou que faça sentido, para este tipo de mercado, de leitores e de editora. Esta conclusão permitiu-nos perceber que, de facto, existe um lugar para todo o formato de livros na indústria e, ainda, que é exagerado ponderar o fim dos livros impressos.

Outro fator relevante, para além do que foi observado na editora, é a quantidade de livrarias existentes na cidade de Copenhaga que promovem a compra do livro impresso a partir do estético, do produto como sendo essencialmente decorativo, e que escolhem livros específicos, com cores que combinem os tons minimalistas da loja – este é o exemplo da New Mags.

O conceito destas livrarias vai de encontro à ideia inicial que defende haver quem pense os livros apenas como um objeto simbólico e visual que, inegavelmente, podemos considerar que o é. Há efetivamente pessoas que “compram o livro pela capa”, pelo seu aspeto, cores, tamanho, por ser “bonito” e “trendy”. Observar o funcionamento da New Mags acabou por ser a última confirmação para uma ideia pré-definida.

Na Danish Architectural Press existem livros com um valor muito mais didático que estético, mas no geral confirma-se o seu valor simbólico. Não descurando nunca do que lhe é intrínseco, mas tendo sido observada a criação das capas meticulosamente concebidas, os tipos de letra escolhidos com todo o detalhe e os layouts organizados, só podemos defender que tal reflete um cuidado extra às publicações e, conseqüentemente, o aumento do requinte das obras.

Os livros digitais são mais bem recebidos na leitura de textos de ficção, sem imagens, o que neste tipo de livros seria reduzir significativamente a experiência de leitura. Pode-se, desta forma, concluir que, sim, os livros de arquitetura funcionam melhor impressos, pois se trata de um objeto que pretende ser sensorial e, em si mesmo, uma obra/projeto de arte.

## 4.2 | REFLEXÕES SOBRE A EXPERIÊNCIA DE ESTÁGIO E OS RESULTADOS DA APRENDIZAGEM PESSOAL

A experiência de estágio foi bastante enriquecedora e, em alguns momentos, extremamente desafiante. Após seis meses em Copenhaga, a trabalhar numa editora de livros, estas são algumas das reflexões e aprendizagens retiradas:

Considera-se que houve uma grande abertura, por parte da empresa, para introduzir a estagiária nas mais variadas funções e encarregá-la de várias responsabilidades. A participação em reuniões, os pedidos de opinião aquando de uma tomada de decisão, tornaram a experiência de estágio mais *hands on* - fornecendo uma visão geral do funcionamento de uma empresa do meio editorial.

Tendo em conta a descrição de tarefas exposta, é de ressalvar a possibilidade de expandir os conhecimentos relativos ao design gráfico e à utilização das plataformas de edição – às quais não existia um conhecimento prévio muito aprofundado. O trabalho, constante, de edição providenciou uma rápida aprendizagem que se revelou bastante benéfica, tanto a nível profissional como pessoal, uma vez que despertou uma maior resiliência e autoconfiança.

De todas as competências desenvolvidas deve ser destacada a criação de *mockups* de livros, a partir do inDesign e, ainda, a elaboração de conteúdo para as redes sociais. Ambas acabaram por simbolizar um desafio enfrentando sendo que requeriam maior criatividade e assertividade.

Pode-se considerar um desafio o facto de a comunicação ser sempre feita numa língua estrangeira, neste caso o inglês, num país onde a língua materna é outra. Isto foi um ponto que se revelou extremamente positivo, permitindo a aprendizagem de algumas frases na língua dinamarquesa e, ainda, um maior à vontade com o inglês.

Uma realização, não desconsiderando todas as experiências proporcionadas, foi a participação na Bienal de Arquitetura de Veneza – fortaleceu, ainda mais, a noção de como se comunica e colabora com projetos externos e simboliza uma oportunidade muito grande.

A colaboração com a equipa e os contactos estabelecidos que, ainda agora perduram, são espelho de um crescimento pessoal, muitas vezes causado pelo convívio social. Melhorou-se a confiança, capacidade de comunicação e de resolução de problemas.

Acima de tudo, este estágio proporcionou as certezas que se procuravam relativamente ao facto de esta ser a área certa para o futuro profissional.

## | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Numa conversa com Kristoffer, acerca da temática deste relatório de estágio, foi concordado que “o livro continua a ser o local onde somos obrigados a defender o nosso ponto de vista”. Frase que ressoa quando se trata de justificar as estatísticas observadas e conhecimentos que surgiram na experiência prática do estágio. De algum modo soa mais pessoal que outra qualquer, acreditando-se que qualquer indivíduo que goste de escrever se revê nestas palavras.

Com certeza todos os livros, independentemente do seu formato, têm um lugar na indústria editorial. As publicações de arquitetura podem ser consideradas de luxo, uma vez que representam um público-alvo mais de nicho e, por consequência, produtos mais dispendiosos.

Os seis meses de estágio em Copenhaga permitiram testemunhar em primeira-mão o interesse profundo, a dedicação em cada passo do processo de criação do livro (desde a sua escrita à impressão), que vai para além do que havia sido pré-concebido sobre a matéria. Mais importante do que estudar o valor do produto final, foi compreender detalhadamente cada passo da sua produção.

Confirma-se que, para além das palavras, estes livros transcendem o seu papel de simples repositórios de informação acerca de projetos arquitetónicos. São obras sujeitas a ser apreciadas não só pelo seu conteúdo, mas também pela sua beleza intrínseca e pelo seu potencial como objetos decorativos.

Acima de tudo, conclui-se que o estágio na Danish Architectural Press foi, sem dúvida, inesquecível e muito enriquecedor – a nível profissional, mas especialmente a nível pessoal. Foram vivenciadas diversas experiências profissionais e projetos relevantes que, certamente, contribuirão para influenciar o percurso futuro. Mas, acima de tudo, foi vivida uma oportunidade tremendamente especial.

Este foi um marco no desenvolvimento profissional e pessoal, que trouxe certezas a dúvidas anteriores e, em muitos aspetos, a confiança que procurava. É certo que o futuro ainda reserva muitas aprendizagens, mas dificilmente algo será tão marcante e, sinceramente, tão bonito como este estágio.



64. Frederiksgade 1

“You will never be completely at home again, because part of your heart always will be elsewhere. That is the price you pay for the richness of loving and knowing people in more than one place.”

- Miriam Adeney



## | REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Antunes De Mello, R. (2022), *Os livros digitais vão suceder os livros físicos?: uma passagem pelo colecionismo e livros impressos como artigos de luxo*. Ensaio Geral.

Belo, A. (2002), *História & Livro e Leitura*. Autêntica Editora.

Coutinho, P., & Pestana, O. (2015), *eBooks: evolução, características e novas problemáticas para o mercado editorial*. Arquivos e Bibliotecas.

Cunha, T. (2013), *Mercado Editorial e a Tecnologia Digital*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio de Janeiro].

Danet, P. (2014), *The future of book publishing: Seven technology trends and three industry goals*. Publishing Research Quarterly, 30(3), 275– 281.

Erkayhan, Ş., & Ulke, Y. (2017), *Digitalization of the Book Publishing Industry. A Study on the E-Book Publishing in Turkey*. Online Journal of Communication and Media Technologies. 7 (4), 61-78.

Ferreira, C. (2020), *Literatura Digital - Uma análise do cenário editorial para eBooks e livros digitais*. [Dissertação de Mestrado, Universidade NOVA de Lisboa].

Ferreira, M. (2010), *A Evolução do Livro: Do Papiro ao Ipod*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte].

Lyons, M. (2011), *Libros: Dos mil años de historia ilustrada*. Lunwerg.

Pereira, H. M. (2014), *Da Luz das Palavras: Uma Odisseia do Espírito*. Em H. M. Pereira, & P. Castanheira (Eds.), *Desses dias da vida* (pp. 7-11). Universidade Católica Portuguesa.

Neves, J., Beja, R., Santos, J., & Santos, J. A. (2014), *Comércio livreiro em Portugal Estado da arte na segunda década do século XXI*. [Relatório de Projeto, Instituto Universitário de Lisboa].

Pinheiro Carlos. (2014), *eBooks e bibliotecas*. Rede de Bibliotecas Escolares.

Poulsen, M., & Luring, M. (2019), *The Historical Influence of Landscape, Ecology and Climate on Danish Low-Rise Residential Architecture*. International Journal of Design and Nature and Ecodynamics, 14 (2), 91-102.

Silva, F. (2011), *A Contribuição de jornalistas-escretores na produção de coffee table books*. [Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo].

Steiner, G., & Crépu, M. (2007), *O Silêncio dos Livros*. Gradiva.

Vallejo, I. (2020), *O Infinito num Junco*. Bertrand.

Vassallo, N. (2016), *An Industry Perspective: Publishing in the Digital Age*. Purdue University Press, 19-34.

Wischenbart, R. (2012), *IPA Global – Publishing Statistics*.

World Intellectual Property Organization. (2021), *From Paper to Platform: Publishing, Intellectual Property and the Digital Revolution*.

Zweiffel, M. (2021), *Digital revolution and place of printed books*. International Journal of Business and Social Science Research, 2 (12), 8-11.

## | WEBGRAFIA

Website da editora Danish Architectural Press

<https://arkitektensforlag.dk/>

Website do sindicato FAOD (FORBUNDET ARKITEKTER OG DESIGNERE)

<https://faod.dk/nyhed/arkitektens-forlag-genopfinder-sig-selv-med-staerkt-fokus-paa-globale-dagsordener/>

Website de Pew Research Center

<https://www.pewresearch.org/short-reads/2022/01/06/three-in-ten-americans-now-read-e-books/>

Website da APEL (Associação Portuguesa de Editores e Livreiros)

<https://www.apel.pt/>

Website Kitaboo “The Role of Technology in Digital Publishing”

<https://kitaboo.com/role-technology-digital-publishing/>

Website de The Polish Book Institute

<https://instytutksiazki.pl/en/>

Artigo “The Impact of Technology on the Book Publishing Industry” publicado no website Medium

<https://medium.com/@writatself-publishing/the-impact-of-technology-on-the-book-publishing-industry-397a825d48d4>

Website Statista, onde está publicado o artigo “E-Books Still No Match for Printed Books” de Felix Ritcher

[https://www.statista.com/chart/24709/e-book-and-printed-book-penetration/?utm\\_source=Statista+Newsletters&utm\\_campaign=e291f4a4a4-All+InfographTicker+daily+COM+AM+KW29+2021+Mo+COPY&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_662f7ed75e-e291f4a4a4-315975641](https://www.statista.com/chart/24709/e-book-and-printed-book-penetration/?utm_source=Statista+Newsletters&utm_campaign=e291f4a4a4-All+InfographTicker+daily+COM+AM+KW29+2021+Mo+COPY&utm_medium=email&utm_term=0_662f7ed75e-e291f4a4a4-315975641)

Website do Projeto Gutenberg

<https://www.gutenberg.org/about/>

Website do The Wall Street Journal, artigo “Random House Alters E-Book Pricing Strategy” escrito por Jeffrey A. Trachtenberg (2011)

<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704615504576172814082295304>

Website do The New York Times, artigo “Publisher Wins Fight with Amazon Over E-Books” escrito por Motoko Rich e Brad Stone (2010)

<https://www.nytimes.com/2010/02/01/technology/companies/01amazonweb.html>

Website do BISG, Book Industry Study Group  
<https://www.bisg.org/>

Artigo “E-books still no match for printed books”, escrito por Felix Ritcher e publicado no website Statistica, (2022).  
<https://www.statista.com/chart/24709/e-book-and-printed-book-penetration/>

Artigo publicado no website da CNN, em 2012, “Encyclopedia Britannica to stop printing books”, escrito por Julianne Pepitone  
<https://money.cnn.com/2012/03/13/technology/encyclopedia-britannica-books/index.htm>

Artigo publicado no jornal Expresso, em 2023, “Mais de 31 mil livros vendidos por dia no 1.º trimestre leva a aumento de 8,3% face a 2022”.  
<https://expresso.pt/sociedade/2023-04-24-Mais-de-31-mil-livros-vendidos-por-dia-no-1.-trimestre-leva-a-aumento-de-83-face-a-2022-f19858b3>

Artigo “Distribution of trade book sales in the United States in June 2020 and June 2021, by format”, escrito por Amy Watson e publicado no website Statistica, (2023)  
<https://www.statista.com/statistics/639075/book-format-market-share-usa/>

Artigo de Daniel D'addario, “The year the book became a luxury object”, publicado no Salon em 2013  
[https://www.salon.com/2013/12/29/the\\_year\\_the\\_book\\_became\\_a\\_luxury\\_object/](https://www.salon.com/2013/12/29/the_year_the_book_became_a_luxury_object/)

Artigo “Books are cool precisely because we don’t need them anymore”, escrito por Ephrat Livni, e publicado em 2019, para Quartz.  
<https://qz.com/quartz/1600647/world-book-day-print-is-the-future-of-luxury>

Artigo “Copenhagen Architecture City Guide: 20 Projects to Discover in the 2023 UNESCO World Capital of Architecture”, publicado no ArchDaily por Maria-Cristina Florian. <https://www.archdaily.com/146702/architecture-city-guide-copenhagen>

Website da New Mags  
<https://www.new-mags.com/>

## | ÍNDICE DE IMAGENS

1. Levantamento de uma imagem alusiva ao Diamond Sutra, que remonta a 868 d.c, conhecido pergaminho budista que é, nos dias que correm, considerado o mais antigo registo literário de xilogravura. Imagem retirada do projeto de dissertação “A evolução do Livro: como o desenvolvimento simultâneo de três aspetos tem modificado a história do livro” de André Jun Nishizawa.
2. Levantamento de uma imagem alusiva à máquina de impressão criada por Johannes Gutenberg, encontrada na dissertação de Maria Thaizza Rafaelly da Silva Ferreira “A evolução do Livro: Do papiro ao iPad”.
3. Imagem de um Kindle retirada do website Unsplash, destinado à publicação e download de fotografias de graça, publicado por “freestocks”.
4. Imagem alusiva ao “virar de página” do livro digital, retirada do artigo “Building a better eBook”, no website Random Wire (<https://randomwire.com/building-a-better-ebook/comment-page-1/>).
5. Gráfico referente às preferências dos consumidores em relação aos livros que consomem, retirado do artigo “An Industry Perspective: Publishing in the Digital Age” de Nadine Vassalo, publicado em 2016.
6. Gráfico retirado do artigo “Digitalization of the Book Publishing Industry. A Study on the E-Book Publishing in Turkey”, escrito Şafak ErKayhan e Yunus Bora Ülke (2017). O gráfico representa as receitas globais da venda de livros, entre 2009 e 2016.
7. Gráfico disponibilizado ao público pelo Pew Research Center, em 2021, referente à percentagem de americanos que tinha lido livros, independentemente do formato, entre fevereiro de 2020 a fevereiro de 2021 um livro. Fonte: <https://www.pewresearch.org/>
8. Gráfico disponibilizado ao público pelo Pew Research Center, em 2021, referente aos padrões de leitura dos americanos inquiridos, entre fevereiro de 2020 a fevereiro de 2021 um livro. Fonte: <https://www.pewresearch.org/>
9. Gráfico retirado do website da APEL (Associação Portuguesa de Escritores e Livreiros), disponibilizado pela GfK, entidade responsável por auditar as vendas de livros em Portugal, relativo ao primeiro trimestre de 2022 do mercado do livro nacional. <https://www.apel.pt/documentacao/dados-do-mercado-gfk/>

- 10.** Gráfico retirado do website da APEL (Associação Portuguesa de Escritores e Livreiros), disponibilizado pela GfK, entidade responsável por auditar as vendas de livros em Portugal, relativo ao segundo trimestre de 2022 do mercado do livro nacional.  
<https://www.apel.pt/documentacao/dados-do-mercado-gfk/>
- 11.** Gráfico retirado do website da APEL (Associação Portuguesa de Escritores e Livreiros), disponibilizado pela GfK, entidade responsável por auditar as vendas de livros em Portugal, relativo ao terceiro trimestre de 2022 do mercado do livro nacional.  
<https://www.apel.pt/documentacao/dados-do-mercado-gfk/>
- 12.** Gráfico retirado do website da APEL (Associação Portuguesa de Escritores e Livreiros), disponibilizado pela GfK, entidade responsável por auditar as vendas de livros em Portugal, relativo ao quarto trimestre de 2022 do mercado do livro nacional.  
<https://www.apel.pt/documentacao/dados-do-mercado-gfk/>
- 13.** Gráfico retirado do website da APEL (Associação Portuguesa de Escritores e Livreiros), disponibilizado pela GfK, entidade responsável por auditar as vendas de livros em Portugal, relativo ao ano de 2022 do mercado do livro nacional. <https://www.apel.pt/documentacao/dados-do-mercado-gfk/>
- 14.** Gráfico retirado do website Statista, incluído no artigo “E-books still no match for printed books”, escrito por Felix Ritcher, publicado no website em 2022. <https://www.statista.com/chart/24709/e-book-and-printed-book-penetration/>
- 15.** Gráfico retirado do website Statista, incluído no artigo “E-books still no match for printed books”, escrito por Felix Ritcher, publicado no website em 2022. <https://www.statista.com/chart/24709/e-book-and-printed-book-penetration/>
- 16.** Gráfico retirado do website Statista em 2022, “Distribution of trade book sales in the United States in June 2020 and June 2021, by format”, de Amy Watson. <https://www.statista.com/statistics/639075/book-format-market-share-usa/>
- 17.** Fotografia de Benedikt Taschen, nos anos 80, quando a Taschen ainda era conhecida como Taschen Comics.  
<https://www.taschen.com/en/company/from-the-archives/>
- 18.** Fotografia de uma sala na sede da editora Phaidon, captada por Lorenzo Zandri para a Arch Daily.  
<https://www.archdaily.com/972842/phaidon-press-headquarters-paolo-cossu-architects>

- 19.** Fotografia levantada do website da editora Assouline, na imagem encontram-se Prosper, Martine e Alexandre Assouline.  
<https://eu.assouline.com/pages/about>
- 20.** Fotografia retirada do website da revista Centurion, num artigo relacionado com a loja, em Berlim, da editora Gestalten.  
<https://www.centurion-magazine.com/travel/shops/europe/germany/berlin-gestalten-space-design-book-store>
- 21.** Fotografia de Lars Mueller levantada do website da editora Lars Mueller Publishers. <https://www.lars-mueller-publishers.com/publisher>
- 22.** Park 'n' play, projeto dos JAJA Architects, localizado em Copenhaga. Fotografia de Rasmus Hjortshøj.
- 23.** Superkilen, projeto de um parque localizado em Copenhaga, resultado da junção dos estúdios Bjarke Ingels Group (BIG), Superflex e Topotek1. Fotografia de Iwaan Baan.
- 24.** The Royal Library, também conhecida como The Black Diamond. Projeto de SHL Architects. Fotografia Adam Mørk.
- 25.** A 8 House, 8-tallet, é um projeto habitacional do grupo BIG Architects. Fotografia de Maria Gonzalez.
- 26.** Silo, projeto habitacional do estúdio de arquitetura COBE. Fotografia de Rasmus Hjortshøj.
- 27.** CopenHill, ou Amager Bakke em dinamarquês, é um projeto do Bjarke Ingels Group. Fotografia de Hufton + Crow.
- 28.** Frederiksgade 1, edifício onde se encontra o escritório da editora Danish Architectural Press. Fotografia de autoria própria.
- 29.** Visita à Narayana Press. Fotografia de autoria própria.
- 30.** Livraria de Aarhus School of Architecture. Fotografia de autoria própria.
- 31.** Biblioteca de Aarhus School of Architecture. Fotografia de autoria própria.
- 32.** Logótipo antigo da Danish Architectural Press, retirado do Facebook da editora. <https://www.facebook.com/arkitektensforlag/>
- 33.** Logótipo novo da Danish Architectural Press, retirado do website da editora.

**34 e 35.** Imagens retiradas do website da editora, Danish Architectural Press.

**36, 37, 38 e 39.** Escritório. Fotografias de autoria própria.

**40 e 41.** Lançamento do livro Arne Jacobsen in London. Fotografia de autoria própria.

**42, 43 e 44.** Mudanças de escritório. Fotografias de autoria própria.

**45 e 46.** DR Koncerthuset. Fotografia de autoria própria.

**47, 48, 49, 50.** Bienal de Arquitetura de Veneza. Fotografia de autoria própria.

**51 e 52.** 3daysofdesign. Fotografia de autoria própria.

**53.** Lançamento do livro who is the architect?. Fotografia de autoria própria.

**54 e 55.** Arne Jacobsen in London. Imagem de arquivo.

**56.** Byen Danmark. Imagem de arquivo.

**57 e 58.** Life Between Buildings. Imagens do Instagram da editora.

**59.** Critical Coast. Imagem do website da editora.

**60.** who is the architect?. Imagem de arquivo.

**61 e 62.** Arne Jacobsen – Life & Work. Imagens do Instagram da editora.

**63.** Building Stories. Imagem do website da editora.

**64.** Fotografia de autoria própria.

