

Do audiolivro ao livro: um estudo intermidial sobre *Mulher Maravilha* (2020), de Chico Felitti

Jaimeson Machado Garcia¹
Cristiane Lindemann²

Resumo: O audiolivro é um tipo de mídia que, desde a sua origem, foi convencionado como uma alternativa ao livro. Por isso, autores como Matthew Rubery (2016) argumentam que sua identidade sempre esteve definida em relação ao impresso. Mas, e quando o audiolivro é lançado antes do livro? Quais são os impactos dessa quebra de expectativa? Observando situações como essa, o presente artigo tem por objetivo comparar as semelhanças e, principalmente, as diferenças ocasionadas durante o processo de transmidialidade intermidial, também chamada de transformação de mídia (ELLESTRÖM, 2021), a fim de investigar a forma como isso afeta a mediação e a percepção. Para tanto, escolhemos como objeto de estudo a audiobiografia e o livro *Mulher Maravilha*, de Chico Felitti (2020, 2021a), por refletir um possível novo cenário de (inter)relações entre esses dois tipos de mídias. Após análise comparativa a partir da mídia verbal sonora e da mídia verbal escrita, foi possível averiguar que o livro *Mulher Maravilha* (2021a) não representa uma alternativa ao audiolivro, ou seja, uma transcrição do que é lido em voz alta, mas sim um outro produto de mídia, expandido, complementado, corrigido e, finalmente, publicado.

Palavras-chave: Mulher Maravilha; Chico Felitti; Intermidialidade; Audiolivro; Livro.

Introdução

No livro *The untold story of talking books*, o professor e pesquisador americano Matthew Rubery (2016, p. 3) afirma que “a identidade do audiolivro sempre esteve definida em relação à impressão”³ — isto é, ao livro em seu formato impresso. Embora mediados e percebidos de maneiras muito diferentes quando comparados entre si, a relação entre ambos os tipos de mídia se dá em virtude da origem do primeiro, comumente filiado ao desenvolvimento

¹ Doutorando pelo do Programa de Pós-graduação em Letras pela Universidade de Santa Cruz do Sul. Mestre pelo do Programa de Pós-Graduação em Letras pela Universidade de Santa Cruz do Sul. Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Franciscano. Graduado em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-3398-6828>. E-mail: jaimesonmachadogarcia@gmail.com.

² Docente no Departamento de Gestão de Negócios e Comunicação e no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul. Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestra em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Graduada em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade de Santa Cruz do Sul. Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-9070-1692>. E-mail: clindemann@unisc.br.

³ No original: “*The audiobook’s identity has always been defined in relation to print*” (tradução nossa).

do fonógrafo e da cantiga “*Maria tinha um carneirinho*”⁴, primeiro registro sonoro reproduzido por meio dessa mídia de gravação, armazenamento e exibição.

Apresentado publicamente pela primeira vez em 1877, Rubery (2016) conta que o fonógrafo surgiu dos interesses de Thomas Edison em comercializar produtos de mídia sonoras dos mais diversos tipos, dentre os quais estava, justamente, a proposição de uma alternativa aos livros para aqueles que não tinham tempo ou disposição para lê-los. Mas, por questões que envolviam limitações tecnológicas e altos custos de manutenção, como a pouca capacidade de captação dos cilindros revestidos por uma folha de estanho em cujas ranhuras as vibrações são produzidas, Edison acabou deixando de lado o fonógrafo para focar no desenvolvimento da lâmpada elétrica, um dos inventos pelos quais se tornou mundialmente reconhecido.

No entanto, o desenvolvimento do fonógrafo, e também de outras máquinas de funcionalidades similares, não parou por aí, sendo apropriado por outros investidores e inventores. Jonathan Sterne (2012, p. 9) explica que um dos motivos para esse interesse estava no fato de que “as tecnologias de reprodução de som representavam a promessa da ciência, racionalidade e indústria e o poder do homem branco de cooptar e suplantar domínios da vida que antes eram considerados mágicos”⁵.

Ao longo desse processo, os audiolivros acabaram sendo destinados a outro público, muito diferente do que havia sido idealizado por Edison: as pessoas com deficiência visual congênita ou adquirida em decorrência dos confrontos bélicos da Segunda Guerra Mundial. Entusiastas de organizações não governamentais voltadas à inclusão perceberam o potencial desse tipo de mídia por, ao contrário do braille⁶, não demandar o aprendizado de um outro sistema alfabético, bem como não requerer o desenvolvimento da ponta dos dedos e, consequentemente, do próprio movimento do corpo em caso, ainda, de limitações motoras.

Além disso, a produção de um produto de mídia nesse formato era economicamente mais viável do que um livro em braille, visto que seus custos chegavam a ser vinte vezes maiores quando comparados ao livro escrito para os valores da época. Inicialmente restritos às bibliotecas públicas americanas, o sociólogo John B. Thompson (2021) argumenta que o

⁴ No original: “*Mary had a lamb*” (tradução nossa).

⁵ No original: “Sound-reproduction technologies represented the promise of science, rationality, and industry and the power of the white man to co-opt and supersede domains of life that were previously considered to be magical.” (tradução nossa).

⁶ Sistema padrão de escrita e leitura tátil, utilizado mundialmente para que pessoas cegas ou com baixa visão possam ler.

mercado de audiolivros somente começou a tomar a forma como o conhecemos atualmente com o desenvolvimento da fita cassete e dos primeiros reprodutores portáteis de áudio desse tipo de mídia de armazenamento, os *walkmans* — assim chamados em virtude dos modelos lançados pela Sony na época.

Ao contrário dos cilindros e dos discos de vinis, Thompson (2023) afirma que, com os *walkmans* o consumo dos audiolivros, e também de outros tipos de mídia sonoras, passou a ser possível de qualquer lugar e durante a realização de qualquer atividade. Percebendo, então, o potencial comercial desse novo contexto tecnológico de reprodução sonora, editoras e produtoras de áudio passaram a investir significativamente nesse nicho editorial.

A partir de então, “[...] o livro publicado originalmente no formato impresso podia ser recomercializado em outro meio — no meio do som gravado” (THOMPSON, 2021, p. 388). Ou seja, passaram a ser “reembalados” e “revendidos” em outro tipo de mídia, expandindo o público. Por isso, quando Rubery (2016) expõe o que podemos chamar de uma dependência identitária histórica do audiolivro ao livro, é em virtude das intencionalidades que cercearam sua produção, distribuição e comercialização. Ao menos, até então.

Observando empiricamente o atual contexto mercadológico dos audiolivros, é possível encontrarmos determinados títulos sendo publicados originalmente nesse formato e, alguns deles, lançados posteriormente como livros escritos. Exemplo de circunstâncias como essas são os títulos de autoria de Chico Felitti, como *Mulher Maravilha* (2020, 2021a), sobre a vida de Elke Maravilha, e *Rainhas da Noite* (2021b, 2022), sobre o período em que as travestis Jacqueline Welch, Andréa de Mayo e Cristiane Jordan comandavam o centro da cidade de São Paulo.

Concebidos como audiolivros originais da plataforma de *streaming* de áudios Storytel⁷ e, após um período de exclusividade, publicados como livros impressos e digitais, tais títulos nos revelam uma possível mudança paradigmática na relação entre esses dois tipos de mídias. Ou pelo menos nos mostram uma quebra de expectativa, visto que, nesses casos, os audiolivros é que são “reembalados” e “revendidos” para outros meios.

E é justamente essa transformação, por assim dizer, contrária àquela da origem do audiolivro, o fator motivador deste estudo. Ao tomarmos entre os dois casos o audiolivro *Mulher Maravilha* (2020) como objeto de estudo por uma questão cronológica e de interesse

⁷ Disponível em: <https://www.storytel.com/br/pt/>. Acesso em: 12 dez. 2022.

particular, visto que é um dos produtos de mídia selecionados para análise de uma pesquisa maior de doutoramento, objetivamos comparar as possíveis semelhanças e, principalmente, as diferenças ocasionadas durante esse processo, a fim de cotejar a forma como isso afeta a mediação e a percepção quando comparadas entre si.

Para respondermos a questionamentos como esses, buscamos nos Estudos de Intermidialidade aportes teóricos necessários para atingir tal intencionalidade, visto que essa é uma perspectiva teórica cujo enfoque principal está, justamente, nas (inter)relações entre as mídias.

Mídia e Intermidialidade

Mídia. Segundo Lucia Santaella (2003), a definição desse termo é bastante complexa por carregar consigo uma dispersão conceitual e um uso generalista para indicar todos os produtos, tipos e suportes comunicacionais que não se encaixavam mais nos padrões delineados nos anos 1980 para classificar os antigos meios de massa. Em perspectiva semelhante, Claus Clüver (2012) explica que, de maneira abrangente, a palavra tem seu uso associado a todos os meios, públicos, impressos ou digitais — características essas que definem as propriedades (i)materiais do livro e do audiolivro e, por isso, para este estudo, ambos são entendidos como tipos de mídias.

O primeiro passo para analisarmos nosso objeto, a passagem de um tipo de mídia a outro, é definirmos, justamente, o que mídia significa dentro da perspectiva teórica que aqui nos interessa, a intermidialidade, trocando aquela concepção mais generalista por uma definição que nos permita compreender os processos a partir da comparação. Como explicam as pesquisadoras Ana Luiza Ramazzina Ghirard, Irina Rajewsky e Thaís Flores Nogueira Diniz (2020, p. 16), “o conceito de intermidialidade está necessariamente ligado ao conceito de mídia” e, podemos acrescentar, ao viés comparativo dado pelo prefixo “inter”.

Para o próprio Clüver (2012), mídia é tudo aquilo que transmite entre e para os seres humanos um signo, ou mesmo um complexo sógnico, repleto de significados a partir do apoio de transmissores apropriados. Conforme postula Baitello Junior (2005), a partir de Pross (1972), a primeira mídia pode ser considerada, a rigor, o próprio corpo. A fala, a audição, os gestos e

as expressões faciais configuram uma mídia do tempo presente, em que emissor e receptor dividem o mesmo espaço e tempo. Os avanços tecnológicos levam ao surgimento das mídias secundárias, que materializam os signos em um suporte (pedra, madeira, osso, papel etc.), de modo que o homem cria a presença na ausência. A eletricidade, por sua vez, viabiliza a chamada mídia terciária, encurtando ou até mesmo eliminando o espaço entre a mensagem enviada e recebida, através de suportes como o telégrafo, o rádio ou a televisão. “[...] já não se transportam os suportes que carregam os sinais, mas se transmitem os sinais sem seus suportes.” (BAITELLO JUNIOR, 2005, p. 34) — processo este que é potencializado ainda mais com as tecnologias digitais contemporâneas.

Neste mesmo sentido, Thompson (2014, p. 44) aponta que “Todos os processos de intercâmbio simbólico envolvem um meio de algum tipo”, sejam eles corporais (como as cordas vocais) ou técnicos (suportes físicos). Estes, por sua vez, atribuem diferentes graus de fixação e durabilidade, sendo considerados mecanismos de armazenamento de informação ou de conteúdo simbólico, disponibilizando-os para uso subsequente.

A partir do escopo da intermedialidade, há uma definição de mídia que nos interessa particularmente, porque nos fornece os subsídios necessários à nossa análise: a proposta teórica do professor e pesquisador sueco Lars Elleström (2021) que, em uma de suas últimas publicações antes de seu precoce falecimento, em 2020 (na versão em inglês), buscou classificar e conceituar, com base em outros autores e áreas de estudos correlativas, as principais especificidades que envolvem as mídias e suas inter-relações, estruturando assim um modelo irreduzível — mas possível de ser expandido — em torno das modalidades das mídias.

Ao partir de uma perspectiva intermedial e multimodal, Elleström (2021) define todas as mídias como ferramentas comunicacionais que somente podem ser compreendidas quando comparadas umas às outras por meio de quatro recursos básicos, sendo três deles referentes à mediação e um relacionado à representação. Chamados de modalidades, esses recursos básicos agrupam diferentes modos, que são os jeitos de ser ou se fazer as mídias. Em linhas gerais, conforme explicam Jørgen Bruhn e Beate Schirmacher (2022), elas representam a forma como interagimos com as mídias sem, por muitas vezes, nos darmos conta disso.

A primeira delas é a modalidade material. Para que um produto de mídia possa existir, é necessário que ele assuma uma forma como um fenômeno físico. Por isso, nessa modalidade são considerados modos baseados nas propriedades físicas e/ou biológicas da matéria, isto é:

sólido, líquido, orgânico e/ou plasmático ou orgânico e/ou inorgânico. A partir do momento em que uma mídia assume um ou mais desses modos, ela passa, então, a existir no tempo e espaço. Em vista disso, a segunda modalidade é a espaçotemporal, em que são considerados o tempo e as três dimensões espaciais, ou seja, a altura, a largura e a profundidade, sendo necessário, na visão de Elleström (2021), ao menos dois desses modos para que haja a percepção.

Mas, para isso, é preciso que utilizemos ao menos um de nossos cinco sentidos. Desse modo, a terceira modalidade, e a última referente à mediação, é a sensorial. Concordando com Elleström, Bruhn e Schirmacher (2022) afirmam que é por meio da visão, do olfato, do paladar, da audição e/ou tato que a mídia se comunica conosco, pois, para percebê-la, é essencial que a vejamos, a escutemos, a toquemos ou que sintamos seu cheiro ou gosto.

Em conjunto, essas três modalidades se caracterizam como pré-semióticas por antecederem o último recurso básico referente à representação, como já pontuado anteriormente: a modalidade semiótica, que é aquela em que o processo de semiose começa. Usando como base a tricotomia de Charles Peirce, Elleström (2021) propõe novas nomenclaturas a cada uma das representações sígnicas definidas pelo semiótico americano, considerando-as como modos dessa modalidade. Aos modos icônicos, que se encontram baseados na similaridade com os objetos que representam, o teórico chama de *ilustração*; aos indiciais, que se relacionam com seus objetos na base da contiguidade, de *indicação*; e aos simbólicos, que formam suas instâncias nos hábitos e nas convenções, de *descrição*.

Embora sejam compreendidos separadamente para fins de classificação, é importante salientar, conforme lembram Bruhn e Schirmacher (2022), que os três podem estar presentes em todos os fenômenos intermediais, ainda que um deles acabe se sobressaindo em comparação aos outros. Mas, mesmo que sejam menos palpáveis que os demais modos, vale ressaltar que, conforme explica Elleström (2021), a ilustração, a indicação e a descrição são essenciais para entendermos o processo de construção de sentido daquilo que ele chama de valor cognitivo. Isto é, aquilo que é mediado da mente do perceptor à mente do receptor — como “a transferência de energia ou matéria entre dois pontos sem cruzar o espaço intermediário” (ELLESTRÖM, 2021, p. 35) — durante o ato comunicacional.

Assim, se um produto de mídia, ou um mesmo um tipo de mídia, é capaz de ser entendido por meio desses quatro recursos, Elleström (2021) o classifica como um tipo de mídia básica. No entanto, como explicam Bruhn e Schirmacher (2022), não é possível compreender

a totalidade de algumas mídias sem termos acesso à sua origem histórica e aos seus usos sociais, para além de suas modalidades básicas (materiais, espaçotemporais, sensoriais e semióticas). Prevendo tais questões, o teórico sueco estabeleceu ainda dois aspectos qualificadores dos tipos de mídias que, ao serem levados em conta para definir ou categorizar um tipo de mídia, faz com que não seja mais visto como básico, mas, sim, como um tipo de mídia qualificada.

O primeiro deles se chama aspecto qualificador contextual e diz respeito à “[...] formação de tipos de mídias com base em práticas, discursos e convenções histórica e geograficamente determinadas” (ELLESTRÖM, 2021, p. 98). Exemplo disso é o surgimento de um tipo de mídia a partir do desenvolvimento de um novo material de reprodução, desencadeando um processo de suprir os meios necessários para tornar viável aquele novo tipo de mídia, como que criando um novo sistema. É o caso dos programas de *podcast* — um tipo de mídia qualificada composto por fronteiras que se entrecruzam com as dos audiolivros —, cuja gênese se deu por meio do *podcasting*, um sistema de distribuição de áudios por meios exclusivamente digitais. Há, assim, o *podcast*, um tipo de mídia, e o *podcasting*, uma forma de compartilhamento de arquivos.

O segundo é o aspecto qualificador operacional e representa o “[...] propósito geral da mídia, seu uso e função [...]” (ELLESTRÖM, 2021, p. 100). Os documentários, que também podem assumir um caráter biográfico, são exemplos de tipos de mídias amplamente construídos com o objetivo de representar do modo mais real e verdadeiro — ou, ao menos se supõe — pessoas e/ou eventos ocorridos no passado e/ou presente. Deste modo, é o qualificador operacional que dá conta de definir e categorizar um tipo de mídia audiovisual como “documentário”, ainda que ele tenha os mesmos modos básicos de um filme de ficção.

Com tais preceitos em mente, Elleström (2021) considera, então, o prefixo “inter”, em Intermidialidade, como uma ponte a qual se encontra alicerçada sobre diferenças e semelhanças entre as mídias. Afinal, se todas elas “[...] fossem intrinsecamente diferentes, seria difícil encontrar quaisquer inter-relações entre elas; se elas fossem intrinsecamente semelhantes, seria igualmente difícil encontrar algo que ainda não estivesse inter-relacionado” (ELLESTRÖM, 2021, p. 13). Logo, em sua perspectiva, os alicerces que estruturam a Intermidialidade são as correspondências entre as mídias, isto é, os mesmos modos que compartilham entre si, enquanto aquilo que as conectam são suas particularidades.

Assim, é por meio das semelhanças e diferenças entre as modalidades básicas das mídias do audiolivro e do livro de *Mulher Maravilha* (2020, 2021a), em conjunto com os dois aspectos qualificadores, que conseguimos observar a passagem de um tipo a outro, tarefa que aqui nos interessa. Antes, no entanto, é imprescindível estabelecermos os modos de cada um deles para, nas seções seguintes, estabelecermos comparações.

***Mulher Maravilha* (2021): as modalidades do audiolivro**

Eu acho que biografia tem que ser para Alexandre, o Grande. Biografia tem que ser para Sócrates. Gente que modificou o mundo. Sabe? Agora, Elkinha das couves? Ah, não. — Elke Maravilha, em entrevista para a apresentadora Marília Gabriela, no Programa de Frente com Gabi (22/09/2013).

Escrito pelo jornalista Francisco Dias Felitti, mais conhecido pela alcunha Chico Felitti, *Mulher Maravilha* (2020) apresenta, através de onze episódios com durações que variam entre 14 a 43 minutos cada, a trajetória pessoal e profissional de Elke Grünupp, a Elke Maravilha. Tendo como agente da voz⁸ Fernanda Stefanski, *Mulher Maravilha* (2020) se caracteriza como uma biografia e, como tal, pode ser classificada, por meio da perspectiva teórica de Elleström (2021), como uma submídia, isto é, um tipo de mídia — no caso, qualificada — que se encontra inserida em um outro tipo de mídia mais ampla: a do audiolivro.

Segundo o próprio teórico, essa classificação é equivalente às noções de gênero, pois, em sua visão, “[...] um gênero é um tipo de mídia qualificada que é qualificado também dentro da estrutura de uma mídia qualificada abrangente: uma submídia” (ELLESTRÖM, 2021, p. 104). Em um paralelo com o cinema, por exemplo, uma submídia semelhante é comumente chamada de cinebiografia. Por isso, poderíamos aqui chamar *Mulher Maravilha* (2020) de audiobiografia.

Apesar de a história de vida de Elke ter sido tão vibrante e irreverente quanto sua personalidade expansiva, assim como seu marcante vestuário, o conteúdo do audiolivro, neste momento, não nos interessa neste estudo. Ou, melhor dizendo, não nos interessam os aspectos

⁸ Ao longo de nossa pesquisa, encontramos diferentes nomenclaturas para se referir ao responsável por transmitir sonoramente a mídia verbal escrita de um livro: leitor, narrador, locutor, ledor, dentre outros. Por isso, provisoriamente, adotamos o termo “agente da voz”, visto que encontrar uma definição que melhor se insira no contexto dos audiolivros será foco de um estudo futuro a esse.

jornalísticos e literários envolvidos na obra de Chico Felitti, como as fontes consultadas e as escolhas narrativas.

Ao observarmos a obra enquanto um tipo de mídia qualificada, o que importa em nosso horizonte de análise são os traços da mídia verbal sonora, ou seja, o valor cognitivo que é lido em voz alta, junto aos seus elementos paratextuais — ou paramidiais. Em resumo, tudo aquilo que o define como um audiolivro em si a partir da forma como é midiado e percebido, o que pode ser estabelecido, como abordamos, por meio das modalidades material, espaçotemporal, sensorial e potencialmente semiótica, em conjunto com outros aspectos qualificadores passíveis de serem considerados — visto que o fato de ser uma biografia, por si só, já é um dos motivos de a considerarmos como qualificada.

Como aqui estamos pensando no produto de mídia em si, a mídia técnica de exposição através da qual o audiolivro é midiado não nos interessa, embora seja importante pontuarmos quais delas podem mediar uma mídia desse tipo. Por mídias técnicas, Elleström (2021) entende todos os objetos, fenômenos ou corpos físicos que são capazes de realizar e exibir as configurações sensoriais das entidades com funções comunicativas que adquirem a função de produtos de mídias. Resumidamente, em sua teoria, elas podem ser divididas entre internas e externas: a primeira diz respeito ao próprio corpo humano do produtor, enquanto a segunda é tudo o que lhe é extracorpóreo.

Embora possam ser combinadas e recombinaadas de diferentes maneiras, no caso do audiolivro de *Mulher Maravilha* (2020), as mídias técnicas de exposição necessárias para a sua mediação e, conseqüentemente, percepção, são todas as externas de caráter ubíquo (SANTAELLA, 2013) que possuem alto-falantes ou possibilitem o uso de fones de ouvidos e uma interface (a tela, por exemplo) para os comandos do receptor. Ou seja, um audiolivro pode ser midiado por dispositivos eletrônicos capazes de se conectarem à internet e de reproduzir som, por se tratar de um produto de mídia que, em sua essência tecnológica, é um arquivo de áudio disponível em uma plataforma de *streaming*⁹. Temos, então, o computador, o *tablet*, o *smartphone* ou mesmo um aparelho de som pareado com alguns desses dispositivos eletrônicos por meio do *bluetooth*¹⁰.

⁹ Tecnologia que disponibiliza dados pela internet, especialmente áudio e vídeo, sem a necessidade de fazer *download* do conteúdo.

¹⁰ Protocolo de comunicação sem fio para comunicar diferentes dispositivos.

Com essas definições em perspectiva, na modalidade material do audiolivro de *Mulher Maravilha* (2020), consideramos as ondas sonoras. Apesar de sua fonte de emissão ser inorgânica, visto que suas mídias técnicas de exposição externas são, em sua totalidade, feitas a partir de componentes plásticos e outros materiais que não vêm de uma matéria-prima viva, em virtude de ser um fenômeno físico cuja propagação se dá pelo ar por meio das vibrações das moléculas, as entendemos enquanto um acontecimento natural e orgânico.

Por se tratar de uma onda mecânica, longitudinal e tridimensional, os modos de sua modalidade espaçotemporal são a altura, a largura e a profundidade. Há, ainda, o tempo a ser ponderado, o qual, para fins de comparação com o livro, entendemos como a quantidade de minutos ou horas necessárias para que possa ser consumido em sua totalidade, visto que sua percepção se dá no tempo, como duração.

Já na modalidade sensorial, embora possamos considerar a visão para o seu acesso por meio da plataforma de *streaming*, nosso foco está na audição, a qual podemos postular como principal modo. E aqui cabe um aprofundamento maior em vista das diferenças conceituais entre o ouvir e o escutar. Apesar de parecerem, em um primeiro momento, sinônimos, David Sonnenschein (2001) explica, de maneira resumida, que o ouvir é passivo, enquanto o escutar é ativo. Isso significa dizer que o ouvir é um ato além da nossa vontade e diz respeito à mediação do som, enquanto o escutar depende de nossa capacidade de filtrar, focalizar seletivamente, lembrar e responder ao som.

Pensando nisso, Michel Chion (2012), em diferentes textos publicados ao longo de sua vida, buscou cunhar três tipos de escutas, as quais foram posteriormente repensadas e realocadas por Lucia Santaella (2005) de acordo com a tríade peirceana — ou seja, ao objeto, ao representamen e ao interpretante. A primeira é o que o autor chama de escuta reduzida, que diz respeito ao som em si, independentemente da fonte ou do seu significado. Para alcançar a escuta reduzida, Santaella (2005) elucida que não basta apenas uma apreensão, é preciso que o som seja gravado e escutado várias vezes para que assuma, assim, o estatuto de verdadeiro objeto, o objeto sonoro.

Em contrapartida, a segunda categoria é a da escuta causal. Considerada como a mais evidente entre as três, ela diz respeito à fonte ou causa que está emitindo som: um humano, uma máquina, um instrumento musical, entre outras possíveis origens. Por fim, a terceira é a da

escuta semântica, relativa ao código ou linguagem necessária para interpretar uma mensagem sonora — ou seja, à decodificação por meio de um determinado idioma ou sistema.

Aplicando tais categorias ao nosso objeto de estudo, e nos encaminhando para os modos da modalidade semiótica, é possível definirmos à *Mulher Maravilha* (2020), a descrição (simbólico) e a indicação (indicial) como principais ou mais evidentes durante a percepção. Primeiro, porque um audiolivro é um tipo de mídia baseado, fundamentalmente, na emissão sonora de palavras em sequência, as quais são definidas a partir de convenções, conforme a tricotomia peirceana. Por mais óbvio que pareça, a escuta semântica nos permite estabelecer que, para a compreensão das palavras desse produto de mídia em específico, é necessário que o receptor seja fluente em língua portuguesa.

Segundo, porque, desconsiderando a mídia técnica de exposição externa, a partir da escuta reduzida e causal, é possível identificarmos que a fonte de origem é uma voz humana — embora haja o uso cada vez mais crescente de inteligências artificiais¹¹ na concepção de audiolivros —, advinda de uma agente de voz feminina. Além disso, há ainda a presença de trilhas sonoras que, de maneira extradiegetica, pontuam o início e o final de cada episódio, agindo como elementos paramidiais.

Assim, a indicação (indicialidade) se faz presente em níveis semelhantes à da descrição (simbolicidade), por designar não somente a presença de uma pessoa que “existe” fora do âmbito da representação, como também os objetos ou instrumentos que emitem sons organizados, como o bater de um martelo. Entendendo a música como icônica, a trilha sonora é um modo do tipo ilustração.

Quanto aos aspectos qualificadores contextual e operacional, além da já citada origem desse tipo de mídia ao longo da introdução e do fato de nosso objeto de estudo ser uma biografia, destacamos as mídias que o integram como um outro motivo para considerarmos igualmente como qualificada: a mídia verbal escrita, possivelmente advinda de um roteiro¹² escrito por Chico Felitti, e a performance vocal de Stefanski.

Pedro Afã e Beate Schirmacher (2022, p. 45) explicam que, por não ser percebido em uma página como em um livro, mas sim acusticamente, “[...] essa diferença altera as possibilidades da experiência de leitura, por exemplo, ouvir um audiolivro possibilita a leitura

¹¹ Em um estudo futuro, discutiremos sobre o uso de inteligências artificiais como agente da voz nos audiolivros.

¹² É importante pontuarmos aqui que, embora o audiolivro advenha de um roteiro, nós não temos acesso a ele. Por isso, quando nos propomos a analisar um audiolivro, nos voltamos ao produto final.

enquanto se move pelo espaço, permite formas auditivas de imersão e beneficia os leitores que gostam de aprender ouvindo [...]”¹³.

É, neste sentido, um tipo de mídia que envolve escutar uma mídia verbal escrita por um meio auditivo, mas distinto do que se espera de um contador de histórias habilidoso, conforme afirmam os autores. Apesar de haver igualmente uma performance vocal que envolve a corporificação da fala e a interação das palavras com entonações, ritmos e gestos, o agente da voz do audiolivro está fixo à transmissão sonora da mídia verbal escrita, em geral, já em circulação por meio do livro — podendo este ser lançado anteriormente ou mesmo em concomitância com o audiolivro.

Em outras palavras, conforme os autores citados, espera-se que esse agente da voz não modifique o conteúdo do audiolivro. Isto é, não complemente ou suprima informações à sua vontade, mas que apenas transmita sonoramente as palavras como estão escritas no livro, tendo em vista os aspectos qualificadores contextual e operacional esperados sobre esse tipo de mídia. Todavia, a forma como o agente da voz realiza essa leitura em voz alta pode variar de diferentes maneiras, como das mais monótonas às mais dramatizadas. Ainda que haja uma intenção de neutralidade, mesmo a diferença entre as vozes humanas é fator de construção de sentido.

Apesar de explorarmos um pouco mais sobre essa questão durante a quarta seção, deixaremos para aprofundar a performance vocal em um estudo posterior a esse, pois considerando os aspectos qualificadores contextual e operacional, *Mulher Maravilha* (2020) se destaca, justamente, por não ter sido publicado em concomitância ou mesmo posteriormente ao livro, mas, sim, primeiro. Nesse sentido, cabe a nós averiguarmos se o livro configura-se como uma alternativa de leitura, um complemento ou mesmo uma versão reduzida ou expandida do audiolivro. Mas, para isso, antes, é preciso estabelecermos os modos de suas modalidades.

***Mulher Maravilha* (2021): as modalidades do livro**

*É que eu prefiro ler pessoas,
não livros.* — Fala atribuída à

¹³ No original: “[...] *This difference changes the affordances of the reading experience, for example, listening to an audiobook enables reading while moving through space, allow for auditory forms of immersion, and benefits readers who like to learn by listening [...]*” (tradução nossa).

Elke Maravilha em *Mulher Maravilha* (2021a, p. 38).

Lançado pela editora Todavia, *Mulher Maravilha* (2021a) conta com um total de 197 páginas divididas em um sumário composto por uma apresentação, uma introdução, trinta e dois capítulos, junto ainda de um epílogo, um índice remissivo e uma lista de créditos das imagens que o integram. Embora tenha sido publicado como livro impresso e digital, a nós interessa somente o primeiro formato enquanto não somente um tipo de mídia, como também uma mídia técnica de exposição externa, para assim ser possível evidenciarmos ainda mais as diferenças entre ambos. Afinal, o livro em formato digital demandaria os mesmos dispositivos eletrônicos que os do audiolivro para a sua mediação.

Com tais conjecturas em mente, na modalidade material encontramos o sólido e o orgânico do papel. Nesse sentido, por ser um objeto físico em que a mídia verbal escrita está fixa na página, cabe aqui considerarmos a altura e a largura, pois a profundidade, no caso, não interessa à percepção. Já a consideração pelo tempo como modo é relativo, mas em nossa perspectiva serve para se referir ao período dedicado à leitura total do livro.

O mesmo serve para o tato, utilizado para o virar das páginas do livro. No entanto, é a visão que se destaca como o principal modo para que a mídia verbal escrita possa ser percebida e a leitura ocorra. Para que a leitura seja possível, é necessário que haja uma complexa rede de atuação e interação de diferentes áreas alocadas no cérebro — sobre as quais não nos aprofundaremos nesse momento, pois demandaria um outro escopo conceitual —, que permitem o desencadeamento de uma série de processos cognitivos, como a identificação das letras, a decodificação da palavra, a compreensão da sintaxe e gramática, e a integração das informações para que a compreensão seja possível.

E tais processos nos levam a pensar nos modos das modalidades semióticas. Em vista das palavras serem convenções, no livro destaca como principal modo a descrição (simbólico) e junto a ela a iconicidade (ilustração) por trazer, em seu conteúdo, falas atribuídas à Elke Maravilha e a outras pessoas quem Felitti entrevistou para o desenvolvimento da narrativa. Já em menor nível, por contar com a inserção de fotografias, tanto na capa quanto nas suas páginas internas — algo que o audiolivro, por ser obviamente um tipo de mídia sonora, não é capaz de integrar —, temos a indicação (indicial). Tendo estabelecidos tais modos, passamos para a análise a partir da comparação entre ambos os tipos de mídias.

Do audiolivro ao livro: uma transformação de mídia

Na busca por propor os possíveis fenômenos intermidiais, Elleström (2021) toma de base uma perspectiva temporal ao dividi-los entre os que ocorrem de maneira sincrônica e os que acontecem de forma diacrônica. A primeira, também chamada de heteromidialidade, se encontra fundamentada nos conceitos de Jørgen Bruhn (2010), que toma as ideias de Mitchell (1994) e de estudos anteriores do próprio Elleström (2010).

Este, por sua vez, parte do entendimento de que a heteromidialidade corresponde à sobreposição de produtos e tipos de mídias com modos pré-semióticos básicos parcialmente diferentes e parcialmente similares. Ao funcionarem como uma espécie de amálgama, elas ativam em conjunto as capacidades mentais do perceptor, “[...] que podem ser entendidas como várias funções sígnicas” (ELLESTRÖM, 2021, p. 122). Assim, ao levar em consideração as características das mídias em um determinado momento de simultaneidade entre elas, a partir de suas combinações e integrações, o teórico também nomeia a heteromidialidade de integração de mídia. Exemplo disso é uma peça teatral, que pode contar com várias mídias ocorrendo em sincronia durante a sua realização, como o uso de telões, efeitos de luzes e música, junto da performance dos atores em cena.

Mas, como aqui estamos tratando de um produto de mídia anterior e um posterior, nosso interesse está na segunda perspectiva, a diacronicidade. Também chamada de transmidialidade, Elleström (2021) subdivide essa perspectiva entre transmidialidade intramidial e transmidialidade intermidial. Na primeira são considerados todos os produtos ou tipos de mídias básicas muito semelhantes entre si — ou, melhor dizendo, entre tipos de mídias que apresentam modos iguais ou muito similares. Por isso, o teórico também chama esse fenômeno de tradução de mídia. Esse é o caso da tradução de um livro em inglês para o português, por exemplo, visando manter o sentido original.

Já a segunda diz respeito à transferência e transformação de um produto ou tipo de mídia em um outro produto ou tipo de mídia muito distintos entre si, como é o caso dos nossos objetos de análise. Podendo também ser chamada de transformação de mídia, nesse ponto, é importante salientarmos que, na visão de Elleström (2021), não há transferência sem que haja uma transformação, mesmo que seja pouco perceptível. Portanto, não é possível “adaptar” um produto de mídia, mas sim transformá-lo.

Assim, quando comparamos ambos os produtos que aqui nos interessam, é possível notarmos que a passagem de um tipo de mídia a outro tem por principal transformação os modos da modalidade material, visto que o texto sonoro é transformado em texto escrito. Ou, mais especificamente, que a mídia verbal sonora é transformada em mídia verbal escrita. Por consequência, essa transformação acaba sendo refletida nos modos das modalidades espaçotemporal, sensorial e semiótica. Dentre elas, podemos dizer que as mais evidentes acabam sendo a sensorial e a semiótica, embora, obviamente, todas estejam (inter)relacionadas.

Quando observamos as capas de *Mulher Maravilha* (2020) e *Mulher Maravilha* (2021a) (Figuras 1 e 2), que são praticamente idênticas se desconsiderarmos as diferenças das dimensões e das empresas por onde foram publicadas, a segunda aparenta ser uma alternativa de leitura ao audiolivro. Entretanto, quanto mais profundamente analisamos, mais diferenças encontramos entre um produto e outro.



Fig 1 e 2 Comparação entre as capas dos produtos de mídia *Mulher Maravilha* (2020) e *Mulher Maravilha* (2021).
Fonte: Felitti (2020, 2021a).

Enquanto o audiolivro é composto por episódios, o livro é estruturado na forma de capítulos. E aqui há uma interessante questão relacionada ao modo tempo, pois é possível prevermos o tempo mínimo necessário do primeiro para o seu consumo total; já o segundo, não. Isso porque os episódios do audiolivro disponíveis no Storytel totalizam quase cinco horas de

duração. Ou, mais especificamente, 287 minutos. O consumo total do livro, por sua vez, vai depender do ritmo de leitura do perceptor.

No entanto, para averiguarmos possíveis mudanças da mídia verbal sonora para a mídia verbal escrita, foi preciso ouvirmos o audiolivro em concomitância com a leitura do livro. Afinal, por mais que o primeiro seja produzido por meio de um roteiro, não temos acesso a ele, mas somente ao produto final. Assim, ao cotejarmos ambos, foi possível encontrarmos determinadas diferenças que nos dão uma pista geral das intenções comunicativas por trás de *Mulher Maravilha* (2021a), suscitando reflexões sobre como isso afeta a mediação e a percepção.

A primeira diferença e, provavelmente, a mais evidente delas, é a inserção de pequenos trechos com informações que, originalmente, não constam no audiolivro. No episódio quatro, por exemplo, ao lembrar a trajetória de Elke na televisão e como a futura jurada de programas de talentos havia se encantado por esse meio de comunicação de massa ao comparar o programa do Chacrinha a um circo, Stefanski lê em voz alta que:

O assistente de palco Russo, por exemplo, tinha sido trapezista antes de começar a trabalhar com comunicação. Quando era adolescente, caiu do trapézio e perdeu todos os dentes. Russo fazia história na TV brasileira ao trabalhar no canal por quase cinquenta anos. Foi assistente de palco de Xuxa, Faustão, Angélica e Luciano Huck, depois de trabalhar com Chacrinha. E o circo gostou de Elke. (FELITTI, 2020, n.p., transcrição nossa).

Já no livro, o mesmo trecho aparece da seguinte da forma:

O assistente de palco Russo, por exemplo, tinha sido trapezista antes de começar a trabalhar com comunicação. Quando era adolescente, caiu do trapézio e perdeu todos os dentes. Russo fez história na TV brasileira ao trabalhar no canal por quase cinquenta anos. Foi assistente de palco de Xuxa, Faustão, Angélica e Luciano Huck, depois de trabalhar com Chacrinha. Mas ficou famoso primeiro por ser um palhaço no circo televisivo de Abelardo Barbosa. O circo gostou de Elke. (FELITTI, 2021a, p. 65-66, grifo nosso).

Além da óbvia mudança de tempo verbal, essa diferença entre um e outro é um indício de que a mídia verbal escrita passou por uma revisão de gramática e de conteúdo. Tal hipótese é corroborada por outras distinções entre os dois tipos de mídias, como o deslocamento de informações de um capítulo a outro, o que, no audiolivro, corresponderia à transferência de um

episódio a outro. Exemplo disso é quando Felitti descreve a prisão de Elke durante o período da ditadura após a mesma rasgar um cartaz fixado pelos militares com a foto de Stuart Jones, filho de Zuzu Angel e uma de suas melhores amigas, no aeroporto a caminho da gravação do Programa de Silvio Santos para divulgar o filme que estava lançando com Grande Otelo e Hildegard Angel, também filha da estilista.

Ao comparar a prisão de Elke com a de seu pai, George Grünupp, o qual havia sido considerado um traidor da pátria antes de desembarcar no Brasil, Stefanski lê em voz alta a seguinte passagem:

É provável que Elke, como de costume, tenha adotado a história e fez de sua prisão uma anedota de bar que arrancava gargalhadas. Ela aprendeu a transformar situações horríveis em piadas dentro de casa. Quando perguntava ao pai o que tinham feito com ele em seis anos de concentração na Sibéria, ele respondia: “Às vezes brincavam de manicure. Colocavam umas coisinhas embaixo da unha. E ria”. Mas Elke sabia dos riscos que correu. “Ainda bem que demos boas risadas, porque senão era mais uma vítima pra gente chorar”, ela comentaria o resto da vida. (FELITTI, 2020, n.p., transcrição e grifo nosso).

Já no livro, um trecho semelhante aparece escrito da seguinte forma:

É provável que Elke, como de costume, tenha adotado a história e feito de sua prisão uma anedota de bar que arrancava gargalhadas. Ela já aprendera dentro da própria casa a transformar situações terríveis em piadas, como fazia o seu pai quando era questionado sobre os seis anos que passou em um campo de concentração na Sibéria. Mas Elke sabia dos riscos que correu. “Ainda bem que demos boas risadas, porque senão era mais uma vítima pra gente chorar”, ela comentaria o resto da vida. (FELITTI, 2021a, p. 57).

Essa informação, embora pareça suprimida em um primeiro momento, se encontra logo no primeiro capítulo do livro, quando Felitti retoma a infância de Elke e o fato de ela ter conhecido seu pai somente aos três anos de idade, após ele ser solto da prisão. Porém, a fala é descrita assim: “Ele às vezes brincava que tinham feito manicure nele, enfiando uns espetinhos embaixo da unha”, dizia Elke” (FELITTI, 2021a, p. 17). Ou seja, além de ser reestruturada dentro da narrativa, há também uma diferença nas falas que são atribuídas à biografada.

E essa questão nos leva a outros três pontos importantes de ressaltarmos. O primeiro é que, durante a leitura em voz alta, Stefanski vai interpretando as falas de Elke e das fontes

consultadas, oscilando entre um tom de brincadeira, de seriedade ou até mesmo de raiva, dependendo do contexto em que são relatadas, ao mesmo tempo em que assume um tom de voz mais sério quando assume o lugar do narrador em si. Podemos dizer que a utilização desse recurso não somente potencializa a imersão na narrativa, mas também ajuda a imbuir uma personalidade à Elke, principalmente àqueles que não tiveram a oportunidade de vê-la em atividade na mídia durante o período em que esteve viva.

E é importante destacar que essa personalidade é resultado da construção narrativa de Felitti junto à vocalização de Stefanski a partir de entrevistas e relatos de familiares de amigos. Em vista desse processo em conjunto — o de escrita e de performance vocal — é possível afirmarmos que não há apenas um valor cognitivo envolvido no audiolivro, mas sim dois: um do autor e outro da agente da voz que acaba por recriar a mídia verbal escrita no momento em que lê em voz alta. E, podemos dizer, essa recriação é intensificada pelo fato de Stefanski ser uma mulher, com uma voz feminina, lendo em voz alta sobre a vida de uma outra mulher enquanto imbuí significados sonoros às falas que são atribuídas à biografada.

Em contrapartida, com o livro, é o leitor quem atribui a cada fala de Elke uma entonação de acordo com o que é descrito por Felitti. Logo, há somente um valor cognitivo envolvido, o qual tem origem nas intenções advindas unicamente do autor.

Já o segundo ponto diz respeito à divergência de linguagens adotadas em cada um. No audiolivro, podemos inferir que, no geral, a linguagem é informal. Exemplo disso é o momento em que Felitti conta, no primeiro capítulo, sobre a busca do pai de Elke por emprego em terras brasileiras. Após colocar um anúncio em um jornal que era publicado em inglês com o seu currículo e interesses, logo apareceu um interessado: Rafael Jacques de Moraes, filho de Amyntas Jacques de Moraes e herdeiro de uma das maiores mineradoras do mundo. Em uma das passagens. Stefanski lê em voz alta: “Rafael tava ali porque ele havia se comovido com o apelo de George” (FELITTI, 2020, n.p., transcrição e grifo nosso). No livro, por sua vez, há a adoção da linguagem formal (FELITTI, 2021a, p. 21, grifo nosso): “Rafael estava ali porque ele havia se comovido com o apelo de George”.

Por vezes, ainda, é possível percebermos durante a escuta do audiolivro que Stefanski lê em voz alta suprimindo os plurais, como comumente fazemos durante as conversas informais, ou seja, na oralidade. Tais questões nos levam a crer que a escolha estética por esse tipo de

linguagem coloquial possibilita uma fluidez na fala da mesma, aproximando o agente da voz ao perceptor — até porque é necessário prender, ao menos, um nível mínimo de atenção.

Já o terceiro ponto de diferenças elencadas tem relação a determinadas informações que constam no audiolivro e são corrigidas no decorrer do livro, mas sem uma errata ou nota de rodapé explicativa. Exemplo de uma circunstância como essa é quando Felitti cita o livro de memórias do jornalista e escritor de origem grega — mas naturalizado brasileiro —, Alexandros Evremidis, com quem Elke foi casada durante um período. Enquanto no audiolivro Stefanski lê em voz alta que o livro se chama “*Adeus, Macedônia!*”, no livro, o título é “*Adeus, Grécia!*”.

Embora pareçam sutis, somente pela observação dessas diferenças é possível argumentarmos que o livro de *Mulher Maravilha* (2021a) não é de uma alternativa de leitura em relação ao audiolivro, ou melhor dizendo, não pode ser entendida como uma transcrição, mas sim um novo produto de mídia que foi expandido e revisado para um meio impresso. E tal percepção em torno dessa afirmação é corroborada quando observamos a presença das já referidas fotografias junto à mídia verbal escrita.

Apesar de parecer, nesse caso, um tipo de mídia qualificada que não é fundamental ao conteúdo do livro, sua inserção pode assumir, ao menos, três importantes funções. A primeira delas é a de comprovar dados e informações apresentados por Felitti, como a certidão de nascimento brasileira da biografada ou o relatório de quando Elke foi presa. Já uma outra função para a inserção das fotografias é para contextualizar determinadas circunstâncias que ali estão sendo narradas ou mesmo apresentar a interação de Elke com outras figuras públicas da época que foram importantes em sua vida, como Grande Otelo ou o jornalista e apresentador de televisão Leão Lobo, o qual foi um de seus grandes amigos.

Mas, talvez a mais interessante dentre elas é o uso das fotografias para reforçar, de maneira imagética, como uma jovem modelo de origem alemã veio a se tornar, décadas mais tarde, uma das figuras mais excêntricas que já passaram pela mídia — não somente por meio de sua personalidade, como também pela forma singular como se vestia e encantava o mundo.

Considerações finais

Tomando como base os Estudos da Intermidialidade, partimos do pressuposto de que *Mulher Maravilha* (2020) é uma audiobiografia (ELLESTRÖM, 2021) e visamos, neste breve exercício analítico, comparar este produto de mídia ao livro (2021), a fim de investigar a forma como isso afeta a midiação e a percepção. Assinalamos, *a priori*, uma mudança paradigmática na relação entre esses dois tipos de mídias – o audiolivro “reembalado” e “revendido” para outro meio, não o contrário.

Identificamos um resgate, em primeira instância, daquilo que Pross (1972) denomina primeira mídia (a narrativa sonora, neste caso), formatada em uma mídia contemporânea que materializa os signos em um suporte que elimina o espaço entre a mensagem enviada e recebida. O livro, por sua vez, materializa a narrativa escrita, apoiada de recursos não verbais (fotografias) e aciona diferentes formas de interação com o público.

Nossa análise teve como guia norteador as modalidades básicas das mídias (materiais, espaçotemporais, sensoriais e semióticas) e seus aspectos qualificadores (contextual e operacional), com ênfase para os traços da mídia verbal sonora, junto dos elementos paratextuais, os quais denominamos de paramidiais. Daí, foi possível aferir o processo de transmidialidade intermidial, também chamada de transformação de mídia (ELLESTRÖM, 2021), enfatizando os impactos decorrentes da passagem do texto sonoro para o texto escrito e as diferentes formas de ser e fazer (ELLESTRÖM, 2021) as mídias aqui estudadas.

Com isso em mente, pudemos observar que a transmidiação intermidial do audiolivro ao livro parte da transformação de seus modos materiais: a mídia verbal sonora é transferida para a mídia verbal escrita. E isso acaba se refletindo nas outras modalidades quando o que originalmente está se propagando pelas ondas sonoras passa a ser fixado nas páginas. Nesse processo, a audição é substituída pela visão e os signos sonoros dão lugar para os signos verbais e imagéticos.

Ainda observamos, em tal procedimento, que informações contidas no audiolivro são deslocadas, complementadas, corrigidas e impressas no livro. Percebemos, então, o surgimento de um novo produto de mídia que muito difere do primeiro. Ao nosso ver, *Mulher Maravilha* (2020) desmantela a afirmação de Rubery (2016) de que a identidade do audiolivro está suscetível ao impresso – isso já não se sustenta mais. E aqui cabe destacar que o mapeamento

das semelhanças e diferenças entre mídias somente é viável quando estabelecemos comparações, pois uma não depende da outra.

Considerando a democratização das ferramentas de produção, a crescente popularidade do *podcast* e dos serviços de *streaming* nos últimos anos, entre outras mudanças na forma como produzimos, distribuimos e consumimos as mídias, em especial as sonoras, podemos inferir que o audiolivro consegue ser independente.

Embora haja mudanças significativas de um tipo de mídia a outra, no caso dos objetos analisados, é possível compreender muito claramente a intencionalidade geral de ambas: a de celebrar a vida e a carreira de Elke Maravilha. No final, podemos dizer que o audiolivro e o livro são apenas meios para contar a história dessa marcante personalidade da mídia. Cabe ao leitor, então, decidir qual é a melhor forma de experienciá-la: seja por meio da audição ou da visão — ou, também, das duas formas.

Referências

ATÃ, P.; SCHIRRMACHER, B. Media and modalities - Literature. In: BRUHN, J. B.; SCHIRRMACHER, B. *Intermedial studies: an introduction to meaning across media*. New York: Routledge, 2022. p. 42-55.

BAITELLO JUNIOR, N. *A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura*. São Paulo: Hacker, 2005.

BRUHN, J. B.; SCHIRRMACHER, B. Intermedial studies. In: BRUHN, J. B.; SCHIRRMACHER, B. *Intermedial studies: an introduction to meaning across media*. New York: Routledge, 2022. p. 3-27.

BRUHN, J. Heteromediality. In: ELLESTRÖM, L. (ed.). *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. p. 225-236.

CHION, M. *Music in cinema*. Nova York: Columbia University Press, 2012.

CLÜVER, C. Intermedialidade. *Pós*, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 8-23, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/revistapos/article/view/15413>. Acesso em: 30 mar. 2023.

ELLESTRÖM, L. The Modalities of Media: A Model for Understanding Intermedial Relations. In: ELLESTRÖM, L. (ed.). *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. p. 11-48.

ELLESTRÖM, L. *As modalidades das mídias II: um modelo expandido para compreender as relações intermidiais*. Tradução: Beatriz Alves Cerveira, Júlia de Oliveira Rodrigues e Juliana de Oliveira Schaidhauer. Porto Alegre: EdIPUCRS, 2021.

FELITTI, C. *Mulher Maravilha*. Ledora: Fernanda Stefanski. Publisher: Storytel. Audiolivro, 2020.

FELITTI, C. *Mulher Maravilha*. São Paulo: Todavia, 2021a.

FELITTI, C. *Rainhas da Noite*. Publisher: Storytel, 2021b.

FELITTI, C. *Rainhas da Noite: as travestis que tinham São Paulo aos seus pés*. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

MITCHELL, W. J. T. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: University of Chicago Press, 1994.

MITCHELL, W. J. T. There are no Visual Media. *Journal of Visual Culture*, [s. l.], v. 4, n. 2, p. 257-266, 2005.

PROSS, H. *Medienforschung: film, funk, presse, fernsehen*. Darmstadt: Carl Habel, 1972.

RAMAZZINA GHIRARDI, A. L.; RAJEWSKY, I.; DINIZ, T. F. N. Intermidialidade e referências intermidiáticas: uma introdução. *Revista Letras Raras*, Campina Grande, v. 9, n. 3, p. 11-23, 2020.

RUBERY, M. *The untold story of the talking book*. Cambridge: Harvard University Press, 2016.

SANTAELLA, L. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, L. *Matrizes da linguagem do pensamento: sonora visual verbal: aplicações na hipermídia*. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SANTAELLA, L. *Comunicação Ubíqua: repercussões na cultura e na educação*. São Paulo: Paulus, 2013.

SONNENSCHNEIDER, D. *Sound design: the expressive power of music, voice, and sound effects in cinema*. Michigan: Michael Wiese Productions, 2001.

STERNE, J. *The Sound Studies Reader*. New York: Routledge, 2012.

THOMPSON, J. B. *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2014.

THOMPSON, J. B. *As guerras do livro: a revolução digital no universo editorial*. Tradução: Fernando Santos. São Paulo: Editora Unesp, 2021.

THOMPSON, J. B. *As guerras do livro: A revolução digital no mundo editorial*. Tradução: Fernando Santos. São Paulo: Editora UNESP, 2023.

Agradecimento

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), cujo fomento viabilizou essa pesquisa sob forma de bolsas de estudo para o autor por meio do Programa de Suporte à Pós-Graduação de Instituições Comunitárias de Educação Superior (PROSUC).

From audiobook to book: an intermedial study about *Mulher Maravilha* (2020), by Chico Felitti

Abstract: The audiobook is a media type that has conventionally been seen as an alternative to the book. According to authors such as Matthew Rubery (2016), his identity has always been defined in relation to the printed book. But what happens when the audiobook is released before the book? What are the impacts of this unexpected shift? This article aims to compare the similarities and, more importantly, the differences that occur during the process of intermedial transmediation, also called media transformation (ELLESTRÖM, 2021), in order to investigate how this affects the mediation and perception of the perceiver. To do so, we have chosen as our object of study the audiobiography and the book *Mulher Maravilha*, by Chico Felitti (2020, 2021a), as it reflects a possible new scenario of (inter)relationships between these two types of media. After comparative analysis based on the oral and written verbal media, we were able to determine that the book *Mulher Maravilha* (2021a) is not an alternative to the audiobook, i.e., a transcription of what is read aloud, but rather another media product, that has been expanded, complemented, corrected, and finally published.

Keywords: *Mulher Maravilha*; Chico Felitti; Intermediality; Audiobook; Book.

Recebido em: 31 de março de 2023.

Aceito em: 29 de julho de 2023.