

Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa
Centro de Investigação e Estudos em Belas-Artes
Secção de Design de Comunicação

Linha de Investigação em Design e Edição

Investigador responsável: Cândida Teresa Ruivo

Áreas de referência:

- Design de comunicação
- Edição
- Tipografia
- Design gráfico
- Crítica do design
- História do design português

Áreas de aplicação:

- Livro
- Publicações impressas
- Publicações electrónicas
- A auto edição
- A publicação abordada numa perspectiva histórica

Destinatários:

A linha favorece os projetos de investigação que se enquadrem no campo relacional do design com a edição ou que reportem a qualquer das suas áreas de influência.

1. Apresentação e objetivos

A linha de investigação em design e edição pretende contribuir para o entendimento das relações convergentes entre design de comunicação e produção editorial, das quais resultam objetos que integram os processos, as matérias e as funções de cada uma destas práticas.

Tem por objetivo constituir-se como estrutura de apoio a projetos de investigação que, pela via teórica ou aplicada, explorem: i) as relações entre produção académica e produção editorial; ii) as condições da publicação na era digital; iii) os processos e funções particulares do design editorial; iv) o designer como autor, editor e produtor em contextos de produção editorial; v) o entendimento da produção

editorial como processo que integra edição de conteúdos e produção, mas também a sua distribuição, impacto e retorno; vi) a investigação histórica da edição no contexto nacional.

Publicar é, atualmente, um conjunto de processos dinâmicos e complexos, fundamental na organização, representação, distribuição e recepção dos discursos. É, deste modo, essencial no exame das condições e táticas para a distribuição do conhecimento, gesto que acolhe o político, o científico e o artístico e que, em alguns casos, procura desafiar.

Se publicar era matéria de especialistas e profissionais do sector da edição, hoje a produção editorial em arte e em design é feita por autores, artistas, designers, escritores que usam manifestações menos convencionais como, por exemplo, conferências, exposições, performances e *workshops*, para além das tradicionais edições impressas e electrónicas. Daqui resultam projetos que refletem sobre as condições da publicação, *i.e.*, que se centram nos processos e impactos do gesto de tornar público.

Por outro lado, os *self media* como mecanismos de comunicação que possibilitam a publicação com a ausência de editor e de mediador (designer ou outro), feita na internet e a partir de suportes digitais (as redes sociais, os blogues, alguns jornais e revistas digitais) são uma realidade que está a alterar a facilidade e a velocidade com que se publica, a propiciando o diálogo entre os emissores e os receptores, e criando novas perspetivas de comunicação.

Entre a crescente valorização do design de comunicação nos processos editoriais e a possibilidade da ausência de qualquer tipo de edição (para além da que deriva das intenções do autor), dar corpo a estas discussões e trazê-las para o seio da academia revela-se inevitável.

2. Breve caracterização histórica

Edição e design de comunicação estão indissociavelmente associados, por via de uma história partilhada, à publicação e à produção do livro.

A evolução do livro e de outros objetos comunicacionais foi, em termos gerais, determinada a partir da reprodução de fórmulas de composição praticadas nas publicações manuscritas, que se adaptaram às épocas acompanhando os seus desenvolvimentos tecnológicos.

Tradicionalmente, na publicação de textos, a edição dedicava-se principalmente aos conteúdos — religiosos, literários, científicos e de outras tipologias. Competia aos tipógrafos a tarefa de preparar os textos para a impressão, praticando formas quase ancestrais de compor páginas e tomos, de escolher formatos, papéis, desenho tipográfico e técnicas de acabamento.

A introdução de discursos críticos sobre o papel do designer na edição criou um lugar onde se tornou possível que a edição não se centrasse somente na esfera da produção de conteúdos mas passasse a ser partilhada com a edição gráfica.

Assim, William Morris (1834-1896) entendeu o livro como «uma demanda da arte» — *The ideal book*, 1893 —, Lázlo Moholy-Nagy (1895-1946) insistiu na qualidade do trabalho na edição tipográfica de forma a que fosse «simultaneamente uma experiência visual e de comunicação» — *The New Typography*, 1923 —, Jan Tschichold (1902-1974) sistematizou metodicamente os princípios da Nova Tipografia — *The New Typography*, 1928 — e Paul Rand (1914-1996) preconizou que «o texto, a ima-

gem e a tipografia devem contemplar-se como uma mesma e viva entidade» e que «cada elemento integralmente conectado, em harmonia com o todo é essencial para a execução da ideia — “The Beautiful and The Useful” em *Thoughts on design*, 1947.

Estas e outras tomadas de posição relativamente à intervenção do artista e do designer na edição de publicações fizeram crescer a necessidade e a apetência por esta área disciplinar.

3. Bibliografia de referência

Benjamin, Walter (1934), “O autor como produtor”, in *A modernidade. Obras escolhidas de Walter Benjamin* [edição e tradução de João Barrento], Lisboa: Assírio & Alvim, 2006

Faria, Maria Isabel, PERICÃO, Maria da Graça, (2008), *Dicionário do Livro da escrita ao livro electrónico*, Coimbra: Edições Almedina

Foucault, Michel (1983), *O que é um autor?*, Vega: Lisboa, 1992

Furtado, José Afonso (2007), *O Papel e o Pixel — Do impresso ao digital: continuidades e transformações*, Lisboa: Ariadne

Furtado, José Afonso (2000), *Os livros e as leituras. Novas tecnologias da informação*, Lisboa: Livros e Leituras

Gerritzen, Mieke, Lovink, Geert e Kampman, Minke (eds.) (2011), *I Read Where I Am. Exploring New Information Cultures*, Amsterdão, Breda: Valiz, Graphic Design Museum

Hochuli, Jost et al. (1996), *Designing Books: Practice and theory*, Londres: Hyphen Press

Lupton, Ellen (1998), “The designer as producer” in *Graphic Design: Now in Production*. Minneapolis: Walker Art Centre, 2011

Lupton, Ellen (2011), “Reading and Writing” in *Graphic Design: Now in Production*, Minneapolis: Walker Art Centre, 2011

Tschichold, Jan (1928), *The New Typography*, Berkeley: University of California Press, 1998

Ruskin, John (1855), *Las Siete Lámparas de la Arquitectura*, Barcelona: Editorial Alta Fula, 1997