



2º seminário
de pesquisa
do programa de
pós-graduação
em design

fauusp
mestrado

O design de livros impressos na era digital *The design of printed books in the digital age*

**Luciana Lischewski Mattar,
Marcos da Costa Braga**

MATTAR, L. L.

Graduada em Design pela Universidade de São Paulo (2013) com mobilidade acadêmica na Universidade do Porto, Portugal, em design gráfico (2011). Cursa o mestrado em Design na FAU USP (2018) com pesquisa apoiada pela CAPES. Trabalha com temas relacionados à editoração. Graduated in Design from the University of Sao Paulo (2013), with academic mobility at the University of Porto, Portugal, in graphic design (2011). She's currently doing a Master's in Design at FAU USP (2018) with research supported by CAPES. Works with issues related to publishing.

BRAGA, M. C.

Professor Doutor no curso de Design da Universidade de São Paulo. Tem experiência em Desenho de Produto e Programação Visual, atuando principalmente nos seguintes temas: desenho industrial, ensino, programação visual, comunicação visual e história do design no Brasil. Professor of Design at the University of São Paulo. He has experience in product design and visual programming, working mainly on the following subjects: industrial design; design teaching; visual programming; visual communication; and design history in Brazil.

contato

luciana.mattar@usp.br
bragamcb@usp.br

lattes

<http://lattes.cnpq.br/8711870930270331>
<http://lattes.cnpq.br/1451496618539259>

O livro é um objeto milenar emblemático da cultura humana, rodeado de sucessos e insucessos, surpresas e desafios. Desde a invenção dos primeiros rolos de papiros antigos, ou dos códices do século II, o livro provou-se objeto soberano no suporte de informações. Seu design e sua conveniência o transformaram em uma ferramenta essencial por cinco séculos. Ainda assim, a introdução da era da informação suscitou uma série de questionamentos: as novas invenções poderiam suprimir o objeto livro e seus hábitos ancestrais? O suporte impresso ainda não desapareceu, mas certamente sofreu transformações. O livro não está mais no “altar” que antes estivera. Em um contexto de leitura on-line e hipertextualidade, somente uma pesquisa da forma do livro e suas propriedades podem explicar sua permanência e triunfo. À procura dos impactos causados pelo estabelecimento do suporte eletrônico no livro impresso, a presente pesquisa pretende realizar um estudo qualitativo referencial de exemplares icônicos de um determinado segmento editorial impresso, o mercado de editoras independentes, identificando a(s) linguagem(ns) gráfica(s) aplicada aos seus produtos. O segmento dos livros independentes é destacadamente uma parcela do mercado que apresentou um grande número de soluções inovadoras para o objeto analisado, fortalecendo sua permanência frente às crises atuais e ressignificando a sua existência. O resultado será um panorama tipológico de inovações gráficas aplicadas ao livro impresso, circunscrevendo uma possível linguagem gráfica que emergiu, ou que está emergindo, no editorial.

Palavras-chave: Design gráfico;
Editoração; Editorial independente;
Livro impresso

realização
ppgdesign_fauusp

The book is an iconic, millennia-old cultural object, marked by successes and failures, surprises and challenges. From the invention of the ancient papyrus scrolls, or even the first codices in the second century, the book has proved to be a paramount object for carrying information. Its design and convenience have made it an essential tool for five centuries. Nevertheless, the advent of the information age has raised a series of questions: could new inventions supersede the book and its ancient usages? Printed media has not yet disappeared, but it has certainly been transformed. The book no longer occupies the sacred position it had in the past. Within a context of online reading and hypertextuality, only an investigation about the form of the book and its properties can explain its permanence and triumph. By seeking the impact of the electronic format on the printed book, this research intends to carry out a qualitative reference study of iconic examples from a particular segment of print publishing, the independent publishing market, identifying which graphic language(s) have been applied to its products. The segment of independent books is a portion of the market that has distinctly presented a large number of innovative solutions for the object of analysis, securing its permanence in the face of current crises and ressignifying its existence. The result will be a typological overview of graphic innovations applied to the printed book, circumscribing the possibility of a graphic language that has emerged or that is still emerging in the publishing industry.

Keywords: Graphic design; Publishing;
Independent publisher; Printed book

5 dezembro 2018
cidade universitária, são paulo, sp