



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR
Escola Superior de Tecnologia de Tomar
Departamento de Tecnologia e Artes Gráficas
Curso de Tecnologia e Artes Gráficas

GESTÃO EDITORIAL

5.º Ano

Regime: Semestral – 1.º

Ano Lectivo: 2003/2004

Carga Horária: 4 H – TP

Docente: Assistente 2.º Triénio Isabel Maria Neves Monteiro Freire dos Santos

OBJECTIVOS:

Revalorizar o livro e as profissões mediadoras do livro, sublinhando o papel das artes gráficas na cadeia editorial. Promover a reflexão sobre a actualidade do livro no espaço público da modernidade.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

1. **Paisagem editorial** portuguesa e mundial. Diversidade (editor regular e ocasional), especialidades (escolar, generalista, infantil, etc.) e comercialização (canais directos e indirectos). A gestão duma editora: funções, organização e práticas, em Portugal e no estrangeiro.
2. **Cadeia do livro:** a instância da criação (autores e outros produtores de conteúdos), a instância da mediação (editores, gráficos, promotores) e a instância da recepção (mercados, bibliotecas, leitura e problemas de literacia); as funções técnica, simbólica e negocial dos mediadores.
3. **Mediação a montante:** trabalho em rede com escritores, redactores, coordenadores editoriais, tradutores, artistas, ilustradores, fotógrafos; o editor como instância legitimadora, como instância negocial ou como instância «dispensável».
4. **Mediação a jusante:** trabalho em rede com o design gráfico, com as artes gráficas (circuitos clássicos e circuitos digitais) e com os promotores, sejam os canais directos (clubes, correio directo, porta-a-porta, comércio electrónico), os canais indirectos (distribuidores, livrarias, supermercados) ou os próprios média (que promovem ou não o livro).

5. **Pericialidade editorial:** a função criativa (decisão de editar, criação do catálogo), a função marketing (políticas de produto, preço, comunicação e distribuição) e as exigências actuais de formação.

BIBLIOGRAFIA GERAL:

Livro-base:

MARTINS, Jorge M. (1999): *Marketing do Livro. Materiais para uma Sociologia do Editor Português*, Oeiras, Celta.

Outras fontes:

- ANSELMO, Artur (1985): «Livro», in *Polis, Enciclopédia Verbo da Sociedade e do Estado*, Lisboa, Verbo.
- BLUNDEN, Brian-Margot (1994): *The Electronic Publishing Business and its Market*, London, Pira International.
- DREYFUS, John; RICHAUDEAU, François (1990): *Diccionario de la Edición y de las Artes Gráficas*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, col. «Biblioteca del Libro».
- GUEDES, Fernando (2001); *O livro como tema – história, cultura e indústria*; Lisboa; Editorial Verbo.
- LEGENDRE, Bertrand (coord.) (1996): *Les Métiers de l'Édition*, Paris, Éditions Cercle de la Librairie.
- MASSIN (1988): *L'ABC du Métier*, Paris, Imprimerie Nationale.
- PEACOCK, John (1992): *Multilingual Dictionary of Printing and Publishing Terms* (english, french, spanish, italian, german, dutch, swedish), Londres, Chapman & Hall.
- SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (coord.) (1998): *As Políticas Culturais em Portugal. Relatório Nacional*, Lisboa, Observatório das Actividades Culturais.
- SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (coord.) (2000): *Dinâmicas da Aplicação da Lei do Preço Fixo do Livro*, Lisboa, Observatório das Actividades Culturais.
- SCHUWER, Philippe (1994): *Traité Pratique de l'Édition*, Paris, Éditions Cercle de la Librairie.
- SOUSA, José Martinez de (1989): *Diccionario de Bibliología y Ciencias Afines*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, col. «Biblioteca del Libro».
- SPECK, Bruce W. (1991): *Editing: an Annotated Bibliography*, New York, Greenwood Press.
- UNESCO (1990): *The Business of Book Publishing. A Management Training Course* (versão francesa: *Profession Éditeur. Édition et Gestion*, 1993), Paris, UNESCO.

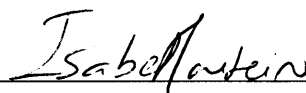
- UNESCO (1991): *Book Promotion, Sales and Distribution. A Management Training Course* (versão francesa: *Profession Éditeur. Promotion, Vente et Distribution*, 1995), Paris, UNESCO.
- UNESCO (1997): *World Information Report 1997-1998*, Paris, UNESCO.
- www.apel.pt (estatísticas da APEL, Associação Portuguesa de Editores e Livreiros).

MÉTODOS DE AVALIAÇÃO:

Trabalho prático c/ apresentação oral: 50 %

Frequência / Exame (Épocas normal, recurso, trab. estudante e especial): 50 %

OBS.: Os temas, datas do trabalho e formas de apresentação serão definidos com o consenso dos alunos presentes na 1.ª aula e aplicáveis a todos os alunos independentemente da época de avaliação escrita escolhida. As condições assim definidas estarão ao dispôr dos alunos na reprografia.



(Dr.ª Isabel Mª Neves Monteiro Freire dos Santos – Ass. 2.º Triénio)