



TÉCNICAS EDITORIAIS

3.º Ano

Ano Lectivo: 2002/2003

Docente: António Guilhermino Pires

Eq. a Professor Coordenador

Regime: Semestral – 1º

Carga Horária: 2 H - T/P

INTRODUÇÃO

Relativamente à matéria curricular, trata-se de uma cadeira conducente ao estudo, exercitação e desenvolvimento da actividade editorial. A parceria ou “parteneriado” essencialmente das editoras, envolvendo como interlocutores preferenciais as agências de publicidade, tem motivado, também, os gabinetes gráfico-criativos de muitas empresas impressoras (gráficas) tendo vindo a adquirir uma considerável relevância. É da simbiose escritor-livreiro, da arte-e-técnicas-gráficas, dos estímulos-apetências dos destinatários-leitores e das tendências do mercado, com a promoção da leitura que surge a edição, antes como projecto do objecto, e depois como sujeito característico de comunicação também artística-visual de projecção do saber-conhecimento. O campo é vasto e aliciante.

1 - Definição – A cadeira consiste no estudo específico e identificação de técnicas especializadas no âmbito da actividade editorial como componente profissionalizante. Implica a abrangência do marketing e da sensibilização para as realidades da literacia na nossa sociedade (considerando a panorâmica nacional e internacional das edições de livros, das publicações periódicas e em série (jornais e revistas). Tem em consideração a especialidade e a diversificação das edições relacionando “Autores”, “Títulos/conteúdos” e “Destinatários”, culminando na definição da relação qualidade-custos/preços. Decorre desta súpula de conhecimentos a elaboração técnica com o emprego de matérias primas e as compatíveis metodologias de produção.

2 – Objectivo - Habilitar com conhecimentos técnico-gráficos e também estéticos para o exercício da profissão de “Designer-gráfico editorial”, “Coordenador editorial” ou para as funções de “Editor”. Permitir a aquisição de competências para intervenção nas fases processuais da produção de “sujeitos” ou “objectos” editoriais. Desenvolver as capacidades gráfico-criativas em simultâneo com o domínio sobre as “mercadorias integrantes”, das tecnologias aplicadas às actividades produtiva-industrial e comercial, no universo das publicações. Consciencializar para a essência do aprofundamento das técnicas antigas e modernas, mediante a sistemática apreciação/análise do cenário português (e estrangeiro) dos diversos géneros de edições, da sua caracterização e dos respectivos requisitos (inclusive o emprego de matérias primas), bem como a metodologia da produção ou fabrico. Favorecer o domínio e a distinção dos diferentes tipos ou classes de edições com maior ou menor tratamento artístico, execução artesanal (manual) e em “linhas contínuas” com automatismos ou robotização. Capacitar com as técnicas de planeamento, de programação e de coordenação, em ordem ao acompanhamento de “obras em curso”, e consequente adestramento nas práticas rotineiras, desde a perspectiva da auto-edição ao ritmo e à inter-actividade dos media-scripto.

3 – Metodologia - Aulas teórico práticas com exposição verbal da matéria em ordem a favorecer a aquisição de uma súpula de conhecimentos técnico-gráficos bastante em relação às tecnologias, à metodologia, às matérias-primas e outros materiais, para interpretação, identificação e concretização de projectos considerando a oportunidade, o mercado, os conteúdos, os destinatários.

Análise de produtos. Apreciação pós-produção. Elaboração de propostas. Em atitude de recriar/refazer como experimentação teórico-prática. Recurso a subsídios didácticos (multimedia) para apreciação-análise e apreensão das técnicas executivas “desde a concepção à fruição” do “exemplar” à venda.

4 – Conteúdo programático:

4. 1 Desenvolvimento dos conceitos de edição.
4. 2 Abordagem sintética da história e das técnicas da actividade editorial.
Os grandes tipógrafos-editores.
4. 3 Noções sobre “Editor” e “Casa Editora”.
4. 4 Coordenação da actividade editorial na perspectiva comercial da actualidade.
4. 5 Panorâmica nacional e internacional da actividade livreira.
4. 6 Desenvolvimento da “imprensa” – enquanto meio/mecanismo de tratamento multiplicação da mensagem/informação gráfica-visual. Panorama histórico das tecnologias executivas dos órgãos de comunicação social.
4. 7 As técnicas aplicadas e específicas para a produção da Comunicação impressa. O mundo “media scripto” .
4. 8 Publicações periódicas. Implicações de coordenação editorial e técnica.
4. 9 As “agências noticiosas” e as edições de jornais e de revistas.
- 4.10 Estudo dos equipamentos/mecanismos da produção.
- 4.11 Reconhecimento das diversas matérias-primas (e materiais subsidiários sobretudo destinados à incorporação nos produtos editoriais).
- 4.12 Desenvolvimento dos conceitos estético-criativos das diversas publicações.
- 4.13 Confecção de projectos/propostas.
- 4.14 A organização técnica da “actividade editorial” nos nossos dias.

5. Método de Avaliação: Contínua, decorrente da participação, do trabalho de investigação individual temático, da apreciação dos saberes evidenciados na exercitação teórico-prática e na prova de frequência no final do semestre, e exame. Pode haver dispensa de exame com a nota média de 12 valores resultante da classificação do trabalho e da Frequência.

6. Bibliografia -

- ARTUR ANSELMO, *Origens de Imprensa em Portugal*, INCM, 1981
ARTUR ANSELMO, *História da Edição em Portugal*, 3 vol., Lello & Irmão, Porto, 1991.
A. G. PIRES, *Técnicas de composição e de impressão*. Vol.3,4,5, ITE, Lisboa, 1986.
A. G. PIRES, *Apontamentos sobre Planeamento e Programação da Produção Gráfica*. Pro-manuscrito.

- A. G. PIRES, *Síntese das técnicas editoriais*. Pro-manuscrito, 1999.
A. GHIORZO, *Grafica*, 4 vol. A.Ghiorzo, Edit., Milano, 1998
EDEBE, vários da colecção *LIBROS PARA HACER LIBROS*, Ediciones Don Bosco, Barcelona
DUGLAS C. McMURTRIE, *O livro*. 2.ª edição, FCG, 1982
FCG. *O livro objecto de Arte*, Lisboa, 1998.
G. PELLITTERI, *Enciclopedia della Stampa*, Turim, 1978
GERMANI-FABRIS, *Fundamentos del proyecto grafico*. EDB, Barcelona, 1973.
JAIME JACINTO S., *Vade mecum. Técnica de revisão-correcção de provas*. INCM, 1993.
JOSÉ PACHECO, *A divina arte negra e o livro português*. Vega edit. 1988.
MARTINS, Jorge, *Marketing do Livro*, Celta, Lisboa, 2000.
RICARD CASALS, *Las pruebas, sus opciones y glosario*, Du Pont-Howson, Barcelona, 1992.
Seleccções do Readers' Gest – *Multimedia, o guia completo*, (edição port.) Lisboa, 1996.
VÁRIOS, *Reflexos do desenvolvimento tecnológico na Comunicação Social*. Univ. Cat., Castoliva, ed. 1984.
WHITE, Jan V., *Graphic Design for the electronic Age*, Watson-Guptill Publications, New York, 1988,

Revistas da especialidade

Filmes temáticos da videoteca do Departamento de TAG