

## **Disciplinas do curso de Pós-Graduação em Produção Editorial**

**Fundamentos do Design Editorial I** (14 horas): Introdução; design digital aplicado a produtos editoriais; sintaxe visual, arquitetura de informação. Bibliografia: Zappaterra, Yolanda e Caldwell. Cath. Design Editorial, Jornais e revistas / Mídia impressa e digital, Ggilli, 2014. Andrew Haslam. Rosaril. O livro e o designer II: como criar e produzir livros, 2007. Ferreira, Jerusa Pires. Livros, editoras e projetos, Ateliê Editorial, 2003.

**Fundamentos do Design Editorial II** (14hs): Projetos editoriais contemporâneos, aplicação das linguagens gráficas e as suas estruturas de configuração. Aplicação de tecnologias. Bibliografia: Lupton, Ellen. Phillips, Jennifer Cole. Novos fundamentos do design. Cosac Naify, 2008. Tschichold, Iwan (Jan). A forma do livro. Ateliê Editorial, 2007.

**Gestão de fotografias digitais:** (14hs) Captura e Fluxos Digitais, Edição Fotográfica. Compra e cessão de imagens. Fotografia Editorial. Bibliografia: Webb, Jeremey. O design da fotografia. GGilli, 2015. Zwahlen Jr, Fred C, Folts James A e Lovel, Ronald P. Manual de Fotografia, Thomson Learning, 2014.

**História geral do livro:** a história do desenvolvimento da escrita. História do registro material, a questão da memória, a transformação da sociedade e as relações de poder do meio. Os desafios da escrita e do livro na contemporaneidade – o livro digital. Bibliografia: BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. Uma História Social da Mídia. Rio de Janeiro: Zahar, 2006. FISCHER, Steven Roger. História da Escrita. São Paulo: Unesp, 2009. MCLUHAN, Marshall. Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem. São Paulo: Cultrix, 2002.

**Processos gráficos: produção industrial do livro.** Processos e elementos da pré-impressão: Tipos de originais convencionais. Imagem, traço e meio tom. Resolução e lineatura. Processo de retícula: meio tom tradicional e digital, tipos de pontos de retícula, ângulos e inclinação da retícula, padrão moiré, retícula estocástica. Processo de seleção de cores, impressão em policromia, outros métodos de impressão a cores. Bibliografia: FERNANDES, Amaury. Fundamentos de produção gráfica para quem não é produtor gráfico. Editora Rubio. 2010. MARTINS, Nelson. A imagem digital na editoração: manipulação, conversão e fechamento de arquivos. SENAC Nacional. 2014. HORIE, Ricardo Minoru. Arte-Finalização: preparação e fechamento de arquivos PDF. Editora Érica. 2010

**Editoração Impressa e Processamento de texto (21hs):** Ementa: Editoração eletrônica: tendências e softwares disponíveis. Prática de editoração eletrônica. Estrutura do original: pré-textuais, textuais e pós-textuais. Copidesque, preparação e revisão de originais. O trabalho do editor de texto. Bibliografia: ARAÚJO, Emanuel. A construção do livro. Rio de Janeiro: NovaFronteira/INL/Fundação Pró-Memória, 1996. Pinto, Ildete Oliveira. O livro: manual de preparação e revisão. São Paulo: Ática, 1993. Coelho Neto, Aristides. Além da Revisão – Critério para revisão textual. Editora Senac Distrito Federal, 2013.

**Design Editorial: Projeto Gráfico e Identidade Visual.** Ementa: conhecimento técnico e estratégico na elaboração do projeto gráfico editorial. Arquitetura do design editorial. Articulação texto e imagem. Tipografia. O conhecimento das etapas do projeto editorial. Bibliografia: STRUNCK, Gilberto. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso. 1.ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2000. HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. 2.ed. São Paulo: Nobel, 1986. 157p. 6e. VOLLMER, Lara. ABC da ADG: glossário de termos e verbetes utilizados em design gráfico. São Paulo: ADB, 1998 117p. 2e.

**Linguagens Hipermidiáticas.** Ementa: Arquitetura da informação, mapas de navegação. Convergência de mídias e linguagens. Conexões de informação e sentido. Roteirização em hipermídia. Bibliografia: Bairo, Sérgio. O que é Hipermídia. São Paulo: Brasiliense, 2011. Santaella, Lucia. Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo. 3. ed. São Paulo: Paulus, 2009. Castells, Manuel. A Sociedade em Rede. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.(Coleção A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura, V. 1)

**Produção Gráfica: Materiais e Processos.** Ementa: Processos, técnicas e tecnologias de projeção, pré-impressão, impressão e acabamento de projetos gráficos. Edição assistida por computador. Processos e materiais de impressão. Custos na produção gráfica. Aplicar noções de gestão e planejamento na supervisão e controle da produção gráfica. Bibliografia: Colaró, Antônio Celso. Produção Visual e Gráfica. Editora Summus 1ª Edição. 2005. Fernandes, Amaury. Fundamentos de produção gráfica para quem não é produtor gráfico. Rio de Janeiro: Rubio, 2003. Oliveira, Marina. Produção gráfica para designers. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2000.

**Revisão de Prova e sinais de correção.** Ementa: Regras de revisão. Sinais de correção. Correção em PDF e em impressos. Bibliografia: Araujo, Emanuel. A construção do livro. Rio de Janeiro: Nova Fronteira/INL/Fundação Pró-Memória, 1996. Pinto, Ildete Oliveira. O livro: manual de preparação e revisão. São Paulo: Ática, 1993. Muniz, JR., José de Souza. “Revisor, um maldito: questões para o trabalho e para a pesquisa”. In: RIBEIRO, Ana Elisa; VILLELA,

Ana Maria Nápoles; SOBRINHO, Jerônimo Coura; SILVA, Rogério Barbosa da (Org.). *Leitura e escrita em movimento*. São Paulo: Peirópolis, 2010. p. 269-290.

**Computação Gráfica.** Ementa: Conceitos. Técnicas de Síntese de Imagens. Dispositivos Gráficos de entrada e de saída. Conversão Matricial. Transformações Gráficas Bidimensionais. Transformações Gráficas Tridimensionais. Bibliografia: GONZALEZ, Rafael; Woods, Richard. *Processamento Digital de Imagens*. 3. ed. Longman do Brasil, 2010. 624p. COHEN, Marcelo; MANSSOUR, Isabel. *OpenGL - Uma Abordagem Prática e Objetiva*. São Paulo: Novatec, 2006. 486 p. R.C. Gonzalez & R. E. Woods. *Processamento de Imagens Digitais*, Edgard Blücher, 2000.

**Produção e Tecnologia Gráfica.** Ementa. Estudo do processo de produção gráfica, da concepção ao produto final. Novas tecnologias. Bibliografia: Baert,, Lorenzo. *Produção gráfica*. São Paulo: Editora SENAC, 1999. Bandeira, Pedro. *O mistério da fábrica de livros*, 47ª edição. São Paulo: Hamburg, 1988. Barbosa, Conceição. *Manual prático de produção gráfica*. Portugal: Principia, 2004

**Legislação aplicada ao Mercado Editorial.** Ementa: O direito à informação. Leis que regem o mercado editorial. Direitos e deveres do editor e do autor. O direito autoral e as normas legais, brasileiras e internacionais, que regulam as atividades e os direitos de criadores, autores, produtores e similares, de obras artísticas, literárias e científicas. Bibliografia: Erbolato, Mário. *Deontologia da Comunicação Social*. Petrópolis. Vozes, 1982. Manso, Eduardo J. Vieira. *O que é Direito Autoral*. São Paulo: Brasiliense. Ascensão, José de Oliveira. *Direito Autoral*. Rio de Janeiro: Forense, 1980.

**Gestão de Editoras - Vendas e Distribuição:** Ementa: Apresentar os principais conceitos econômicos e financeiros que afetam o negócio do livro. Gestão do fluxo de caixa. Como calcular o preço de um produto. Retorno Financeiro. Bibliografia: Oliveira, Djalma Pinho Rebouças de, *Planejamento Estratégico - Conceitos, Metodologia e Práticas*, Atlas. 2013. Rezende, José F., *Balanced Scorecard e a Gestão do Capital Intelectual*, Editora Campus, Rio de Janeiro: Elsevier – 2003.

**Marketing e Mercado Editorial.** Ementa: Estratégias de marketing, publicidade, promoções, eventos, mídia social e PDV. Comportamento do leitor. Análise da concorrência. Segmentação. Posicionamento. Distribuição dos produtos editoriais. Marketing cultural. Bibliografia: Cobra, Marcos. *Marketing: conceitos, estratégias e funções*. São Paulo: Atlas, 1990. Kotler, Philip. *Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados*. São Paulo: Futura,

1999. LIMA, R. C. M. Marketing de produtos de informação. *Ciência da Informação*. Brasília, v. 23, n. 3, p. 373-376, 1994. *Divulgação e Assessoria de Imprensa*

**Modelos de Negócios Emergentes no Mercado Editorial:** Ementa: O mercado editorial e seus segmentos de negócios: livrarias, editoras, distribuidoras, agências, empresas prestadoras de serviço editorial e segmentadas em comunicação e conteúdo. Modelos de negócios no campo da literatura. Oportunidades de novos produtos no segmento. Bibliografia: Bandeira, Antonio Alfredo Bertini de Torres. *Economia da Cultura: A Indústria do Entretenimento e Audiovisual no Brasil*. São Paulo: Saraiva, 2008. Epstein, Jason. *O Negócio do Livro: passado, presente e futuro do mercado editorial*. Rio de Janeiro: Record, 2002. Schiffrin, André. *O Negócio dos Livros: como as grandes corporações decidem o que você lê*. Trad. Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.