

CORSO DI QUALIFICA

Tecnico della gestione delle fasi di lavorazione del prodotto editoriale “Redattore editoriale”

OBIETTIVO

Obiettivo del corso è la formazione alla professione del Tecnico della gestione delle fasi di lavorazione del prodotto editoriale. Egli ha il compito di gestire le diverse fasi della lavorazione del prodotto editoriale, verificando e arricchendo, se necessario, i dati contenuti nel testo. Se necessario corregge ed interviene sull'originale dell'autore, adeguandosi ai diversi stili richiesti dal prodotto editoriale. Fra i compiti del redattore rientrano la correzione delle bozze, l'elaborazione dei titoli e dei sommari, l'elaborazione delle didascalie, la scelta iconografica. La sua figura professionale trova naturale collocazione nelle case editrici, redazioni di riviste, divisioni editoriali di enti pubblici e privati, uffici stampa e in generale nel settore editoriale tradizionale e web.

DURATA ED ORGANIZZAZIONE DELL'ATTIVITA' FORMATIVA:

Il corso ha una durata complessiva di 600 ore, così suddivise:
da novembre 2013 a febbraio 2014, svolgimento di 300 ore di attività formativa in aula, comprensiva di lezioni, esercitazioni e laboratorio assistito; nella finestra tra marzo e luglio 2014, svolgimento di 300 ore di stage aziendale.

CONTENUTI

| | UNITA' FORMATIVA | ORE PREVISTE DA PROGETTO |
|---|---|--------------------------|
| 1 | Fondamenti di editoria | 36 |
| 2 | Valutazione di un testo | 32 |
| 3 | Tecniche redazionali | 80 |
| 4 | Il progetto grafico | 28 |
| 5 | L'impaginazione e la preparazione di un testo per la stampa | 36 |
| 6 | Comunicazione, promozione, distribuzione e vendita | 40 |
| 7 | Conoscere il contesto socio economico | 28 |
| 8 | Informatica di base | 20 |
| 9 | Stage | 300 |
| | ORE TOTALI | 600 |

Fondamenti di editoria

Il mondo dell'editoria:

-Prima della nascita dell'editoria.

-La nascita dell'editoria. I padri fondatori e ispiratori dell'editoria moderna: Johann Gutenberg, Aldo Manuzio, Kurt Wolff.

-L'evoluzione tecnologica della stampa, dell'offerta libraria e della richiesta culturale fino all'Ottocento.

- Excursus storico sull'editoria italiana del XX secolo.
- Panoramica sugli attuali gruppi editoriali e gli editori indipendenti italiani e stranieri: importanza e vitalità della piccola e media editoria e tendenze attuali del mercato editoriale.

L'oggetto libro:

- Componenti testuali e paratestuali.
- Copertina, quarta, bandelle.
- Il lavoro redazionale e grafico nella progettazione di una copertina.
- Terminologia tecnica; tipologie di gestione della copertina: bandelle, quarta, elementi biografici, frontespizio, colophon, ringraziamenti, dedica, caratteri, ecc.
- Ciclo di vita di un libro: dalla selezione del titolo all'arrivo in libreria.

La valutazione di un testo

- Gli strumenti di base per l'analisi di un testo: analisi strutturale, tenuta narrativa, lessicale, grammaticale, logica e sintattica; Valutare l'entità degli interventi da apportare.
- Modalità di elaborazione delle schede di lettura e di valutazione.
- Caratteristiche, contenuti e forma delle schede di lettura per uso interno di redazione e compilate dal lettore (interno o esterno).
- Strutturazione e linguaggio dei diversi tipi di schede di valutazione per destinatari diversi (autore, casa editrice, per le agenzie letterarie, per promotori, per distributori, per la stampa eccetera).
- Le classificazioni in generi: Fiction e non fiction; Narrativa; Saggistica; Libri per ragazzi; Varia; Letteraria; Divulgativa; Periodica; D'arte; Scolastica; Giornalistica.

Tecniche redazionali

Correzione delle bozze:

- La correttezza formale di un testo.
- Il linguaggio codificato della correzione di bozze: Metodi e simboli per la correzione delle bozze: le norme Uni di riferimento; Le norme redazionali; Tipi di errori più frequenti; L'abilità del correttore.
- I giri di bozze: dal manoscritto all'impaginato.
- L'inserimento delle correzioni.

Intervenire sul testo:

- Didattica della lettura: I livelli del testo; Penetrare un testo.
- L'editing: Lettura ragionata; Analisi del linguaggio e della struttura; Il rispetto dell'anima e dello spirito dell'autore; Comprensione e valorizzazione dello stile dell'autore; Guidare l'autore a una espressione più efficace del senso.
- Correzione di bozze, editing, riscrittura: pericolose linee di confine.
- Editing e revisione delle traduzioni; Interventi testuali e paratestuali su ristampe e riedizioni.

Il progetto grafico

- La fisionomia del libro.
- Caratteri tipografici, terminologia e classificazioni.
- Diversi formati di stampa e dimensioni tipiche dei libri.
- Gabbie e spazi della pagina.
- La copertina.

L'impaginazione e la preparazione di un testo per la stampa

L'impaginazione editoriale:

- Finestre e oggetti.
- La creazione della gabbia: Gli elementi costitutivi della gabbia; Le pagine mastro.
- L'importazione di un testo: Font, corpo, interlinea, allineamento: le prime operazioni da fare con un testo importato; Lo strumento stile e formati; Titoli e numeri di pagina.
- La cura del testo impaginato: Metodi per evitare vedove, orfane e righini; La pagina di inizio capitolo: misure e stili dell'inizio capitolo, posizionamento del titolo; Pulizia del testo, uso del "trova e cambia", anomalie di sillabazione e altri strumenti similari; La creazione di stili predefiniti; Le tabulazioni; La creazione dell'indice; Frontespizio e pagina del copyright: posizionamento degli elementi costitutivi; Le note: l'inserimento delle note a piè di pagina, le note a fine capitolo, le note a fine libro; Le immagini: l'inserimento delle immagini all'interno del testo, lo scorrimento del testo intorno alle immagini; Tabelle e grafici: gestione delle tabelle e dei grafici; L'inserimento di sezioni di pagine: l'introduzione in numeri romani, l'inserito non numerato.
- La preparazione per la stampa finale: La raccolta dati per la stampa; La creazione di un pdf; La funzione "utilizzo": il controllo e la gestione diretta di font e immagini.
- Esercitazione: la realizzazione di un e-book base (formato e-pub).

Il ciclo di produzione di uno stampato:

- Prestampa.
- Stampa: La scelta della carta; Il formato di stampa in plancia.
- Allestimento.
- Elementi di preventivazione costi.

Comunicazione, promozione, distribuzione e vendita

L'ufficio stampa e la comunicazione della casa editrice con l'esterno:

- Analisi della stampa periodica: gli inserti culturali e le terze pagine; come la stampa si occupa di libri e di editoria.
- Il ruolo dell'ufficio stampa e le strategie di comunicazione editoriale.
- Analisi dei target multimodali, dei gusti e delle esigenze dei giornalisti e delle testate a cui inviare la comunicazione.
- Il comunicato stampa, la cartella stampa, l'intervista, la conferenza stampa, il rapporto con i giornalisti e gli autori.
- Il lancio e la tenuta di un libro: l'anticipazione; la pubblicità; la tenuta e le classifiche di vendita.
- Gli strumenti e le tecniche dell'addetto all'ufficio stampa: database e costruzione della rubrica; l'invio elettronico di informazioni.
- Tecniche e strumenti per il monitoraggio e l'analisi dei risultati conseguiti.

Il mercato dei diritti:

- Il diritto d'autore. Inquadramento normativo.
- Il meccanismo delle compravendite dei diritti a partire dalla legislazione in materia dei diritti d'autore e dei contratti editoriali: contratto d'autore, contratto di traduzione, contratto di importazione/esportazione dei diritti di traduzione.

Promozione, distribuzione e vendita:

- L'evoluzione del mercato librario: Il mercato della lettura in Italia e all'estero; diversificazione dei canali di vendita; il ruolo e il profilo dei lettori; il marketing editoriale.
- L'attuazione del piano editoriale.
- Strategie di marketing, la segmentazione del mercato.
- La promozione delle novità editoriali, dall'editore al libraio.
- Il ruolo del promotore; realizzazione del copertinario.
- Distribuzione: i grandi gruppi di distribuzione nazionali e locali; i canali di distribuzione al dettaglio (librerie, edicole, cartolibrerie e grande distribuzione).
- Le nuove frontiere dell'editoria: l'evoluzione del libro e i nuovi dispositivi di lettura (tablet, e-reader); l'e-book; il mercato del libro elettronico.

STAGE

L'attività di tirocinio ha una durata prevista di 300 ore; la data di inizio e di fine della stessa, il calendario settimanale e il progetto formativo saranno concordati insieme all'azienda ospitante e all'allievo.

Lo stage non avrà per l'azienda ospitante alcun costo, poiché quelli previsti per l'attivazione dello stage e per l'assicurazione degli allievi sono a carico nostro, in quanto azienda proponente.

L'attività di stage richiede come atto formale iniziale la stipula di una convenzione di tirocinio (firmata dal rappresentante legale dell'azienda proponente, da quello dell'azienda ospitante e dall'allievo); le comunicazioni a INAIL e Direzione Provinciale del Lavoro competono all'azienda proponente.

CERTIFICAZIONE FINALE

Al termine del corso, previo superamento dell'esame finale verrà rilasciato un Attestato di Qualifica Professionale.

Per Cooperativa Scuola Lavoro

Matteo Lastrucci

