



Quale libro proporre ad un editore e come

Il primo passo nel costruire un rapporto tra un autore ed una casa editrice è la formulazione della proposta editoriale. Con caratteristiche diverse, questo vale sia per la proposta di edizione di una monografia, sia per la sottomissione di un articolo ad una rivista scientifica.

“La medicina è quella scienza che, iniettata in un ratto, produce un articolo”. Vecchio detto, ancora valido. I medici scrivono molto e, alla fine, pubblicano tutto. Comunque sia, salvo eccezioni, per riuscire nel “*publication game*”, le ragioni del medico-autore devono risultare compatibili con quelle dell’Editor di una rivista o di un editore.

Per il medico, pubblicare i propri lavori è importante per fare carriera e magari guadagnare di più. Per un editor e per l’editore, pubblicare serve a continuare a fare il proprio mestiere e, se possibile, a guadagnare di più. Non sembrerebbe dunque difficile rendere conciliabili le due esigenze. Nella realtà, però, succede che autori ed editori perdano di vista il proprio obiettivo finendo molto spesso per non ottenere i risultati sperati.

Consideriamo, in questa sede, la pubblicazione di una monografia di argomento medico.

Quali caratteristiche rendono un libro interessante?

Il più delle volte, per rispondere ad una domanda del genere è sufficiente un po’ di buonsenso. Non esistono dati qualitativi sulle vendite di libri di medicina: del resto, sono difficilmente ricavabili. Un criterio per stabilire il tipo di volume di maggiore interesse può essere ipotizzato analizzando i comportamenti di acquisto dei bibliotecari di strutture biomediche.

Le caratteristiche di un libro che motivano un bibliotecario ad acquistarlo

- ORIGINALITÀ
Contiene informazioni utili non reperibili altrove
- STILE
È un testo di riferimento o una guida metodologica
- OBIETTIVI
Abbraccia un ampio ventaglio di argomenti
- RILEVANZA
I temi approfonditi sono di frequente riscontro clinico
- LONGEVITA’
Il contenuto non è destinato a diventare obsoleto rapidamente
- COSTO
Il prezzo dell’opera è giudicato adeguato al valore
- PARATESTO
Indici, tabelle, iconografia e layout rendono il libro ancora più utile

(Wyatt JC. *Clinical knowledge and practice in the information age*. London: RSMP, 2001)



Quale libro proporre ad un editore e come

Vediamo come la capacità di resistere alle stagioni sia una delle caratteristiche più apprezzate di un libro. A questo proposito, ecco cosa sosteneva Giulio Einaudi.

“Il compito di un editore è di prevedere quello che può essere il gusto del lettore di domani. È questa la cosa più difficile, evidentemente. Ho sempre cercato, per quel che mi compete, di raggiungere questo obiettivo: il libro in tal modo quando esce non è già vecchio. Anzi, a volte può succedere che sia talmente nuovo che la gente non lo capisce neppure. Lo capisce solo dopo anni”.

[Severino Cesari.
Conversazioni con Giulio Einaudi]

L'autore dovrà comunque considerare che il catalogo di una casa editrice non è composto soltanto di opere nate in seguito alle proposte che l'editore riceve. Occorre infatti tenere presente che il programma editoriale è costruito per lo più di progetti commissionati dall'editore ad autori da lui stesso scelti.

Nel momento in cui riceverà delle proposte, l'editore dovrà essere messo nella condizione di poter considerare in modo sufficientemente approfondito gli elementi descritti nella tabella.

Per facilitare la valutazione del progetto da parte della casa editrice, è dunque consigliabile che l'autore fornisca informazioni riguardo:

- il contenuto del libro, la sua articolazione e struttura, lo sviluppo prevedibile del testo, la ricchezza dell'eventuale corredo iconografico;
- il calendario previsto per la preparazione o il completamento del lavoro;
- i lettori cui il testo è rivolto (il medico specialista o di medicina generale; lo studente di facoltà mediche universitarie, di corsi di laurea in psicologia, o iscritto a lauree brevi o a scuole per fini speciali; il dirigente sanitario);
- la disponibilità di altre opere sullo stesso argomento, non trascurando al proposito di sottolineare le caratteristiche che renderebbero il volume proposto migliore dei testi concorrenti già sul mercato;
- la biografia professionale dell'autore, specificando eventuali sue precedenti pubblicazioni sia monografiche che sulla letteratura scientifica periodica più accreditata; la presenza ed il ruolo di eventuali co-autori.



È nella Francia di Rabelais e di Francesco I che si assiste alla maggiore fioritura tipografica del Cinquecento. Claude Garamond (1480-1561), è uno tra i molti stampatori; prima apprendista di Antoine Augerau, opera, soprattutto, per la famiglia di stampatori parigini degli Estienne e si conquista rapidamente prestigio grazie all'eccellenza del suo alfabeto greco. È il primo ad usare il corsivo insieme al tondo (come facciamo adesso) e non in alternativa. Accanto: presunto ritratto di Claude Garamond



Quale libro proporre ad un editore e come

Le cose da non chiedere mai

Invece, cosa accade? Spesso l'autore perde il senso della misura ed accompagna la proposta con affermazioni temerarie e con richieste improbabili. Le più significative sono raccolte nel box accanto.

“Io lavoro in una casa editrice e in una casa editrice vengono savi e matti. Il mestiere del redattore è riconoscere a colpo d'occhio di matti. (...) Lo stupido è insidiosissimo. L'imbecille lo riconosci subito (per non parlare del cretino), mentre lo stupido ragiona quasi come te, salvo uno scarto infinitesimale. È un maestro di paralogismi. Non c'è salvezza per il redattore editoriale, dovrebbe spendere un'eternità. Si pubblicano molti libri di stupidi, perché di primo acchito ci convincono. Il redattore editoriale non è tenuto a riconoscere lo stupido. Non lo fa l'accademia delle scienze, perché dovrebbe farlo l'editoria?”

[(Umberto Eco. Il pendolo di Foucault.
Milano: Bompiani, 1988)]

*La notevole diversità dei vari Garamond presenti sul mercato si deve al fatto che solo negli ultimi decenni sono stati identificati con sicurezza i punzoni incisi da Claude Garamond (attualmente sono conservati nel museo Plantin-Moretus di Anversa). Tutta la famiglia di caratteri ha alcune caratteristiche comuni: la lunghezza delle ascendenti e delle discendenti; una certa spigolosità del raccordo tra i due occhi della g; l'asimmetria delle grazie superiori della T; l'occhio della P aperto; l'assenza di grazie nelle lettere C ed S; nel corsivo le MAIUSCOLE sono meno inclinate delle minuscole.
Accanto: Garamond*

Otto cose da non dire ad un editore specializzato nel proporre il proprio testo

1. “il mio libro colma un'importante lacuna”...
2. “il libro finirà nelle tasche di tutti i medici italiani” (ma quante tasche hanno i camici dei medici italiani?)
3. “il libro deve essere pronto per la fine del mese, perché ho un concorso”
4. “se è un problema di soldi, li trovo io”
5. “non esiste niente di simile in Italia e all'estero” (un motivo ci sarà, o no?)
6. “il libro si deve poter trovare all'edicola di Linate”
7. “lo voleva Mondadori ma preferisco farlo con voi”
8. “come siete messi con la distribuzione in Canada?”

Molte case editrici indicano nel proprio catalogo o nel sito Internet le modalità da seguire per avanzare proposte editoriali. È opportuno attenersi a quanto suggerito.

Se intendete utilizzare la e-mail per sottoporre la vostra proposta ad un editore, premuratevi di:

- telefonare in casa editrice chiedendo il nome, il cognome esatto e l'indirizzo di posta elettronica della persona alla quale inviare il messaggio;
- preparare un messaggio sintetico, organizzato “per punti”, che rimandi ad allegati diversi (uno riguardante le ragioni ed i destinatari del testo, uno che riporti il sommario ipotizzato, uno le notizie sull'autore e così via);
- nel caso aveste più indirizzi di posta elettronica, inviate a voi stessi per prova il messaggio e controllate di nuovo che sia tutto a posto.

abegp
ACPST