



# Chi è (e cosa fa) un editore

*“To many authors - especially first-time authors - the publishing house and the publishing process is a complete mystery”.*

[Gill Davies, 1995]

Per favorire un rapporto migliore, più funzionale, tra la comunità scientifica e il mondo della comunicazione è innanzi tutto importante che autori ed editori si conoscano meglio.

In realtà, l'editore – in quanto “iperlettore” della produzione di un autore – può conoscere molto bene quest'ultimo.

È sufficiente interrogare un buon motore di ricerca digitando nome e cognome di un possibile “autore”, per vedersi restituito un buon numero di link a website istituzionali (unità operative ospedaliere, dipartimenti universitari,

gruppi di studio e società scientifiche) ed a siti vetrina di congressi scientifici: consultando queste risorse, l'editore potrà certamente farsi un'idea del suo interlocutore.

Raramente, però, la conoscenza è reciproca. Questa è la ragione che ci ha suggerito di proporre queste pagine ai nostri lettori: una guida a “come pubblicare” ciò che è stato preparato coerentemente con le indicazioni contenute nelle schede dedicate a “come scrivere in medicina”.

In un'azienda di medie dimensioni, l'editore è colui che si trova a dover governare un traffico fatto di persone e documenti. Lo scenario è stato schematizzato in maniera fedele nel libro uscito, *Voltare pagina*, di Paola Dubini (seconda edizione, Etas Libri, Milano, 2002).



Marca tipografica di Aldo Manuzio.  
Vicenza, Museo Civico.

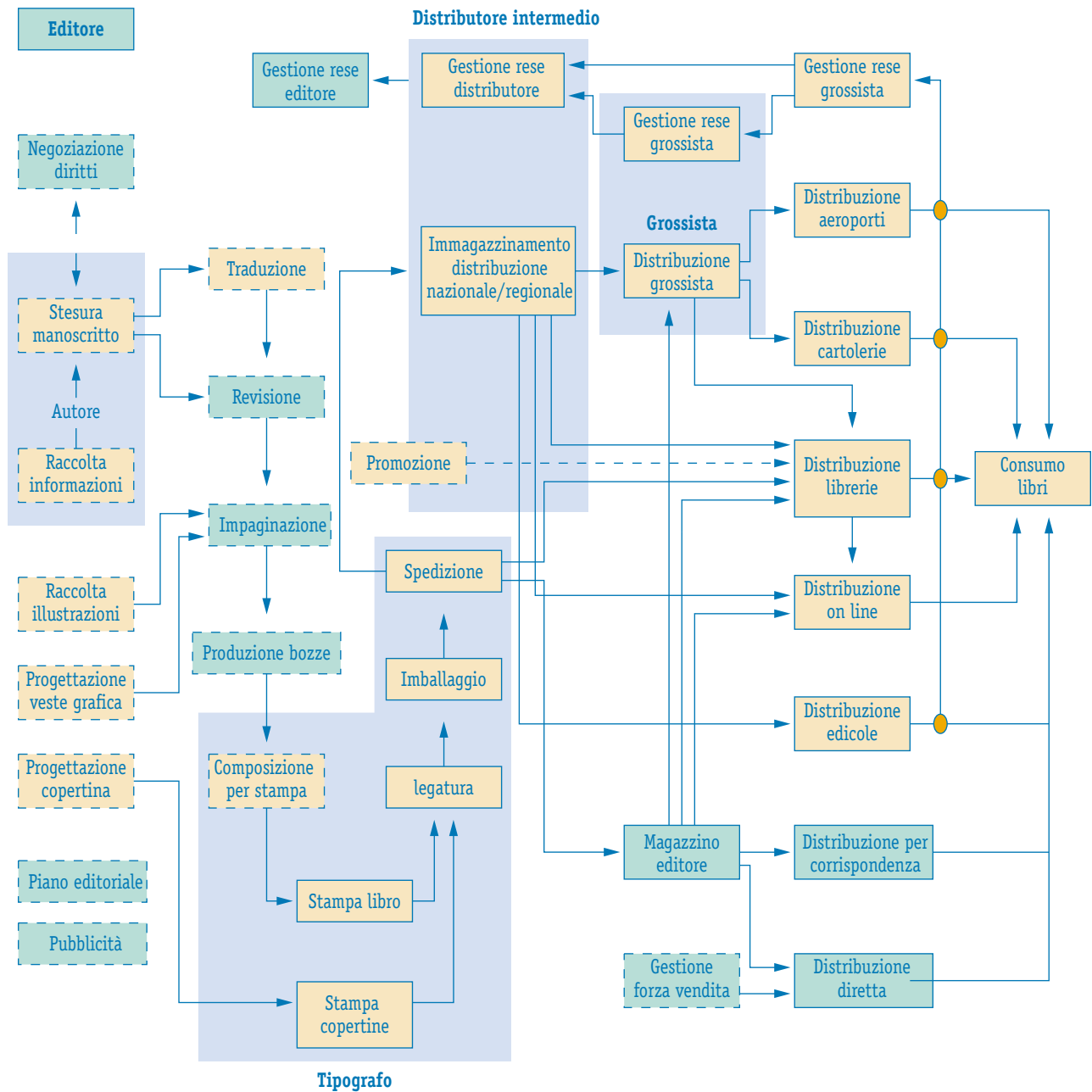
*L'editore è un iperlettore, agente di lettura per conto di una comunità di lettori, interprete di testi per immaginarne la possibile destinazione e fruizione. “Il prefisso iper, sfortunatamente ormai sfruttatissimo, rimanda immediatamente alla trasformazione digitale del sapere, e tuttavia può essere ancora utile se viene riportato a un significato circoscritto del termine greco ùper, quello che indica a nome di ...”.*

[Alberto Cadioli, *L'editore e i suoi lettori*.  
Bellinzona: Casagrande, 2000]



Chi è (e cosa fa)  
un editore

I confini degli attori nell'editoria libraria



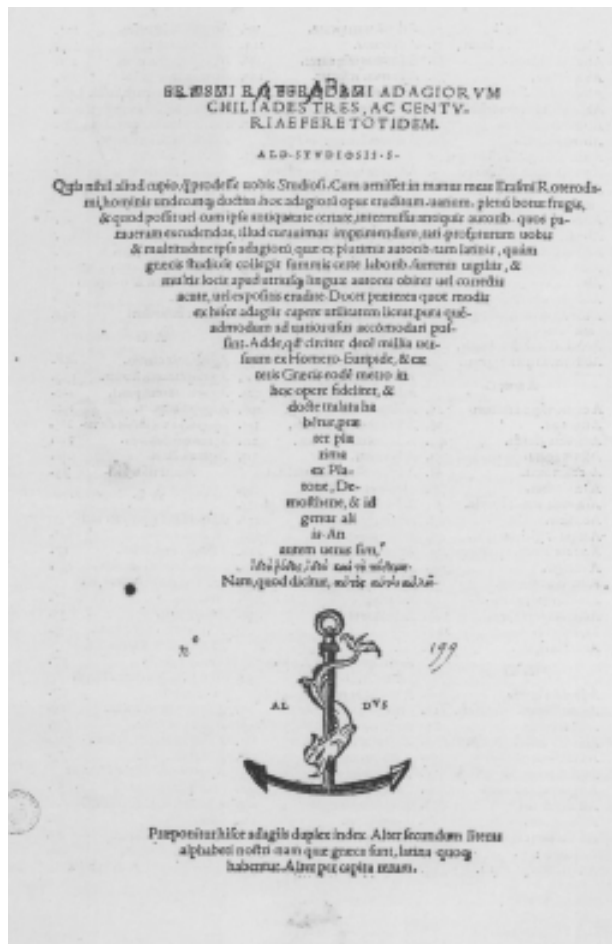


## Chi è (e cosa fa) un editore

Aldo Manuzio fu padre fondatore della moderna editoria. La peculiarità di questo umanista e editore, fu quella di saper coniugare all'amore per le lettere un talento imprenditoriale unico per la sua epoca. A lato: Frontespizio dell'Adagiorum Chiliades tres di Erasmo da Rotterdam, Aldo Manuzio, Venezia 1508.

Per due anni il confronto tra l'editore e l'umanista fu all'insegna della frequentazione quotidiana. Erasmo alloggiava presso Manuzio e correggeva in tempo reale le bozze dei suoi testi in stampa nell'officina tipografica. La pubblicazione degli Adagia (1509) diffuse la fama dello studioso olandese in terra italiana e lo collocò ai vertici del sapere dell'epoca.

[M. Battistini, S. Zuffi, Capolavori della mente. Manuzio, Leonardo, Torricelli, Ferraris, Marconi. Milano: Electa, 2002]



Oltre ad esercitare costantemente la funzione di filtro delle proposte ricevute e delle suggestioni di collaboratori e consulenti, l'editore è dunque un organizzatore, quando va bene; un disorganizzatore, quando non riesce a far meglio. Una premessa importante. Molti hanno dell'editoria un'idea romantica. Non è così. Almeno, non sempre è così. Un romanziere assai noto, Claudio Rugarli, prima di dedicarsi a tempo pieno al mestiere di scrittore, lavorava nell'ufficio studi di un importante istituto bancario.

Dopo averne viste di tutti i colori, decise di abbandonare quel mondo che gli era diventato ormai intollerabile. "Non avrei mai creduto che l'ambiente dell'editoria potesse essere peggiore di quello delle banche", sostiene oggi.

Forse non è un caso che Ermete, vale a dire Mercurio, è non soltanto il dio dei ladri e dei mercanti, ma anche della cultura e della letteratura, per la sua capacità di interpretazione (ermeneutica) di stranieri e nemici.



## Chi è (e cosa fa) un editore

### L'editore da avversario ad alleato

Nel campo specifico della comunicazione biomedica, dobbiamo considerare un ulteriore motivo di inquietudine: il sistema editoriale su cui si fonda il processo di valutazione e di accreditamento della ricerca medica ha una connotazione prevalentemente commerciale.

*"At the heart is the harsh reality that our main method of validating science is ultimately based on a commercial system".*

[Tim Albert, *Winning the publications game. How to get published without neglecting your patients.* London: Radcliffe, 1997]

TRANSIIT AD SPONSVM TRIBVSEXORNATA CORONIS



Tra un autore e la sua casa editrice deve stabilirsi un rapporto di reale collaborazione, un'alleanza derivante dall'assoluta trasparenza e condivisione degli obiettivi del progetto e delle modalità per raggiungerli. "Sto scrivendo un libro *per* la tale casa editrice", si sente spesso dire; il segno di un reale mutamento di prospettiva si avrà allorché l'autore penserà ed agirà come chi prepara un libro "con" e non "per" un editore.

È anche molto importante che ci si trovi d'accordo su una cosa: pubblicare un libro è un processo e non un evento; un processo che inizia 10-15 mesi prima della stampa e, lungi dal concludersi con la pubblicazione del libro, si protrae ancora per alcune stagioni.

L'autore metterà l'editore in condizione di lavorare al meglio sul testo (seguendo le indicazioni ricevute) e sul libro pubblicato (indirizzando l'attività di marketing, segnalando tipologie e segmenti di lettori interessati, parlando del libro a convegni o con giornalisti).

L'editore assisterà l'autore nel lavoro di preparazione, fornendo consigli e all'occorrenza bibliografia, segnalando opere concorrenti apparse sul mercato. Una volta uscito il volume, la casa editrice chiederà indicazioni sull'attività promozionale: invio di copie in saggio, presenza a congressi, segnalazione di riviste specializzate...

Un autore sarà contento se mantenuto al corrente di come sta andando il suo libro. Se le sollecitazioni della casa editrice lo infastidiranno, sarà segno che l'editore avrà sbagliato autore. Allo stesso modo, un editore disattento nei confronti dell'autore, poco puntuale o assente sarà destinato a non vedersi rinnovata la fiducia dell'autore.

*A lato: Pagina dell'Epistole di Santa Caterina da Siena, Aldo Manuzio, Venezia 1500.*