

# Corso di Editoria

## Editing, comunicazione e marketing editoriale

---



### FINALITÀ

**Il corso si propone di fornire ai partecipanti tutte le nozioni e tutti gli strumenti indispensabili per lavorare nel mondo dell'editoria in maniera professionale e al passo con i tempi.**

La nostra è un'epoca dominata dalla comunicazione "visiva", ma ancora non scompare (per fortuna) l'oggetto-libro. L'editoria di oggi però non è più quella di un tempo; sono nate nuove professioni, legate alle nuove esigenze comunicative.

L'*editor* è la figura cardine dell'editoria odierna; attraverso il suo inevitabile vaglio passano tutti i testi che ritroviamo nelle librerie. E l'*editing* è proprio quel lavoro indispensabile, che spesso e volentieri "salva" dei testi destinati a ben scarse fortune.

Ma il libro è anche "merce", e in quanto tale ha bisogno di una buona confezione, accattivante e d'impatto, e di una strategia commerciale che faciliti la sua penetrazione nel mercato. È qui che interviene l'esperto in comunicazione e *marketing* editoriale; ed è proprio questo professionista che, spesso, è responsabile della buona o cattiva sorte di un volume.

Per soddisfare queste nuove esigenze è nata l'idea di realizzare un corso di editoria che fornisca agli iscritti le conoscenze professionali necessarie per lavorare nel campo dell'editoria.

### IL PERCORSO PROPOSTO

Le lezioni consisteranno in una **parte teorica**, in cui saranno insegnati i metodi di lavoro in redazione, e saranno fornite tutte le principali nozioni inerenti all'*editing*, al *marketing* e alla comunicazione editoriale, e in una **parte laboratoriale**, in cui saranno affrontati gli aspetti pratici e operativi del lavoro nell'editoria.

A fine corso, a tutti i partecipanti, sarà rilasciato un **attestato di frequenza**.

### OBIETTIVI GENERALI

- Fornire le conoscenze di base relative a tutte le fasi necessarie alla realizzazione e alla commercializzazione di un libro;
- Approfondire tutti gli aspetti connessi al lavoro di *editing* su un testo letterario;
- Esaminare il ruolo della comunicazione nella promozione dei libri;
- Stimolare a pensare al libro (anche) in termini di mercato, target e profitto.

### OBIETTIVI SPECIFICI

- Fornire gli strumenti essenziali all'analisi di un testo letterario in tutti i suoi aspetti e al lavoro su di esso al fine di ottenerne un libro;
- Insegnare le tecniche alla base del lavoro di *editing*, nelle sue applicazioni teoriche ma soprattutto pratiche;
- Mostrare come "confezionare" un libro per il mercato senza tradirne l'aspetto culturale e le intenzioni espressive dell'autore;
- Spiegare come mettere a punto una strategia comunicativa efficace al lancio del libro.

## **METODOLOGIA**

Il percorso è basato sull'analisi di testi editi e inediti, allo scopo di comprendere, attraverso l'esperienza diretta, il lavoro che sta all'origine dell'oggetto-libro. Saranno simulate tutte le fasi delle attività che ruotano intorno all' "universo-libro".

Sarà proposta una didattica che pone in funzione chiave l'interazione costante tra docenti, alunni e testi sottoposti all'analisi.

Il percorso formativo sarà pertanto fondato sulla dialettica "interpretazione-spiegazione-comprensione".

## **VALUTAZIONE**

Al fine di valutare l'efficacia del lavoro svolto dai docenti, i partecipanti al corso dovranno svolgere, volta per volta, delle esercitazioni pratiche, dimostrando così la loro capacità di avvalersi autonomamente degli strumenti loro forniti. Al termine del corso è prevista una prova scritta volta a verificare il raggiungimento degli obiettivi previsti.

## **DESTINATARI**

Laureati, studenti universitari o delle classi medie superiori, e più in generale tutti coloro che ambiscono a lavorare nel mondo dell'editoria o ad aggiornare e approfondire la loro preparazione.

## **RISORSE PROFESSIONALI**

Il progetto sarà condotto da esperti in modo integrato nell'ambito delle specifiche competenze professionali. I docenti saranno Gianluca Calvino ed Enzo Langellotti.

**Gianluca Calvino**, *editor* e direttore editoriale della casa editrice Cento Autori. Nel 2007 ha pubblicato il manuale "Lavorare sul testo. L'editing" per la casa editrice "Il Segnalibro".

Coordina le attività dell'associazione culturale Librincircolo e del magazine on line [www.librincircolo.it](http://www.librincircolo.it).

**Enzo Langellotti**, giornalista, *communication designer* ed esperto di *marketing* editoriale, si occupa della promozione di libri e di eventi culturali. Ha lavorato con varie case editrici. È stato responsabile della comunicazione e del *marketing* strategico della "Cento Autori", per la quale, con Gianluca Calvino, ha ideato e diretto le collane "Tracce misteriose" e "Palpiti".

## **STRUMENTI**

Forniti dall'associazione: proiettore con schermo, lavagna, fotocopiatrice.

A carico dell'allievo: notebook

## **MATERIALI**

Forniti dall'associazione: dispense e vario materiale didattico.

## **SPAZI**

Una sala idonea ad accogliere una ventina di persone e attrezzata con tutti gli strumenti necessari allo svolgimento delle lezioni.

## **TEMPI**

Il progetto prevede una durata complessiva di 28 ore d'aula suddivisa in 7 incontri complessivi.

## **PERIODO DI REALIZZAZIONE**

Novembre 2011 - Febbraio 2012

## **SEDE DELLE LEZIONI**

Le lezioni si terranno presso le aule didattiche di Casartigiani Napoli in piazza Garibaldi, 73 – Napoli (Stazione centrale)

## **PER INFO**

Contattare la segreteria di MediNapoli

Tel. 081269459 – Mob. 3398347817 – e-mail: [info@medinapoli.it](mailto:info@medinapoli.it)

## Programma degli incontri

Il corso offre una panoramica sul lavoro della redazione e su come un dattiloscritto diventa un libro pubblicato. I partecipanti seguiranno il percorso che dal dattiloscritto conduce alla bozza (la correzione seguendo le norme redazionali e tipografiche più comuni) e dalla bozza al libro vero e proprio (attraverso l'editing, la quarta di copertina, la scheda promozionale, e le tempistiche di stampa, allestimento e distribuzione). Saranno inoltre presi in esame altri ruoli redazionali quali l'uffici stampa, il ruolo dell'agente letterario e del rights manager. Parte del corso sarà dedicata all'applicazione pratica delle nozioni acquisite.

– **Presentazione del corso. Che cos'è l'editoria. Distribuzione dei testi e delle schede per le esercitazioni.** [Langellotti-Calvino]

– **“Universo-Libro”: la filiera. Incontro al buio... coi libri.** [Langellotti-Calvino]

### MODULO 1

– **Teoria e pratica dell'editing.** [Calvino]

– **Editing e generi letterari.** [Calvino]

– **I mostri: il peggio dell'editoria.** [Calvino]

– **Editing formale.** [Calvino]

– **Editing sostanziale.** [Calvino]

– **L'altro editing (saggistica, fiabe).** [Calvino]

### MODULO 2

– **L'oggetto-libro: non solo parole.** [Langellotti]

– **Tempi e compiti del “*communication designer*”.** [Langellotti]

– **La grafica: come confezionare i libri.** [Langellotti]

– **Distribuzione e vendita. Il destino dell'Autore.** [Langellotti]

– **Come si crea un caso editoriale.** [Calvino-Langellotti]

– **L'ufficio stampa.** [Langellotti]

**Test di verifica.** [Langellotti-Calvino]

**Verifica risultati. Come trovar lavoro nel mondo dell'editoria. Conclusioni.** [Langellotti-Calvino]

## Bibliografia di riferimento

Gianluca Calvino

### **Lavorare sul testo. L'editing**

Chi è l'editor? Cosa fa? Qual è la sua rilevanza nella 'catena di montaggio' che porta alla produzione di un libro? E cos'è, di preciso, un editing? Cosa vuol dire 'editare' un libro?

Agenzia Il Segnalibro, 2007

Francesca Vannucchi

### **Introduzione allo studio dell'editoria**

Processi di produzione, distribuzione e fruizione del libro in Italia tra il 1990 e il 2000.

Editrice Bibliografica, 2004

Alessandra Anichini

### **Testo, scrittura, editoria multimediale**

Nuove tecnologie, nuovi scrittori, nuovi lettori e nuove piattaforme di comunicazione sono all'origine di un inedito contesto multimediale.

Apogeo, 2003

Giorgio Fioravanti

### **Il nuovo manuale del grafico**

Guida alla progettazione grafica del prodotto editoriale: libro, rivista, giornale, CD-Rom e sito web.

Zanichelli, 2002

Enrico Mistretta

### **L'editoria**

Un'industria dell'artigianato: il mestiere di editore, l'organizzazione di una casa editrice, il redattore editoriale, il lancio e la distribuzione, il panorama attuale.

Il Mulino, 2002

Achille Ormezzano

### **Codice dell'editore**

Formalità amministrative e fiscali, trattamento del diritto d'autore e disposizioni postali dell'attività editoriale, problemi giuridici e disposizioni normative legati della «new economy».

Editrice Bibliografica, 2001

Jason Epstein

### **Il futuro di un mestiere**

Libri reali e libri virtuali

Sylvestre Bonnard, 2001

### **La città dell'editoria**

Dal libro tipografico all'opera digitale (1880-2020).

a cura di Giorgio Montecchi

Skira, 2001

Paola Dubini

**Voltare pagina**

Economia e gestione strategica nel settore dell'editoria libraria.

ETAS, 2001

Mauro Masi

**L'autore nella rete**

Creatività e proprietà intellettuale nell'editoria multimediale.

Guerini e Associati, 2000

Maddalena Giordani

**Distribuire libri**

Guida operativa per il piccolo editore.

Editrice Bibliografica, 1999

Settimio Paolo Cavalli

**Il marketing librario**

Comunicare e promuovere il prodotto editoriale.

Editrice Bibliografica, 1999

Giuliana Barzon, Patrizia Bertini, Stefania Sordi

**Trovar lavoro in editoria**

Da freelance a imprenditore.

Una guida completa alle professioni del libro.

Editrice Bibliografica, 1999

Valentina Consiglio, Fabrizio Forquet

**Editoria, comunicazione, giornalismo**

Le regole del gioco, le abitudini e i riti per chi vuole entrare nel mondo dell'editoria: giornali, uffici stampa, agenzie pubblicitarie e Internet.

Il Sole 24 Ore, 1998

**Manuale di redazione**

Le fasi di lavorazione del libro: editing, lavoro sul testo, preparazione del manoscritto, composizione e norme generali in una casa editrice.

a cura di Edigeo

Editrice Bibliografica, 1998

Dario Moretti

**Il progetto grafico del libro**

Competenze vecchie e nuove del grafico nella progettazione e produzione del libro.

Editrice Bibliografica, 1993

# CHI SIAMO



Fondata nel novembre 2006, l'agenzia di comunicazione MediNapoli opera per la stesura e la diffusione di nuovi strumenti di comunicazione liberamente accessibili, proponendo una vasta offerta di prodotti editoriali ed iniziative culturali.

In particolare si propone di:

- realizzare prodotti editoriali interamente autoprodotti;
- promuovere l'utilizzo di Internet quale supporto imprescindibile alla comunicazione;
- sviluppare applicazioni software per la realizzazione di moderni portali della comunicazione;
- diffondere la cultura telematica tramite attività di informazione e formazione;
- formare giovani giornalisti e introdurli nel circuito della comunicazione e della stampa.

## **Prodotti e servizi**

Tra le attività svolte dalla casa editrice, si segnalano:

- pubblicazione di periodici free press
- realizzazione di giornali web
- pubblicazione di prodotti multimediali
- pubblicazione di saggi e approfondimenti
- implementazione di un laboratorio di tecniche editoriali e di corsi di giornalismo
- realizzazione di servizi di rassegna stampa

## **MediNapoli, il nuovo settimanale free press di Napoli**

MediNapoli è il primo giornale free press dedicato alla Cronaca, alle Arti, alla Cultura e allo Spettacolo. Apprezziamo le sperimentazioni in tutte le sue forme, per questo promuoviamo una comunicazione agile e snella al di fuori dei cliché consolidati. MediNapoli ambisce a divenire un punto di riferimento nel panorama artistico-culturale di una città ricca di tradizioni e di indicazioni provenienti dal suo tessuto urbano, dove la vivacità e la creatività degli artisti viene esaltata dallo sfondo costituito da un patrimonio archeologico e paesaggistico senza eguali.

## **SEDE:**

MediNapoli Soc. Coop. di Lav. a r.l.

Piazza Garibaldi, 101 - 80142 Napoli

Tel. 0817352523 – 3398347817 – [info@medinapoli.it](mailto:info@medinapoli.it)

# CHI SIAMO



L'associazione culturale Librincircolo nasce il 18/01/2005 dall'incontro di Gianluca Calvino, Anna Pavone e Alessandra Troiano, con l'intento di organizzare eventi culturali che, pur avendo come comune denominatore la passione per la lettura e per l' "oggetto" libro, abbraccino tutte le svariate tematiche che confluiscono nell'universo cultura.

A caratterizzare le proposte dell'associazione non sono, quindi, solo reading o incontri letterari: si cercherà di "sconfinare" nella musica, nel teatro, nel cinema, nell'arte, insomma in tutte le espressioni artistiche e creative.

Parallelamente alle iniziative presentate, è attivo il sito – [www.librincircolo.it](http://www.librincircolo.it) - che si occupa di promuovere e segnalare gli eventi culturali cittadini di maggiore interesse, di recensire le più stimolanti novità editoriali e di proporre, a cadenza fissa, approfondimenti su argomenti di natura generale (società, cultura, politica, attualità e spettacolo).

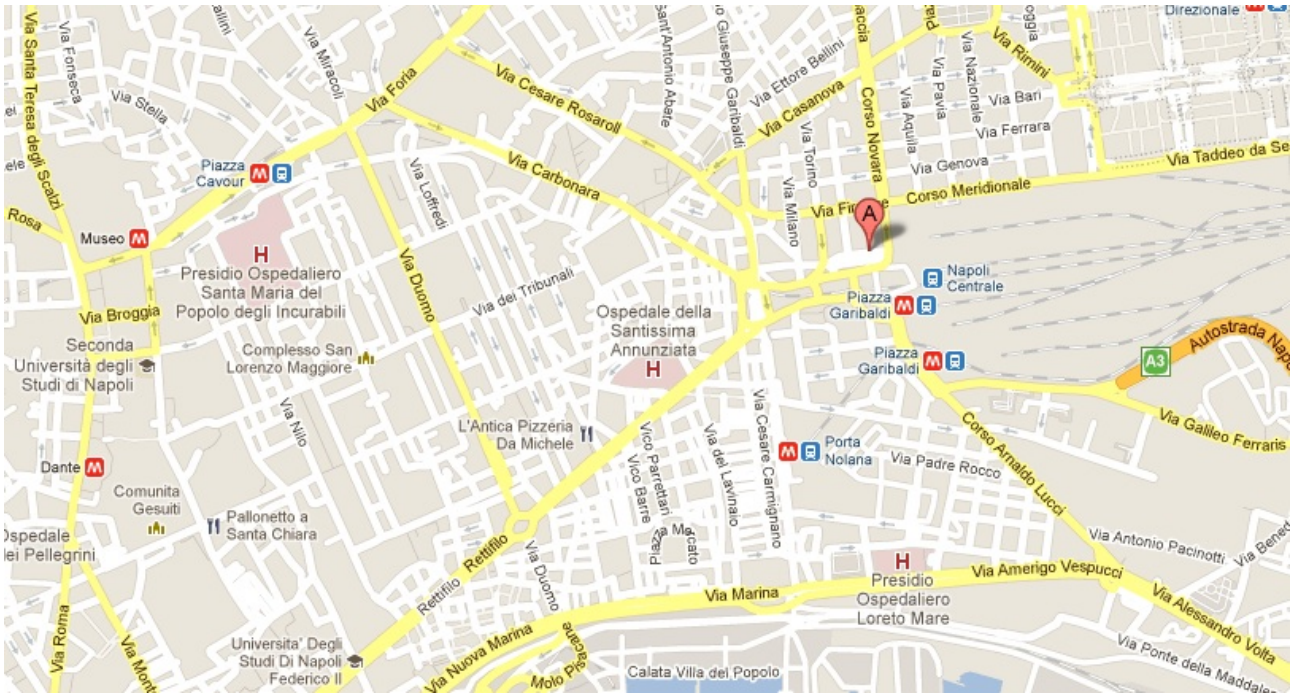
Tra le principali finalità dell'associazione, quella di giungere a rappresentare, con il tempo, un solido punto di riferimento per chi, sul territorio, è da sempre attento alla diffusione delle idee e della cultura, ma anche di raggiungere, attraverso proposte il più possibile fruibili ed innovative, quella fascia di popolazione che resta generalmente esclusa dalle manifestazioni cosiddette "intellettuali".

Insomma, la speranza - e il principale intento - di Librincircolo è di contribuire, per quanto sia possibile, alla libera circolazione di idee, fermenti culturali, pensieri, opinioni. Per la realizzazione dei propri obiettivi, ovviamente, Librincircolo necessita del supporto delle istituzioni locali, la cui sensibilità e disponibilità logistica non può che risultare indispensabile perché l'associazione possa presentarsi, con le sue idee e i suoi progetti, alla città.

## **SEDE:**

Associazione culturale Librincircolo, via Di Niso 13, 80124 Napoli

# COME RAGGIUNGERCI



I corsi si svolgeranno presso la sede di Casartigiani in piazza Garibaldi, 73 - Napoli (di fianco al Bar Mexico)

**CASARTIGIANI Napoli - Associazione Artigiani della Provincia di Napoli, rappresenta ufficialmente e a tutti gli effetti il Sindacato Datoriale nazionale degli Artigiani sul territorio della Provincia di Napoli, tutelando, assistendo e rappresentando gli Artigiani, i Commercianti e le pmi dal 9 marzo 1949.**

**CASARTIGIANI Napoli - opera per la più ampia affermazione dei valori economici, politici ed etici dell'impresa ed in particolare della democrazia economica e della qualificazione imprenditoriale, promuovendo la partecipazione diretta ed autonoma dell'Artigianato e delle piccole e medie imprese alle scelte di politica economica e sociale di loro interesse.**

Casartigiani Formazione & Ricerca, nasce a Napoli nel 2003, Agenzia formativa collegata all'Associazione Artigiani di Napoli – Casartigiani, accreditata alla Regione Campania al n°226/06 realizza percorsi di Alta Formazione, formazione continua, obbligo scolastico, apprendistato professionalizzante, corsi in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro. L'Agenzia diretta dalla dott.ssa Flavia Fossaceca, ha acquisito negli anni una notevole esperienza divenendo un punto di eccellenza per i fabbisogni delle piccole e medie imprese.

Per info consulta il sito: <http://casartigiani.napoli.it/formazione.php?tp=4>



Casartigiani Napoli - Piazza Garibaldi, 73 - Napoli 80142 - Tel. 081 554.53.65