

# Vanità editoriale: fatti e misfatti dell'editoria a pagamento

Data: Invalid Date | Autore: Laura Mazzoni

---



Alda Merini, indimenticabile e indimenticata poetessa del nostro passato più recente, in una vecchia intervista, disse che oramai sono più quelli che scrivono di quelli che leggono, lasciando all'argume deduttivo dell'ascoltatore la riflessione sull'inutilità e la ridondanza di molte delle cose che oggi vengono pubblicate. E se già c'è da essere scettici su una parte di ciò che si trova nelle librerie dei grandi gruppi editoriali bisogna diffidare totalmente delle case editrici che pubblicano opere a pagamento.[MORE]

Negli ultimi anni l'editoria a pagamento è diventato un fenomeno sempre più diffuso rispetto al quale, prima di avanzare critiche o apprezzamenti, è necessario fare alcuni distinguo:

da una parte esiste l'editoria a pagamento che caratterizza le pubblicazioni tecniche e scientifiche, argomenti certamente di nicchia, destinate ad un pubblico esiguo e ristretto di lettori, generalmente studiosi e ricercatori, rispetto alle quali la casa editrice può facilmente prevedere la vendita di un esiguo numero di copie, generalmente non più di un centinaio. I numeri di copie vendute quindi non generano alcun tipo di ricavo né per la casa editrice né per gli autori che in genere autofinanziano la pubblicazione della loro opera e curano buona parte di tutto il progetto editoriale.

Dall'altra parte esiste l'editoria on demand, ovvero la pubblicazione di volumi, anche in un numero esiguo di copie, che l'autore ordina, anche on line, per poi farne quello che desidera. All'autore è affidata l'intera realizzazione del volume, la definizione del progetto editoriale, la correzione delle

bozze, la grafica, l'impaginazione, la distribuzione, insomma davvero l'intero lavoro. Generalmente vengono pubblicati in questo modo alcuni cataloghi, album di prodotti, manoscritti destinati a diventare sternerne natalizie per amici e parenti, ecc. I costi della pubblicazione dipendono dal numero di pagine, dalla qualità della carta, dal tipo di copertina, dalla stampa a colori o in bianco e nero. Solitamente non è previsto alcun servizio di distribuzione. Laddove è previsto viene pagato a caro prezzo.

Esiste infine una fattispecie più infida di editoria a pagamento, ovvero quella in cui la casa editrice chiede all'autore di pubblicare una sua opera dietro l'esborso di cifre importanti per coprire costi di servizi che sono offerti solo sulla carta e chiedendo all'autore di rinunciare ad ogni diritto sulla sua opera. Generalmente le case editrici che lavorano in questo ambito lusingano l'autore con sogni di gloria e successo futuri facendogli credere di aver individuato in lui/lei il nuovo fenomeno editoriale del momento. E' un fenomeno che miete molte vittime, folgorate dall'illusione che la pubblicazione a pagamento sia il primo passo, obbligato, verso un successo planetario.

Per avere qualche informazione tecnica in più ho intervistato Luisa Manzoni, responsabile eventi delle case editrici Salani e Vallardi, afferenti al gruppo Mauri Spagnol, oggi secondo gruppo editoriale italiano.

“Oggi in Italia l'editoria seria, quella che tutela l'autore e i suoi diritti, è fatta dai grandi gruppi editoriali che credono nel successo dei loro autori e pubblicano le loro opere riconoscendogli i compensi derivanti dal diritto di autore senza chiedere loro nessun tipo di anticipo o compartecipazione alle spese ma, casomai, anticipandone alcune.

Confermo che alcuni editori minori si fanno pagare, ma fatto salvo qualche editore tecnico, non è una prassi che indica serietà: uno dei grossi limiti dell'editoria a pagamento, oltre alla dubbia qualità delle opere, è la distribuzione dei volumi; le case editrici minori non hanno un sistema di distribuzione e, se ce l'hanno, lo fanno pagare lautamente sebbene poi il libro pubblicato a pagamento difficilmente si troverà sugli scaffali delle grandi librerie.

L'altro grosso problema della maggior parte dell'editoria a pagamento è la totale assenza di servizi all'autore: non c'è ufficio stampa, non c'è marketing, manca un progetto editoriale, l'assistenza nella fase redazionale, manca ogni tutela legale per l'autore. Spesso non è prevista alcuna revisione dei testi e delle bozze, nessun controllo di ortografia e sintassi. Una casa editrice seria ha uno staff intero che lavora sul progetto editoriale mettendo in campo una molteplicità di competenze che l'autore, da solo, non può possedere.

In particolare sarebbe giusto che a fronte di un'eventuale vendita dell'opera, fosse anche una copia sola, l'editore riconoscesse all'autore la corresponsione dei diritti. Di fatto, spesso, l'editore non crede né nell'autore né nell'opera, non ci investe energie e, anzi, dopo essersi fatto pagare la pubblicazione chiede all'autore di farsi carico dell'acquisto di almeno la metà delle copie stampate. A queste condizioni tanto vale andare da uno stampatore e stampare il libro per conto proprio".

L'editore serio non è un'associazione benefica, se pubblica un autore significa che crede di poterlo vendere e, in questo modo, guadagnare. Per questo cura la correzione delle bozze, l'editing, l'impaginazione, la grafica, i materiali di stampa, la distribuzione, le presentazioni e il marketing. Inoltre i grossi distributori evitano accuratamente di distribuire i libri pubblicati a pagamento e i recensori seri non recensiscono questo tipo di opere.

Insomma, facendo un'analisi disincantata del fenomeno ci sentiamo di mettere in guardia gli aspiranti autori da questo fenomeno che rischia di prosciugare i loro portafogli e frustrare amaramente ogni loro velleità letteraria, legittima o illegittima che sia.

