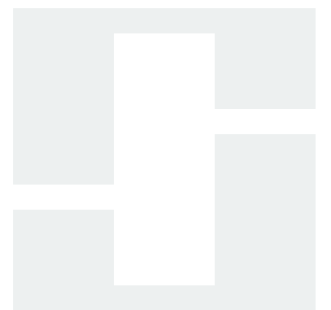


INTERSCIENZE Edizioni Scientifiche

Via Felice Casati 7/9 - 20124 MILANO  
adm@interscienze.it - [www.interscienze.it](http://www.interscienze.it)  
Tel 02 2046733 - Fax 02 70057971

il **METODO SCIENTIFICO**  
nella **DIVULGAZIONE**



**LIBRI** REPORT

CONGRESSUALI **SOFTWARE** HTML

GRAFICA *CORREZIONE BOZZA* SEO TRADUZIONI

POSTER CMS **STRATEGIE** DISTRIBUZIONE

*IMPAGINAZIONE* MYSQL *EDITING* **MEDICINA** REGOLI

PROFESSIONALI CROSS MEDIA PUBLISHING **ALGORITMI**

ELABORAZIONE VIDEO **WEB APPLICATION** PHP IMMAGINE

**COORDINATA** TIPOGRAFIA *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION* CONTENT

MARKETING INGEGNERIA **ISBN** DATABASE PRONTUARI CONTENT

MANAGEMENT SYSTEM PDF *COMUNICAZIONE* RIVISTE **BUSINESS PLAN**

CONSULENZA **NAMING** STAMPA

**KEYWORDS**

---

*Mission*

3

Cross Media

4

*Content Marketing*

5

*Publishing*

6

*Data Processing*

7



## MISSION

La casa editrice INTERSCIENZE nasce nel 2003 con l'obiettivo di realizzare prodotti divulgativi curati e coerenti, secondo modalità che salvaguardino la qualità dell'informazione proveniente da fonti accreditate, grazie al coinvolgimento di specifiche figure professionali destinate a seguire un progetto dall'ideazione alla pubblicazione.

Il contenuto viene fatto oggetto di una vera e propria applicazione del metodo scientifico, grazie al cui rigore è possibile preservarne il valore originale, arricchendolo tramite un approccio interscientifico, grazie al supporto di ulteriori competenze tecniche.

In ambito scientifico, il grado di tolleranza nei confronti dell'errore si abbassa doverosamente in maniera drastica. Di conseguenza, solo riducendo i passaggi intermedi di trattamento delle informazioni, è possibile offrire all'utente finale contenuti affidabili e inalterati.

## 3



*Periodico di aggiornamento in  
medicina generale e specialistica  
edito da INTERSCIENZE.*

*Prodotto editoriale a contenuto  
meramente scientifico.*

*Le trattazioni provengono  
direttamente da autori medici  
ad alto profilo, con i quali viene  
concertata la resa in forma  
adeguata alla divulgazione.  
Specialisti della comunicazione,  
anch'essi medici, forniscono gli  
opportuni input a editor, correttori  
di bozza, grafici e impaginatori, tutti  
formati in area tecnica e scientifica.*

[www.medicalpractice.it](http://www.medicalpractice.it)

## CROSS MEDIA

Ovunque, è sempre più marcato il bisogno di rendere i contenuti fruibili, in un determinato luogo, in uno specifico momento, nella modalità più opportuna. Ciò che negli ultimi anni ha modificato sostanzialmente il panorama della comunicazione non è solo rappresentato dalla reperibilità di un testo in forma elettronica, bensì dall'opportunità di essere raggiunti da informazioni provenienti dall'altro capo del pianeta, dopo pochi istanti dalla loro diffusione.

L'elemento che rende potenzialmente diversa la "nuova editoria" da quella tradizionale è rappresentato dallo sviluppo della rete telematica mondiale, protagonista della globalizzazione dell'informazione.

Il grande valore di tali risorse tecniche non può, peraltro, rendere sostituibile il supporto cartaceo, dotato di un così importante e specifico ruolo culturale e pratico. Infatti, l'impiego dell'editoria elettronica nelle pubblicazioni accademiche e scientifiche è sfociato nella parallela conversione delle più importanti riviste internazionali nella corrispondente forma digitale. La versione elettronica di una pubblicazione non può competere, per comodità di lettura, con quella cartacea, ma è anche vero che le sue possibilità di archiviazione e di diffusione risultano di grande utilità e di estrema comodità.

Il termine "cross media" publishing letteralmente significa pubblicazione su "media incrociati" e contempla la pubblicazione delle informazioni attraverso una molteplicità di mezzi.

*Sito internet realizzato per l'Associazione Diritto Pubblico Comparato ed Europeo.*

*Sviluppo di progetto di pubblicazione su media incrociati: il sito web rappresenta un modo alternativo di presentare i contenuti pubblicati sull'omonima rivista periodica, oltre a costituire un luogo di interazione tra i cultori della materia ed una fonte di aggiornamento su iniziative, eventi e quanto richieda un'informazione più frequente della periodicità della versione cartacea.*

*www.dpce.it*

The screenshot shows the homepage of the DPCE website. The browser address bar displays "http://www.dpce.it/". The page header includes the DPCE logo and the title "Diritto Pubblico Comparato ed Europeo". A search bar is located in the top right corner. The main content area is divided into several sections:

- HOME**: A navigation menu with links for "L'ASSOCIAZIONE", "LA RIVISTA", "EVENTI", and "PUBBLICAZIONI".
- L'ASSOCIAZIONE**: A section describing the association's mission, stating it was founded in 2001 to promote the comparative law debate.
- SEMINARIO - Atelier 4 luglio G.G. Florida**: An announcement for a seminar on July 4th in Teramo, featuring a poster for the "Terzo Seminario" on the "most dangerous branch" of the judicial power.
- Il nuovo sito DPCE**: A short notice about the new website.

On the left side, there is a login form with fields for "Username" (containing "webmaster") and "Password", a "Ricorda" checkbox, and a "Login" button. Below the login form are links for "Ricorda password", "Ricorda username", and "Registrazione". At the bottom left, there is a "CONTATTI" section.

## CONTENT MARKETING

Il contenuto scientifico di qualità, utile e prezioso di per sé, può costituire anche un potenziale valido veicolo di informazione per prodotti industriali ad uso professionale, messaggi di utilità sociale, campagne di varia natura. Da un lato si fornisce al pubblico un ausilio alla pratica quotidiana, derivante da conoscenze scientifiche maturate negli anni da parte di autori, organizzazioni e opinion leader internazionali, dall'altra si dà la possibilità ad aziende o enti di informare i professionisti sullo sviluppo di prodotti e iniziative.

Molte opere di valore, oggi non sarebbero state pubblicate senza la copertura dei costi da parte di grant provenienti dell'industria, la quale, spesso, è protagonista nello sviluppo tecnologico e scientifico di ogni settore. Autori, editore e aziende fanno sì che quanto viene pubblicizzato rappresenti un elemento di arricchimento dell'opera divulgativa, preservando integrità e veridicità dei messaggi trasmessi.



Tratto da "2007 Guidelines for the Management of Arterial Hypertension"  
ESH-ESC TASK FORCE FOR THE MANAGEMENT OF ARTERIAL HYPERTENSION

IL CUORE DELLE  
**Linee Guida Europee**  
PER IL TRATTAMENTO  
DELL'IPERTENSIONE ARTERIOSA

# 5

### Linee guida destinate a medici specialisti.

*Pubblicazione sponsorizzata da industrie produttrici di farmaci antipertensivi e strumenti diagnostici per la misurazione della pressione arteriosa.*

*Esempio concreto di coerenza tra corpo principale del contenuto e prodotto pubblicizzato attraverso le schede riassuntive delle caratteristiche di prodotto. Viene raggiunto l'obiettivo di integrare l'informazione attraverso il messaggio promozionale, anche quando limitato alla citazione di un brand.*

## PUBLISHING

Trascurando, al momento, le più moderne forme di fruizione dei contenuti pubblicati, l'iter produttivo di un libro consta di un gran numero di fasi, spesso note a pochi, che (dalla stesura del contenuto alla sua reperibilità da parte del pubblico) implicano il coinvolgimento di svariate figure competenti, nonché tempi di lavorazione, costi e rischi di varia natura.

Da un lato, vi è la figura dell'autore, vero e unico proprietario intellettuale del contenuto, colui senza il quale l'opera non potrebbe mai essere realizzata, dall'altro, quella dell'editore, al quale viene richiesto di occuparsi di tutto quanto sia necessario per trasformare un contenuto in un prodotto reale e commercializzabile.

Tradizionalmente, ci troviamo di fronte a un vero e proprio "misunderstanding", secondo cui si vuol fare apparire fisiologico che l'autore debba ricavare solo "le briciole" dagli introiti derivanti dalle vendite dell'opera e, dal lato opposto, si trascurano tout court gli oneri, i rischi, gli anticipi di spesa e mancati rientri affrontati dall'editore.

A causa di questa concezione, da una parte, l'autore, non guadagnando nulla, viene spinto unicamente a desiderare di vedere pubblicato il suo libro, indipendentemente dal credere o meno nella propria opera e che ne possa scaturire un minimo di successo commerciale, dall'altra, l'editore o non accetta di pubblicarlo visti i grossi rischi economici in gioco, o si comporta da "squalo" come comunemente ritenuto.

Nel corso degli ultimi anni, qualche "editore" ha trovato una parziale soluzione a tutto ciò. Parziale, perché risolve il problema unicamente dal suo punto di vista: o fa pagare all'autore un pesante forfait "a perdere", o lo obbliga ad acquistare una consistente parte delle copie stampate.

La soluzione più onesta ed equa sta nel coinvolgere l'autore nell'operazione commerciale di pubblicazione di un'opera nel cui valore crede realmente, rendendolo partecipe non solo degli oneri, ma anche degli utili. Tutto ciò non può che tradursi in una rivalutazione della proprietà intellettuale e, quindi, dell'entità dei diritti d'autore, che non possono continuare ad aggirarsi attorno al 5%.

DISTRIBUZIONE	VENDITA	ALTRO
15-25	25-35	5-10

*Medie approssimative dei costi [%] incidenti sul prezzo di copertina di un libro, senza considerare le spese di stampa. Ciò che resta, ovvero l'utile da ripartire tra autore ed editore, varia secondo le strategie adottate nelle fasi di determinazione del prezzo di copertina, distribuzione, vendita diretta e indiretta.*

*L'autore non deve accontentarsi delle "briciole" derivanti dalla vendita dell'opera.*

*Peraltro, non vanno trascurati gli oneri e i rischi gravanti sull'editore.*

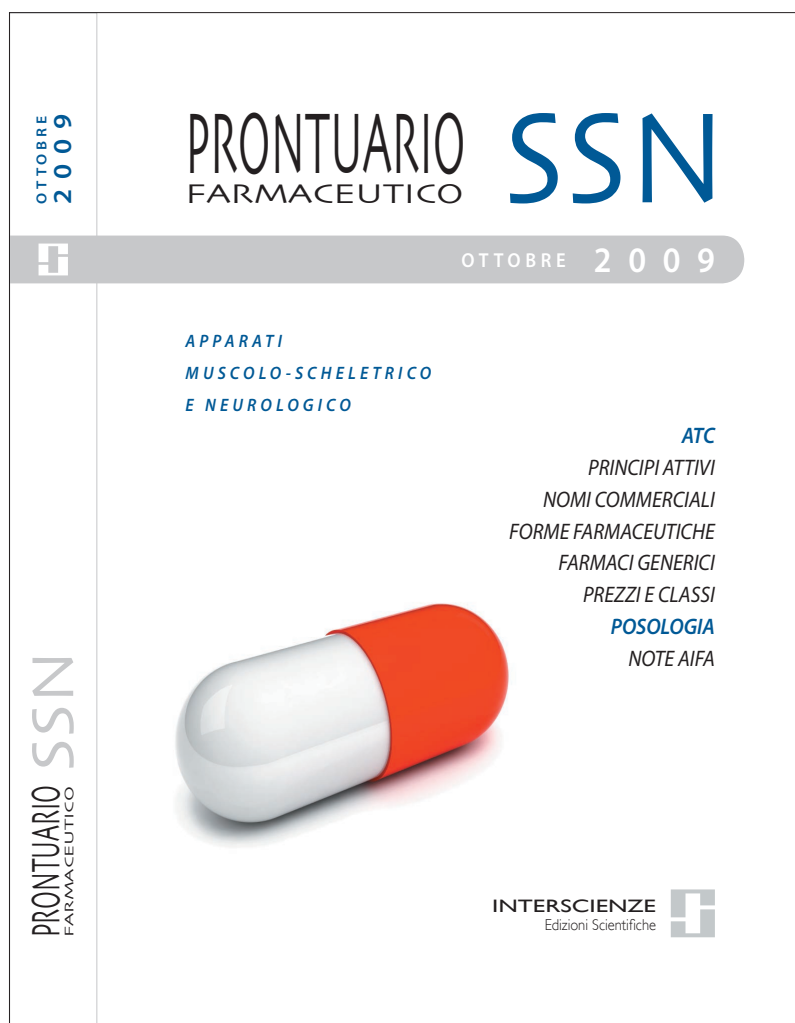
*La soluzione è rendere partecipe l'autore di oneri e rischi, a fronte di una significativa partecipazione agli utili.*

## DATA PROCESSING

L'elaborazione dati consiste in un procedimento informatico che converte dei dati in informazioni, dove con dato si intende una raccolta di numeri, lettere o altro che descriva misure ottenute da un sistema reale, mentre l'informazione è una risposta, dotata di significato, ad una determinata domanda. Questo processo, in talune forme (data mining), arriva a consentire una vera e propria "estrazione di conoscenza" da grandi moli di dati, in termini di informazioni significative ed immediatamente utilizzabili tramite l'applicazione di particolari tecniche ed algoritmi.

Il parsing di dati, i sistemi esperti, i motori di ricerca, gli applicativi di elaborazione statistica, lo sviluppo algoritmico rappresentano solo una parte dei possibili campi di applicazione delle varie forme di elaborazione dati, sempre più utile ed essenziale strumento per la realizzazione di un prodotto editoriale innovativo, pensato come ausilio allo svolgimento dell'attività professionale.

# 7



*Versione specialistica del Prontuario Farmaceutico SSN realizzato in partnership con fornitori di banche dati accreditate dal Ministero della Salute. Rappresenta un esempio di prodotto editoriale derivato dall'elaborazione di una grande mole di dati fatti oggetto di applicazione di complessi algoritmi di consultazione, estrazione e produzione tipografica.*



*Ideazione,  
progettazione,  
realizzazione e  
pubblicazione di contenuti  
testuali, grafici, audio, video,  
informatici e pubblicitari a  
carattere prevalentemente ma  
non esclusivamente scientifico, in  
forma tradizionale (libri, riviste,  
opuscoli, poster) o mediante  
tecniche che ne consentano  
lettura, visione, ascolto,  
archiviazione e diffusione  
(supporti magnetici,  
ottici, trasmissioni  
multimediali,  
web).*