

Laboratorio di self-publishing nei sistemi multimediali

Il self-publishing è un modello editoriale in cui la figura dell'autore e quella dell'editore coincidono.

Il self-publisher gestisce tutte le fasi di realizzazione di un prodotto editoriale (libro) dalla sua ideazione iniziale fino alla sua promozione nel mercato. Per questo motivo il mestiere del self-publisher racchiude in sé tre ruoli: **autore, editore e imprenditore**.

Nello svolgimento di questo laboratorio analizzeremo in dettaglio questi ruoli, quali competenze siano necessarie per svolgerli, e come acquisirle, e quali possano o debbano essere delegate ad altre figure di cui il self-publisher si avvale nell'ambito del proprio team editoriale.

Il self-publisher autore decide in autonomia cosa scrivere, sia come argomento che come formato di lunghezza, programma la propria attività di scrittore sul breve e il lungo termine, si impegna a migliorare la propria arte e la propria tecnica, mette da parte nuove idee e, ovviamente, scrive.

Il self-publisher editore è un editore a tutti gli effetti. Deve gestire la preparazione del prodotto editoriale fino alla sua pubblicazione (editing, correzione di bozze, formattazione, creazione della copertina, descrizione del libro, individuazione dei generi e dei sottogeneri, quindi del target, selezione dei canali di distribuzione, prezzo del libro, preparazione dei vari formati, ecc...) e tutte le attività a essa correlate (aspetti fiscali, protezione del diritto d'autore, acquisizione dei codici ISBN, cessione di diritti accessori e così via).

Il self-publisher imprenditore deve fare in modo che gli sforzi compiuti come autore e editore siano in qualche modo ripagati.

Deve creare un proprio brand, mettere in pratica le tecniche di promozione che conosce, studiarne sempre delle nuove, e occuparsi di tutti quegli aspetti che permetteranno al prodotto editoriale di giungere al proprio target di lettori.

La descrizione delle tre mansioni verrà svolta con **esempi reali** e con l'illustrazione del funzionamento di **specifici siti web e software**, corredata di link per ulteriore approfondimento.

Durante tutto il periodo del laboratorio verrà portata avanti **un'attività di simulazione di pubblicazione** che coinvolgerà in prima persona gli studenti (da soli o in piccoli gruppi). Verrà chiesto loro di mettere in pratica le nozioni imparate ed elaborare in maniera creativa una propria strategia editoriale per la realizzazione, la pubblicazione e la promozione di un ipotetico libro.

Alla fine verranno invitati a esporre il proprio progetto e discuterne insieme agli altri studenti durante un'esercitazione finale.

Verrà inoltre messo a disposizione **un gruppo virtuale di discussione su un social network**, in cui gli studenti potranno interagire, fare domande, ottenere chiarimenti ed eventualmente, dopo la fine del laboratorio, creare delle sinergie per cimentarsi a loro volta nella pubblicazione di un vero libro.

Numero massimo di studenti: 25.

Programma del corso:
Laboratorio di self-publishing nei sistemi multimediali

1) Introduzione al self-publishing

- Cosa significa “self-publishing”?
- Le figure professionali dell’(auto)editoria
- Il patto col lettore e il *trash-publishing*
- Come funziona l’editoria tradizionale
- Il self-publishing da Virginia Woolf all’ebook
- Perché diventare self-publisher
- Vantaggi e svantaggi del self-publishing
- I tre ruoli del self-publisher: autore, editore e imprenditore
(Approfonditi nei tre moduli successivi con esempi reali, illustrazione del funzionamento di specifici siti web e software, e link per ulteriore approfondimento.)

2) Il self-publisher nel ruolo di autore (*indie author*)

- Come capire se si è fatti per essere scrittori
- Differenze fra l’autore self-publisher e l’autore dell’editoria tradizionale
- Elementi di controllo prima e durante la scrittura
- Strumenti per scrivere
- Attività da svolgere prima di scrivere
- Quando e come trovare il tempo per scrivere
- Fonti di ispirazione
- Gestire la lettura durante la scrittura
- Migliorare stile e tecnica
- Cose da fare durante i periodi di scrittura
- Pre-promozione prima o durante li periodi di scrittura
- Come finanziare il proprio progetto editoriale
- Altri consigli al self-publisher nel ruolo di autore

3) Il self-publisher nel ruolo di editore (*author-publisher*)

- Definizione del ruolo di editore
- Differenze tra self-publisher e piccolo/micro editore tradizionale
- I collaboratori del self-publisher
- Developmental editing, line editing e copyediting
- Beta reading
- Revisione finale e correzione di bozze
- Struttura dell’ebook
- Formattazione del testo
- Copertina
- Descrizione/sinossi del libro
- Generi e sottogeneri di narrativa e non-fiction
- Formattazione dell’ebook

- Canali di distribuzione digitale (Amazon KDP, Kobo WL, Apple, Google Play, Smashwords, Draft2Digital, aggregatori italiani)
- L'ISBN
- Adempimenti relativi al fisco americano (per i canali di distribuzione in USA)
- Prezzo dell'ebook
- Protezione del diritto d'autore
- Edizione cartacea e Print On Demand
- Edizione audio (audiolibro)
- Traduzione in altre lingue
- Cenni alle norme fiscali in Italia per il self-publisher
- Come funziona il sito di Amazon

4) Il self-publisher nel ruolo di imprenditore (*authorpreneur*)

- Personal branding per autori
- Cosa costituisce la “piattaforma” dell'autore e come gestirla
- Migliorare le proprie competenze e acquisirne di nuove
- I tre strumenti dell'authorpreneur: pre-promozione, fidelizzazione, passaparola
- Confronto tra vendita nei retailer e vendita diretta
- Lancio del libro
- Comunicato stampa editoriale
- Richiesta di recensioni a siti, blog e magazine
- Booktrailer, podiobook e presentazioni video
- Organizzare un blog tour
- Scrivere guest post per altri blog e articoli sui web magazine
- Come sfruttare la pubblicazione di ebook gratuiti
- Cos'è Goodreads e come usarlo
- Sfruttamento di temi inerenti ai propri libri per attirare il corretto target di lettori
- Come usare Twitter
- Come usare Facebook
- Come usare il proprio blog
- Come interagire sui social network e sul blog
- L'importanza e il significato delle recensioni su Amazon
- Altre pratiche di promozione: altri social network, podcast, libri a puntate e serial, promozione offline e altri suggerimenti
- Strategie di pubblicità a lungo termine su Facebook

5) Autore ibrido e altre interazioni tra self-publishing e editoria tradizionale

6) Simulazione di pubblicazione ed esercitazione da svolgersi in coppia o piccolo gruppo

Durante il laboratorio verrà messo a disposizione **un gruppo virtuale di discussione su un social network**, in cui gli studenti potranno interagire, fare domande, ottenere chiarimenti ed eventualmente, in futuro, creare delle sinergie per cimentarsi a loro volta nella pubblicazione di un vero libro.