



LABORATORIO DI SELF-PUBLISHING NEI SISTEMI MULTIMEDIALI

(2 cfu o 3 seminari di approfondimento)

Docente: Rita Carla Francesca Monticelli

CALENDARIO

-
- giovedì 6 dicembre 2018 ore 14-18 aula 3PM Morselli
- venerdì 7 dicembre 2018 ore 14-18 aula 3PM Morselli
- lunedì 10 dicembre 2018 ore 14-18 aula 3PM Morselli
- martedì 11 dicembre 2018 ore 14-18 aula 13MTG Monte Generoso

Numero massimo di studenti: 20.

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.

La frequenza è obbligatoria per almeno il 75% delle lezioni. La valutazione finale avverrà sulla base del lavoro svolto nell'esercitazione.

Si riporta di seguito una nota della Docente sul mestiere del self publisher

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.