Come diventare uno scrittore oggi: dal libro al personal brand

di Paolo Franzese



Come diventare uno scrittore oggi? Scrivere un libro non è mai stato così facile. Pubblicarlo, tecnicamente, nemmeno. Farlo leggere, invece, è probabilmente diventato molto più difficile.

È questo uno dei grandi paradossi dell'editoria contemporanea.

Oggi puoi scrivere un romanzo sul tuo computer, impaginarlo, realizzare una copertina, pubblicarlo in formato cartaceo ed ebook e renderlo potenzialmente disponibile a milioni di persone senza necessariamente attraversare tutte le porte che, fino a qualche decennio fa, separavano uno scrittore dal proprio pubblico.

Eppure proprio questa enorme possibilità ha generato un nuovo problema: *se tutti possono pubblicare, come fai a farti scegliere?*

Se vuoi avere aggiornamenti sul tema iscriviti alla mia newsletter settimanale:

È una domanda che riguarda gli scrittori, naturalmente, ma che conosco molto bene anche occupandomi da anni di comunicazione, marketing, personal branding e social media.

Internet ha democratizzato la produzione dei contenuti. Prima è successo con i siti web e i blog, poi con YouTube, Instagram, TikTok, i podcast e infine con gli strumenti di intelligenza artificiale. L'accesso alla produzione è diventato progressivamente più semplice.

Ma quando diminuisce la difficoltà di produrre qualcosa, aumenta la difficoltà di conquistare attenzione, ed è qui che il mestiere dello scrittore comincia a cambiare.

Da scrittore a imprenditore creativo

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

Per molto tempo abbiamo immaginato lo **scrittore** attraverso un'immagine quasi romantica: una persona davanti a una macchina da scrivere o a un computer, circondata da libri, completamente immersa nella costruzione della propria storia.

Quell'immagine conserva qualcosa di vero. Scrivere rimane un'attività profondamente solitaria. Richiede concentrazione, tempo, disciplina e una certa capacità di restare per molto tempo dentro qualcosa che ancora non esiste.

Ma oggi, quando il manoscritto è terminato, comincia un secondo lavoro, a volte persino più difficile del primo.

Bisogna capire come quel libro arriverà alle persone, ed è qui che lo scrittore può trasformarsi in una sorta di **imprenditore creativo**.

?? Attenzione: non significa trasformare ogni romanzo in una macchina per fare soldi, e non significa neppure subordinare la creatività alle richieste del mercato.

Significa comprendere che un libro, una volta pubblicato, entra in un ecosistema:

- Può costruire reputazione;
- Può generare una community;
- Può portare persone verso un sito;
- Può far crescere una newsletter;
- Può dare origine a incontri, presentazioni, podcast, interviste e video;
- Può diventare il primo elemento di una serie;
- Può rafforzare un personal brand;
- Può persino generare opportunità professionali che apparentemente non hanno nulla a che vedere con la vendita diretta delle copie.

In questa prospettiva *il libro non è soltanto un prodotto culturale: diventa anche un asset*.

Ed è una trasformazione che chiunque voglia scrivere e pubblicare oggi dovrebbe almeno prendere in considerazione.

Come diventare uno scrittore oggi? Il libro non è più necessariamente…

Il prodotto finale

Il libro non è più necessariamente **il prodotto finale**. Nel marketing siamo abituati a ragionare in termini di ecosistema.

Un contenuto porta a un altro contenuto. Una persona scopre un video, visita un profilo, arriva su un sito, legge un articolo, si iscrive a una newsletter e, dopo settimane o mesi, decide magari di acquistare qualcosa o di partecipare a un evento.

Perché un libro dovrebbe necessariamente vivere isolato da tutto questo?

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

Un autore può:

- Raccontare sui social la ricerca che sta facendo per il proprio romanzo;
- Creare una newsletter dedicata ai temi che attraversano la sua opera;
- Discutere con i lettori;
- Mostrare parte del processo creativo;
- Raccontare le difficoltà incontrate;
- Costruire progressivamente un rapporto con una community.

Non significa raccontare tutto, anzi.

Uno degli errori della comunicazione digitale è proprio pensare che sia necessario mostrare continuamente ogni cosa.

Significa invece *costruire un universo intorno al libro*, e quando questo universo funziona, il lettore non acquista soltanto un insieme di pagine. Entra in una relazione con l'autore e con il suo mondo.

È lo stesso principio che vediamo ormai in tantissimi settori: le persone possono arrivare per il prodotto, ma spesso rimangono per l'identità, la storia e la relazione.

Come diventare uno scrittore oggi? Libertà significa anche responsabilità

Self-publishing

È qui che il **self-publishing** diventa particolarmente interessante.

La possibilità di controllare direttamente buona parte della filiera offre all'autore una libertà che in passato era difficilmente immaginabile.

Titolo, copertina, prezzo, descrizione, formati, comunicazione, aggiornamenti e strategia promozionale possono essere gestiti direttamente o affidati a professionisti scelti dall'autore.

Ma c'è una cosa che spesso dimentichiamo: *maggiore controllo significa maggiore responsabilità.*

- Se nessun editore sceglie la copertina al posto tuo, devi imparare a sceglierla tu;
- Se nessun ufficio marketing si occupa del lancio, devi costruire una strategia;
- Se nessun editor controlla il manoscritto, devi avere l'intelligenza di affidarti a qualcuno capace di farlo.

Self-publishing, quindi, non dovrebbe significare necessariamente "faccio tutto da solo".

Questa è forse una delle interpretazioni più pericolose.

Dovrebbe significare piuttosto: *"Sono responsabile del progetto e scelgo le professionalità di cui ho bisogno."*

È una differenza enorme.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

L’autore indipendente più maturo non è necessariamente quello che sa fare tutto. È quello che sa capire *cosa può fare personalmente e cosa dovrebbe affidare a qualcuno più competente*.

Come diventare uno scrittore oggi? La storia dell’editoria è piena…

I percorsi anomali

Non esiste più una sola strada per pubblicare, la storia dell’editoria è piena di **percorsi anomali** e forse oggi lo è ancora di più.

- **John Grisham**, nella fase iniziale della propria carriera, si impegnò personalmente nella promozione del suo primo romanzo dopo una pubblicazione iniziale molto limitata. Hugh Howey è diventato uno dei casi simbolo dell’editoria indipendente grazie a *Wool*, progetto che conquistò progressivamente i lettori fino ad attirare l’attenzione dell’editoria tradizionale;
- **Andy Weir** iniziò a pubblicare *The Martian* gratuitamente e a puntate sul proprio sito. Furono proprio i lettori a chiedergli una versione più comoda da leggere, spingendolo verso la pubblicazione digitale. Da quel percorso apparentemente lontanissimo dall’editoria tradizionale sarebbero arrivati successivamente un grande editore e l’adattamento cinematografico;
- **Amanda Hocking** costruì invece il proprio successo pubblicando autonomamente romanzi in formato ebook. Prima che arrivassero i grandi contratti editoriali, erano già arrivati i lettori;
- **Christopher Paolini** seguì ancora un’altra strada. *Eragon* venne inizialmente pubblicato attraverso la piccola casa editrice della famiglia e Paolini partecipò personalmente a un’intensa attività promozionale, prima che il libro venisse ripubblicato da un grande editore e diventasse un successo internazionale;
- Anche *Fifty Shades of Grey* di **E. L. James** arrivò al grande pubblico attraverso un percorso tutt’altro che convenzionale: dalle origini legate alla fan fiction alla pubblicazione indipendente, fino all’esplosione editoriale internazionale;
- **Rupi Kaur** rappresenta invece molto bene il rapporto tra *autore, social media e community*. Prima che *Milk and Honey* diventasse un fenomeno editoriale internazionale, la sua poesia aveva già trovato uno spazio naturale online. Il pubblico non arrivò soltanto dopo il libro: in parte esisteva già;

Come diventare uno scrittore oggi? Il frutto di una buona community…

Brandon Sanderson

E poi c’è un caso che considero particolarmente interessante per comprendere dove potrebbe andare il mestiere dello scrittore…

- **Brandon Sanderson**, nel 2022, pur essendo già un autore di enorme successo, Sanderson decise di rivolgersi direttamente alla propria community attraverso *Kickstarter* per un progetto legato a quattro romanzi scritti in segreto. La campagna superò i **41 milioni di dollari**.

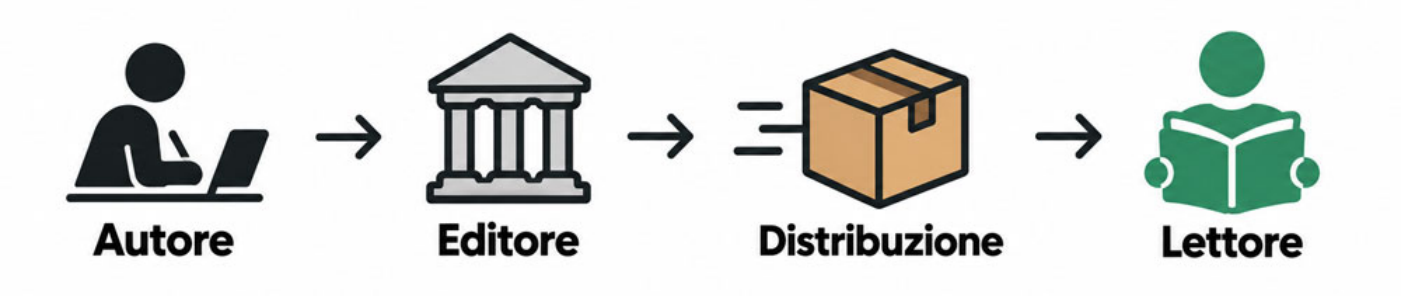
Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Il punto interessante non è soltanto la cifra, è il modello.



Autore ? community ? libro.

Non necessariamente:



Autore ? editore ? distribuzione ? lettore.

Sanderson aveva costruito negli anni qualcosa che valeva probabilmente quanto il catalogo dei suoi libri: *un rapporto diretto con il pubblico*.

Naturalmente tutti questi sono casi eccezionali, ed è proprio qui che bisogna stare attenti.

? Suggerimento: Il messaggio non dovrebbe essere: “Andy Weir ce l’ha fatta pubblicando online, quindi devo fare la stessa cosa” oppure “Brandon Sanderson ha raccolto milioni con la propria community, quindi basta avere tanti follower”.

Sarebbe la lezione sbagliata.

Questi percorsi non sono formule da copiare.

Sono dimostrazioni di qualcosa di molto più interessante: *non esiste più necessariamente una sola porta attraverso la quale uno scrittore deve passare per incontrare i propri lettori*.

- A volte arriva prima l’editore;
- A volte arriva prima il pubblico;
- A volte arriva prima una community;
- A volte un libro nasce indipendente e successivamente entra nell’editoria tradizionale.

E qualche volta un autore affermato nell’editoria tradizionale utilizza gli strumenti dell’editoria

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

indipendente per costruire un rapporto ancora più diretto con i propri lettori.

Il modello editoriale non è più monolitico, ed è probabilmente questa la lezione più importante che possiamo ricavare da tutte queste storie.

Come diventare uno scrittore oggi? Oggi abbiamo…

Enormi possibilità

Tra il grande editore e l'autore completamente solo esiste oggi una quantità **enorme di possibilità.**

- Piccoli editori;
- Editoria indipendente;
- Servizi editoriali;
- Print on demand;
- Distribuzione digitale;
- Audiolibri;
- Pubblicazione diretta;
- Modelli ibridi.

E soprattutto la possibilità di cambiare strada durante il percorso.

? Suggerimento: Per questo credo che la domanda più interessante non sia più: "Qual è il sistema migliore per pubblicare?"

? Suggerimento: La domanda dovrebbe diventare: "Qual è il sistema migliore per questo libro, per questo autore e in questo momento?"

Aggiungere "in questo momento" è importante.

Perché la scelta fatta per il primo libro potrebbe non essere quella giusta per il secondo.

Come diventare uno scrittore oggi? Non basta più…

Scrivere un buon libro

Questa domanda può sembrare provocatoria, e forse lo è.

Naturalmente tutto parte dal libro. Se non c'è una storia interessante, se il testo è trascurato, se il lettore non trova qualcosa che lo trattenga pagina dopo pagina, nessuna strategia di marketing potrà trasformare magicamente quell'opera in qualcosa che non è.

Ma anche il contrario è vero.

? Suggerimento: Un buon libro che nessuno conosce rischia di rimanere semplicemente un buon libro che nessuno legge.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

È qui che molti creativi entrano in conflitto con il concetto di marketing, pensano che promuovere la propria opera significhi sporcarla, renderla commerciale o comportarsi come venditori.

Io vedo il problema in maniera differente.

Il marketing, quando è fatto bene, non dovrebbe servire a convincere qualcuno ad acquistare qualcosa che non desidera.

Dovrebbe servire a *far incontrare qualcosa di valore con le persone che potrebbero apprezzarlo*.

Per uno scrittore significa trovare i propri lettori, e trovare i lettori è parte del lavoro di pubblicazione.

Come diventare uno scrittore oggi? Se non ti trovano, non vendi…

Conclusioni

Scrivere non basta più: bisogna farsi trovare… **Come si diventa scrittori oggi**? La risposta è più complessa del passato, ma anche molto più stimolante.

Oggi abbiamo opportunità che fino a ieri erano impensabili:

- L’editoria tradizionale;
- I piccoli indipendenti;
- Il self-publishing;
- La creazione di una community prima o dopo l’uscita del libro.

Non c’è più una strada “giusta” e tante “sbagliate”. C’è solo la strada migliore per quel libro, per quell’autore e in quel preciso momento.

La tecnologia ha abbattuto le barriere. Pubblicare e distribuire è diventato facilissimo, ma proprio per questo essere pubblicati non significa più essere letti.

È qui che inizia il vero lavoro. Oltre a custodire la qualità della propria scrittura, lo scrittore d’oggi deve imparare a comunicarla. E no, non serve fare i balletti sui social o piegarsi agli algoritmi. Significa semplicemente fare in modo che chi cerca una storia come la tua sappia che la tua storia esiste.

Vedo il marketing esattamente così: non un trucco per vendere, ma un ponte per far incontrare un’opera di valore con chi saprà apprezzarla.

Oggi tra chi scrive e chi legge non ci sono solo editori e distributori. Ci sono le newsletter, i podcast, i social, gli eventi dal vivo. Le piattaforme cambieranno, ma il principio resterà lo stesso: da una parte c’è chi ha qualcosa da raccontare, dall’altra c’è chi vuole ascoltare. Tutto il resto serve solo a farli incontrare.

Ecco perché a un aspirante autore non chiederei più soltanto: “Hai finito il tuo libro?”

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

Gli chiederei: “Hai iniziato a preparare il terreno per i tuoi lettori?”

Perché scrivere “Fine” sull’ultima pagina non è il traguardo, è solo il punto di partenza.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 21 Settembre 2026

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com