Come scrivere un libro oggi? Dalla prima pagina al lettore, passando per rifiuti, copertine e self-publishing

di Paolo Franzese

Come scrivere un libro oggi? Scrivere un libro è difficile, ma, paradossalmente, finire di scriverlo potrebbe essere soltanto l'inizio della parte più complicata.

Quando metti il punto all'ultima pagina pensi di essere arrivato. Hai attraversato mesi, qualche volta anni, di idee, ripensamenti, personaggi che non funzionavano, capitoli riscritti, frasi cancellate e poi recuperate. Hai convissuto così a lungo con quella storia che, quando finalmente il manoscritto sembra completo, provi una sensazione difficile da spiegare: soddisfazione, certamente, ma anche una specie di vuoto.

Poi arriva la domanda.

> E adesso?

È qui che la scrittura smette di essere soltanto un rapporto privato tra autore e pagina e comincia a confrontarsi con il mondo reale.

Agenti letterari, editori, copertine, mercato, generi, promozione, social network, self-publishing, ebook, libri cartacei. Improvvisamente scopri che aver scritto una buona storia non significa automaticamente riuscire a pubblicarla e, soprattutto, non significa riuscire a farla leggere.

Il percorso che separa un manoscritto dal suo lettore è diventato oggi un ecosistema complesso, ma proprio per questo estremamente interessante, e forse la prima cosa da capire è che *un rifiuto non è necessariamente la fine della storia*.

La storia comunque continua anche nella mia newsletter:

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

Quando comincia il vero viaggio?

Il querying

Esiste una fase della vita di uno scrittore di cui si parla relativamente poco al di fuori degli ambienti editoriali: il **querying**, ovvero il processo attraverso il quale un autore presenta il proprio manoscritto ad agenti letterari o professionisti dell'editoria nella speranza che qualcuno decida di rappresentarlo.

Vista dall'esterno sembra un'operazione relativamente semplice.

Hai scritto il libro, prepari una presentazione efficace, individui gli agenti adatti e invii il materiale.

Poi aspetti, ed è proprio quell'ultima parte a essere la più difficile, perché dietro ogni invio c'è inevitabilmente un'aspettativa:

- Controlli la posta elettronica;
- Aspetti una risposta;
- Ti chiedi se abbiano letto;
- Ti domandi se la sinossi fosse abbastanza efficace;
- Riapri il primo capitolo e improvvisamente trovi dieci cose che vorresti cambiare.

Poi arriva un rifiuto, poi magari un altro e lentamente qualcosa cambia. Non stai più valutando soltanto il manoscritto: *cominci a mettere in discussione te stesso*. È probabilmente uno degli errori più pericolosi che uno scrittore possa commettere.

Un agente letterario può rifiutare un libro per decine di ragioni. Il catalogo che rappresenta, le tendenze del momento, la presenza di un titolo simile, la difficoltà percepita nel posizionamento commerciale, il genere, il pubblico potenziale o semplicemente una questione di sensibilità personale.

Naturalmente può anche pensare che il testo abbia bisogno di miglioramenti. Ma una risposta negativa non dovrebbe mai essere tradotta automaticamente in:

> Non so scrivere.

Sono due cose completamente diverse.

Come scrivere un libro oggi? Esiste, esiste, esiste…

La stanchezza dello scrittore

C'è poi un aspetto che trovo particolarmente interessante: il burnout creativo.

Parliamo continuamente di burnout nel lavoro, nella gestione dei social, nella vita professionale. Molto meno frequentemente riconosciamo che possa verificarsi anche durante la costruzione e la

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

promozione di un’opera creativa.

Dopo mesi trascorsi sullo stesso romanzo, può arrivare il momento in cui semplicemente non riesci più a vederlo. Conosci ogni frase e sai cosa succederà nella pagina successiva. Non riesci più a capire se una scena sia davvero emozionante oppure se ti emozioni soltanto perché conosci tutto ciò che c’è dietro.

In questi casi fermarsi può essere una scelta intelligente, non significa arrendersi, significa prendere distanza.

? **Suggerimento**: Lasciare il manoscritto nel proverbiale cassetto per alcune settimane o alcuni mesi permette di compiere un’operazione difficilissima per qualsiasi autore: tornare a leggere il proprio libro quasi come se fosse stato scritto da qualcun altro.

Ed è sorprendente quello che accade:

- Passaggi che sembravano perfetti improvvisamente appaiono inutili;
- Scene sulle quali avevi dubbi cominciano invece a funzionare;
- Personaggi secondari acquistano importanza.

E soprattutto ritorna quella sensazione che durante il processo di revisione avevi progressivamente perso: *il piacere della storia*.

A volte la pausa non interrompe il percorso, lo salva.

Come scrivere un libro oggi? E poi non conoscono il tuo libro…

Le statistiche

Viviamo nell’epoca dei numeri: Percentuali di successo, tassi di risposta, probabilità di pubblicazione, copie vendute, classifiche, follower, visualizzazioni.

I numeri sono utilissimi per comprendere un fenomeno generale. Diventano però pericolosi quando cerchiamo di trasformarli nella previsione esatta della nostra esperienza personale.

Se una determinata percentuale di manoscritti viene rifiutata, questo dato descrive un sistema, non descrive necessariamente *il tuo manoscritto*. È una distinzione fondamentale.

C’è chi riceve una risposta positiva rapidamente e chi deve inviare decine di proposte. C’è chi trova la propria strada attraverso un grande editore, chi attraverso una piccola casa editrice e chi decide che quel percorso semplicemente non gli interessa più.

? **Suggerimento**: La perseveranza non significa inviare per sempre lo stesso testo ignorando qualsiasi segnale.

Significa qualcosa di molto più intelligente: continuare a migliorare mentre continui a provarci.

- Forse il romanzo va rivisto;
- Forse bisogna cambiare la presentazione;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

- Forse è necessario lavorare meglio sulla sinossi;
- Forse stai contattando interlocutori poco adatti al tuo genere.

Oppure, semplicemente, devi continuare.

Perché una delle caratteristiche più crudeli dei processi di selezione è che non saprai mai quanto eri vicino al sì nel momento in cui hai deciso di fermarti.

Come scrivere un libro oggi? Scrivere ciò che ami o ciò che vende?

Fantasy, horror, fantascienza

A complicare ulteriormente le cose c'è il mercato. Chi scrive **fantasy, horror gotico, fantascienza, space opera o forme ibride** conosce bene il dilemma.

1. Da una parte esiste la propria identità creativa;
2. Dall'altra esiste ciò che il mercato sembra richiedere in quel momento.

Bisogna inseguire le tendenze?

? **Suggerimento**: La risposta più sensata probabilmente è: *conoscerle sì, inseguirle ciecamente no*.

Un autore dovrebbe conoscere il mercato nel quale vuole entrare. Dovrebbe sapere cosa viene pubblicato, quali copertine vengono utilizzate, quali temi funzionano e soprattutto quale pubblico potrebbe essere interessato alla sua opera.

Ma c'è una differenza enorme tra conoscere il mercato e farsi scrivere dal mercato.

Le mode editoriali possono cambiare molto più velocemente del tempo necessario per completare un romanzo.

Se inizi oggi a scrivere esclusivamente perché un determinato sottogenere sta funzionando, quando avrai terminato, revisionato e presentato il libro quella tendenza potrebbe essersi già spostata altrove.

Meglio quindi trovare un punto di equilibrio: scrivere qualcosa che riconosci come tuo, ma imparare a presentarlo in un modo che il mercato possa comprendere.

Come scrivere un libro oggi? Il libro viene giudicato dalla copertina…

La copertina

Il libro viene giudicato dalla copertina? Eccome.

> Non giudicare un libro dalla copertina.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Bellissima frase, peccato che nel mercato editoriale facciamo esattamente il contrario, continuamente.

Compreresti questo libro?

La copertina rappresenta uno degli elementi più potenti nel processo di scelta di un libro, pensaci.

Quante volte ricordi perfettamente la copertina di un libro visto mesi fa ma non riesci a ricordarne il titolo?

- “Era quello con la casa nel bosco.”
- “Quello con la ragazza davanti alla finestra.”
- “Quello tutto nero con una piccola figura rossa.”

Il nostro cervello lavora enormemente attraverso immagini e associazioni. Per questo una copertina efficace non è semplicemente una decorazione.

È *comunicazione*, prima ancora di leggere la quarta di copertina, il lettore dovrebbe intuire qualcosa:

- Genere;
- Atmosfera;
- Pubblico;
- Tensione;
- Promessa narrativa.

Una buona copertina non deve raccontare tutto il libro, deve farti desiderare di scoprire cosa c’è dentro.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Come scrivere un libro oggi? Qui serve vendere…

Quella che vende

La copertina che piace all'autore potrebbe non essere **quella che vende**. Qui emerge un problema delicato, chi scrive un romanzo possiede nella propria testa immagini estremamente precise.

- Sa esattamente come dovrebbe apparire il protagonista;
- Conosce la città immaginaria;
- Visualizza il castello;
- Ricorda il colore dell'automobile descritta a pagina 127.

Di conseguenza tende a immaginare la copertina come una rappresentazione fedele del proprio mondo narrativo.

Ma il marketing editoriale ragiona diversamente.

La domanda non dovrebbe essere soltanto:

> Questa copertina rappresenta il mio libro?

Dovrebbe diventare:

> Questa copertina comunica al lettore giusto che questo libro potrebbe piacergli?

Sembrano domande simili, ma non lo sono.

1. La prima guarda dall'interno verso l'esterno;
2. La seconda guarda dall'esterno verso l'interno.

Per questo può essere utile avere una propria copertina durante la fase creativa, magari come riferimento emozionale e visivo, ma essere disposti a separarsene quando arriva il momento di pubblicare. Il restyling di una copertina può cambiare radicalmente la percezione di un'opera già esistente.

Non abbiamo cambiato una sola parola del romanzo.

? **Suggerimento**: Abbiamo cambiato il modo in cui viene percepito prima di essere letto.

Ed è marketing nella sua forma più pura.

Come scrivere un libro oggi? Editoria tradizionale o…

Self-publishing?

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Arriviamo così a una delle domande inevitabili: meglio cercare un editore oppure pubblicarsi autonomamente?

Credo che oggi sia sbagliato considerare il **self-publishing** semplicemente come il piano B di chi non è riuscito a trovare un editore.

Può esserlo, ma può essere anche una precisa strategia.

L'editoria tradizionale offre competenze, distribuzione, editing, relazioni, credibilità e un ecosistema professionale che per molti autori rimane estremamente prezioso.

Ma inevitabilmente comporta selezione, tempi e una certa perdita di controllo, il self-publishing ribalta il modello.

Puoi scegliere titolo, copertina, prezzo, posizionamento, aggiornamenti, promozione e tempi di pubblicazione.

Ma quella libertà ha un costo: d*iventi anche imprenditore della tua opera.*

Devi occuparti, direttamente o affidandoti a professionisti:

- Di editing;
- Impaginazione;
- Copertina;
- Distribuzione;
- Pubblicità e marketing.

Pubblicare è diventato tecnicamente semplicissimo, vendere rimane difficile.

Ed è proprio qui che molti autori scoprono la differenza tra *avere un libro disponibile online* e *avere un pubblico che desidera comprarlo*.

Come scrivere un libro oggi? Scrivere "Fine" non significa aver finito…

Conclusioni

Alla fine di questo percorso c'è una consapevolezza che forse vale più di tutte le altre: un libro non termina quando scriviamo la parola "Fine". In quel momento finisce la storia sulla pagina, ma ne comincia un'altra. Quella dell'autore che deve decidere cosa fare della propria opera.

Inviare il manoscritto a un agente, accettare un rifiuto senza trasformarlo in un giudizio su se stessi, fermarsi quando serve, riscrivere, cambiare strada, scegliere tra editoria tradizionale e self-publishing, progettare una copertina capace di parlare al pubblico e, soprattutto, capire chi potrebbe desiderare davvero quella storia.

Non esiste una strada perfetta, e probabilmente non esiste nemmeno una strada uguale per tutti.

C'è chi troverà un editore al primo tentativo e chi dopo decine di invii. Chi sceglierà

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

consapevolmente di non cercarlo affatto. Chi pubblicherà autonomamente il proprio libro e chi, dopo una prima esperienza, tornerà a riscriverlo quasi completamente.

? Suggerimento: Il punto non è evitare gli errori. Il punto è non permettere a un errore, a una statistica o a un rifiuto di decidere quando il tuo percorso debba terminare.

Perché scrivere significa anche questo: avere qualcosa in cui credere abbastanza da essere disposti a migliorarlo. Ma c'è un'altra questione, forse ancora più difficile:

- Hai scritto il libro;
- Lo hai revisionato;
- Hai scelto la copertina;
- Finalmente lo hai pubblicato.

E adesso? Come fai a convincere qualcuno a leggerlo?

Perché pubblicare un libro non significa automaticamente avere dei lettori. Esattamente come pubblicare un post non significa essere visti e avere migliaia di follower non significa necessariamente avere migliaia di persone disposte ad acquistare qualcosa da te.

È qui che la scrittura incontra definitivamente il marketing, ed è proprio da qui che continueremo.

? Torna qui la settimana prossima

Nel prossimo articolo parleremo di come promuovere un libro oggi, partendo da una domanda che ogni autore, prima o poi, dovrebbe farsi: *Perché qualcuno dovrebbe comprare proprio il mio libro?*

Parleremo di personal branding dell'autore, social media, community, contenuti, presentazioni, passaparola e strategie per trasformare un libro pubblicato in un libro scoperto, desiderato e, finalmente, letto.

Perché scrivere un buon libro è fondamentale, ma se nessuno sa che esiste, la sua storia rischia di rimanere chiusa tra due copertine.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 14 Settembre 2026

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