



*Nicoletta Salvatori - Editing e scrittura editoriale- 2021*

# Questo corso

Viaggio tra diverse  
professionalità  
legate all'editoria

Informatica Umanistica - Laurea Magistrale - 6 crediti

---

# Il docente

---

**Nicoletta Salvatori**

Giornalista scientifica

già direttore di *Airone*, *Quark magazine*, *TuttoTurismo*

ex direttore editoriale *Domus*

ex direttore esecutivo *Arte Navale*

Consulente editoriale iniziative speciali *Hole in One*

Consulente editoriale e curatrice di collane alla Simonelli Editore



# Il docente

**Nicoletta Salvatori**

Giornalista scientifica

già direttore di *Airone*, *Quark magazine*, *TuttoTurismo*

ex direttore editoriale *Domus*

ex direttore esecutivo *Arte Navale*

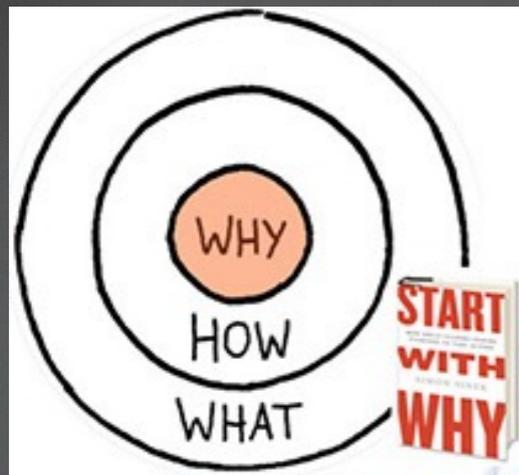
Consulente editoriale iniziative speciali *Hole in One*

skype: dipendedalvento  
[nicolettasalvatori@gmail.com](mailto:nicolettasalvatori@gmail.com)



“People don’t buy what you do,  
they buy why you do it.”

Simon Sinek



Simon Sinek,  
etnografo e docente  
di comunicazione  
strategica ha scritto  
“Start with Why”.

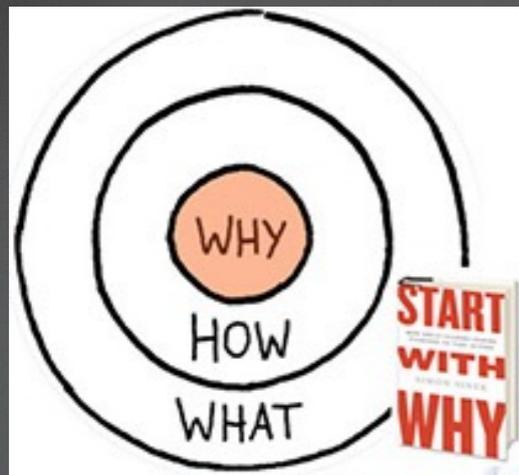


*Perché faccio questo corso e perché credo sia utile seguirlo*

Perché dopo 35 anni di esperienza nell’editoria cartacea e digitale, dopo averne vissute molte fasi compresa l’attuale rivoluzione, penso che si giochi qui la sfida di una nuova comunicazione. Se sarete abbastanza “folli e determinati” da tentare l’avventura.

“People don't buy what you do,  
they buy why you do it.”

Simon Sinek



Simon Sinek,  
etnografo e docente  
di comunicazione  
strategica ha scritto  
“Start with Why”.



*Perché faccio questo corso e perché credo sia utile seguirlo*

Perché dopo 35 anni di esperienza nell'editoria cartacea e digitale, dopo averne vissute molte fasi compresa l'attuale rivoluzione, penso che si giochi qui la sfida di una nuova comunicazione. Se sarete abbastanza “folli e determinati” da tentare l'avventura.

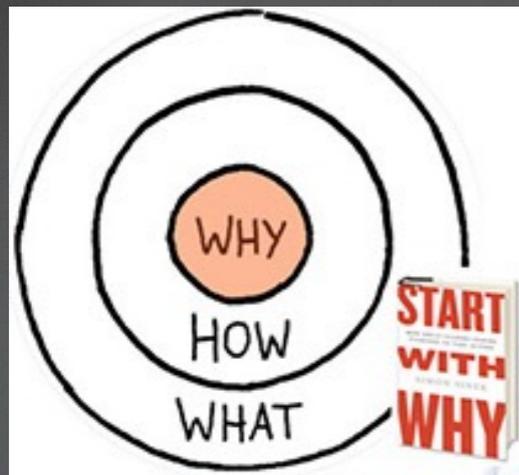
“Siate affamati.  
Siate folli. Perché  
solo coloro che  
sono abbastanza  
folli da pensare di  
poter cambiare il  
mondo lo cambiano  
davvero.”

STEVE JOBS



“People don’t buy what you do,  
they buy why you do it.”

Simon Sinek



Simon Sinek,  
etnografo e docente  
di comunicazione  
strategica ha scritto  
“Start with Why”.



*Perché faccio questo corso e perché credo sia utile seguirlo*

Perché dopo 35 anni di esperienza nell’editoria cartacea e digitale, dopo averne vissute molte fasi compresa l’attuale rivoluzione, penso che si giochi qui la sfida di una nuova comunicazione. Se sarete abbastanza “folli e determinati” da tentare l’avventura.

“Siate affamati.  
Siate folli. Perché  
solo coloro che  
sono abbastanza  
folli da pensare di  
poter cambiare il  
mondo lo cambiano  
davvero.”

STEVE JOBS



*Comunicare oggi*

# L'umanista informatico

L'editoria è uno dei settori più fortemente influenzato, tartassato, trasformato dalla rivoluzione informatica

Tutti i lavori che hanno a che fare con l'editoria e la comunicazione oggi hanno anche a che fare con più o meno importanti competenze informatiche

Editing, giornalismo, marketing editoriale, comunicazione strategica, sono oggi professioni in gran parte da **reinventare**, ma per reinventarle **bisogna conoscerle**



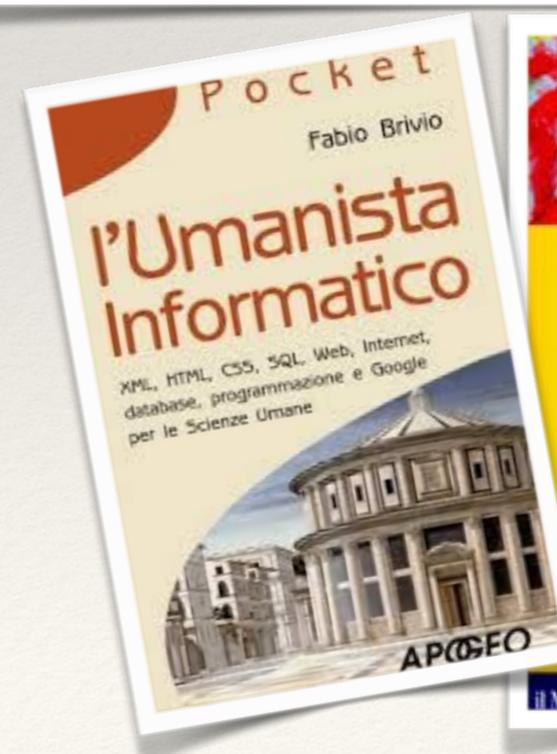
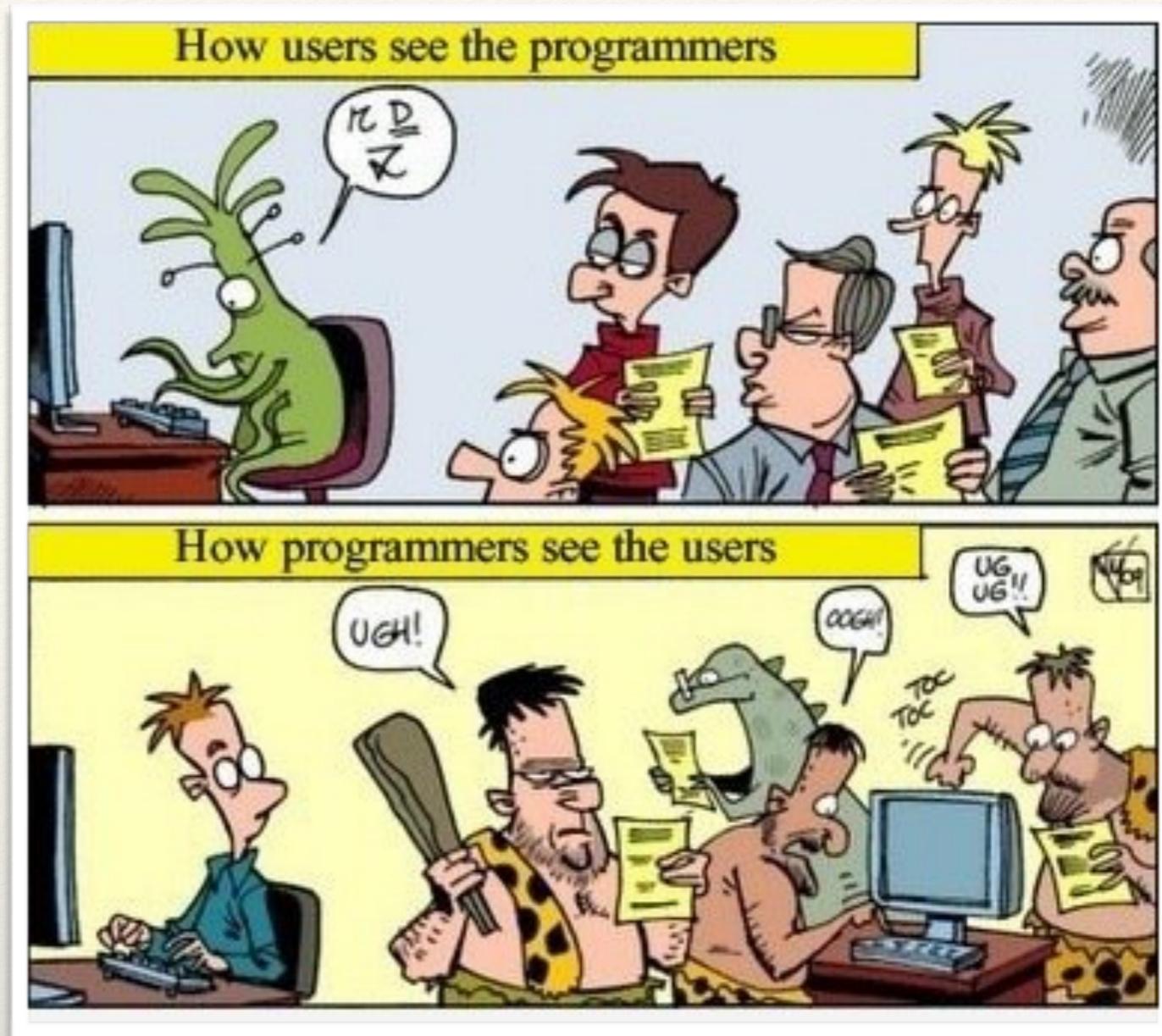
Ogni  
forma di comunicazione oggi  
veicola i propri contenuti attraverso  
di una pluralità di **canali** usando **linguaggi**  
diversi. Chi si occupa di **informazione** oggi è  
parte della ICT (Information and  
Communications Technology), ha a che fare  
con la **transmedialità**, deve **navigare e**  
**non naufragare**  
**nell'INFOSFERA**

*Tutto è più difficile ma  
straordinariamente stimolante*

# Cambiare paradigma

La cultura non è inutile  
La curiosità non è un'optional  
Non tutto si trova su Google

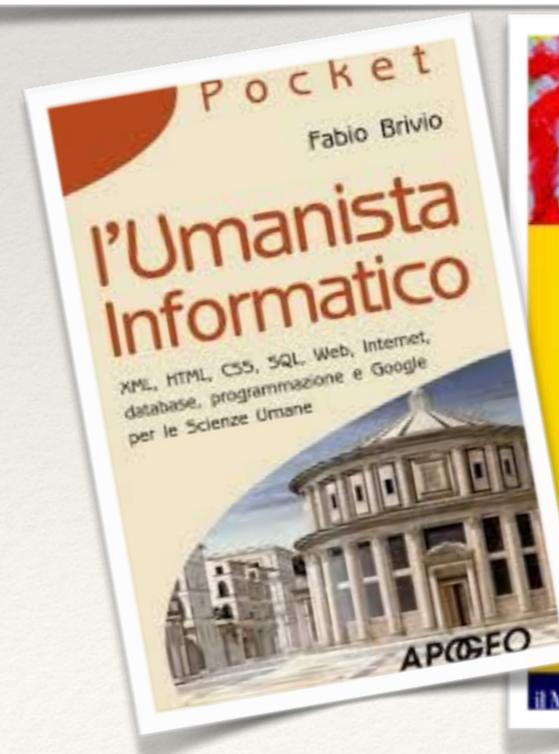
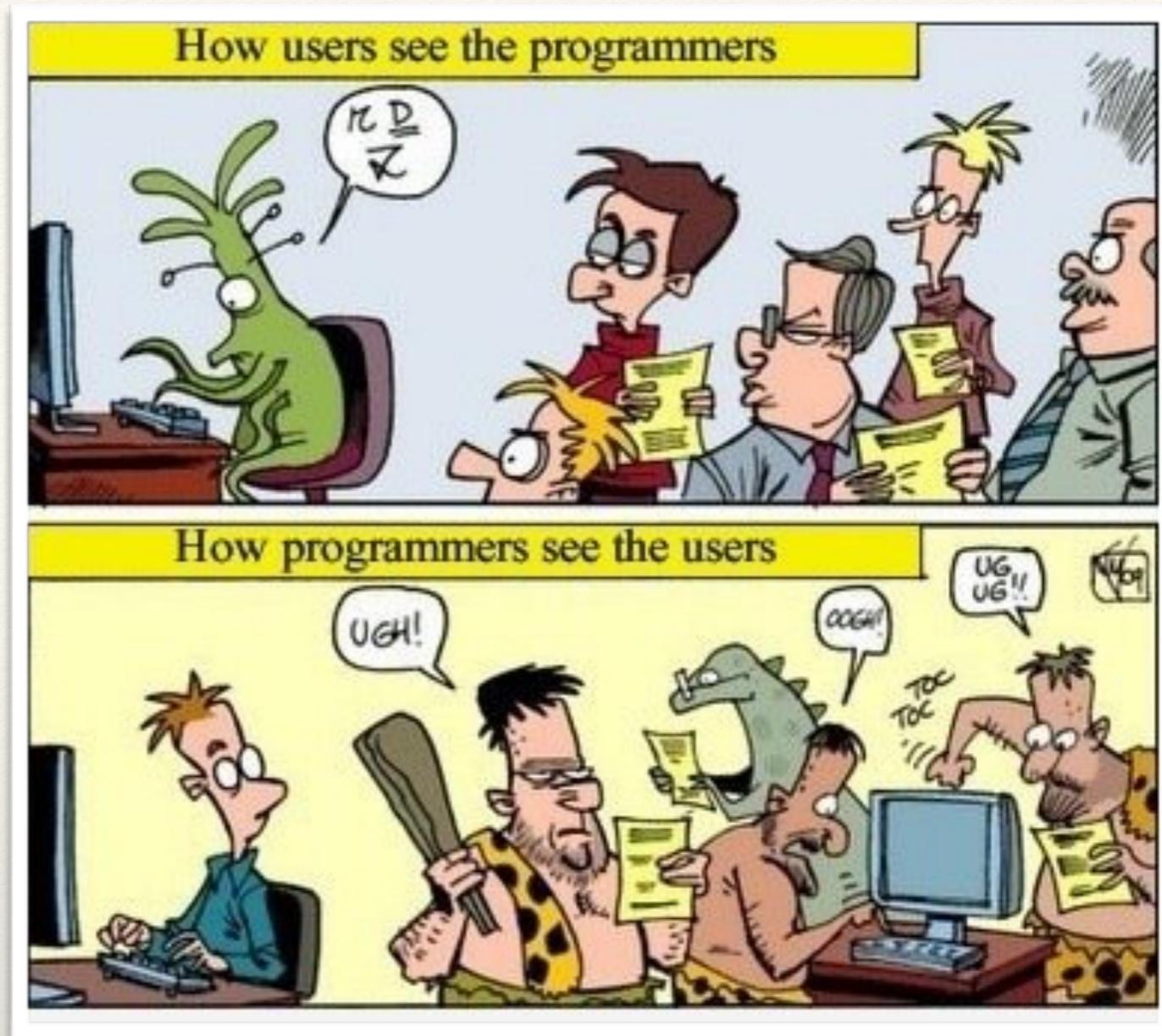
Il nostro compito non è solo quello di  
aggiungere contenuti dentro scatole  
preparate da altri ma  
di favorire una evoluzione integrata ed  
efficace tra due mondi



*Tutto è più difficile ma  
straordinariamente stimolante*

# Cambiare paradigma

L'informatica umanistica nasce per integrare gli studi umanistici con le potenzialità della scienza informatica  
MA è anche lo strumento per vivere in questa info-sfera con maggiore consapevolezza,  
capaci di gestirla e non subirla.



# Lavorare nell'editoria oggi?

Lui poteva scrivere il suo articolo e lasciarlo al caposervizio in redazione c'erano i correttori, i redattori, i grafici, gli impaginatori... Il giornale veniva stampato il lettore era "quasi" muto



oggi ci siete solo voi in un flusso costante di comunicazione condivisa e interconnessa che opera su diversi piani e linguaggi e interessa più media

lavorare su più  
piattaforme lavorare  
senza protagonismo,  
lavorare su testi di altri

*Troppe cose insieme?*

## Competenza e flessibilità



La sopravvivenza dei mestieri legati alla scrittura, è legata alla capacità di rinnovarsi non semplicemente “di adattarsi” alla tecnologia, ma sviluppare **nuovi metodi di lavoro e nuove forme di creatività** attraverso di essa.

**Sono nate e continuano a nascere nuove professionalità**

Nelle piccole o medie redazioni / case editrici / agenzie di comunicazione tutti operano su più fronti non solo sapendo fare dell’**editing editoriale** e non solo lavorando sui **contenuti (dallo storytelling al transmedia-storytelling)**, ma con i **video**, le **immagini**, la **multimedialità**, la **AR** e la **VR** e le **varie strategie di comunicazione digitali**

Questo corso cerca di mettervi in mano le chiavi per entrare in questo mondo.

I requisiti di base sono pochi: curiosità, buona scrittura, amore per la lettura, **uso consapevole delle tecnologie.**

# Nuove professionalità

- **Le parole sono potenti.** Le parole possono ispirare, possono informare, possono convincere, possono perfino fare male. Dalla loro combinazione nascono le storie ma **l'arte della narrazione** non si applica solo alla letteratura o al cinema: è una competenza fondamentale **per comunicare in modo efficace nel lavoro e nella vita.**
- Saper usare le parole è una competenza diventata ancor più fondamentale oggi anche a causa della pandemia, le persone hanno cominciato a vivere sempre di più online. Su internet e sui social network si è concentrato l'universo dello **storytelling** e della comunicazione.
- Dominare questo trend nei prossimi anni diventerà sempre più importante nelle strategie di aziende e brand.



# Nuove professionalità

- **Le parole sono potenti.** Le parole possono ispirare, possono informare, possono convincere, possono perfino fare male. Dalla loro combinazione nascono le storie ma **l'arte della narrazione** non si applica solo



... e quali le aree di lavoro attuali e future?

Osservatorio Digital Content  
24.09.21 #OssDigitalContent21 #News

 Strategia, Business Model, e nuovi scenari competitivi	 Produzione contenuti originali	 Valorizzazione e Gestione efficace dell'archivio	 User Generated Content	 Contrasto alla diffusione illecita
 Realtà Virtuale	 Nuovi dispositivi	 Tracciamento dati & info	 Omnichannel Customer Experience	 Personalizzazione esperienza del consumatore

Ecco alcune delle professioni al centro di questa rivoluzione comunicativa:

- **Storyteller:** è una delle figure professionali più ricercate, il suo compito è quello di raccontare un prodotto, un servizio, spesso un'intera azienda facendone emergere l'identità, l'unicità e la storia. Lo storyteller utilizza le tecniche della narrazione per catturare l'attenzione del suo pubblico, suscitare un'emozione, creare empatia persuadendo a compiere una specifica azione.
- **Content manager:** ha il compito di progettare i contenuti di un sito web, siano essi immagini, testi, video o audio. Ogni web agency e ogni società di medie e grandi dimensioni si affida a questa figura per gestire il proprio sito e improntare una strategia di content marketing che riesca ad acquisire utenti e clienti, fidelizzandoli e dunque mantenendoli nel tempo. Il tutto utilizzando la Seo, gli strumenti del copywriting, le tecniche del social media marketing. Il content manager deve non solo avere ampie competenze in materia di comunicazione, ma anche abilità tecniche elevate e una profonda conoscenza del web.
- **Social media manager:** saper comunicare sui social è diventato fondamentale per qualsiasi azienda. Al social media manager spetta il compito di gestire le pagine aziendali, stabilire quali contenuti veicolare e i diversi modi di declinarli in base al social di riferimento, creare una community ampia, saper leggere i dati che ogni piattaforma fornisce, generare traffico in entrata sui siti web
- **Podcast producer:** ha il compito di progettare, realizzare e distribuire il podcast per conto di aziende, singoli clienti o brand, curando l'intero processo di creazione del contenuto: gestione dei tempi di realizzazione del progetto, capacità di scrivere contenuti adatti all'audio, ideare un podcast che valorizzi l'identità dell'azienda, del brand o del prodotto di cui si parla e, infine, possedere le conoscenze per distribuire i podcast sulle varie piattaforme di ascolto, analizzando i dati che ne derivano.
- **Visual designer:** una figura creativa che, oltre a possedere abilità grafiche e di video editing, si occupa di impostare la strategia di comunicazione visiva di un brand o di un'azienda. Per questo deve avere competenze di tipografia, fotografia, illustrazione, grafica editoriale e stampata, videomapping, web design, montaggio video, interaction e interface design.
- **UX designer:** analizza e interpreta il comportamento degli utenti di un prodotto un brand in modo da costruire per lui un'esperienza positiva. In particolare progetta l'esperienza di un utente relativa all'uso di un prodotto digitale – sito web, app, software o altro. L'obiettivo principale è migliorare la relazione tra consumatori e prodotti: in breve, è l'anello mancante tra i bisogni dell'azienda e quelli dell'utente.

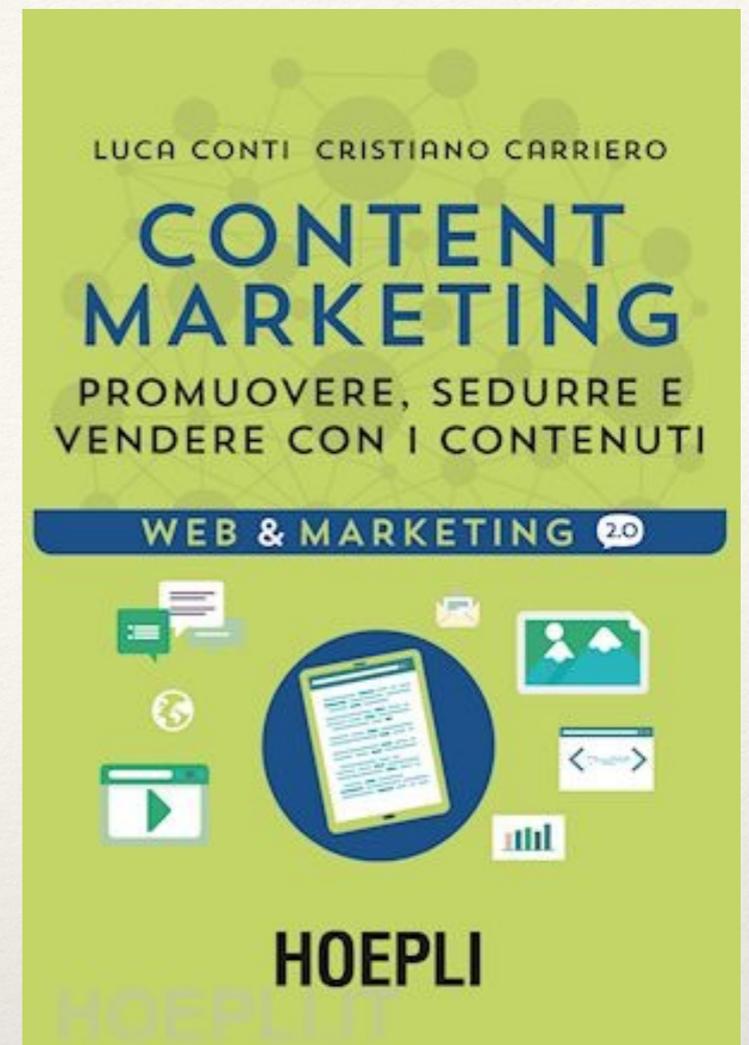
*Perché parliamo anche di marketing?*

---

# Dall'editing al content marketing

---

- ❖ Gestire e produrre contenuti significativi per la narrazione di un brand, di un prodotto, di una azienda è diventato uno degli sbocchi più interessanti delle digital humanities.
- ❖ Le aziende sono entrate nei territori dell'editoria, hanno abbandonato l'intermediazione, comunicano direttamente al proprio pubblico, utilizzano tutti i media, raccontano storie, sviluppano strategie digitali omnicanale... e hanno bisogno di chi questi contenuti li sappia creare, editare, analizzare,
- ❖ La capacità di gestire contenuti è una dote sempre più importante in tutti i settori della comunicazione.
- ❖ Sapere usare diversi registri di scrittura per i diversi media, fare storytelling (e quindi capire le regole base della narrazione) è oggi una competenza irrinunciabile.



“Per anni gli umanisti sono stati considerati poco utili al mondo dell’impresa così come i contenuti sono stati ritenuti meno importanti della forma, ma ora le cose vanno diversamente”.  
(L. Conti - C. Carriero Content Marketing - Hoepli 2016)

---

# Il Design Thinking

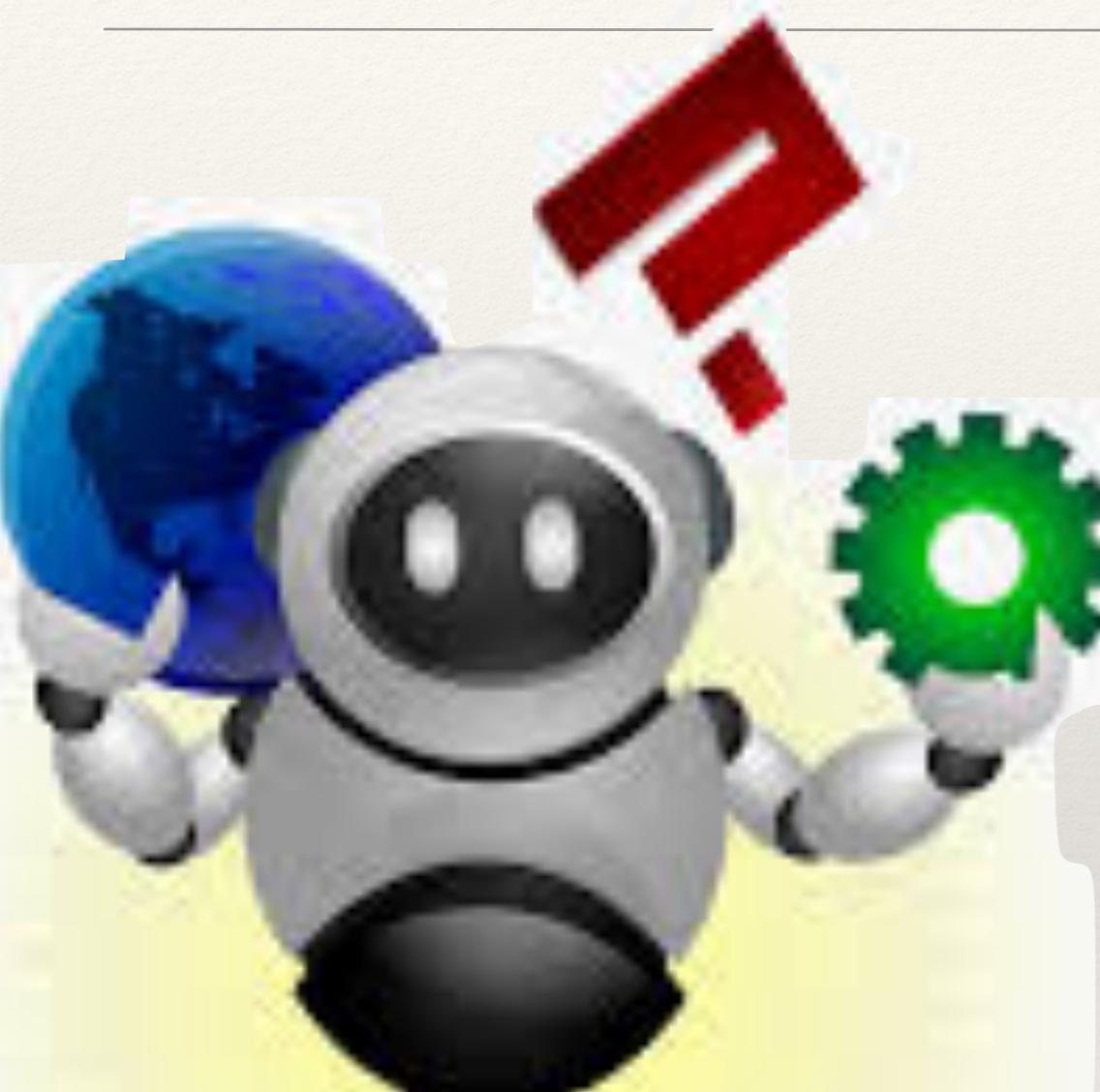
---



Lavorare in squadra, capire i veri bisogni degli utenti, aprirsi alla condivisione, liberare la **creatività**, basarsi sui **dati**, testare i **risultati**, imparare dagli errori: il Design Thinking è un **modello di pensiero strategico**, ma soprattutto un **metodo** innovativo per affrontare problemi che necessitano di soluzioni **nuove**.

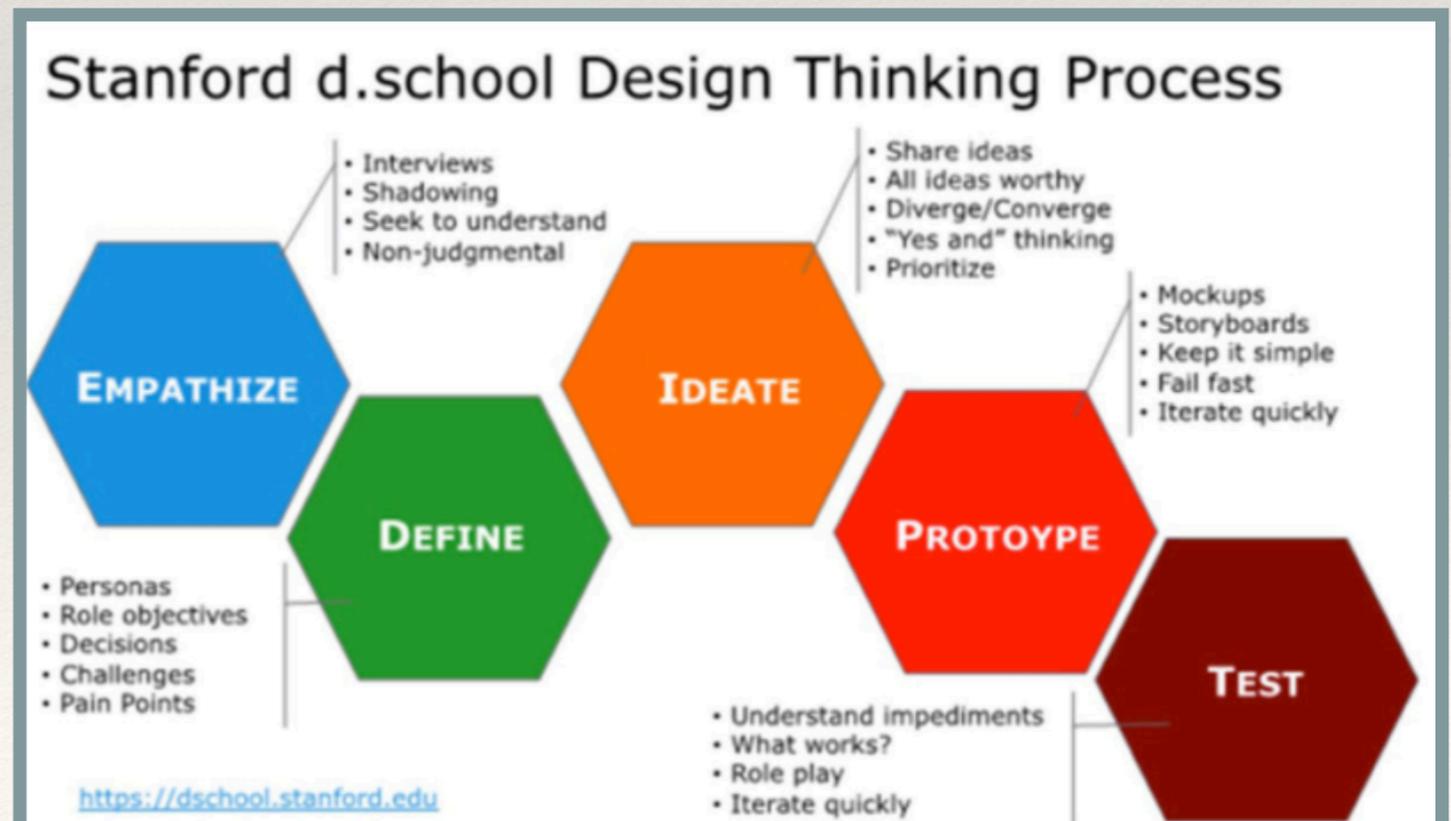
Una vera e propria attività di problem solving oggi adoperata da moltissime aziende in tutto il mondo preoccupate di **umanizzare la tecnologia** e democratizzare il processo di produzione

# Il Design Thinking



Lavorare in squadra, capire i veri bisogni degli utenti, aprirsi alla condivisione, liberare la **creatività**, basarsi sui **dati**, testare i **risultati**, imparare dagli errori: il Design Thinking è un **modello di pensiero strategico**, ma soprattutto un **metodo innovativo** per affrontare problemi che necessitano di soluzioni **nuove**.

“A human-centered approach to innovation that draws from the designer’s toolkit to integrate the needs of people, the possibilities of technology, and the requirements for business success”  
Tim Brown, CEO Ideo



# Un corso in tre parti

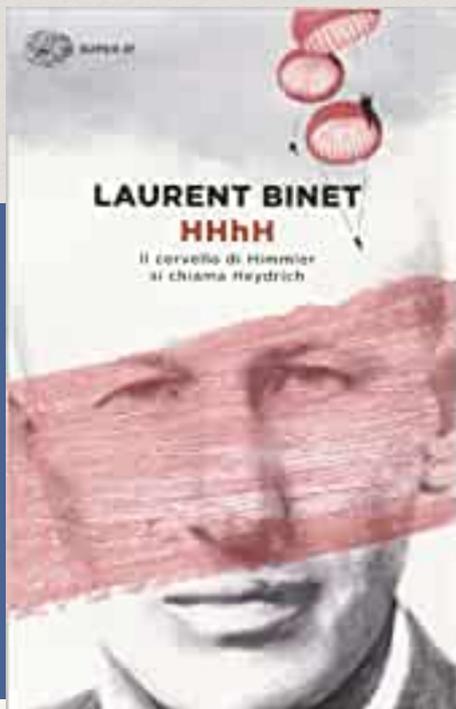
- ❖ La prima parte del corso sarà dedicata all'editing, all'analisi del testo letterario e alla cura redazionale e svilupperà anche nozioni legate all'editoria tradizionale (grafica e struttura di un libro cartaceo)
- ❖ Terminerà con una prova in itinere (analisi di un testo letterario "tosto" ma di piacevole lettura!)



“Il club del libro e della torta di bucce di patata di Guernsey”

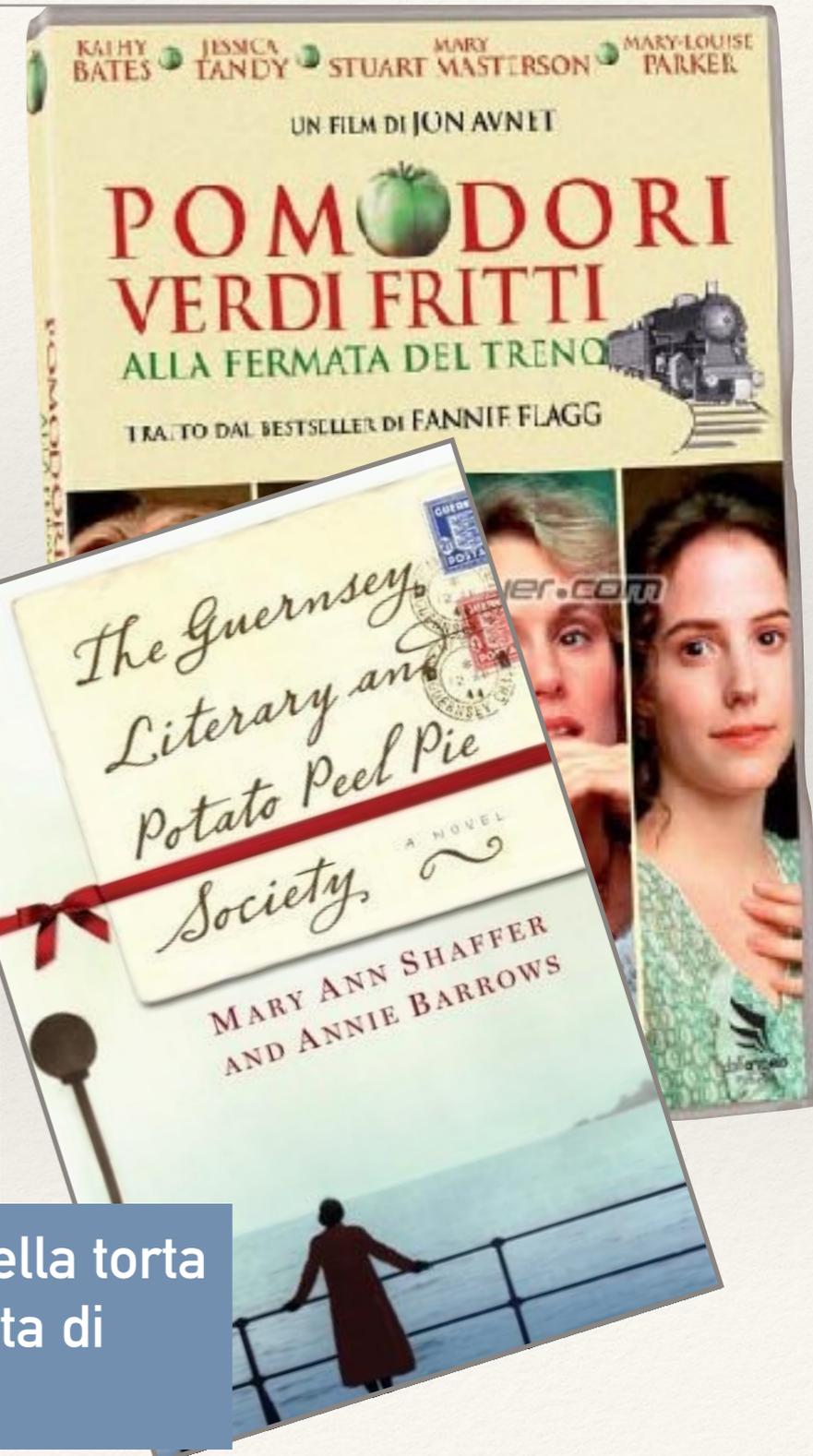
# Un corso in tre parti

- ❖ La prima parte del corso sarà dedicata all'editing, all'analisi del testo letterario e alla cura redazionale e svilupperà anche nozioni legate all'editoria tradizionale (grafica e di un libro cartaceo)



Laurent Binet - HHHH  
il cervello di Himmler si chiama Hydrich

“Il club del libro e della torta  
di bucce di patata di  
Guernsey”



---

# A scuola di scrittura creativa

---

- ❖ In alternativa alla relazione di analisi testuale (prova in itinere) si può seguire (GRATUITAMENTE) l'“Accademia del Self Publishing e della Scrittura Interdisciplinare” - <https://accademia.viveredisrittura.it/> grazie a un accordo con lo scrittore, blogger ed editor Roberto Tartaglia (che sarà anche nostro ospite “a distanza” durante il corso - [autore@robertotartaglia.com](mailto:autore@robertotartaglia.com) .
- ❖ Sarà possibile scegliere vari percorsi di scrittura dalla narrativa alla saggistica, dal ghost writing all'editing, fino alla scrittura per il web, la sceneggiatura e il giornalismo.
- ❖ Ogni argomento è approfondito in lezioni video, guide scaricabili e approfondimenti diretti con il tutor, e discussioni di classe
- ❖ Ogni studente sarà chiamato a realizzare un progetto, nel percorso di studi scelto. Il progetto varrà da prova in itinere e - se sufficiente - darà accesso all'esame finale.



# E-book e Marketing

- ❖ **La seconda parte del corso** sarà dedicata all'editoria elettronica, alla storia e all'attuale mercato degli **ebook**, alle diverse tipologie di libro elettronico (epub2 e epub3) e alla realizzazione di un ebook in layout liquido
- ❖ **La terza parte** si occupa della promozione dei prodotti editoriali sia cartacei che digitali attraverso **i canali digitali** (content marketing, social media mkt, ufficio stampa 2.0, sito / catalogo on line, newsletter, ecc.)



# Hands-on

## Ognuna della parti in cui si articola il corso prevede COMPITI

Le lezioni puntano a una **preparazione pratica** quindi **bisogna provare, sbagliare e riprovare a**

- ❖ **curare un manoscritto,**
- ❖ **creare layout per libri cartacei,**
- ❖ **realizzare un ebook,**
- ❖ **scrivere e impaginare un comunicato stampa, una newsletter, una scheda libraria, una recensione...**
- ❖ **ideare una strategia di promozione digitale....**

I compiti posso fare durante il corso e caricarli su Moodle (dove verranno letti e corretti) oppure integrarli nel progetto d'esame finale (**comunque vanno fatti!**)

*Do or do not, there is no try*



**Quindi:  
compiti in itinere  
una frequenza caldamente consigliata  
un progetto finale da portare all'esame  
...e tutto per soli 6 crediti !!!**

*Esame*

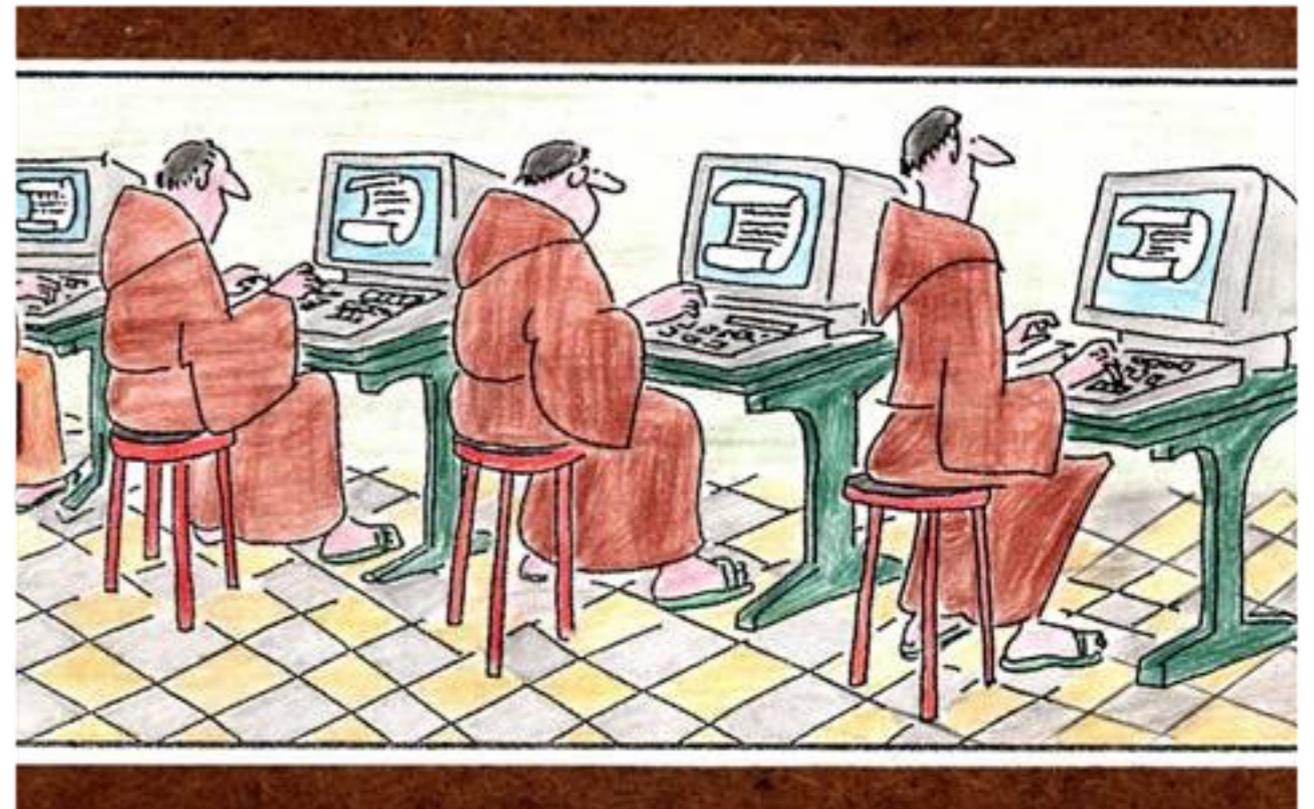
## Il progetto finale

L'esame consisterà nella discussione di un progetto di tipo editoriale

Durante la discussione verranno toccati i temi esaminati durante le lezioni, messi a confronto con le scelte operate dallo studente

I progetti concordati con il docente possono essere realizzati anche in gruppo (max 3)

Devono essere consegnati almeno una settimana prima dell'appello.



**LA PROVA IN ITINERE  
e compiti vanno fatti e consegnati  
per poter accedere all'esame  
i compiti possono essere integrati  
nel progetto finale**

**Compiti e slide saranno su Moodle  
Slide anche su Teams**

*Materiale didattico*

---

# I Testi

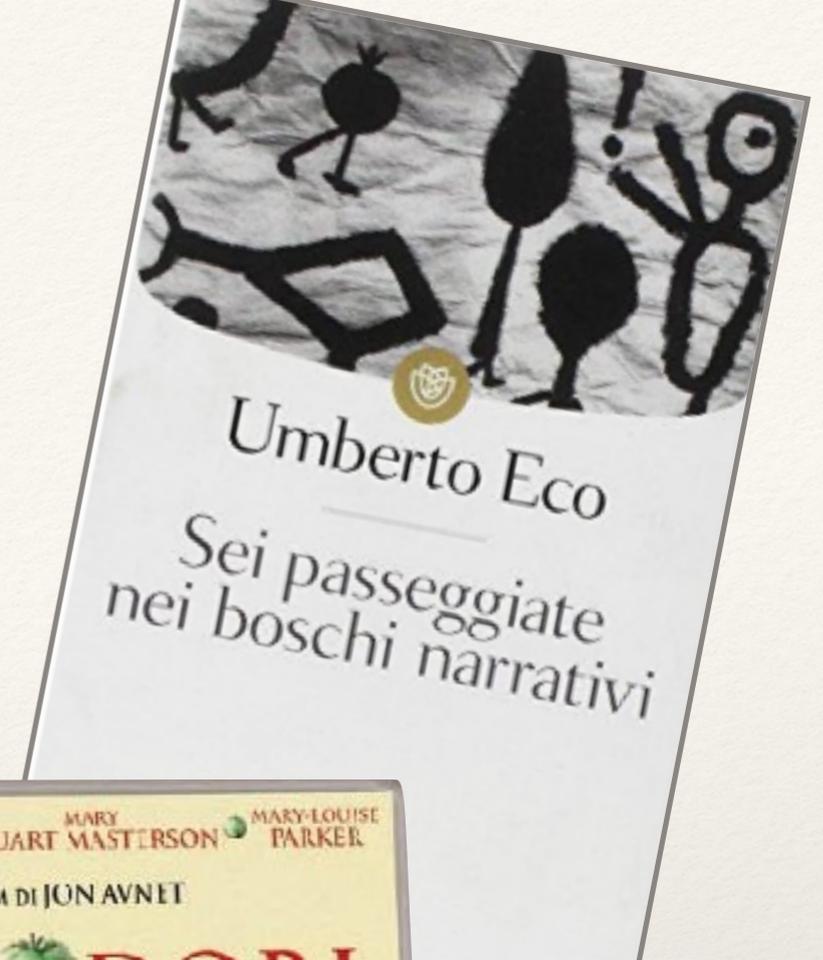
---

Testi d'esame sono  
Le slide e le dispense che trovate su Moodle

Da leggere:

- ❖ Il romanzo scelto per la prova in itinere
- ❖ Umberto Eco: *Sei passeggiate nei boschi narrativi*
- ❖ Laurita-Venturini: *Strategia digitale*

Altri testi, video, siti consigliati (alcuni  
VIVAMENTE CONSIGLIATI) li trovate citati  
nelle slide messe a disposizione.



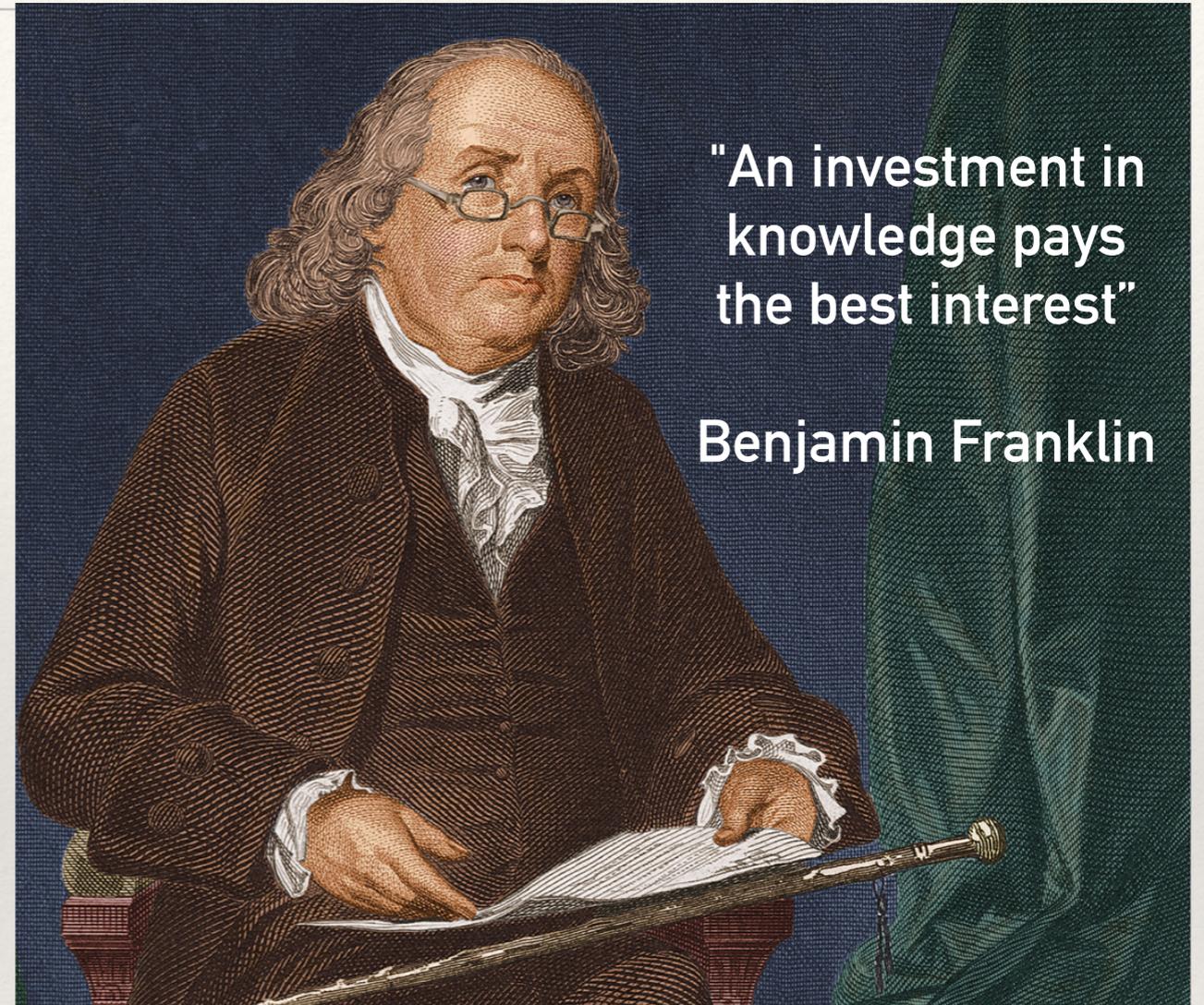
[nicolettasalvatori@gmail.com](mailto:nicolettasalvatori@gmail.com)

# Per concludere

Quello che porterete nel mondo del lavoro non coincide, (non l'ha mai fatto), con il bagaglio conoscitivo legato a conoscenze tradizionali acquisite una volta per tutte nella scuola e nell'università.

Al di là delle nozioni quindi le cose che davvero è importante coltivare anche attraverso questo corso sono

- l'esercizio del pensiero critico,
- l'attitudine a risolvere i problemi,
- il coraggio di esercitare la vostra creatività, (e magari anche di sbagliare)
- la capacità di mobilitare in maniera integrata risorse diverse
- la disponibilità nei confronti dell'innovazione,
- la capacità di comunicare in modo efficace,
- l'apertura alla collaborazione, alla condivisione, al confronto



"An investment in knowledge pays the best interest"

Benjamin Franklin