

*Editoria e scritture poetiche: i social network invertono la rotta*, di Ilaria Dinale

Dalle *fanzines* alla street-art, dai volantini al graffitismo, innumerevoli sono stati i canali comunicativi, dagli ultimi decenni del Novecento ad oggi, adottati dai giovani per esprimere il proprio estro creativo. Difficile individuarli e classificarli tutti, difficile soprattutto riuscire a stabilire quali e quanto abbiano realmente inciso sul panorama letterario italiano. Se le forme sperimentali sono state numerosissime, infatti, non altrettanto sono state quelle in grado di perdurare nel tempo, soprattutto per quanto riguarda il settore poetico.

Se volessimo rappresentare graficamente il percorso effettuato dalla poesia italiana nel corso dei secoli, potremmo tracciare una parabola il cui vertice, affidandoci all'opinione di Alberto Asor Rosa, coincide con l'ermetismo<sup>1</sup>; tramontato l'ermetismo, tramonta anche la poesia. Attenzione, non parliamo di un collasso totale con conseguente scomparsa, perché la poesia non è affatto morta. Essa continua in realtà a proliferare, spesso anche con modalità fortemente innovative, ma lo fa in maniera totalmente distaccata dal mercato e, purtroppo, molto spesso anche dal pubblico. Tornando alle parole di Asor Rosa, la poesia, avendo perso l'egemonia in campo letterario, «non deve più regolare i conti con l'opinione pubblica circostante, con la quale intrattiene un rapporto meno diretto e più intellettuale. Siccome non è tanto popolare, è più aristocratica [...] Siccome è più aristocratica, sa difendersi meglio dal mercato; oppure – ed è probabilmente l'ipotesi più fondata – il mercato non sa che farsene»<sup>2</sup>. Ci troviamo dunque davanti ad un circolo vizioso, o forse addirittura ad un cortocircuito, in cui l'assenza di un uditorio diventa un vanto, un valore, nonostante sia legittimo mettere in discussione l'utilità di un testo che non viene letto quasi da nessuno.

Conferme a queste constatazioni, del resto, ci arrivano dalle classifiche delle vendite di testi poetici pubblicate da Feltrinelli e Ibs tra il 2016 e il 2018<sup>3</sup>, in cui nelle prime dieci posizioni continuano a campeggiare autori della grande tradizione letteraria, quali Baudelaire o Ariosto, indice di un ristagno del mercato. Al contempo queste stesse classifiche ci

---

<sup>1</sup> «La poesia ha perduto l'«egemonia» in campo letterario più di cinquant'anni fa, ai tempi del tramonto dell'ermetismo», da A. ASOR ROSA, *Breve storia della letteratura italiana. II. L'Italia della Nazione*, Piccola Biblioteca Einaudi, Torino 2013, p. 387.

<sup>2</sup> *Ibidem*.

<sup>3</sup> Classifiche: *Poesia, i libri più amati dai lettori nelle Librerie Feltrinelli*, Feltrinelli editore, consultabile al link <http://feltrinellieditore.it/news/2017/09/04/poesia-i-libri-piu-amati-dai-lettori-nelle-librerie-feltrinelli/>, visitato il 20 maggio 2019; *Da Sandro Penna a Rupi Kaur: i libri di poesia più venduti nell'ultimo anno (su Ibs)*, su «Il Libraio», 20 marzo 2018, consultabile al link [https://www.illibraio.it/libri-poesia-piu-venduti-ibs-743180/?fbclid=IwARofofTXvkR3r1L\\_oUJ7KJyzexp8zkqSzd3pIVKepVsiKYoVDSQIIYYAqk](https://www.illibraio.it/libri-poesia-piu-venduti-ibs-743180/?fbclid=IwARofofTXvkR3r1L_oUJ7KJyzexp8zkqSzd3pIVKepVsiKYoVDSQIIYYAqk), visitato il 20 maggio 2019.

mostrano anche delle novità, una presenza massiccia di autori contemporanei nelle prime posizioni. Non si tratta tuttavia dei poeti di nicchia denunciati da Asor Rosa – i quali, coerentemente, essendo distanti dal mercato a fatica possono rientrare in una top-ten –, ma di autori giovanissimi del tutto ignorati dalla critica letteraria a causa delle modalità con cui sono giunti al successo. Parliamo del recente fenomeno degli *instapoets*, persone che pubblicano i propri testi inediti sui social network raccogliendosi solitamente sotto questo hashtag (#instapoets, appunto).

Non è possibile parlare di un movimento letterario strutturato, dal momento che non esistono manifesti di riferimento o avanguardie cui aderire; quella dell'*instapoetry* è una corrente nata nel mondo anglofono che ha gradualmente investito l'intero globo. Nel 2015 la giornalista del «The New York Times» Alexandra Alter<sup>4</sup> ha dato a questo fenomeno il nome di “Web poets’ society”<sup>5</sup>, sancendone in qualche modo una nascita ufficiale e analizzandone i tratti principali.

Pur non trattandosi di una tendenza precisa, sono infatti numerosi gli elementi comuni ad autori e testi. In primo luogo, chi scrive è nella maggior parte dei casi una persona qualunque; sono pochi gli studenti o i letterati, moltissimi invece i lavoratori che scrivono nei ritagli di tempo, quasi tutti sotto i trent’anni di età. L'estrazione sociale e le origini sono variegata: troviamo ad esempio numerosi immigrati che raccontano la propria storia, mescolando la lingua natale a quella del Paese d'arrivo.

Lo stesso vale anche per il pubblico, che non si raccoglie sotto un'unica categoria ma, al contrario, è fortemente eterogeneo. Generalmente parliamo di giovani, ma per quanto riguarda nazionalità e ceto la situazione è molto varia: i testi divulgati in rete sono infatti di immediata fruibilità, sia per le modalità di diffusione che per i contenuti. Si tratta di materiale gratuito cui è facile accedere con il proprio smartphone, e i componimenti sono solitamente molto brevi, caratterizzati dall'uso di un lessico quotidiano e della paratassi. Ne consegue che non occorrono competenze specifiche per interessarsene, e dunque il pubblico è tutto fuorché aristocratico.

La brevità dei componimenti è poi una condizione quasi indispensabile per la sopravvivenza nei social network, incentrati più sull'immediatezza del messaggio che sul messaggio stesso. Inoltre, le piattaforme più utilizzate, assieme a Facebook, sono

---

<sup>4</sup> A. ALTER, *Web Poets’ Society: New Breed Succeeds in Taking Verse Viral*, in «The New York Times», 8 novembre 2015, p. A1, consultabile al link <https://www.nytimes.com/2015/11/08/business/media/web-poets-society-new-breed-succeeds-in-taking-verse-viral.html>, visitato il 4 aprile 2019.

<sup>5</sup> Gioco di parole costruito sul titolo del film *Dead poets’ society* (1989), diretto da Peter Weir, in italiano tradotto con *L'attimo fuggente*.

Instagram e Tumblr, che alla parola scritta antepongono l'immagine; ciò significa che chi vuole scrivere in rete deve necessariamente prevedere un impatto principalmente visivo, e quindi legare una fotografia o un disegno al testo, oppure rendere gradevole alla vista il testo stesso. I social network pullulano dunque di versi – molto spesso non più di due o tre, assumendo la forma di haiku – scritti a mano o a macchina e poi fotografati su uno sfondo evinto dalla quotidianità (un libro, una coperta, un prato), oppure accompagnati da un disegno realizzato dallo stesso autore.

Come già detto, il fenomeno delle scritture “social” muove i primi passi nel mondo anglofono, dove troviamo alcuni autori dal successo internazionale che rispondono perfettamente alle caratteristiche fin qui elencate.

La prima della lista è senza dubbio **Rupi Kaur**, nata in India nel 1992 ed emigrata in Canada in giovanissima età. I suoi componimenti sono scritti in lingua inglese ma non contengono maiuscole né segni d'interpunzione, ad eccezione del punto; si tratta di un omaggio ai caratteri gurmukhi, espressione scritta della lingua punjabi, che l'autrice parla ma in cui non è in grado di scrivere. Oltre a questa marcata presenza culturale, nei testi di Rupri Kaur troviamo sempre riferimenti alla femminilità, al dolore e alla rinascita, all'amore e alla cura di sé, elementi che l'hanno resa un baluardo del femminismo internazionale. Infine, ogni poesia è corredata di un'illustrazione minimale in bianco e nero di mano dell'autrice, a conferma dell'importanza di un elemento estetico che completi il testo.

Dopo aver raggiunto grande visibilità su Tumblr e Instagram, Rupri Kaur ha pubblicato nel 2014 la sua prima raccolta in maniera indipendente, per poi farla arrivare nelle mani della Andrews McMeel Publishing l'anno seguente; *milk and honey*, questo il titolo, è rimasto in testa alle classifiche per più d'un anno – vendendo oltre due milioni e mezzo di copie – ed è stato tradotto in 25 lingue, raggiungendo un risultato strabiliante per l'ambito poetico e spianando la strada alla raccolta successiva, *the sun and her flowers* (2017).

Degno di nota è anche **Atticus**, autore di cui non si sa quasi niente poiché ha scelto di mantenere l'anonimato. Si tratta di una decisione piuttosto frequente nel mondo dei social network, grazie ai quali è possibile comunicare senza mai palesarsi. Nel caso di Atticus, questa scelta è stata guidata dall'intenzione di far concentrare maggiormente il pubblico sul contenuto dei componimenti, che altrimenti potrebbe essere influenzato dall'identità dell'autore. Altra caratteristica fondamentale è quella della brevità, uno stile adottato in piena coscienza, reputato dal poeta necessario a rendere efficace la comunicazione su

Internet. Risulta talvolta difficile considerare i suoi testi vere e proprie poesie, dal momento che spesso non superano le due righe e sembrano più aforismi che versi poetici. Questo dubbio statuto non gli ha tuttavia impedito di scalare le classifiche statunitensi, portandolo da Instagram alla pubblicazione di tre raccolte, fino a conquistare il decimo posto della *Paperback Trade Fiction* del «The New York Times» nel mese di settembre 2018<sup>6</sup>, preceduto proprio da Rupī Kaur.

Interessante infine il caso di **Tyler Knott Gregson**, originario del Montana, che ha attirato l'attenzione di Alexandra Alter. Da pubblicitario freelance e autore di bugiardini per medicinali, nel 2009 è approdato ai social network, rendendosi famoso su Tumblr grazie ai suoi "Daily Haiku on Love", poche righe scritte a mano immortalate con alle spalle elementi quotidiani. La sua prima raccolta di poesie, *Chasers of the Light* (2014), ha sfondato la soglia delle 120mila copie vendute; le hanno fatto seguito altre tre raccolte e anche un libro per bambini.

Spostando l'attenzione sul solo territorio italiano, la presenza degli *instapoets* è comunque massiccia, ma le caratteristiche non coincidono perfettamente con quelle già elencate. Sono infatti numerosi i casi di artisti ibridi, eclettici che si dedicano a più settori in contemporanea; del resto, la presenza di social network che consentono la pubblicazione di materiale diverso – immagini, testi, video, musica – incentiva l'utilizzo in parallelo di più sfere sensoriali. Primo tra tutti **Francesco Sole**, youtuber e conduttore televisivo che solo in un secondo momento si è dedicato alla poesia tramite Instagram; coetaneo di Rupī Kaur, è noto soprattutto per i suoi post-it su cui scrive a mano frasi motivazionali – non troppo diversi dai "Daily Haiku on Love" di Tyler Knott Gregson –, raccolti nel 2014 da Mondadori sotto il titolo *Stati d'animo su fogli di carta*. Degni di nota sono anche **Guido Catalano** e **Gio Evan**, che alla poesia affiancano la narrativa, la recitazione e la musica. Tuttavia i fenomeni più singolari sono quelli dei collettivi poetici, divenuti letteralmente virali sui social network.

Il **Movimento per l'Emancipazione della Poesia** (MEP), dotato persino di un manifesto e di uno statuto, nasce a Firenze nel 2010 seguendo le orme del "movimiento Acción Poética" messicano, risalente a quattordici anni prima. L'idea è quella di «infondere nuovamente nelle persone interesse e rispetto per la poesia intesa nelle sue differenti

---

<sup>6</sup> Atticus occupa il decimo posto e Rupī Kaur il nono, nella *Paperback Trade Fiction*, in «The New York Times», 23 settembre 2018, consultabile al link <https://www.nytimes.com/books/best-sellers/trade-fiction-paperback/2018/09/23>, visitato il 19 settembre 2019.

forme»<sup>7</sup>, e viene portata avanti tramite l'affissione di brevi componimenti in giro per le città. Foglio bianco, caratteri neri, una sequenza alfanumerica per identificare l'autore: questo l'indispensabile per diffondere la poesia in ogni dove, principalmente su muri disadorni ed edifici fatiscenti. I componimenti – sempre brevissimi – vengono poi fotografati e caricati sulle pagine social, moltiplicando così le possibilità di venir letti.

Analoga a quella del MEP è l'esperienza dei **Poeti der Trullo**, un collettivo di sette autori romani conosciuti solo con i loro pseudonimi. Nati anch'essi nel 2010, il loro intento è quello di invadere le strade con una poesia che nelle strade abbia origine e delle strade parli. La scelta linguistica, in maniera quasi automatica, è quindi ricaduta sul dialetto; non si tratta di vero e proprio romanesco, ma di “un italiano storpiato, logorato”, che imiti non la lingua del Belli ma quella dei «ragazzi che la sera vanno a Trastevere a prendere una birra»<sup>8</sup>. Del Belli tuttavia resistono alcuni elementi, sia contenutistici che metrici: anche se con alcune imprecisioni legate alla lunghezza del verso o allo schema delle rime, molti componimenti sono a tutti gli effetti sonetti; inoltre, nella maggior parte dei casi le poesie parlano in modo corrosivo dell'amministrazione di Roma o della politica italiana, rispettando la causticità della tradizione belliana.

La maggior parte dei componimenti viene realizzata con un pennarello indelebile su superfici fatiscenti, quali impalcature o muri delle stazioni della metropolitana, preferibilmente in zone di periferia. In altri casi, le poesie vengono scritte su rettangoli di cartone e poi affisse su edifici di rilievo della capitale, come se a parlare fossero i monumenti stessi: ancora una volta un ritorno alla tradizione romana, quella delle “pasquinate”, come se le critiche alla città arrivassero da parte della città stessa.

Nel 2015, i Poeti der Trullo provano ad imbarcarsi in una nuova avventura, pubblicando una raccolta in maniera indipendente con il titolo *Metroromantici*. Il risultato è del tutto inaspettato: superata la soglia delle 10mila copie vendute, il volume viene aggiornato ed ampliato in una nuova edizione nel 2019.

Benché non assimilabili alla categoria “poeti”, occorre tener conto anche dei casi riguardanti il settore narrativo nel mondo dei social network: sono infatti numerosi i giovani che si sono fatti strada in rete riuscendo a pubblicare successivamente uno o più romanzi. Sembrerebbero casi totalmente insignificanti da un punto di vista editoriale, dal

---

<sup>7</sup> *Statuto*, «Movimento per l'Emancipazione della Poesia», 2010, consultabile al link <http://mep.netsons.org/beta/statuto>.

<sup>8</sup> A. PICCININI, *L'Inchiesta. Poeti der Trullo: Metroromantici in versi. Oggi la periferia è uno stato della mente*, su «Il Manifesto», 27 marzo 2014.

momento che non occupano alcuna posizione di rilievo nelle classifiche nazionali; questa è in realtà una conseguenza fisiologica dell'aver scelto il settore narrativo, dal momento che quest'ultimo, non avendo vissuto una vera crisi come quello poetico, è rimasto pressoché invariato nel corso degli anni. Per uno scrittore emergente, nonostante possa aver ottenuto un successo considerevole, rimane quindi ardua impresa farsi notare in un settore così ampio e competitivo.

I social network si confermano in ogni caso come il canale che i giovani prediligono per cercare attenzioni e tramite il quale riescono ad ottenere un seguito non indifferente tra i propri coetanei. In Italia sono due i principali autori che hanno intrapreso esclusivamente la carriera narrativa. Il primo è **Adessoscrivo**, pseudonimo di un millennial che vive nell'anonimato; questo nome viene dal titolo di una canzone del rapper Hyst, evidente segnale dell'interesse dell'autore per la musica contemporanea. Figlio di Instagram e non particolarmente originale per stile e trama nei suoi tre romanzi – storie d'amore adolescenziali –, Adessoscrivo si fa notare per la grande componente generazionale di cui infarcisce la narrazione. I nomi delle marche, le citazioni di Rihanna e Fabri Fibra, addirittura i riferimenti a cartoni animati dei primi anni Duemila, lo rendono infatti un Enrico Brizzi o un Aldo Nove della contemporaneità.

La giovane **Marzia Sicignano**, studentessa dell'Università di Salerno, è riuscita a farsi conoscere invece proprio per il suo stile. Facebook e Instagram l'hanno lanciata, mentre il successo editoriale è stato sancito da Mondadori, che ne ha percepito le potenzialità. Marzia Sicignano rifiuta infatti la staticità della prosa, alternandola a versi nella stesura di entrambi i suoi romanzi; il "prosimetro" – così lo definisce l'autrice stessa – costituisce così un testo fluido in cui poesia e prosa scandiscono il passaggio tra narrazione ed emotività.

È interessante osservare, al di là di casi di maggior successo fin qui proposti, la crescente presenza di profili pubblici, su Facebook e Instagram, dedicati alla scrittura e alla poesia più nello specifico. Molti di essi hanno solo una manciata di seguaci, è probabile che i loro lettori si possano contare sulle dita di una mano, eppure risultano comunque degni di considerazione. È una sorta di nebulosa poetica in costante aumento, in grado di coinvolgere persone dai trascorsi differenti – studenti universitari come Alessio Angeletti e Massimiliano Pietroforte, soldati come Giampaolo Giudice, grafici come Cristiana Tognazzi –, indice di una nuova o rinnovata attenzione nei confronti della poesia, sia come autori che come lettori. In molti casi, i componimenti non sono di grande originalità o

qualità, tuttavia il solo fatto che la poesia abbia riguadagnato terreno è senza dubbio un merito attribuibile proprio ai social network.

Se si analizza il mercato editoriale italiano, infine, saltano all'occhio gli stretti legami con i social network. Le già citate classifiche di Feltrinelli e Ibs, ad esempio, riportano nel 2017-18 Francesco Sole e Rupi Kaur rispettivamente in seconda e terza posizione, tra Sandro Penna (al primo posto), Wisława Szymborska (al quarto) e Ludovico Ariosto (al quinto); oppure, nel 2016-17, i Poeti der Trullo si trovavano in sesta posizione, al seguito di Edgar Lee Masters. Oltre alla presenza di autori provenienti da secoli passati o dalla fama internazionale ormai ben affermata – impossibile dimenticare il Nobel di Szymborska – accanto ai giovanissimi del web, è degno di nota anche il differente ruolo delle case editrici alle spalle dei singoli autori. Se Alda Merini (la prima in classifica nel 2016-17) e Charles Baudelaire (il secondo) contano infatti su colossi dell'editoria, essendo editi Einaudi e Feltrinelli, lo stesso non si può dire di Rupi Kaur, pubblicata in Italia da Tre60, o dei Poeti der Trullo, che addirittura non hanno nessun'azienda a sostenerli. I social network sono stati per gli *instapoets* un mezzo di comunicazione nuovo e, a quanto pare, forse più efficace del mercato della carta stampata, al quale sono comunque stati in grado di dare un notevole scossone.

Se si tratti di un fenomeno duraturo è difficile a dirsi, ed è difficile anche dare un giudizio qualitativo unitario, dal momento che come movimento raccoglie lingue, stili, metri, espressioni... molto vari. Affidandoci però agli aspetti oggettivi fin qui analizzati, vale a dire i dati riguardo le vendite ottenute, la quantità di autori e lettori e la loro età media, possiamo affermare di aver individuato nei social network un canale comunicativo immediato ed efficace, dalle potenzialità troppo spesso oscurate dai pregiudizi riguardo il mondo digitale.

Con i dovuti dubbi circa il futuro di tali scritture e il loro impatto sulla letteratura, ma tenendo conto del considerevole ruolo già assunto all'interno del mercato editoriale, è possibile condividere la posizione espressa da Alexandra Alter nel 2015: «The rapid rise of Instapoets probably will not shake up the literary establishment, and their writing is unlikely to impress literary critics or purists who might sneer at conflating clicks with artistic quality. But they could reshape the lingering perception of poetry as a creative medium in decline»<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> A. ALTER, *Web Poets' Society: New Breed Succeeds in Taking Verse Viral*.