

Non più semplici lettori

Come i giovani possono costruirsi nuove opportunità professionali attraverso la lettura e il rapporto con le case editrici



CATERINA VAGNILUCA
cateviagni16@gmail.com

DOI: 10.3302/0392-8586-202203-011-1

Nell'ultimo decennio, la lettura si è evoluta grazie all'avvento di internet e dei social network aprendo però vari fronti di dibattito, fra cui la convinzione che i giovanissimi (preadolescenti e adolescenti) abbiano smesso di leggere. Il *Rapporto dello stato dell'editoria in Italia del 2020* dimostra che così non è.¹

La lettura in digitale va oltre l'uso dell'ebook: i ragazzi leggono soprattutto su smartphone grazie a piattaforme come EFP Fanfiction e Wattpad (che ha anche un'applicazione dedicata). Attraverso questi siti è possibile sia leggere, sia scrivere testi originali e *fan fiction*² sulle storie più famose e amate.

Le due piattaforme sono veri e propri spazi di condivisione degli utenti. Su Wattpad, per esempio, si formano vere e proprie community a sostegno degli scrittori emergenti, con conseguente interazione dei lettori. La visibilità della piattaforma si consolida attraverso i voti, espressi in stelle, lasciati dai follower, i livelli di visualizzazione, i commenti e il lancio di concorsi per scrittori – fra i quali *I Wattys* – promossi annualmente dalla stessa piattaforma e divisi in categorie per far partecipare sia gli emergenti, sia gli autori più conosciuti. Tali iniziative hanno consentito a Wattpad di stipulare contratti con le case editrici e le case cinematografiche al fine di dare risalto alle storie più apprezzate e famose, favorendo la collaborazione tra diversi media.³

Accennando a Wattpad, non possiamo non fare riferimento alla narrazione transmediale citata da Simona Tirocchi. Si tratta di un concetto ripreso da Henry Jenkins nel suo articolo *The revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of transmedia storytelling* del 2009 (a

sua volta basato sul suo saggio *Culture Convergenti* del 2006)⁴ in cui l'autore spiega l'importanza di allargare le narrazioni a tutti i tipi di media per attrarre maggiore pubblico e creare *franchise*, come può essere quello del MCU- *Marvel Cinematic Universe* di Stan Lee che tratta di supereroi e ha svariati parchi tematici, gadget e un universo espanso formato dai diversi film che approfondiscono i personaggi creati dal compianto fumettista americano, scomparso nel 2018. Tale processo porta alla nascita dei cosiddetti *fandom* e degli *Universi magici o Worldbuilding*,⁵ legati soprattutto alla letteratura fantasy per ragazzi.

Un tipo di fan fiction molto diffusa tra le lettrici è quella che viene definita *Out of character*, o, più semplicemente, OOC, nella quale si ricreano dinamiche tra personaggi partendo dal proprio preferito ma modificandone i tratti caratteriali per renderlo coerente con il tipo di storia che si vuole raccontare.⁶ Ancora più diffuse e apprezzate sono le cosiddette *X reader*, in cui si racconta la nascita di una storia d'amore con tra un personaggio femminile creato *ad hoc* in cui ogni lettrice possa immeddesimarsi e il personaggio preferito dell'opera.⁷

Caso editoriale degli ultimi anni nato su Wattpad come fan fiction sul cantante Harry Styles – ex frontman della band britannica *One Direction*, oggi solista – è la saga *After* di Anna Todd. Harry Styles, come succedeva anche con il cantante canadese Justin Bieber, diventa “prestavolto” del protagonista maschile e la protagonista femminile, Tessa Young, è un *self insert* dell'autrice. La saga è stata pubblicata in Italia dalla *Sperling & Kupfer* come saga in cinque volumi con un prequel intitolato *Before*



incentrato sul protagonista maschile e *Nothing More* e *Nothing Less*, due spin-off su un altro personaggio della saga che ha un legame di parentela con il protagonista maschile, basato su Louis Tomlison. Nel cartaceo il protagonista maschile è stato ribattezzato Hardin Scott per non danneggiare l'immagine di Harry Styles, stereotipo del bad boy,⁸ mentre Tomlison è stato ribattezzato Landon Gibson ed è il fratellastro di Hardin.

Sulla falsariga di *After* sono stati pubblicati diversi romanzi con la dinamica del bad boy che si innamora della brava ragazza. Un esempio italiano è la saga *My dilemma is you* di Cristina Chiperi, dove il protagonista maschile è impersonato da Cameron Dallas, diventato famoso nel 2014 su *Vine* – una piattaforma ora chiusa basata sui video come Tik Tok e YouTube –, che lavora come attore, cantante e modello, e la protagonista femminile ha il nome dell'autrice.

Le dinamiche relazionali, per quanto apprezzate dalle lettrici, sono altamente disfunzionali per chi legge e idealizza queste storie d'amore; infatti, il dibattito sulla qualità di questi romanzi è ancora molto acceso tra i lettori appartenenti al target YA,⁹ che cercano di essere quanto più oggettive possibile e andare oltre il gusto personale e lo stile del giovane esordiente, il quale spesso vuole trattare temi molto delicati sbagliando linguaggio e banalizzandoli.

Una nuova professione: il book influencer

L'abitudine acquisita dai lettori di aprirsi al confronto, soprattutto attraverso i social, ha favorito l'affermarsi della professione del book influencer.

Tale attività è nata e si è sviluppata soprattutto nella

community americana; infatti, la maggioranza delle tipologie di video più famose e riproposte in Italia riprende quelle più diffuse tra i book influencer anglofoni.

In ambito italiano si sono affermati *booktuber* o *content creator* come Ludodreamer, Mirko Smith, MissNerely (ai quali se ne aggiungono molti altri).¹⁰

All'interno dei canali gestiti dagli youtuber le recensioni bibliografiche diventano sempre più complesse: vere e proprie analisi critiche dei romanzi letti sviscerati al punto da farne emergere sia i punti di forza, sia gli aspetti più problematici, soprattutto nei casi in cui l'autore tratta tematiche delicate. Fra i contributi caricati sulla piattaforma realizzati dai *creator* si segnalano i *book haul* – video incentrati sul mostrare i libri acquistati o ricevuti dalle case editrici descrivendone le caratteristiche tecniche – e i *wrap up* – recensioni molto veloci dei libri letti. In alcuni casi, vengono stilate liste di lettura dell'anno o del mese chiamate TBR,¹¹ che riguardano sia i libri già pubblicati, sia quelli destinati a essere immessi sul mercato nell'arco dell'anno.

Poiché l'attività dei *creator* è ispirata ai video americani, in determinati periodi dell'anno ci sono trend che tutti seguono basandosi sui book tag: nel mese di giugno, per esempio, ci si concentra su romanzi a tema LGBTQIA+¹² si propone anche un secondo tag denominato *Mid year freak out* in cui si elencano le letture ultimate o future; mentre a dicembre normalmente viene lanciato l'*End of the year* book tag. Va anche segnalati i *reading vlog*, giornate dedicate alla lettura o agli eventi a essa dedicati come le fiere del libro.

I book influencer sono reclutati dalle case editrici per collaborazioni e pubblicizzazione delle nuove uscite. In Italia la possibilità di ricevere le cosiddette copie ARC¹³ di romanzi inediti è ancora poco diffusa rispetto all'A-

merica, ma ci sono case editrici, come la Trisk Edizioni, che danno questa possibilità ai propri collaboratori.

Social e influencer per giovani adulti in ambito editoriale

I social network, senza i quali la figura del book influencer non si sarebbe mai sviluppata, sono fondamentali anche per le case editrici, sia grandi che indipendenti, per intercettare sempre nuove fasce di pubblico.

Ogni piattaforma social ha uno stile differente per la pubblicizzazione dei contenuti: YouTube accetta video che possono variare di lunghezza e arrivare anche a durare un'ora – i *vlog*, per esempio, fanno vedere almeno ventiquattro ore della giornata della persona divisi tra lettura e altre attività; Tik Tok propone invece video che possono durare un massimo di tre minuti e sono basati sui trend del momento grazie ai quali presentare uno o più libri o personaggi di storie differenti;¹⁴ Instagram consente la pubblicazione di post con tag appositi come *#giftedby* o *#ad*, oppure la pubblicazione di storie e *reel* attraverso gli *Unboxing*.

Anche i blog vengono coinvolti nella pubblicità delle nuove uscite. Da una parte si hanno i cosiddetti *blog tour* a tappe che analizzano diversi aspetti del romanzo, dall'altra i *review party*, che si tengono durante eventi organizzati per facilitare la recensione di un libro senza tuttavia anticipare nulla sulla trama, fornendo però dettagli per incuriosire i futuri lettori.

Un altro modo social per fidelizzare i lettori è creare un canale Telegram dedicato, come nel caso della già citata Trisk Edizioni che, tramite la Trisk Rep Search, segnala ai suoi lettori la possibilità di entrare a far parte del proprio canale.

Infine, i gruppi di lettura vengono utilizzati da alcune case editrici in concomitanza di ogni nuova uscita per coinvolgere i book influencer nella pubblicità del volume.

Le fiere del libro dedicate ai giovani lettori

Una fiera dedicata ai libri per bambini e ragazzi in Italia è la Bologna Children's Book Fair, mentre, a livello internazionale, il più importante appuntamento del settore è la *Young Adult Convention* di Londra, che si svolge all'interno dell'Olympia Exhibitions Centre nell'ambito del London Film & Comic Con e permette ai giovani lettori di incontrare i propri autori favoriti per farsi autografare la copia del romanzo e intervistare brevemente l'autore. Nel medesimo centro fieristico londinese si tiene anche la *London Book Fair*, che offre un panorama editoriale più ampio pur mettendo a disposizione uno

stand incentrato sulla letteratura per bambini e ragazzi con convegni ai quali vengono invitati gli autori per dare consigli di scrittura creativa.¹⁵ In Italia, altre fiere del libro alle quali hanno preso parte alcuni booktuber per intervistare le autrici più in voga in quel momento sono state, per esempio, l'edizione del 2018 di *Più libri più liberi* a Roma con Laini Taylor, che era stata particolarmente apprezzata con le sue dilogie *Il sognatore* e ha potuto confrontarsi con molti dei booktuber citati nel secondo paragrafo.

L'edizione telematica dello YALC del 2021, tenutasi dal 6 all'8 agosto su YouTube, è stata suddivisa in panel tematici ai quali sono stati invitati vari autori. Fra i partecipanti va segnalata Alice Oseman, intervenuta per raccontare la sua esperienza di persona asessuale e aromantica¹⁶ alla base del suo romanzo *Loveless* (una sorta di autobiografia romanizzata funzionale per presentare questa categoria ancora marginalizzata e poco compresa all'interno della comunità LGBTQIA+). Il caso di Oseman pone in evidenza come punto fondamentale per ottenere un romanzo per ragazzi di successo sia quello di proporre una narrazione di contenuto che faccia sentire rappresentato qualsiasi lettore a prescindere dalla propria etnia, religione, orientamento sessuale, disabilità o caratteristica che lo rende parte di una categoria marginalizzata e stereotipata. Per raggiungere questo obiettivo, probabilmente il primo passo è proprio quello di lasciare spazio ad autori che fanno parte di queste categorie per superare determinate narrazioni in cui il personaggio è spesso solo una macchietta senza una vera caratterizzazione.¹⁷

NOTE

¹ Come si legge nel *Rapporto dello stato dell'editoria in Italia del 2020. Il consolidamento del mercato del libro e del digitale nel 2019*, dell'Ufficio Studi dell'Associazione Italiana Editori, su un campione di popolazione compreso tra i 15 e i 75 anni è stato rilevato un 65% di lettori che, soprattutto tra i giovani, ha modificato l'approccio alla lettura, preferendo un ebook o un audiolibro alla carta.

² Riscrittura di una storia amata da parte dei lettori che mira a dare una propria interpretazione di un dettaglio della storia non ancora analizzato dall'autore oppure su personaggi secondari non sviluppati. Tra i fan di Harry Potter sono molto diffuse fan fiction sui *Malandrini*, ovvero la generazione dei genitori del giovane mago, o sulla *Next Generation*, ovvero i figli di Harry, Ron, Hermione e Draco.

³ In questo si cita l'analisi di Simona Tirocchi contenuta in *Teens, Media and collaborative cultures. Exploiting teens' transmedia skills in the classroom* riguardo ai molti di punti di forza della piattaforma: il primo è l'importanza dello storytelling e

la reinvenzione delle storie più famose anche inserendosi al suo interno come personaggio, la prospettiva transmediale quindi la collaborazione tra Wattpad, le case editrici e le case cinematografiche o le piattaforme streaming come Netflix e, in ultimo, dimensione globale e la visione del marketing derivato dalla possibilità di tradurre le storie in più lingue.

⁴ Henry Jenkins, Henry Jenkins, *The revenge of the origami unicorn: seven principles of transmedia storytelling*, dal suo blog "The confessions of an Aca Fan", 12 dicembre 2009.

⁵ Fandom deriva dall'unione del termine inglese Kigdom (regno), e fan, e prende il nome della saga dal quale è ripreso l'universo magico nel quale è ambientata la storia. Ad esempio, *Grishaverse* per la trilogia *Tenebre e ossa* e la dilogia *Sei di corvi* della scrittrice Leigh Bardugo, in cui i *Grisha* sono maghi che controllano vari tipi di magia basata sugli elementi naturali, l'alchimia e la manipolazione delle caratteristiche fisionomiche o, addirittura, delle funzioni vitali del loro avversario come il battito del cuore.

⁶ Riprendendo l'esempio della saga di Harry Potter, una delle coppie più famose è la *Dramione*, composta da Draco Malfoy e Hermione Granger. Tale coppia, seguendo gli avvenimenti canonici della saga, sarebbe irrealizzabile perché Draco è un ragazzo cresciuto con ideali razzisti verso chi, come Hermione, proviene da una famiglia di Babbani o ha sangue misto. Di conseguenza, per poter rendere credibile e non tossica la storia d'amore tra questi due personaggi, il carattere di Draco viene rielaborato per non farlo essere più il bullo che è nei suoi confronti, ma un ragazzo più amichevole e aperto.

⁷ Sono molto diffuse tra i fan di manga come *L'attacco dei giganti* di Hajime Isayama o *My Hero Academia* di Kohei Horikoshi. Il personaggio femminile è considerato un *original character* proprio perché non è parte dell'opera originale ma aggiunto da chi ha scritto la storia.

⁸ Ragazzo misterioso dal passato tormentato che si innamora della brava ragazza, spesso ingenua e di buon cuore, diventan-

do violento, geloso e possessivo con chiunque le si avvicina.

⁹ Acronimo di Young Adult, target editoriale che racchiude i lettori nella fascia di età 13-19.

¹⁰ Qui il canale di Ludodreamer come esempio: <https://www.youtube.com/c/Ludodreamer>.

¹¹ Acronimo di *to be read*.

¹² Giugno è denominato *pride month* per i Moti di Stonewall del 1969, fondamentali per la storia della Comunità LGBTQIA+.

¹³ Acronimo di *Advanced Reading Arc*, copie omaggio di archi narrativi, ovvero primi capitoli di quel romanzo per una serie di impressioni "a caldo" per capire quanto successo risconterà la nuova uscita.

¹⁴ Per esempio, seguendo il testo di una canzone, si possono far scorrere diverse *fan art* dei personaggi o delle coppie dei propri romanzi preferiti per mostrarli e farli conoscere.

¹⁵ Sarah Clare, che ha partecipato alla fiera nel 2015, ha raccontato sul blog "Hodderscape" la sua esperienza di spettatrice al panel *Writing Fantasy and Horror for Young Adults*, che era incentrato su come raccontare la magia nera ai ragazzi attraverso i consigli di vari autori.

¹⁶ La A nella sigla LGBTQIA+ che indica l'orientamento sessuale di chi prova poco o nessun desiderio sessuale verso entrambi i generi (asessuale) o non si innamora mai e preferisce un altro tipo di legame affettivo con le altre persone, come l'amicizia (aromantico). Nel gergo della comunità vengono chiamati *aroace* perché rappresentati dalla carta dell'asso di picche (asessuali) e da quello di cuori (aromantici).

¹⁷ Dal 2014 esiste un hashtag dedicato a questo chiamato *We need more diversity books* per sollecitare le case editrici a dare voce agli autori emergenti delle categorie marginalizzate come BIPOC, ovvero Black Indigenous People Of Color, le varie etichette della comunità LGBTQIA+, le disabilità e la neurodivergenza. Da questo tag è nato un sito con lo stesso nome dove si reclutano emergenti che vogliono rappresentare la loro categoria al meglio.

ABSTRACT

In these late years, young adults' reading attitude has been changed by the development of Internet. Websites like EFP Fanfiction and Wattpad help new generation of readers and writers to create their own communities of people with the same taste in reading – romance, fantasy, historical fiction and other genres – who comment every story they publish. On Wattpad, every paragraph of the story can be commented by the user in two ways: suggestions to the writer or ironic dialogues with character's choices during the chapter. Young debut writers use Wattpad as a springboard by participating to the platform's writers contest named Wattys every year, this contest helps them gaining views and to be noticed by publishing houses. Publishing houses communicate with readers through social media and collaborations, in Italy the most important case is Oscar Vault by Mondadori for new fantasy releases. Collaborations are means for a modern profession: Bookinfluencing. Young readers present books they receive in videos, post or stories on Instagram, Tik Tok and YouTube.