



Politica Culturale · 03 Aprile 2026

# Modesta proposta: voglio la poesia in tivù



## Primo alfabeto stellare

*“Nei poeti che galleggiano come ninfee sopra i seni dell’ora vitrea, nei cieli che nessuno vede muoversi, tifoni senza tumulto si annidano per una felicità primordiale”*

Francis Thompson



di **Alessandro Agostinelli**

**La Biblioteca impossibile**  
I libri di Pangea li trovi soltanto qui



### Primo alfabeto stellare

Francis Thompson



VEDI TUTTI



Crescono i lettori negli ultimi anni, anche se in confronto ad altre popolazioni europee siamo sempre in posizione scarsa. Nel 2022 l'81% degli svizzeri aveva letto un libro all'anno, mentre gli italiani si fermavano al 35%, solo davanti a Cipro e Romania. La media europea si attestava al 54%. Nel 2025 il 76% degli italiani tra i 15 e i 74 anni, quasi 34 milioni, ha letto (o ascoltato) un libro, almeno in parte. È un numero in aumento del 4% rispetto al 2024. Ma nel 2024 l'editoria italiana di varia ha chiuso in calo dello 0,9%, con vendite complessive di 14,6 milioni in meno dell'anno precedente (come sottolinea un'indagine presentata all'ultimo Salone del Libro di Torino del 2025).

Il problema è che si vendono sempre meno libri. E quando qualcosa che dovrebbe interessare tutti non funziona, in un Paese normale il governo cerca dei rimedi, gli istituti della formazione avanzano delle proposte programmatiche, gli operatori del settore propongono nuovi modi di attrarre persone e interessi. In Italia invece ce ne freghiamo: sembra che nessuno sia particolarmente interessato ai libri.

Francis Thompson



### Primo alfabeto stellare

\*

#### Mercato del libro e mercato del disco

Negli ultimi quindici anni è crollato il mercato del disco e del cd. Quasi la totalità della musica è passata dal supporto fisico alle piattaforme. Eppure oggi la musica è più viva che mai, e ha trovato nelle piattaforme lo spazio commerciale, mentre utilizza i mezzi vecchi (radio e tv soprattutto) come super promozione.

Secondo recenti dati il fatturato complessivo del mercato discografico italiano è in forte crescita e si è attestato nel 2025 a 513,4 milioni di euro. Nello stesso periodo il fatturato complessivo del mercato editoriale e del libro (che in compenso è calato di -2,4%) è stato di 1.128,8 milioni di euro. Stiamo dunque parlando di oltre il doppio di forza economica da parte del mercato del libro. Eppure la presenza sui media generalisti è sfacciatamente a favore del mercato discografico.

\*

#### TG1 trap

Prendiamo, a solo titolo di esempio, il telegiornale più visto in Italia, il TG1. Ne sono un fruitore quotidiano. Perciò sono informatissimo su Sanremo anche quando non c'è ancora il festival e pure dopo che è finito. Sanremo e la musicchetta pop o trap o rap hanno invaso ormai anche il telegiornale degli anziani conservatori. Ogni giorno c'è almeno un servizio su un concerto, una tournée, una nuova canzone, un'intervista sui problemi psicologici di un cantante.

Non ho mai sentito un servizio su un poeta, ma solo canzonette. Non quelle dignitose di qualche sapiente artigiano musicale, no! Quelle con suoni tutti uguali, melodie banali, e con le voci "a strascico" che provano a ispirarsi alla trap senza esagerare, per essere "potabili" un po' per tutti. Dei prodottini di pseudo-musica promossa con una costanza e una diffusione che ha dell'incredibile.

Guardando il TG1 ci si può imbattere, almeno due volte a settimana, in qualche intervista a un cantante che parla di sé come fosse un filosofo interprete di chissà quale valore da comunicare. Gente che vede soltanto il proprio ombelico o rilascia dichiarazioni nostalgiche sul mondo attuale, cattivo e senza cuore...

Se un alieno piombasse in Italia e guardasse il TG1 penserebbe che una delle cose che occupa maggiormente la vita di un italiano è la musica pop o rap. E che la città più famosa e importante della nazione — la capitale italiana potremmo dire — è Sanremo.

\*

#### Giovani inattivi e industria libraria

I docenti delle scuole sono i peggio pagati in Europa; i teatri sono sempre meno frequentati e anche i cinema non se la passano benissimo. Cos'è che va bene? Le piattaforme musicali e Sanremo.

Almeno per ottanta giorni all'anno il TG1 parla di Sanremo. Se qualcuno di questi ottanta giorni fosse regalato alla poesia sarebbe già interessante.

Del resto viviamo in un Paese in cui 1,4 milioni di giovani, tra i 15 e i 29 anni non sono occupati e non studiano e non fanno manco un percorso formativo professionale. Secondo dati 2025 questi giovani inattivi costano allo Stato (cioè a noi) 24,5 miliardi di euro. E certo non tutti possono diventare cantanti. Ovvio che non servirà a molto nemmeno leggere un poeta contemporaneo o uno scrittore di racconti. Resta il fatto che se l'industria libraria economicamente vale ancora il doppio di quella discografica, qualcosa questa vecchia industria di cariatidi dovrebbe pur inventarsi per rendere più disponibili le storie raccontate in poesia o in narrativa.

\*

#### Poesia al TG1

Riguardo invece alla promozione sarebbe auspicabile che, almeno due volte al mese, il TG1 potesse dedicare un bel servizio alla poesia nazionale. Non servirebbe invitare gli autori amici degli amici. Basterebbe fare come si fa con le case discografiche: individuare una quindicina di editori di poesia (sappiamo bene chi sono quelli che hanno collane longeve e dense di ottime proposte) e ogni volta farsi mandare nello studio televisivo un loro autore da presentare. La mia è una modesta proposta che potrebbe qualificare e diffondere maggiormente la lettura e tutto il mercato librario italiano.

#### Alessandro Agostinelli

\*In copertina: Pier Paolo Pasolini intervistato nella trasmissione "Settimo giorno", 1974

## Un articolo su

#Alessandro Agostinelli

#Cultura

#Poesia

#televisione