

Piero Babudro

MANUALE DI SCRITTURA DIGITALE CREATIVA E CONSAPEVOLE

UN NUOVO METODO PER MIGLIORARE I TUOI CONTENUTI
SU WEB E SOCIAL



Prefazione di *Matteo Bianconi*



SCRIVI IN MODO EFFICACE PER TESSERE RETI, IMMAGINARE MONDI, COSTRUIRE RELAZIONI



CAMBIARE CAPPELLO SIGNIFICA CAMBIARE IDEE, AVERE UN'ALTRA VISIONE DEL MONDO.

C.G. Jung

A Velia

Per l'aiuto, la pazienza ma, soprattutto,
perché assieme scriviamo pagine bellissime,
fatte di parole che vanno al di là delle parole.

*«Ci si avvezza tanto alla tua presenza
che si resta chini sui libri
quando le immagini si fanno belle
nel blu della tua ombra,
perché risuoni in ogni cosa
a volte forte e a volte piano».*

R.M. Rilke

Dario Flaccovio Editore

PIETRO BABUDRO
MANUALE DI SCRITTURA DIGITALE CREATIVA E CONSAPEVOLE

ISBN 978-88-579-0611-9

© 2016 by Dario Flaccovio Editore s.r.l. per l'edizione italiana

siti: darioflaccovio.it
webintesta.it

blog: altreletturedarioflaccovio.it
magazine.darioflaccovio.it

Prima edizione: ottobre 2016



webintesta.it

Nomi e marchi citati sono generalmente depositati o registrati dalle rispettive case produttrici. L'editore dichiara la propria disponibilità ad adempiere agli obblighi di legge nei confronti degli aventi diritto sulle opere riprodotte. La fotocopiatura dei libri è un reato. Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata dall'editore.

Collaboratori

Daniilo Di Capua

> PAG 219

Netnografo classe 1981, lavora a Bologna nell'ambito digital da quando Twitter era solo un progetto sul block notes di Jack Dorsey. Ha conseguito il Dottorato in Sociologia della Comunicazione grazie ad una tesi presso la University of California di Berkeley su prosumerismo e citizen journalism. Se hai un blog, probabilmente lo ha letto.

Davide Ferrari

> PAG 167

Attore, regista, autore. Estende l'esperienza artistica a contesti sociali e professionali come veicolo per migliorare e stimolare la comunicazione e la creatività. Si occupa di teatro, scrittura creativa, poesia e formazione presso enti privati e pubblici. Tra le sue pubblicazioni il poemetto Eppure c'è una meta per quel fiato di universo (Subway 2014) – testo vincitore per l'Italia del concorso internazionale Pop Science Poetry organizzato dal CERN di Ginevra e tradotto in 4 lingue – e la silloge poetica Dei pensieri la condensa (Manni 2015) con prefazione di Franco Loi.

Luigi Mastandrea

> PAG 193

Classe 1980, vive a Bologna, dove si è laureato in Filosofia e diplomato in Musica elettronica e Organo. La sua attività musicale comprende installazioni audio, produzione di musica elettronica, design sonoro audiovisivi. È stato promotore di numerose iniziative di divulgazione della musica elettronica in Italia. Associa alla passione per la musica l'attività di social media manager freelance per brand di livello nazionale e internazionale. Come formatore, è stato docente presso lo IED di Milano.

Marina Pierri

> PAG 197

Si occupa di cultura pop. Scrive tutti i giorni su Wired e lavora per lo IED, per cui ha creato un corso serale di Content Management e un Corso di Formazione Avanzata per diventare Digital Editor. Scrive per il mondo online da più di dieci anni, anche se ha collaborato con riviste cartacee come Rolling Stone, Vogue e Grazia.

Massimiliano Pistonesi

PAG 111

Nato a Roma nel 1974, Dottore di Ricerca in Comunicazione Tecnologie Società. Si occupa di critica cinematografica e letteraria, svolge consulenza presso case editrici e produzione cinematografiche e televisive per le quali ha sviluppato e scritto soggetti e serie tv. Si occupa anche di formazione nel campo della comunicazione e dei nuovi media.

Erica Re

PAG 99

Di sé, dice che è un giocoliere. Ma le acrobazie, lei, le fa con le parole. Giornalista (anche) di cinema (da anni), copy-writer (da parecchio) e insegnante di giornalismo e scrittura (da quanto basta) all'università, non ha ancora smesso di commuoversi davanti a una pagina scritta. O a un'immagine in movimento.

Elisabetta Sala

> PAG 59

Dal 2007 lavora come account presso Y&R Italia, gestendo progetti di comunicazione integrata per diversi clienti nazionali e internazionali. Parte della redazione di Brandforum e autore di vari saggi sul tema della brand communication, collabora come docente con Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, AL-TIS, IED e Domus Academy.

Indice

<i>Prefazione</i>	»	11
<i>Introduzione</i>	»	13
1. Significato e importanza della scrittura	»	15
1.1. L'atto dello scrivere	»	20
1.2. Il potere delle storie.....	»	24
1.3. Il significato dello scrivere.....	»	28
2. La scrittura e la parola	»	31
3. L'autore e il lettore	»	45
3.1. L'autore	»	45
3.2. Il lettore.....	»	52
4. Il testo	»	69
4.1. La duplice natura segnica.....	»	60
4.2. Il testo come istanza comunicativa	»	62
4.3. Il tempo del dialogo	»	63
4.4. Nuove costruzioni di senso.....	»	65
4.5. Conclusione	»	67

5. Il personaggio	» 69
6. La notizia	» 85
6.1. I livelli di analisi.....	» 86
6.2. Come trovare una buona notizia?	» 95
6.3. Conclusioni	» 97
7. Il cinema: parole in movimento	» 99
7.1. Un rapporto di mutuo soccorso.....	» 101
7.2. Ciak, azione... si scrive!.....	» 109
8. La struttura drammatica della sceneggiatura	» 113
8.1. Le parti della sceneggiatura	» 115
8.2. Cos'è il conflitto drammatico	» 119
9. La scrittura seriale audiovisiva	» 123
9.1. Farsi venire un'idea	» 127
9.2. Un'idea, tante idee	» 128
9.3. Una struttura da ripetere, basta che non si veda	» 131
9.4. Un caso particolare: How I Met Your Mother	» 133
9.5. La "Bibbia"	» 135
10. La struttura di un testo online	» 141
10.1. La piramide rovesciata.....	» 147
10.2. La suddivisione interna di spazi e contenuti	» 150
10.2.1. Attacco.....	» 152
10.2.2. Spalla.....	» 159
10.2.3. Corpo centrale.....	» 162
10.2.4. Chiusura	» 164
10.3. La struttura del testo online e le tre fasi della scrittura...	» 166
11. Scrivo dunque s(u)ono	» 171
11.1. Un passo indietro	» 173
11.2. Parola di scienziato	» 175
11.3. Scrivere: perché? Per chi?	» 177
11.4. Una lettera, per cominciare	» 180
11.5. Parole, parole, parole	» 183

11.6. Prontuario: le parole non sono tutte uguali	» 187
11.7. Le frasi: tutta un'altra musica	» 188
11.8. Incarnare le parole.....	» 190
11.9. L'emozione non ha voce?	» 192
11.10. Mi viene naturale	» 195
12. Cosa può dire una musica.....	» 197
13. Addomesticare la Rete: un esercizio di consapevolezza....	» 201
13.1. Un esercizio di consapevolezza: la scrittura per la Rete	» 205
14. Scrittura digitale e scrittura consapevole	» 209
15. Web Tribe e scrittura: come la netnografia ha riavvicinato i brand ai propri fan.....	» 223
15.1. Identità 2.0 e tribù digitali.....	» 225
15.2. Etnografia digitale.....	» 227
15.3. Netnografia e mercato.....	» 233
15.4. Decalogo netnografico.....	» 236
<i>Conclusioni</i>	» 239
<i>Ringraziamenti</i>	» 243
<i>Bibliografia</i>	» 245

Prefazione

Questo non è un libro. Ora hai due scelte: o continui a leggere cercando di capire cosa c'è dietro a un'affermazione così forte oppure chiudi qui, rimanendo con il dubbio che ti abbia preso in giro.

Questo non è un libro. Se solo le parole non avessero un peso.

Ma se hai proseguito la lettura significa che per te lo hanno certamente.

Questo non è un libro. Ma è ciò che tu vorrai che sia, all'autore piacendo.

Stiamo parlando di un viaggio iniziato parecchio tempo fa, quando ancora i computer non esistevano. E tra velocità, momenti e ragionamenti siamo arrivati a oggi, quando web e dispositivi mobili hanno spostato verso il digitale gli equilibri della comunicazione.

Internet ha allargato tutti gli accessi che abbiamo a disposizione, dandoci più possibilità di comunicare, ricevere e trasmettere messaggi, scrivere. Ha di fatto aumentato la complessità del mondo in cui viviamo, regalandoci allo stesso tempo la semplicità di accesso: una sorta di ossimoro che ci ha condotto a una violenta proliferazione di contenuti, soprattutto online.

L'informazione è alla portata di tutti, così come il desiderio – che a volte diventa un diritto impellente – di scrivere qualsiasi opinione. Il risultato finale può però essere disastroso, perché la voracità degli utenti a caccia di notizie ed emozioni ha dato luogo a una falsa democrazia, dove la libera interpretazione vince a scapito della qualità dei messaggi stessi. Assistiamo oggi a un calo complessivo della virtù della parola scritta, l'unico vero *trait d'union* tra il mondo moderno/digitale e quello antico/analogico: così come la cultura, anche i siti e le applicazioni del tuo smartphone sono il frutto di un codice scritto e tramandato.

A contrasto di questo fenomeno si parla molto di Content Marketing e Storytelling, in una prospettiva strettamente legata alle performance aziendali. Tra gli esperti di settore si sente sempre più affermare il bisogno di narrazione: gli utenti, i consumatori, i “fan” hanno necessità di provare empatia attraverso storie, ritrovando in questo modo la fiducia verso un modello consumistico sempre più “responsabile”, ma difficilmente decifrabile. E così anche chi scrive per passione o lavoro si ritrova a fare i conti con complessità e semplicità, smarrendosi, senza gli strumenti di uno dei mestieri più belli del mondo.

Questa è la direzione di ciò che hai per le mani: ricostruire un percorso attorno ai contenuti scritti, raccogliendo tutta l'esperienza dell'autore attraverso giornalismo, comunicazione, storytelling e scrittura creativa. Ma anche un metodo, quello di Piero Babudro, svelato attraverso anni di collaborazioni con alcune tra le principali aziende italiane e università. È un modo per riannodare i fili di una professione, quella di chi fa informazione e contenuto, proponendone un'analisi originale e trasversale.

Questo non è un libro. Ma un viaggio ricco di sfumature utile ai comunicatori, alle aziende che vogliono arricchire la loro comunicazione digitale, ai professionisti che hanno bisogno di uno sguardo d'insieme. E a chi ha scelto di continuare a leggere, perché le parole hanno sempre un peso, anche in un abbraccio digitale, recuperando l'amore per la scrittura e la creatività.

Matteo Bianconi

Introduzione

Un giorno ho sentito l'esigenza di fare il punto. Di sintetizzare dieci anni di lavoro tra segni, parole, *lead*, didascalie, obiettivi di comunicazione e un destinatario a cui ho parlato di sport, tecnologie, nuovi media e nei confronti del quale ho dovuto impegnarmi a fondo per soddisfarlo, garantendogli le informazioni di cui aveva bisogno in quel preciso momento, nel formato più adatto al contesto.

Dieci anni trascorsi a fianco di quotidiani, agenzie, aziende, università e biblioteche. Dalla carta ai byte, dalla radio alla televisione. Ogni volta con parole diverse eppure con la stessa missione. Ho scritto tanto, meno di quello che avrei voluto (ma è sempre così), e ho fatto scrivere. Ho discusso con i miei colleghi piani editoriali e di comunicazione e ho contribuito a far coltivare il piacere della scrittura creativa durante una serie innumerevole di corsi.

Ho scoperto che non c'è differenza tra l'insegnare e l'imparare: sei capace a fare una cosa solo se sai aprirti al dialogo, alla critica, al confronto, e quindi a fare l'altra. Allo stesso tempo, questi piccoli grandi mondi che ho avuto la gioia e il privilegio di affrontare mi hanno fatto capire la necessità di una serie di vasi comunicanti che li unissero.

L'idea di questo libro nasce nel momento in cui ho realizzato un forte senso di incompletezza: spesso tendiamo a non riunire le diverse discipline, pur perseguendo tutti l'idea comune di una comunicazione globale, complessiva, che sa trascendere formati, pratiche e pubblici. Eppure non sempre è così. Un comunicato stampa, un articolo, un post, uno status update sono tutti elementi di una grande famiglia: pur richiedendo regole specifiche dovute a canale, obiettivi e contesto, dall'altro ne seguono di comuni.

Da qui la necessità di un metodo ibrido, che sappia fare sue le buone norme e il rigore del giornalismo, ma anche la velocità, il ritmo e l'immediatezza dello scrivere per il digitale.

Negli anni ho elaborato una mia "cassetta degli attrezzi", che pesca a piene mani anche in quegli ambiti fondamentali, a parer mio, per chi scrive: il cinema, la radio, la televisione. E – perché no? – la poesia. Ora provo a mettere su carta questa cassetta degli attrezzi, la stessa che sperimento ogni giorno quando scrivo o insegno a studenti e professionisti della comunicazione.

Non ho la pretesa di scrivere un libro esaustivo, ma spero tu possa trovare nelle prossime pagine tutti gli spunti che ritieni utili per la tua professione di comunicatore o per coltivare al meglio la tua passione per la scrittura. Che sia creativa o meno, che si rivolga a un grande pubblico o solo a te stesso, che sia coltivata per piacere o per professione, è comunque una parte importante di te, che merita tutta l'attenzione del caso, unita a uno sguardo ampio. Se vogliamo, obliquo. Come dico spesso a colleghi e studenti, scrivere è "un atto infinitesimale". Proprio per questo, insostituibile. Meglio, quindi, saperlo guardare con occhi diversi.

1. Significato e importanza della scrittura

“C’era una volta una tigre che stava andando al mercato a trovare i suoi amici. E poi...”.

Poi il racconto continuava, ma non ti so dire come. È passato molto tempo, più di 30 anni, per cui gli altri dettagli sono andati perduti. Tuttavia, con un po’ di intuito, è possibile ipotizzare quali eventi sono seguiti all’incipit di questa fiaba improvvisata. La tigre avrà raggiunto il mercato cittadino, molto probabilmente portando con sé la sporta rossa dove era solita riporre la spesa. Avrà incontrato i suoi amici e scambiato quattro chiacchiere, trascorrendo con loro alcuni momenti lieti che, oltre a riempire la dispensa, avevano l’indubitabile pregio di concederle un divertente fuori programma, spezzando una mattinata altrimenti dedicata alle faccende di casa e a quel complesso reticolo di attività che oggi probabilmente chiameremmo la vita di ogni giorno.

Però, come dicevo poc’anzi, di tutto questo non c’è che un vaghissimo ricordo accompagnato da mille congetture e, ti confesso, non poca curiosità. Sì, perché c’è una scena in particolare che racchiude questo piccolo mondo assieme alla tigre, protagonista seriale di storielle che

facciamo bene, per carità, altrimenti vivremmo sempre immersi in mille domande, facendo cose da pazzi tipo chiederci quale sarà il movimento nello spazio-tempo della lancetta dell'orologio che, dopo aver segnato le ore 11, 15 minuti e 23 secondi, sta per segnare le ore 11, 15 minuti e 24 secondi. Bene, se invece vogliamo fare un passo avanti e approfondire il tema della scrittura creativa, dobbiamo partire dai tre elementi citati poche righe fa e analizzarne alcuni aspetti che molti di noi (me compreso, per la maggior parte del tempo) danno per scontati, ma che sono essenziali per viverli al massimo l'esperienza dello scrivere. Partiamo dall'atto stesso, con la pretesa di rivellarne alcuni aspetti che pochi, eccezion fatta per gli addetti ai lavori più o meno navigati, conoscono.

1.1. L'atto dello scrivere

Lo sapevi che si scrive due volte? E che la prima stesura di un testo inizia ancor prima di aver impugnato penna o tastiera? Probabilmente sì, se non altro perché tutti prima o poi siamo passati dalla realizzazione della scaletta dei contenuti, atto imprescindibile che annunciava l'imminente stesura del tema o della relazione. Bene, questo è un argomento di cui tratterò ampiamente nel corso del volume, ma non ora.

Facciamo un passo indietro e partiamo dal presupposto che ogni cosa prima di essere realizzata, va pensata. Giusto? Bene, durante i miei corsi propongo spesso ai miei interlocutori la seguente divisione: l'atto dello scrivere si divide in *prassi* e in *atteggiamento*. Con prassi possiamo definire tutte le azioni che vanno dall'ideazione del contenuto alla sua stesura definitiva. Se invece parliamo di atteggiamento, intendiamo un modo di disporsi o di presentarsi, che a sua volta è riflesso del proprio stato d'animo e che presiede sempre a un certo comportamento. Modo di disporsi, abbiamo detto, che è anche modo di disporre le cose attorno a noi, con il pensiero e nella realtà. Dico questo perché è impensabile, deleterio e oserei definire suicida affrontare il proprio compito e la pagina bianca pensando a cose come:

CASO 1

"Devo scrivere un tema che nessuno leggerà, a parte quell'antipatica della mia prof. Per giunta mi tocca parlare di un argomento che mi fa schifo."

CASO 2

“Devo concludere una relazione che di sicuro non andrà bene al mio capo, noto rompiscatole pignolo. Per giunta me l’ha chiesta oggi per domani. Ho poco tempo e zero voglia.”

CASO 3

“Piuttosto che scrivere questo post per il blog del cliente XY sparirei dalla faccia della Terra. Ma chi me lo fa fare?”

Ovviamente le mie sono frasi volutamente esagerate, ma quante volte hai affrontato un compito partendo da uno stato d’animo negativo o svogliato? Tante o poche che siano, ti posso garantire che capita a tutti in ogni momento della vita professionale.

Bene, queste immagini vanno vissute per quello che sono. Immagini. C’è una parte di te che sta rifiutando il compito assegnato perché ritiene di aver di meglio da fare in quel momento. Ma spesso non è così. Oppure, l’immagine che abbiamo di noi stessi – da alcuni definita Ego – ci impedisce di affrontare con la giusta serenità il compito perché non ci riteniamo alla sua portata oppure scriverne per noi rappresenta un’offesa alla nostra intelligenza.

Sempre per esperienza, ti posso dire che situazioni di questo tipo capitano spesso: le situazioni che potrei descrivere sono moltissime. Dal giornalista e critico di cinema che non ha voglia di recensire l’ultimo cinepanettone ultraleggero, allo studente o al professionista che di fronte all’esercizio proposto in occasione di un corso tenuto da me ripete: “Mezz’ora? Non ce la farò mai!”.

Qualsiasi sia la situazione in cui ti trovi adesso, eliminare ogni tipo di atteggiamento negativo nei confronti della scrittura di un contenuto ti permetterà di ridurre gli attriti che si potranno presentare durante la realizzazione. Non solo, ridurrai significativamente la possibilità di produrre un testo negativo e svogliato, guarda caso identico al tuo stato d’animo, e di conseguenza fartelo correggere e ricorreggere dalla persona che, all’interno della data situazione, ricopre il ruolo di chi ti deve dare un responso.

Pertanto, se parliamo di atteggiamento giusto con cui affrontare la scrittura, consiglio di ascoltare i pensieri negativi o svogliati che si affacciano

alla mente e di far finta che si tratti di frequenze radio su cui, sintonizzando l'apparecchio, ci siamo imbattuti per sbaglio. Poi, una volta fatto silenzio e capito che si tratta solo di interferenze, "ribaltarle" a nostro vantaggio. Mi spiego meglio: fosse per me, consiglierei alle tre persone che ho preso in esame poco fa di capovolgere i pensieri come segue:

CASO 1

"La prof è una persona come tutte le altre. Non è antipatica e non ce l'ha con me. Io la conosco bene, pertanto ho scritto un tema che le è piaciuto. Mi sono documentato, ho steso la scaletta dei contenuti e ho argomentato in modo credibile. Semplice e senza fronzoli: per questo motivo alla prof il mio tema è piaciuto."

CASO 2

"Il capo è una persona come tutte le altre. Non è pignolo e, soprattutto, non ha motivo di esserlo con me, specie dopo che gli ho scritto questa relazione. Ho avuto poco tempo a disposizione, questo è vero, ma lui mi ha affidato questo compito proprio perché sa che sono capace di ottimizzare i tempi. E infatti anche in questo caso ha avuto ragione: mi sono documentato, ho gestito bene il tempo a disposizione dividendo il compito in tante micro-attività e ora il capo se ne sta in ufficio a leggere soddisfatto la mia relazione."

CASO 3

"Bene, ci sono io e c'è il blog del cliente, che curo sempre con passione. L'argomento non è noioso o divertente di per sé. È quello che deve essere. Forse non sarà dei migliori, ma grazie all'intuito e all'impegno sono riuscito a trovare una chiave di lettura che è piaciuta al cliente e ha divertito i lettori."

Avrai certamente notato una cosa: i tempi verbali di queste tre frasi. Sto parlando di un compito che devo ancora svolgere (il tema, la relazione, il post per il blog del cliente XY) come se lo avessi già svolto, e per giunta con un certo successo.

Esatto, non è un refuso, ma il primo indizio che mi piace condividere con chi frequenta i miei corsi e ora con te. Elimina i pensieri negativi e in generale tutto ciò che ti rende svogliato, ti allontana dal tuo compito o ti

instilla la paura di un possibile insuccesso, e per farlo immagina la situazione come se fosse già svolta. Hai scritto un buon tema, hai prodotto una buona relazione nonostante il poco tempo, hai scritto un post divertente che è piaciuto a cliente e lettori.

Immagina di averlo già fatto e credici. Fai che questa istantanea (la professoressa contenta, il capo soddisfatto, il cliente divertito e il lettore contento) diventi, anche se solo per pochi secondi, parte del tuo pensiero. Probabilmente ti suonerà strano quello che ti sto per dire, ma creare istantanee di questo tipo è fondamentale per intraprendere ogni processo di scrittura.

C'è chi sostiene che ognuno di noi sia destinato a diventare ciò che pensa. Sono assolutamente d'accordo con questo principio e, nel mio piccolo, mi sono permesso di modificarlo a beneficio dei miei interlocutori e, prima ancora, mio. Ognuno di noi diventa ciò che pensa, e poi lo scrive. E chi legge se ne accorge, perché portato intuitivamente a "vibrare" sulla stessa frequenza.

Io la chiamo *Regola dell'osmosi* e l'ho desunta dall'esperienza personale. Siamo in grado di trasferire qualcosa, forse molto, in ciò che scriviamo, come quando durante il processo osmotico una sostanza passa attraverso una membrana. La membrana è il foglio di carta (o lo schermo), ma la sostanza sono i nostri pensieri e gli stereotipi mentali che tendiamo a produrre nella nostra testa e a riprodurre nei testi su cui lavoriamo.

Stai pensando a quanto sia noioso scrivere per quell'antipatica della professoressa? Scriverai cose in grado di risvegliare l'antipatia e, quasi sicuramente, stuzzicherai nella tua professoressa una sensazione non meglio definita, che probabilmente non si tradurrà in un atteggiamento benevolo e, infine, in un voto positivo.

Stai pensando che il tuo capo è un pignolo a cui non va mai bene niente? Ti posso assicurare che sarà così: lui leggerà la relazione e inconsciamente sentirà spuntare da qualche parte una compulsione alla pignoleria che non gioverà ai tuoi fini pratici.

Stai pensando a quanto sia barboso scrivere di un certo argomento? Bene, stai travasando la tua noia nelle tue parole. Chi le leggerà avvertirà questa sensazione indefinita spuntare da un punto non meglio precisato della coscienza; il resto lo puoi immaginare.

Ho fatto questi tre esempi perché l'atteggiamento con cui si affronta la produzione di un contenuto scritto è fondamentale per la buona riuscita del contenuto stesso. In senso più ampio, puoi utilizzare la *Regola dell'osmosi* su scala più ampia, ma ai fini pratici di questo libro ti basterà metterla in pratica nel momento in cui ti accingi a scrivere. Dirò di più: nel capitolo dedicato alla scrittura come atto introspettivo, ti proporrò una serie di esercizi volti a conoscere meglio alcune emozioni che spero ti risultino utili per utilizzare la scrittura come lente d'ingrandimento rivolta verso te stesso. Per il momento ti basti sapere che si inizia a scrivere molto prima di iniziare a scrivere, e che l'atteggiamento o il paesaggio emotivo con cui ci accingiamo a svolgere il nostro compito creativo è cruciale. È bene quindi, ancora prima di iniziare a pensare a cosa dobbiamo scrivere, crearsi delle immagini che ci rappresentano il "successo" o la situazione positiva derivante dall'aver eseguito il nostro compito. Provaci, funziona.

1.2. Il potere delle storie

Una storia va sempre vista e vissuta come un viaggio. Per quanto piccola sia, rappresenta pur sempre la possibilità di immaginare un'altrimenti, un'alternativa a quanto già conosciamo. È così quando affrontiamo un testo di qualsiasi lunghezza, dal post di poche righe al romanzo: creare una storia, che da un certo punto di vista rappresenta il contenuto del messaggio, consiste nell'immaginare per primi il viaggio da far compiere al destinatario. È dunque molto importante che di questo viaggio si colgano gli aspetti più importanti, quelli in grado di far appassionare chi legge e, in alcuni casi, immedesimarsi in quanto raccontato.

È stato così, anche se per la breve durata di poche righe, quando hai letto della tigre che andava al mercato, e sarà così ogni volta che proporrai una storia.

Nel primo caso, in qualità di lettore, hai immaginato alcuni particolari della tigre che si reca al mercato; nel secondo, in qualità di autore, dovrai far sì che la tua storia permetta di immaginare quelli che la rendono più vera. Non sto dicendo reale, sto dicendo vera: anche se si parla di una creatura fiabesca o fantastica, il potere delle storie è sempre lo stesso. Permetterci di vedere con gli occhi dell'immaginazione un mondo che prima non conoscevamo. Proprio per questo motivo, è molto impor-

tante che l'autore renda visibile questo mondo, immaginandolo per primo. Il modo migliore per farlo, anch'esso oggetto di svariati esercizi che propongo durante i miei corsi, è lasciare che il contenuto si sviluppi da un punto di vista strettamente visivo partendo da uno o due elementi della storia che ci accingiamo a raccontare.

ESEMPIO

C'è un uomo. È solo in casa. Qualcuno suona al citofono. L'uomo si alza dalla scrivania dov'era seduto e percorre il corridoio. Prende in mano il ricevitore.

Una scena qualsiasi, insomma, che però sono sicuro abbia creato nella tua mente alcune istantanee. Probabilmente avrai immaginato l'uomo o la stanza in cui si trova.

La parola "scrivania" denota una categoria di oggetti contraddistinti da caratteristiche comuni, ma non ci dice nulla sulla scrivania di quest'uomo. Stesso discorso per la parola "corridoio".

L'esempio che ti ho proposto serve proprio ad allenare la nostra capacità di rappresentare tutti i piccoli "altrimenti" di cui è costellata una storia. Ora, come prima cosa, ti chiedo di lasciare che eventuali immagini a corredo di questa scena nascano spontaneamente nella tua immaginazione.

Ti aiuto con alcune domande:

- > Chi è quest'uomo? E che ci fa solo in casa?
- > La casa dove si trova?
- > Di che colore sono le pareti del corridoio?
- > Quanto è lungo il corridoio?

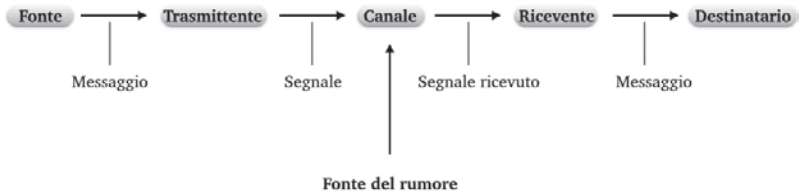
Se vuoi, puoi annotare su un taccuino le immagini mentre si presentano. Il secondo passo di questo esercizio è arricchire la scena che ti ho presentato aggiungendo i particolari che rispondono alle domande poste. Andiamo a vedere assieme come i dettagli che ho elencato prima siano in grado di modificare una storia.

Riprendiamo in mano l'esempio:

ESEMPIO

C'è un uomo. Chi sia non lo so. So solo che non sono io. La sua è una storia che non mi appartiene. È solo in casa, alle prese con il silenzio delle quattro mura, assorbito com'è da pomeriggi in cui il tempo sembra essersi dimenticato di scorrere. Il citofono gracchia e spezza la monotonia di Roma in agosto. Lui lascia per un attimo dietro a sé la scrivania e le carte buttate alla rinfusa. Infilta le ciabatte, percorre il lungo corridoio. "Chi è?"

A questo punto, come avrai già pensato, il processo potrebbe essere ripetuto con altre domande, fino ad avere in mano una scena ancor più completa. Ed è così. Ma ciò che mi preme in questo momento è riflettere sul processo che, grazie alla progressiva sommatoria di elementi, contribuisce a costruire il mondo che si sta raccontando e che, quindi, permette al lettore di intuirlo e vederlo. Questi elementi giungono alla mente in rapida successione, spesso per immagini. A me piace pensare all'autore come a una radio che cerca di sintonizzarsi sulla frequenza giusta e, di conseguenza, trasmettere il giusto segnale. Non è possibile sintonizzarsi sul segnale 630 AM e trasmettere la stazione 101 FM, lo sappiamo tutti: allo stesso tempo non esistono guide che insegnino il modo giusto per descrivere la casa in cui abita il signore che si alza per rispondere al citofono. C'è però un truccetto che raccomando sempre: immaginare la scena, aiutandosi con le domande che naturalmente ci poniamo o che eventualmente porrebbe una persona cui stiamo descrivendo a voce la scena. Di che colore sono le pareti del corridoio? E l'uomo ha la barba? Questo atteggiamento, che io chiamo "di corrispondenza", ci deve accompagnare in ogni momento in cui lavoriamo a un testo scritto, in quanto ci aiuta a capire che scrivere presuppone la consapevolezza da parte nostra di una relazione tra soggetti pensanti. Relazione che già la *teoria dell'informazione* di Shannon e Weaver aveva ben descritto nel 1949, e che può essere adattata alla comunicazione tra persone, comprendendo tutta una serie di elementi che aiutano a costruire il testo e a sfruttare al massimo il suo potenziale di supporto atto a scambi simbolici.



Questo schema, che ognuno può riprendere e adattare alle proprie esigenze, aiuta moltissimo a capire il potere delle storie intese come mediatrici tra esperienze soggettive. Se consideriamo infatti che Fonte e Destinatario sono due (o più) esseri umani, è facile comprendere come lo schema di partenza sia soggetto a tutta una serie di “variazioni di segnale” che, se utilizzate con consapevolezza, possono aiutarci a dispiegare al massimo il potere di un testo ma che, se ignorate, vanno ad alimentare la *fonte del rumore* e, in ultima analisi, a rendere un messaggio meno efficace.

In quanto persone, Fonte e Destinatario hanno un Ego, ossia un’immagine di se stessi, frutto di credenze e imposizioni nate a partire dall’educazione ricevuta in famiglia e consolidate attraverso tutta una serie di relazioni sviluppate nella società in cui vivono. L’Ego rappresenta una cortina fumogena di pensieri, congetture, idee, proiezioni che tendono all’autodifesa e all’autoconservazione. Motivo per cui ogni testo non nasce in un territorio neutro di partenza, in quanto prodotto da una Fonte che per forza di cose è schiava della propria soggettività, né c’è un punto di arrivo, per lo stesso motivo. Fonte e Destinatario entrano in relazione grazie al testo, filtrandolo attraverso un preciso paradigma composto da sentimenti, aspettative generiche, livello di attenzione, aspettative rispetto al testo stesso, pregiudizi e stereotipi.

A influire ulteriormente su questo processo vi è la situazione comunicativa, caratterizzata da una doppia natura: ve ne è una in partenza, al momento dell’emissione del messaggio, e una all’arrivo, al momento della ricezione: motivo per cui un testo è destinato a non esaurirsi all’interno di questo scambio simbolico tra soggetti, ma vive di vita propria nell’immagine di esso che si sedimenta nel Destinatario. A rendere ancora più affascinante questo passaggio di informazioni sono le caratteristiche tecnologiche del Canale che, in epoca digitale, hanno assunto precise connotazioni sociali, collaborative e, per giunta, sono diventate

il fulcro di un processo ancor più grande di costruzione della propria identità. La dieta mediatica, se così la vogliamo chiamare, fatta di blog, social network, podcast e mini-messaggi spezzettati che vanno a costruire un flusso più ampio e collettivo ha assunto le proporzioni di una vertigine collettiva mondiale costituita da punti di vista che superano lo stesso concetto antitetico di conferma e smentita. In tutto questo, i fatti – banalmente, ciò che accade nel mondo – diventano un corollario della Grande Narrazione Digitale, orientata sempre più allo Storytelling piuttosto che alla rappresentazione di un mondo frammentario, di cui sempre più spesso il senso complessivo ci pare sfuggire.

E il testo? Cosa puoi fare per recuperarne peso specifico e forza comunicativa? Innanzitutto considerarlo come un viaggio. Un doppio viaggio: dell'autore nei confronti degli eventi da descrivere, ma al contempo dell'autore nei confronti del destinatario del testo stesso. Senza questo doppio viaggio, che innanzitutto è un viaggio emotivo e interiore, è difficile parlare di comunicazione, che nella sua accezione originaria significa "mettere in comune". Ma, allo stesso tempo, è difficile poter dispiegare il potere delle storie. Che non è un potere unico, ma è la somma di tutti quei piccoli "altrimenti" che sorgono durante la lettura.

1.3. Il significato dello scrivere

Questo terzo elemento è il più facile da descrivere, nel senso che non esiste. Non c'è un significato dello scrivere che valga sempre e comunque. Ci sono tanti significati quante sono le persone che coltivano per passione o professione il piacere della scrittura, e allo stesso tempo questi significati vanno moltiplicati per il numero di situazioni che costituiscono il contesto di questi testi.

C'è però un filo rosso che lega tutti questi momenti. L'atto di produrre un testo, e poi di conseguenza consumarlo durante la lettura, implica sempre l'istituire una pausa nel flusso di eventi circostanti. Può essere una pausa da noi stessi o dal brusio di fondo del mondo, ma è sempre e comunque una pausa fondamentale. Specie in un'epoca frenetica che concede poco all'approfondimento e dove tutto è happening e performance, e poche volte esperienza. Se prima ho spiegato che il giusto atteggiamento è in grado di modificare la realtà e che la scrittura, anche grazie a pochi elementi, è strumento di costruzione di realtà alterna-

con il periodo che lo precede o lo segue, può stancare, confondere o invogliare ad abbandonare la lettura.

Consigli per evitare di costruire testi zeppi di vie di fuga? Rifarsi all'immediatezza e alla freschezza del linguaggio parlato, soprattutto per quanto riguarda l'organizzazione, l'ordine e la rilevanza delle informazioni da presentare. Tra poco ti illustrerò alcuni esercizi che possono aiutarti in questo compito, ma per il momento occorre fare una piccola precisazione che aiuta a capire come questa ricerca di una nuova scrittura, capace di rifarsi al registro orale, non sia un vezzo ma una necessità, soprattutto in un contesto digitale, caratterizzato dalla stessa velocità del parlato e dalla necessità di coinvolgere attivamente l'interlocutore, chiamato a far parte della situazione comunicativa rivestendo un ruolo gerarchico paritario a quello dell'autore.

Spiego meglio quest'ultimo punto: grazie all'incontro con il mondo del web, la lingua ha riscoperto una quantità molto più ampia di modalità espressive che hanno modificato i codici con cui comunichiamo. Dal mio punto di vista, se da un lato corriamo il rischio di impoverire il lessico, dall'altro tendiamo a mettere da parte determinate forme di ragionamento più complesso e articolato tipiche della scrittura come modello di azione standard. Dall'altro lato ancora, continuare a considerare linguaggio scritto e parlato come forme distinte e non interdipendenti ci porta necessariamente a produrre testi che hanno poca attinenza con la *neo oralità* tipica dell'epoca digitale, e quindi, di riflesso, poca verve comunicativa.

L'analisi di questi fenomeni può continuare dicendo che parlare di web o di media digitali come di un unico super-canale può risultare fuorviante. Ogni canale prevede regole proprie e un utilizzo particolare della lingua e presuppone situazioni diverse. Quindi un diverso contesto, che per forza di cose finisce con l'influenzare la comunicazione. Pensiamo a email, chat, blog, Facebook e Twitter: pur rifacendosi a vario titolo al concetto di "mondo digitale", si servono di metodi e consuetudini diversi. Motivo per il quale considerarli come uno strumento unico all'interno della comunicazione digitale può essere un errore, in quanto si ipotizza l'esistenza di un'unica comunicazione digitale, quando invece a ogni strumento, a ogni canale, appartengono registri diversi.

Certo, il passato non viene cancellato, ma ripreso in quanto funzionale

agli obiettivi della comunicazione attuale. Così, l'email si rifà in parte alla comunicazione epistolare, mentre Facebook guarda tanto alla comunicazione orale quanto a quella per immagini, pur senza avere i limiti di spazio tipici di Twitter.

C'è però un elemento che accomuna tutta la comunicazione digitale: il ritmo e la velocità degli scambi, che ci ha portato a pescare a piene mani dal contesto e dal registro tipicamente orale. Il tentativo, a volte eccessivo, di abbreviare le forme è un segnale inequivocabile di questo processo. Gli status update sono sintetici, frammentati, però possiedono un livello di ricerca superiore alle chat, agli sms e – a volte – alle stesse email: tutte forme di comunicazione privata, se ci pensiamo, mentre gli aggiornamenti sono pubblici, ossia pensati per essere letti e consumati da un insieme indistinto di persone che non è rappresentato solo dal destinatario di un messaggio specifico. È anche vero che questo tipo di distinzione si sta affievolendo sempre di più, e non è raro ricevere email come questa:

“Mi mandi il report dello scorso mese? Grazie, P.”

Questo accade perché il contesto digitale ci consegna la percezione di parlare alla propria comunità, e non di scrivere un messaggio più o meno formale, ma comunque tipico della parola scritta, come ad esempio:

*“Ciao Marco,
mi manderesti per favore il report dello scorso mese?”*

Grazie mille,

Piero”

I motivi per cui questo fenomeno di sovrapposizione si sta acuendo sono molteplici. Ai fini pratici della nostra analisi, ci basti sapere che in un'epoca di comunicazione frenetica e *in real time* i rischi concreti sono due: da un lato la brevità ci porta a costruire testi più deboli, poco ragionati e strutturati, anche quando invece occorrerebbe fare l'esatto contrario; dall'altro, il meccanismo di ritorno per cui concepiamo la lingua scritta come un oggetto distinto dalla parola orale ci porta a utilizzare strutture argomentative che con la comunicazione efficace hanno poco a che vedere.

C'è un modo per evitare questi due estremi, e ora lo vedremo. Ci viene in aiuto lo stile giornalistico, che più o meno da sempre si è interrogato sulla struttura di un contenuto (nel caso specifico, un articolo) e ne ha tratto delle indicazioni preziose, che per certi versi hanno precorso i tempi anticipando la progressiva sovrapposizione tra linguaggio scritto e parlato. Non solo: recentemente, il linguaggio scritto tipico del registro giornalistico ha attinto a piene mani da quello della televisione, mezzo di comunicazione principe dell'Italia catodica dal secondo dopoguerra in poi. Partendo da questa constatazione, consci del fatto che un testo acquista in freschezza quanto più assomiglia a un discorso pronunciato a voce, possiamo passare a esaminare le logiche che governano entrambi:

Parlato	Scritto
Non è revisionabile. Si svolge in tempo reale, qui e adesso	È revisionabile. Non si svolge in tempo reale, ma dipende da due elementi temporali: il primo riguarda la scrittura, il secondo la fruizione
Il singolo contenuto prende avvio dall'informazione principale, per poi comprendere quelle secondarie	Il singolo contenuto si sviluppa per articolazioni lineari. Spesso l'informazione principale è presentata in modo tale da perdersi in mezzo a quelle secondarie
Non è soggetto a revisioni. È meno elaborato	È soggetto a revisioni. È più elaborato
Spesso è contraddistinto da legami logici deboli. Presenta imperfezioni e non sono rare le forme scorrette	I legami logici sono più forti, anche per evitare <i>vie di fuga</i> . Può presentare piccole imperfezioni o forme gergali

Date queste premesse, se vogliamo produrre un testo che esponga i concetti in modo efficace dobbiamo superare questa dicotomia, che non fa bene alla scrittura, specie se online. In questo senso, è importantissimo lavorare sulla struttura del testo, recuperando la lezione che ci viene da decenni di buone norme espresse dal mondo del giornalismo. Come? Semplicemente accettando il fatto che la scrittura di un testo è sempre preceduta dall'organizzazione delle informazioni che intendiamo presentare al nostro lettore. Evita quindi di buttarti a capofitto nella produzione del contenuto stesso, ma prenditi il tempo necessario per pianificare l'ordine dei contenuti e i relativi snodi logici tra le singole informazioni di cui scriverai.

Prendiamo una recente notizia di cronaca:

Nel dicembre del 2015 Banksy, street artist di fama mondiale, ha raffigurato Steve Jobs, fondatore della Apple, su un muro di Calais. La scelta del soggetto e della cittadina francese non è casuale: Calais è infatti giunta agli onori della cronaca per le vicende riguardanti le migrazioni di massa dal Medio Oriente alla ricerca di una nuova vita (è un punto da cui è facile raggiungere l'Inghilterra).

Quanto a Steve Jobs, raffigurato in jeans e dolcevita nera, tenuta che tutti gli appassionati di tecnologia conoscono in quanto usata a più riprese durante svariate occasioni pubbliche, non tutti sanno che il cofondatore dell'azienda di Cupertino è figlio di un migrante. Rappresentarlo nelle vesti di profugo, con una sacca in spalla e un computer Apple in una mano, come ha ricordato lo stesso Banksy sul suo sito web, è un modo per ricordare a tutti che l'immigrazione non è un danno per le risorse di un paese ma, al contrario, può rappresentare una risorsa, anche economica. L'opera si intitola "Il figlio di un migrante dalla Siria".

In vista della stesura di un articolo o di un post, e con l'obiettivo di produrre un'argomentazione quanto più efficace possibile, proviamo ora ad analizzare la notizia e a organizzare le informazioni principali in essa contenute:

Informazione
Banksy raffigura Steve Jobs
Banksy è uno street artist di fama mondiale
Steve Jobs è il fondatore di Apple
L'opera è stata realizzata su un muro di Calais
A Calais si concentrano molti migranti in fuga dalle guerre del Medio Oriente
Steve Jobs è stato ritratto in jeans e dolcevita nera. Abbinamento usato spesso in occasione di presentazioni e incontri pubblici
Steve Jobs è figlio di un immigrato rifugiatosi negli Stati Uniti
Il titolo dell'opera è "Figlio di un migrante dalla Siria". Steve Jobs è stato ritratto con un computer Apple in mano e una sacca sulla spalla

Bene, a questo punto abbiamo ottenuto un elenco di informazioni neutre, che abbiamo la necessità di organizzare in modo fluido, rispettandone le rispettive gerarchie. Per fare ciò suggerisco sempre di annotare a margine del testo di partenza i quesiti a cui ogni informazione implicitamente fornisce risposta.

Per comodità, in questo caso vado ad arricchire la tabella di partenza, che quindi diventerà:

Quesito	Informazione
Cos'è successo? Qual è l'azione?	Banksy raffigura Steve Jobs
Chi è l'autore dell'azione?	Banksy è uno street artist di fama mondiale
Chi è l'oggetto dell'azione?	Steve Jobs è il fondatore di Apple
Dov'è accaduta l'azione?	L'opera è stata realizzata su un muro di Calais
Perché Calais è importante ai fini della comprensione della notizia?	A Calais si concentrano molti migranti in fuga dalle guerre del Medio Oriente
Quali sono le caratteristiche dell'opera? E perché sono importanti ai fini della comprensione della notizia?	Steve Jobs è stato ritratto in jeans e dolcevita nera. Abbinamento usato spesso in occasione di presentazioni e incontri pubblici
Il soggetto presenta altre caratteristiche importanti per la comprensione della notizia?	Steve Jobs è figlio di un immigrato rifugiatosi negli Stati Uniti
L'opera presenta altre caratteristiche importanti per la comprensione della notizia?	Il titolo dell'opera è "Figlio di un migrante dalla Siria". Steve Jobs è stato ritratto con un computer Apple in mano e una sacca sulla spalla

Questo modello, oltre ad aiutarti a evidenziare le singole informazioni, ti permette di capire a quali quesiti risponde ognuna di esse.

- > Chi ha fatto cosa?
- > Quando è accaduto?
- > Dove?
- > Perché è importante?

Sono tutte domande che chi legge implicitamente si pone, anche come strategia per comprendere al meglio il contenuto che sta consumando. Inoltre, evidenziare queste domande è fondamentale per un altro motivo: ti permette di individuarne altre e, quindi, sviluppare il tuo testo in modo più completo. Prima di tutto però, occorre capire qual è la priorità degli elementi in gioco.

Posto che non esiste una lettura univoca dei singoli fatti destinati a diventare un post o un articolo, ti propongo una mia chiave di lettura.

Assegnerò a ogni elemento un valore di priorità compreso tra 1 e 3:

- ◆ il valore 1 indica le informazioni fondamentali per la comprensione del fatto
- ◆ il valore 2 indica le informazioni accessorie, ossia quelle che arricchiscono il fatto perché ne costituiscono il contesto più immediato
- ◆ il valore 3 indica le informazioni di contorno, quelle che costituiscono, per così dire, il contesto allargato del fatto.

Quesito	Informazione	Valore di priorità
Cos'è successo? Qual è l'azione?	Banksy raffigura Steve Jobs	1
Chi è l'autore dell'azione?	Banksy è uno street artist di fama mondiale	2
Chi è l'oggetto dell'azione?	Steve Jobs è il fondatore di Apple	2
Dov'è accaduta l'azione?	L'opera è stata realizzata su un muro di Calais	2
Perché Calais è importante ai fini della comprensione della notizia?	A Calais si concentrano molti migranti in fuga dalle guerre del Medio Oriente	2
Quali sono le caratteristiche dell'opera? E perché sono importanti ai fini della comprensione della notizia?	Steve Jobs è stato ritratto in jeans e dolcevita nera. Abbinamento usato spesso in occasione di presentazioni e incontri pubblici	3
Il soggetto presenta altre caratteristiche importanti per la comprensione della notizia?	Steve Jobs è anche figlio di un immigrato rifugiatosi negli Stati Uniti	3
L'opera presenta altre caratteristiche importanti per la comprensione della notizia?	Il titolo dell'opera è "Figlio di un migrante dalla Siria". Steve Jobs è stato ritratto con un computer Apple in mano e una sacca sulla spalla	1

Premetto che questa mia chiave di lettura è del tutto personale e finalizzata all'individuazione organica degli elementi che fanno parte della notizia.

Ciò non impedisce, come vedremo in seguito, di "attaccare" la notizia da un punto di vista diverso. Se però prendi per buona l'attribuzione dei valori da me assegnati ai singoli elementi informativi, ecco che la risultante sarà la seguente.

Valore di priorità	Informazione	Quesito
1	Banksy raffigura Steve Jobs	Cos'è successo? Qual è l'azione?
1	Il titolo dell'opera è "Figlio di un migrante dalla Siria". Steve Jobs è stato ritratto con un computer Apple in mano e una sacca sulla spalla	L'opera presenta altre caratteristiche importanti per la comprensione della notizia?
2	Banksy è uno street artist di fama mondiale	Chi è l'autore dell'azione?
2	Steve Jobs è il fondatore di Apple	Chi è l'oggetto dell'azione?
2	L'opera è stata realizzata su un muro di Calais	Dov'è accaduta l'azione?
2	A Calais si concentrano molti migranti in fuga dalle guerre del Medio Oriente	Perché Calais è importante ai fini della comprensione della notizia?
3	Steve Jobs è stato ritratto in jeans e dolcevita nera. Abbinamento usato spesso in occasione di presentazioni e incontri pubblici	Quali sono le caratteristiche dell'opera? E perché sono importanti ai fini della comprensione della notizia?
3	Steve Jobs è anche figlio di un immigrato rifugiatosi negli Stati Uniti	Il soggetto presenta altre caratteristiche importanti per la comprensione della notizia?

Attribuito questo ordine di importanza che, come vedremo, non è l'unico possibile, è possibile strutturare le informazioni e creare uno schema che ci permette di argomentare la notizia in modo più chiaro. Partendo dai due elementi più importanti, contrassegnati dal valore 1, posso tranquillamente iniziare così:

"Figlio di un migrante della Siria". Si intitola così l'ultima opera di Banksy, che in questi giorni sta facendo parlare di sé per aver ritratto Steve Jobs, sacca in spalla e computer Apple in mano.

Da questo punto in poi posso, secondo il mio gusto personale, sviluppare le altre informazioni in modo da fornire a chi mi legge un contenuto caratterizzato dalla velocità espositiva e dal ritmo dell'esposizione orale, ma allo stesso tempo articolato ed esaustivo come chiedono le buone norme della comunicazione scritta.

A prescindere dalla scelta dell'incipit (chiamato *attacco*), ciò che mi preme sottolineare è l'importanza dell'argomentazione di ogni testo scritto, che può derivare solo dall'organizzazione delle singole informazioni da comunicare. Potremmo chiamarla "scaletta", anche se non mi

sento di usare questo termine perché spesso pensiamo alla scaletta degli argomenti come a una semplice lista delle cose da dire. La successione delle singole argomentazioni, invece, prevede che tu abbia chiaro prima ancora di impugnare penna o tastiera qual è la priorità delle singole informazioni. Padroneggiare questa priorità, assieme a eventuali guizzi linguistici, è a mio avviso l'unico modo per non creare vie di fuga, ossia quegli angoli vaghi in cui il testo si indebolisce e può far fuggire chi ti legge.

Per esercitarti a individuare le singole informazioni presenti all'interno di un testo informativo e a ordinarle secondo un criterio di priorità che ti può aiutare a raccontarle nel modo migliore, ti propongo alcuni esercizi:

ESERCIZIO 1

Prendi l'articolo di un quotidiano o periodico. Leggilo e annota su un foglio le informazioni in esso contenute. Poi, individua il loro ordine di priorità. In seguito, annotale in uno schema simile a quello che abbiamo costruito relativamente all'opera di Banksy.

ESERCIZIO 2

Prendi l'articolo di un quotidiano o periodico. Leggilo e annota su un foglio le informazioni in esso contenute. Poi, individua il loro ordine di priorità e organizzale in uno schema simile a quello fatto nell'esempio. Ora, prova a cambiare l'ordine di priorità dei singoli elementi, puntando su qualcosa che colpisce la tua attenzione ma che l'autore dell'articolo ha relegato in seconda o terza fascia. Riscrivi l'articolo secondo la nuova priorità da te assegnata.

ESERCIZIO 3

Prendi l'articolo di un periodico. Sceglilo uno lungo almeno due-tre pagine. Annota le informazioni e individua il loro ordine di priorità. Ora, dallo schema ottenuto elimina le informazioni che secondo te non sono essenziali alla comprensione della notizia. Puoi decidere di lasciare solo quelle di valore 1, oppure di valore 1 e 2. Riorganizza la lista ottenuta con questo procedimento e procedi alla stesura di una nuova "scaletta", più sintetica.

ESERCIZIO 4

Collegati al sito YouTube e cerca un'intervista o un servizio di approfondimento. Mentre guardi il video, annota le informazioni secondo lo schema che ci siamo dati. In seguito, scrivi la "scaletta" di un ipotetico articolo o post sullo stesso argomento. In seguito, puoi decidere di scrivere questo post o articolo.

ESERCIZIO 5

Registra la puntata di un programma radio che fa informazione o approfondimento. Mentre lo speaker parla, prendi appunti. Individua la priorità delle singole informazioni, procedendo quindi alla realizzazione di uno schema argomentativo proposto.

Prima abbiamo parlato di un particolare molto importante per chi deve scrivere un testo informativo partendo da una serie di dati: le domande a cui il contenuto di partenza non fornisce risposta. Se riprendiamo l'esempio dell'opera "Il figlio di un migrante dalla Siria" di Banksy, possiamo annotarne alcune:

- ◆ è la prima volta che Banksy fa parlare di sé per il contenuto delle sue opere?
- ◆ Banksy ha già trattato il tema immigrazione o l'opera in questione è una novità?
- ◆ Banksy ha già trattato il tema Medio Oriente?
- ◆ c'è qualche altro fatto che lega Calais al tema immigrazione?
- ◆ ci sono molti profughi siriani a Calais?

Tutte domande legittime, che aiutano a squarciare la cornice del fatto in sé, così come è stato presentato in precedenza, e che possono rivelarsi molto utili per contestualizzarlo ulteriormente. Una breve ricerca online, consultando fonti autorevoli e incrociando i dati che eventualmente non sono omogenei (ad esempio, il numero di profughi siriani a Calais, che potrebbe variare a seconda della fonte consultata), possiamo risalire a un numero di informazioni utili per arricchire il nostro contenuto. In particolar modo, sapere che Banksy è più di uno street artist,

5. Il personaggio

Calci, pugni e tre persone ricoverate. Ecco l'8 marzo che non ti aspetti. Il fatto è accaduto ieri sera in una nota discoteca di Genova, in cui la Festa della donna si è trasformata in un Fight Club per quote rosa. Gli agenti della Polizia di Stato, intervenuti a seguito della chiamata del gestore, si sono trovati davanti una scena a dir poco inconsueta: bicchieri rotti, tavoli ribaltati e ben 20 ragazze impegnate a darsene di santa ragione. Ci sono volute ben due ore e l'intervento di 5 volanti per portare la situazione alla normalità.

Arriva ufficialmente in Italia il nuovo XPad 2, tablet dall'aspetto robusto che eredita il design del precedente XPad 1, cui aggiunge un touch screen più grande e un sistema operativo completamente ridisegnato. Annunciato ieri, in conferenza stampa, dal Country Manager per l'Italia, Diego Verdi, cui spetta il rilancio dell'azienda dopo un 2014 non facile...

Ieri ho ricevuto un messaggio privato sulla mia pagina Facebook. "Ciao. Scusa la domanda, ma mi piacerebbe sapere come hai fatto a trasfor-

WEB IN TESTA



Acquistalo qui