

# Introduzione

## Premessa: la fine di tutto

Il libro di Robert McLiam Wilson *Eureka Street* (Fazi Editore, 2010) è conosciuto, fra le altre cose, per il suo incipit. Comincia così: “Tutte le storie sono storie d’amore”. C’è un altro libro che me l’ha ricordato, in cui si legge:

Tutto comincia con l’amore, questa ‘esplosione solare che ti distrugge la vita e rende abitabili i deserti’, ma che con il tempo può raffreddarsi diventando un banale martedì. (Jón Kalman Stefánsson, *I pesci non hanno gambe*, Iperborea, 2015).

Questo manuale comincia così, con l’amore a farla da padrone e lo spauracchio di un banale martedì in agguato. Perché se ci hanno insegnato che per scrivere per il Web dobbiamo sempre tenere a mente la relazione col lettore, magari hanno taciuto che quella relazione si raffredderà a suon di leader di settore, però dinamici, che si prendono cura dei dettagli, con un servizio innovativo a 360 gradi che segue il cliente in tutte le fasi del processo grazie a una vasta gamma di soluzioni.

Queste righe ti suonano familiari? Non sai come uscirne? Nemmeno io, perché alle volte dietro queste righe si nasconde solo altra fuffa, solo meno digitale. Perché ho imparato che quello che non è scritto bene, spesso non è fatto bene. Ma un’altra strada c’è ed è quella di imparare a raccontarsi, trovando parole che ti assomiglino, che ti rappresentino, che parlino per te, che ti stiano bene addosso.

Sul sito della Tate Modern Gallery (<https://bit.ly/2EFfVif>) per spiegare lo start display, una delle sale da cui incominciare la visita, si legge: “You don’t have to like all the art. You might see artworks that make you question what art is [...]”. Che tradotto semplice, con le mie parole, sta per: “Non devi amare tutta l’arte. Potresti vedere opere che ti fanno dubitare di cosa sia l’arte [...]”.

Alla Tate ti dicono: potresti anche non sapere nulla d’arte, ma il bello è che durante la tua visita puoi sentirti libero di sperimentare il tuo gusto, di lasciarti andare alle tue sensazioni, di non vergognarti dei tuoi dubbi o delle tue domande. Poi ti vengono in aiuto con idee e spunti e risposte con cui puoi cominciare a guardarti in giro.

Questo manuale è quella cosa lì: è come uno start display fatto di idee, sensazioni, buone e cattive pratiche intorno alla scrittura e in particolare alla scrittura per il Web; è uno spazio dove dimenticarti del giudizio per sperimentare, esplorare e giocare con le parole.

Dove il protagonista della storia sei tu, con i tuoi servizi, i tuoi prodotti, la tua mission, la tua vision, la tua pagina contatti, i tuoi canali social, gli adv, magari un podcast e le tue email. La scrittura per il Web non è banale, non è noiosa, sa essere creativa come quella su carta. Solo bisogna farne pratica, avere disciplina e avere consapevolezza delle regole.

Se chi scrive divaga, anche il lettore lo farà e, al posto di perdersi fra i link e aprirsi a nuovi mondi, spazi e direzioni, si perderà fra l'ultimo risultato della sua squadra del cuore, la notizia del giorno e la notifica su WhatsApp.

E qui torniamo al concetto che tutte le storie sono storie d'amore.

Quella tra chi scrive e chi legge è una relazione. Nata per caso, per colpa o grazie al destino, o per via dei "due gradi e mezzo di separazione" che fanno di uno sconosciuto uno che potresti conoscere, sempre di una relazione si tratta (Domitilla Ferrari, *Due gradi e mezzo di separazione. Come il networking facilita la circolazione delle idee (e fa girare l'economia)*, Sperling & Kupfer, 2014).

Come ogni relazione è basata su un patto di fiducia, dove condividiamo del tempo e magari anche valori, interessi, modi.

Dove ti chiedo di essere sincero, autentico, genuino.

In cambio ti do il mio rispetto.

La mia attenzione. Il mio tempo.

L'attenzione reciproca è la base di una relazione. Puoi prendermi in giro una volta, magari due, ma poi tra noi è finita. Lo stesso succede tra lettori e scrittori.

## Contenuti del libro

Ho l'abitudine di condividere quello che imparo, di condividere quello che leggo che sia un link o che sia su carta. Parlo spesso del mio lavoro, di come ci sono arrivata, di quanto sia importante per me. Di quanto sia importante mantenere un equilibrio.

Ho l'abitudine di tenere un diario, per la verità più di uno. Uno più sintetico e uno più raccontato, così da tenere traccia dei clienti, dei lavori presi e di quelli finiti, delle cose che hanno funzionato e di quelle che no, ma anche di quello che col mio lavoro non c'entra. Alle volte tiro le somme direttamente coi clienti, alle volte no. Ma tracciare come sono andate le cose, prendere costantemente appunti, mi ha aiutato a selezionare meglio, col tempo, quello che è a grandi linee il mio metodo.

Di quel metodo fare dei corsi. E ora un libro.

Quando parlo di scrittura mi piace sempre ricordare che non siamo soli a sentirci sconfortati, incapaci, privi di ispirazione davanti alla pagina bianca. Puoi usare questo manuale per scrivere per te, per un cliente o per tuo cugino. O puoi essere tu stesso il tuo cliente. Puoi usarlo per avvicinarti alla scrittura o per cambiare il tuo modo di scrivere.

Per questo il Capitolo 1, *Quello che gli scrittori dicono*, prende spunto da un Ted Talk di Elizabeth Gilbert (<https://bit.ly/2XZ7ki2>) su come restare creativi e continuare a scrivere. Farlo ancora e ancora, trovare un modo perché la creatività sopravviva alla ripetitività. Perché ogni volta è come la prima volta, sai delle cose in più, ma hai la stessa paura che avevi il primo giorno.

Chi per mestiere scrive ha le stesse paturnie che ha chi non lo fa per mestiere: saperlo ci fa sentire meno soli e meno giudicati.

Per scrivere però dobbiamo avere qualcosa da dire, un messaggio, una storia, un fatto, una descrizione. Anche chi s'improvvisa scrittore ha fatto ricerca.

Anton Čechov, scrittore e drammaturgo russo della seconda metà dell'Ottocento, ha saputo riassumere meglio di chiunque altro come si fa ricerca. La ricerca che è alla base di qualsiasi architettura delle informazioni: leggere i dati, fare domande, farsi le domande giuste. Chi si occupa di UX, *user experience*, fa ricerca. Di queste cose è fatto il Capitolo 2, *La ricerca*.

Nel Capitolo 3, *Scrittura e design*, lo sguardo si sposta invece sul *design thinking* o design partecipativo, o design e basta, cioè su un nuovo approccio con cui guardare alla scrittura. Proprio come fanno i designer con prodotti e servizi, lo si può fare con la scrittura. Un testo si può smontare, ricomporre, progettare, testare, infilare sul Web in una forma nuova. Vedremo insieme alcune buone pratiche a cui ispirarsi e quali errori evitare. Capiremo come gli errori possono essere parte del processo: se non si sbaglia non si impara. C'è chi come Rodari inventa cose nuove partendo da lì.

Nel Capitolo 4, *Buone pratiche ed errori da evitare*, parleremo di newsletter, siti web, caption su Instagram, post su Facebook (con il contributo della Social Media Manager Federica Bianchi), tweet e molto altro, mettendo in luce i buoni esempi da cui prendere ispirazione e gli sbagli da evitare. L'obiettivo non è puntare il dito e gridare all'orrore, ma prendere consapevolezza del modo in cui scriviamo, prepariamo i nostri testi per il Web e ci facciamo avanti in un mondo affollato e respingente.

Nel Capitolo 5, *La webformativity*, riallacciamo infine scrittura e corpo. Lo facciamo esplorando il mondo del teatro che è interazione, emozioni, non detti, relazione: proprio come il Web.

C'è un pubblico, degli attori, una scena, interpretazione, pathos.

Ci sono spazi vuoti che vanno disegnati, quegli spazi che Peter Brook, regista teatrale e cinematografico, diceva che fossero necessari perché si creasse qualcosa di qualità, dove rimuovere tutto quello che non è strettamente necessario e valorizzare il resto. Il design, come il teatro, deve coinvolgere l'utente in modo diretto in un'esperienza che abbracci sia il pensiero sia l'emozione.

La scrittura creativa per il Web è un modo per avvicinarci a questo tipo di esperienze senza allontanarci da chi siamo davvero.

Nell'ultima parte del volume, nell'Appendice *Esercizi*, faremo finalmente pratica: è il momento di mettere mano alle penne o di picchiettare sui tasti del computer. Come raccontare chi siamo, cosa facciamo, qual è la nostra mission? Da dove cominciare?

C'è una cosa che ancora non ho detto, che riguarda la scrittura e la creatività, funziona da premessa agli argomenti di questo libro e ha a che fare col movimento.

Scrittura e creatività sono due attività intrecciate col movimento. In particolare col camminare.

Scrivere incomincia nel corpo. L'ha detto Paul Auster e l'ha detto talmente bene che c'è da credergli:

Per fare quello che fai hai bisogno di camminare. È camminare che ti porta le parole, che ti permette di sentire il ritmo delle parole mentre le scrivi nella tua mente. Un piede avanti, poi l'altro piede, il doppio battito di tamburo del tuo cuore. Due occhi, due orecchie, due braccia, due gambe, due piedi. Questo, e poi quello. Quello, e poi questo. Scrivere incomincia nel corpo, è la musica del corpo, e anche se le parole hanno significato, possono a volte avere significato, è nella musica delle parole che i significati hanno inizio. Siedi alla tua scrivania per scrivere le parole, ma nella mente stai ancora camminando, sempre camminando, e quello che senti è il ritmo del tuo cuore, il battito del tuo cuore. (Paul Auster, *Diario d'inverno*, Einaudi, 2012)

Allora, prima di cominciare a scrivere, il mio consiglio è di fare una passeggiata, di aprire una parentesi tra quello che pensi di dover fare e quello che farai, di lasciare che il tempo si dilati senza che lo faccia davvero, e che i piedi ti portino le parole che hai in testa prima di lasciarle depositare sullo schermo.

Perché scrivere è un'attività fisica, anche se non sembra. Funziona come correre, e come qualsiasi altro sport: allenandosi, con disciplina e perseveranza migliora.