

# La magia della scrittura

## Scrivere per farsi leggere: neurolinguistica e stile efficace

a cura di Alessandro Lucchini

- A) Cara Paola, il suo testo illustra bene le linee guida tracciate la scorsa settimana...
- B) Cara Paola, il suo testo racconta bene le ragioni del nostro accordo...
- C) Cara Paola, il suo testo esprime bene gli umori del momento, ma anche la concretezza e lo spessore della nostra relazione...

Solo tre varianti di stile? Di più: tre sistemi di rappresentazione della realtà, ai quali corrispondono tre schemi espressivi differenti: "visivo" (*illustra, linee guida, tracciate*), "uditivo" (*racconta, accordo*) e "cenestesico" (*umori, concretezza, spessore*).

Mi chiedo se vogliamo rendere più efficace la nostra comunicazione. Quando lo vorremo davvero, potremo aumentare la nostra visibilità...

Solo domande retoriche? Di più: meccanismi di potenziamento della relazione. Domande nascoste (*mi chiedo se*), comandi nascosti (*quando lo vorremo davvero, potremo aumentare*) che agiscono sulla sfera inconscia del lettore.

Stefano, mi riconosco a pieno nel titolo con cui hai presentato il problema al nostro capo: "rivalutazione degli incarichi relazionali".

Solo un espediente per cogliere la benevolenza del lettore? Di più: un efficace "ricalco", ossia l'esibizione di una forte identità di prospettive.

Sistemi rappresentazionali, domande e comandi nascosti, ricalco: di che si tratta? diavolerie? trucchi? Al contrario: modelli linguistici antichissimi, ben noti ai grandi scrittori, che danno energia al testo.

Ci sono scrittori, infatti, che sanno stabilire sintonia con i lettori, entrare nelle loro corde razionali ed emotive. Hanno la "penna facile". Qualcosa di magico.

Dietro la loro magia, però, c'è ben più di una dote di natura: ci sono tecniche, schemi comunicativi, registri di stile che tutti possiamo imparare.

Questo libro vuole dimostrare che tutti, con un po' di allenamento, possiamo rendere più efficace la nostra scrittura.

### Per i curiosi del linguaggio

Il libro è rivolto a diversi lettori.

A chi usa la scrittura nel lavoro: giornalisti, professionisti di marketing, vendite, organizzazione, risorse umane, relazioni esterne, organizzatori di convegni, dirigenti e funzionari pubblici e privati, segretarie, studenti, giovani alle prese con il curriculum.

A chi vuole capire come funziona il linguaggio scritto, sia nelle analogie con la comunicazione verbale, sia nelle differenze.

A chi pensa che la parola scritta sia più povera di quella parlata, perché manca della sfera paraverbale (tono, velocità, ritmo...) e non verbale (gestualità, sorrisi, sguardi...). E a chi sa di poter trovare queste caratteristiche anche nella scrittura.

### Neurolinguistica, senza "programmazione"

Il libro presenta l'uso dei modelli neurolinguistici nella scrittura.

Parliamo dei meccanismi percettivi: degli schemi logici, psicologici ed emotivi su cui si fonda la lingua scritta. Parliamo dei filtri attraverso i quali l'esperienza soggettiva diventa pensiero, il pensiero diventa parola, la parola diventa scrittura.

Molto si è indagato sull'influenza di questi modelli nella psicoterapia, nella selezione del personale, nel management, negli ambienti militari, nello sport.

In verità la definizione più in uso, a questo proposito, è "programmazione neurolinguistica", o

“PNL”. Si tratta del modello comportamentale fondato da John Grinder e Richard Bandler negli anni '70, definito come “lo studio della struttura dell’esperienza soggettiva”. La PNL studia gli schemi o “programmazioni” create dall’interazione tra il cervello (neuro), il linguaggio (linguistica) e il corpo.

Qui preferiamo sfumare la parte della “programmazione” per limitare il campo d’indagine alla scrittura, dove la parola è assoluta protagonista.

Campo d’indagine quasi del tutto inesplorato finora. Almeno in italiano.

Questo libro vuole così diffondere un’accezione della scrittura meno sacrale di quella maturata a scuola, che spesso porta a dividere il mondo in “bravi a scrivere” e “negati”; e dimostrare che la scrittura non è solo una dote di natura: si può apprendere.

## **Due parti: la teoria e le applicazioni**

Il libro è organizzato in due parti.

La prima parte illustra 80 modelli neurolinguistici normalmente usati nella comunicazione interpersonale, con le indicazioni per il loro impiego nello scritto.

La seconda parte esamina alcune applicazioni di quei modelli, in diversi settori della comunicazione scritta. A volte l’esame riguarda più la parte neurologica della comunicazione, intesa come la mappa che ogni esperienza crea nella mente delle persone e poi determina il loro linguaggio; in altri casi si concentra sulla parte strettamente linguistica, analizzando alcuni testi nelle loro strutture e nei loro stili.

Per maggiore praticità, queste applicazioni sono organizzate in un alfabeto: **A** come advertising, **B** come burocrazia, **C** customer care, **D** divulgazione scientifica, **E** e-mail, **F** formazione... fino alla **Z** di “zitti tutti!” (il valore del silenzio). In appendice, alcune riflessioni su comicità, grafologia, grafica e memoria.

Gli autori sono specialisti dei vari settori: un copywriter per l’advertising, un amministratore pubblico per la burocrazia, un consulente per il customer care, un astro-fisico per la divulgazione scientifica... Esperienze e idee diverse sulla parola scritta, e quindi anche voci diverse, da mettere a confronto con le esperienze e le idee di ogni lettore.

## **Semplice, non semplicistico**

Questo libro vuol essere semplice, non semplicistico. Chiaro, non banale. *Basic*, per chi affronta questi temi per la prima volta; concreto, per chi è già esperto nella scrittura; stimolante, per chi è pronto a riflessioni più profonde.

Non è un bigino di psicologia: argomento troppo serio per discuterne fuori dalle sedi opportune. Né un trattato di linguistica: i linguisti sono così... linguisti, così puri, nel loro olimpo di glottologia, filologia, semiotica e altre segretissime cose. Non è un libro di formule magiche né di assiomi matematici. È un libro di esperienze.

Non sorprende che la struttura ricordi quella di un sito internet. Titoli, sommari, box, note, link che portano nel web. È un libro che vuol essere “luogo”, più che “mezzo”: spazio di confronto per le conoscenze e le opinioni.

## **Come leggere un libro su come scrivere**

Si può leggere in modo lineare, dalla prima pagina all’ultima; o saltellando tra i capitoli, per approfondire ciò che più interessa. Come uno spiedino: gustando un boccone alla volta, oppure sfilando tutto per cominciare dalla cipollina in mezzo. Sfogliandolo, o scrivendoci sopra commenti e spunti di pensiero.

L’ideale è che, dopo aver letto il libro, il lettore lo chiuda e cominci a scrivere speditamente, senza pensare troppo ai modelli.

A quel punto sarà davvero magia.