

CAMPUS 20

© Copyright 2012 Eurilink srl
Via Nomentana, 335 - 00162 Roma
www.eurilink.it

ISBN: 978-88-95151-64-9
Prima edizione, ottobre 2012
Progetto grafico e impaginazione: Eurilink

È vietata la riproduzione, anche parziale di questo libro,
effettuata con qualsiasi mezzo compresa la fotocopia

Michele Infante

MANUALE DI SCRITTURA
PER LA COMUNICAZIONE

Prefazione di Vincenzo Scotti

Volume primo

eurilink

Il testo è stato sottoposto ad un procedura
di *peer review* / *This text has been peer reviewed*

Collana Strumenti, Manuali e Didattica di "Social Theory, Communication and Media Studies". *Comitato scientifico internazionale/Scientific International Committee*: Patrice Flichy, Klaus Krippendorff, Michel Maffesoli, Lev Manovich, Wolfgang Ernst, John B. Thompson, William Charles Uricchio, Frank Webster, Daniel Dayan, Derrick De Kerckhove, Howard Rheingold, Alberto Abruzzese, Giovanni Boccia Artieri, Paolo Carpignano, Fausto Colombo, Giancarlo Corsi, Raffaele De Giorgi, Massimo Di Felice, Mariano Longo, Elena Esposito, Alberto Marinelli, Peppino Ortoleva, Agata Piromallo Gambardella, Mario Ricciardi, Peter Sarram, Diana Salzano, Davide Borrelli.

*Dedico questo lavoro
alla comunità accademica
ed agli studenti della Link Campus University*

Diffidate delle persone che parlano senza dir niente,
perché o sono stupide e perdetevi il vostro tempo,
o sono molto astute e perdetevi il vostro denaro.

(A. Detoenf)

[...] Un giovane autore può essere aiutato a trovare se stesso, a liberare il proprio linguaggio dai cliché, a eliminare le goffaggini, ad abituarsi a cercare con risoluta pazienza la parola giusta, la sola che potrà trasmettere con la massima precisione l'esatta sfumatura e intensità del suo pensiero.

(V. Nabokov, *Lezioni di letteratura*)

Tra le molte virtù di Chang-Tzu c'era l'abilità nel disegno. Il Re gli chiese il disegno di un granchio. Chang-Tzu disse che aveva bisogno di cinque anni di tempo e di una villa con dodici servitori. Dopo cinque anni il disegno non era ancora cominciato. «Ho bisogno di altri cinque anni», disse Chang-Tzu. Il Re glieli accordò. Allo scadere dei dieci anni, Chang-Tzu prese il pennello e in un istante, con un solo gesto, disegnò un granchio, il più perfetto granchio che si fosse mai visto.

(I. Calvino, *Le lezioni americane*)

La parola non è altro che la manifestazione dell'essere interiore, sia che si parli di una città che di un uomo. Una parola eloquente non potrebbe essere altro che una parola saggia. Cicerone ne è convinto. L'eloquenza nel senso appena definito del termine, cioè il perfezionamento di un pensiero saggio, appartiene solo a coloro che la sanno meritare. Non è acquistabile come lo sono tutti gli altri beni.

(P. Grimal, *Cicerone*)

Indice

Prefazione di <i>Vincenzo Scotti</i>	11
Introduzione	
<i>Pensare, scrivere, comunicare</i>	
Perché un manuale di scrittura	17
Un approccio multidisciplinare	24
Metodologia di scrittura professionale	26
Pre-writing, free-writing, re-writing	29
Parte I - Dentro la scrittura: storia, teoria, modelli e linguaggi	
Cap. I – <i>L'arte della scrittura e la sua storia</i>	
1.1 Alle origini della “parola”	37
1.1.1 <i>All'inizio era il Verbo: mito e significati della scrittura</i>	40
1.1.2 La riflessione sulla scrittura nella Grecia Antica	42
1.1.3 Breve storia della Retorica greca	46
1.2 Le tecniche e i generi della Retorica (Aristotele)	49
1.2.1 Il pubblico: gruppi e caratteri individuali	52
1.2.2 Argomentazione, deliberazione, esempio ed entimema	54
1.3 <i>L'ars scribenda</i> a Roma	57
1.3.1 Il <i>De oratore</i> di Cicerone	60
1.3.2 <i>L'Institutio Oratoria</i> di Quintiliano	61
1.4 L'eloquenza in età moderna: Lincoln e Churchill	63
1.5 <i>Sei proposte di scrittura per il prossimo Millennio</i> di Italo Calvino	67
Cap. II - Il sistema della comunicazione	
2.1 Modelli e teorie dei processi comunicativi	73
2.1.1 Gli elementi fondamentali (mittente, ricevente, contesto, canale, messaggio, codice)	76
2.1.2 Il modello matematico dell'informazione (Shannon-Weaver) e quello semiologico (Eco-Fabbri)	82
2.1.3 La comunicazione come selezione («Selektion») di possibilità (Luhmann)	85

2.2 Elementi di linguistica generale (de Saussure)	88
2.2.1 Atti linguistici e pragmatica (Austin, Searle, Grice)	91
2.3 Scrittura e società	
2.3.1 Società, testo, comunicazione (Barthes)	95
2.3.2 Il linguaggio come ordine del discorso (Foucault)	99
Cap. III - Il testo e la sua struttura	
3.1 Che cos'è un testo?	114
3.1.1 Le caratteristiche di un testo scritto	117
3.1.2 Testo, para-testo e con-testo	120
3.1.3 I generi testuali ed il loro specifico paratesto	122
3.2 Le sette condizioni della testualità	124
3.2.1 Coerenza concettuale e coesione formale	132
3.2.2 Le relazioni interne: i connettivi linguistici	138
3.2.2.1. Tavola dei connettivi	147
3.2.3 Controllo di coesione	149
3.3 La scrittura argomentativa	155
3.4.1 Ordine delle idee ed ordine della scrittura	161
3.4.2 Metodo deduttivo e metodo induttivo	164
3.4.3 Elementi del discorso argomentativo: tesi, prove, premesse e presupposti	167
Cap. IV - Come leggere ed analizzare il testo	
4.1 L'analisi formale	174
4.2 Limiti ed opportunità nell'interpretazione testuale	177
4.3 La proposta di classificazione di Werlich e Sabatini	179
4.3.1 I testi con discorso molto vincolante (testi giuridici, scientifici e normativi)	181
4.3.2 I testi con discorso mediamente vincolante (testi tecnici e di- vulgativi)	184
4.3.3 I testi con discorso poco vincolante (testi d'informazione comune e letterari)	185
Parte II - La tipologia dei testi	
Cap. V – Guida alla composizione del testo	188
5.1 Scegliere la tipologia testuale	188

5.1.1 Scrivere un testo narrativo	193
5.1.2 Scrivere un testo descrittivo	194
5.1.3 Scrivere un testo argomentativo	196
5.1.4 Scrivere un testo informativo	198
5.1.5 Scrivere un testo espositivo	199
5.1.6 Scrivere un testo regolativo	202
5.2 Stabilire la struttura formale dei documenti professionali	207
5.2.1 La rappresentazione grafica dei dati (diagrammi, disegni, illustrazioni, tabelle)	215
5.3 Organizzare il lavoro di scrittura	221
5.3.1 Una mappa concettuale del processo di elaborazione dei testi	223
5.3.2 L'orientamento al testo	226
5.3.3 L'ideazione	229
5.3.4 Abilità cognitive e processi mentali del processo di scrittura	232
5.3.5 Le otto fasi di avanzamento progettuale (pianificazione, stesura e revisione)	236
5.3.5.1 FASE I - Obiettivi comunicativi ed analisi dei materiali forniti dalla committenza	238
5.3.5.2 FASE II - Analisi della situazione comunicativa ed individuazione del lettore/destinatario/ target	240
5.3.5.3 FASE III - Ideazione del concept o tema di fondo	246
5.3.5.4 FASE IV - Raccolta e selezione delle informazioni per ampliare e sviluppare il concept di progetto	253
5.3.5.5 FASE V - Ricerca di modelli e scelta della tipologia testuale	257
5.3.5.6 FASE VI - La stesura: dalla lista d'idea alla scaletta, dall'indice allo sviluppo della prima bozza (blocchi di testo, paragrafi e capoversi)	260
5.3.5.7 FASE VII - Riscrittura e revisione (test di controllo)	264
5.3.5.8 FASE VII - Stampa, presentazione, distribuzione, archiviazione	273
Consigli pratici di scrittura	284
Consigli di revisione e presentazione	296
Le figure retoriche	306
Glossario dei termini	313
Bibliografia	363

Scrivere bene significa pensare bene. Significa essere consapevoli della forma e del linguaggio con cui comunichiamo le nostre idee, proponiamo i nostri progetti e li condividiamo con gli altri. Significa essere cittadini, utenti, professionisti che sanno comunicare con i propri collaboratori e colleghi, con il mondo delle imprese, dell'università, della pubblica amministrazione. L'autore di questo manuale muove dalla consapevolezza che la scrittura è non solo una pratica sociale ma anche una pratica culturale e linguistica, e quindi si colloca nell'intersezione di discipline diverse, che vanno dalla filosofia alla sociologia, dall'economia alle scienze esatte.

La peculiarità di questo testo è che esso presenta, introduce e rende viva la tradizione dell'arte della scrittura, tenendo insieme la retorica antica e le tecniche di pubblicità, la redazione di testi per scopi istituzionali, giornalistici, commerciali, per media ed ambiti comunicativi diversi (dalla comunicazione di eventi, alla comunicazione pubblica a quella commerciale, e via dicendo). L'autore ripercorre le origini antichissime della scrittura, una tradizione che risale alle scuole dell'oratoria Greca e all'arte della parola nel foro Romano, a pensatori e uomini politici come Aristotele e Cicerone e che oggi si rinnova nelle forme della scrittura per i media (dai giornali alle redazioni radio-televisive, alle grandi narrazioni mediatiche degli eventi della nostra contemporaneità).

Questo testo è importante per i giovani: sono convinto, infatti, che la scrittura, anche in un'epoca come la nostra, in cui sembra che primeggino altre forme di comunicazione (visive e multimediale), rimanga lo strumento principale per sviluppare progetti ed idee; dietro una trasmissione televisiva, dietro una campagna pubblicitaria, nella progettazione di un sito Internet vi è sempre una redazione che produce e sviluppa documenti scritti.

L'autore stimola nel lettore il desiderio di trovare il proprio linguaggio ed il proprio modo di comunicare, unico ed inconfondibile. L'esercizio alla scrittura,

alla composizione e all'elaborazione dei testi è un presupposto necessario per arrivare ad esprimere in modo chiaro e coerente le proprie intenzioni al fine di raggiungere i propri obiettivi comunicativi.

Per la prima volta, infatti, un manuale di scrittura è organizzato intorno alla domanda, semplice ma fondamentale, "Per chi si scrive?". Infatti, a seconda del media per il quale si scrive, si adottano differenti tecniche, registri linguistici e tipologie testuali. Partendo dalla scrittura per aziende (business writing), si delineano i principali strumenti di scrittura aziendale e corporate communication: case studies, white papers, brochures, prospetti informativi e la scrittura audiovisiva (soggetti, sceneggiature, tecniche narrative); si passa, poi, in rassegna il lavoro dell'agenzia di eventi, che redige prevalentemente progetti, testi narrativi o d'intrattenimento senza mai tralasciare la natura partecipativa dell'evento. Si analizzano i processi di scrittura nelle redazioni giornalistiche di programmi televisivi, esaminando gli script su cui si costruisce la spettacolarizzazione dei sentimenti o della politica. Infine, si descrivono le principali teorie e tecniche della comunicazione pubblicitaria, ambito in cui la scrittura incontra il marketing, la psicologia del consumatore, la creazione di aspettative e si sviluppano aree semantiche strategiche funzionali alla vendita di determinati prodotti e servizi.

Questo manuale è anche il tentativo di avvicinare il mondo della formazione universitaria al mondo del lavoro, dove mancano le risorse di tempo e le competenze professionali per poter insegnare i processi di scrittura e i meccanismi di comunicazione. Con l'avvento della Rete, la comunicazione aziendale è stata indotta a cambiare radicalmente i suoi codici e i suoi canali. La comunicazione in Rete moltiplica i testi scritti, che diventano centrali nella vita quotidiana, in ambito professionale e privato. Dalle aziende alla pubblica amministrazione, con i processi d'informatizzazione e digitalizzazione on-line, cambiano i registri e i toni. Con la realizzazione dei siti istituzionali, la pubblica amministrazione ha avvertito l'esigenza di semplificare il proprio linguaggio, al fine di rivolgersi direttamente ai cittadini. Lo stesso hanno dovuto fare banche e assicurazioni nel lancio dei loro servizi online. Per la promozione e la vendita dei loro prodotti in Rete, le aziende hanno iniziato ad usare una comunicazione scritta studiata specificatamente per i propri consumatori ed orientata a migliorare la customer care e la fidelizzazione.

Questo manuale, proprio perché pensato con un chiaro scopo pratico (insegnamento della scrittura), aiuta studenti e professionisti ad individuare le principali difficoltà nel processo di scrittura, fornisce suggerimenti per la

progettazione logica dei testi, per l'acquisizione di una maggiore padronanza linguistica, per l'individuazione del destinatario del processo comunicativo ed infine la scelta di uno stile linguistico coerente. Un manuale utile a tutti coloro che sentono l'esigenza di dare ai propri lavori la giusta scorrevolezza e leggibilità, sintesi e vivacità nell'esposizione dei propri progetti e delle proprie idee, e nella comunicazione di servizi o prodotti. L'autore presenta i più innovativi modelli di scrittura (i modelli proposti da Hayes-Flower e Bereiter-Scaradella), accompagnati da consigli e proposte su cui ogni studente può lavorare in modo autonomo, accanto a modelli per leggere ed analizzare i testi comunicativi (come quello di Werlich-Sabatini). Proprio dall'analisi del testo, dei suoi registri, delle sue tipologie nasce la possibilità di capire la natura della comunicazione scritta.

La seconda parte del testo è orientata alla pratica della scrittura professionale, attraverso l'analisi delle forme testuali più diffuse, da quelle di uso quotidiano (abstract, memorandum, relazioni, verbali, piani di investimento, etc.), a quelle mediatiche (carta stampata, radio, televisione e internet), a quelle più specificatamente giornalistiche (comunicato stampa, cartella stampa, etc.) e scientifiche (saggio, tesina e tesi), fino all'analisi di documenti commerciali divulgativi (brief, offerte commerciali, dépliant, opuscoli, avvisi pubblici, istruzioni d'uso per prodotti, prospetti illustrativi, guide dei servizi). Ogni testo è condizionato non solo dallo stile, dalle aspettative, dalle intenzioni dell'autore, ma anche dal medium attraverso il quale verrà trasmesso. Se la comunicazione di taglio giornalistico si diffonde oggi anche al di fuori dei quotidiani tradizionali con la sua natura immediata, efficace, capace di attirare l'attenzione e di trasmettere messaggi, è anche vero che stanno emergendo nuovi linguaggi e nuove modalità comunicative.

Prima la televisione poi Internet hanno cambiato completamente il modello cognitivo e la capacità di alfabetizzazione dei lettori del XXI Secolo. Le nuove soluzioni di comunicazione proposte dalla Rete (dall'Intranet ai siti aziendali, dalle e-mail alle comunicazioni digitali) hanno investito e trasformato la comunicazione di aziende, uffici, enti ed istituzioni. Radicata in ogni ambito della comunicazione, la scrittura professionale è inclusa in ogni contesto, con un obiettivo comune: la volontà di comunicare in modo efficace, immediato e semplice. Libero e aperto a ogni tipo di sperimentazione, il linguaggio della Rete è un linguaggio multimediale e cross-mediale capace di raggiungere utenti selezionati. Il testo digitale non è mai chiuso, è sempre suscettibile di modifiche, non solo da parte dell'autore, ma di chiunque ne ottenga una copia digi-

talizzata. Questa infinita plasticità del testo digitalizzato ha trasformato in maniera radicale non solo la stesura e il trattamento editoriale del testo, ma anche la sua utilizzazione da parte del lettore, che è sempre un consultatore, un interrogatore, un navigatore piuttosto che un interprete.

Pensare la scrittura in modo professionale, pianificandone il lavoro per fasi di avanzamento, come si fa in questo manuale nell'apposita sezione dedicata alla composizione guidata del testo, permette di pensare i testi come ipertesti multimediali, capaci di dialogare con le nuove forme di scrittura professionale richieste da bandi pubblici, piattaforme di apprendimento interattive, call europee di invio di documentazione tramite la Rete. Rispondendo così alla nuova natura della scrittura digitale che non è più rigida, fissa ed immutabile ma che si sviluppa in tempo reale, e secondo protocolli di efficienza necessari per le nuove sfide che richiedono sia la legislazione europea, sia la globalizzazione delle relazioni internazionali. In tal senso, diviene fondamentale, nell'ambito della comunicazione pubblica, la proposta dell'autore di nuovi modelli di comunicazione, orientati ad una maggiore chiarezza, efficienza e semplificazione del linguaggio giuridico e amministrativo. Infatti, una buona comunicazione istituzionale del diritto e della pubblica amministrazione deve essere tesa a snellire e rendere trasparente testi di leggi e norme burocratiche al fine rivalutarne la funzione sociale e colmare il divario tra cittadini ed istituzioni. Nonostante in Italia, infatti, diversi provvedimenti legislativi e sentenze della Corte Costituzionale abbiano tentato di ovviare a tale deficit, il mondo dell'università è ancora carente nella formazione alla scrittura giuridico-legislativa. I corsi di laurea in Scienze dell'Amministrazione Pubblica e quelli in Giurisprudenza non prevedono corsi di scrittura propedeutici a professioni in cui la scrittura ha un ruolo preponderante; oggi, infatti la vita lavorativa di un funzionario o di un professionista consiste nella scrittura di documenti, atti, citazioni, avvisi, verbali, relazioni, descrizioni scientifiche di fatti con rilevanza penale, civile o amministrativa, etc. E non è un caso che oggi la burocrazia con la sua mole di norme, regolamenti ma anche certificati, attestati, e tali tipi di documenti scritti, sia diventata espressione di una testualità complessa, ambigua, di difficile consultazione ed interpretazione. La situazione sembra non essere molto diversa da quella descritta all'inizio del Novecento da Karl Kraus che racchiudeva l'essenza dei cattivi rapporti tra poteri pubblici e cittadini in un brillante aforisma: "Il pubblico è un'istituzione creata per dar fastidio alla burocrazia". Come si può non riscontrare in quest'eccesso di complessità un'incapacità alla sintesi, alla selezione dei contenuti rilevanti e allo scarto di

quelli ridondanti? Come ci ricorda Infante, Italo Calvino definiva il burocratese “l’antilingua”, una lingua fatta per non comunicare, per essere vista con diffidenza e timore dai cittadini. Dimenticando che l’obiettivo comunicativo delle leggi e delle norme amministrative è quello di rivolgersi alla generalità dei cittadini. Se però i cittadini hanno una sorta di “obbligo a comprendere” tali testi, d’altro canto la Pubblica Amministrazione ha il dovere di renderli chiari e comprensibili. Il manuale propone anche delle opportunità pratiche di semplificazione dei testi legislativi e normative, con molti esempi pertinenti.

Molto interessanti, infine, sono le due sezioni in cui si parla della scrittura pubblica, della scrittura per il diritto, analizzando le particolarità del linguaggio giuridico e della Pubblica Amministrazione. Scrivere il diritto significa cercare un linguaggio che medi tra la necessità di essere specifici, precisi e mai ambigui, senza per questo diventare astrusi ed oscuri. Nella sezione sulla scrittura per il diritto, viene illustrata e proposta la scrittura legislativa, analizzato il fondamento del linguaggio giuridico e la possibilità di divulgazione dei testi legislativi cercando di evitare continui rimandi e tecnicismi.

In un manuale pensato per gli studenti universitari e nato in ambito accademico non poteva mancare una sezione dedicata alla scrittura per l’università e per la ricerca, dove vengono applicati i principi della testualità a diverse forme di comunicazione scritta universitaria, dalla tesina al saggio breve, dalla tesi alla pubblicazione scientifica. La guida alla composizione di un saggio breve propone una mappa concettuale di stesura della tesi di laurea, offrendo un modello per la costruzione di una bibliografia agli standard di formattazione e citazione. Chiude la sezione un’introduzione alla scrittura di documenti e working paper di tipo tecnico-scientifico (visualizzazioni grafiche, diagrammi, disegni ed illustrazioni tabelle ed equazioni). Documenti che, diversamente da altri tipi di linguaggi, quelli tecnico-scientifici, diretti esclusivamente (o quasi) a scienziati, ricercatori, docenti, studenti, devono dotarsi di capacità d’astrazione e precisione analitica. Nella sezione che si rivolge al mondo dell’Università e della ricerca, gli studenti ed i ricercatori, soprattutto quelli appartenenti a discipline tecnico-scientifiche, troveranno utili suggerimenti su come sviluppare ricerche bibliografiche, gestire notazioni, sviluppare grafici, tabelle, istogrammi, presentare simboli numerici e funzioni matematiche.

Questo manuale vuole essere anche una risposta alle sfide poste dai nuovi mezzi di comunicazione, i dispositivi digitali. Nella società delle reti, le conti-

nue e tempestive trasformazioni dei supporti e delle tecnologie informatiche multimediali sembrano altrettanti argomenti e situazioni di vantaggio per la sopravvivenza di forme più stabili di produzione e fruizione della scrittura e del testo. Il testo non è più immutabile ma assume una dimensione dinamica e multimediale. L'elemento innovativo di questo manuale è proprio dato dal fatto che l'autore ha pensato la scrittura al plurale, come scritture diverse per forma e natura, ma anche come scrittura digitale e cross-mediale, pensata per essere letta sugli schermi dei più recenti dispositivi di comunicazione. Come la televisione commerciale ha portato nelle case degli italiani una quantità prima inimmaginabile di materiali audiovisivi gratuiti, la Rete sta portando una quantità inimmaginabile di testi.

Tramite la scrittura, la memoria sia individuale, che collettiva di una comunità, si apre verso l'incremento e la diffusione di nuovi saperi, pratiche ed esperienze; attraverso lo sviluppo delle competenze e la padronanza delle sue tecniche, la scrittura diviene un'arte che accompagna il meglio del nostro passato verso lo sviluppo umano nel futuro.

Vincenzo Scotti