

## *Una scrittura di ritorno?*

Le dinamiche di convergenza, di assimilazione e di *ri-mediazione* proprie dei nuovi media ci fanno riflettere su una possibile integrazione tra le implicazioni cognitive dei media elettronici con quelle più tradizionali dei media a stampa: se i media elettronici hanno favorito, come si è visto, pratiche fruttive analoghe a quelle rilevate nelle culture orali, nell'ambito dei nuovi media si assiste, proprio negli ultimi anni, ad una accresciuta consapevolezza del valore comunicativo della scrittura come veicolo preferenziale per la trasmissione di contenuti. Se prima quindi si profilava un'oralità di ritorno si può oggi profilare un ritorno alla scrittura? In realtà, nel processo di *ri-mediazione*, la scrittura (quella on line) sembra acquisire alcune caratteristiche dell'oralità primaria e secondaria: la preferenza per la paratassi piuttosto che per l'ipotassi, la volontà di coinvolgere e di creare comunità e senso di appartenenza, la "mistica partecipatoria" e l'uso di formule; si vedano ad esempio, come indizi di una volontà comunicativa che si basa sulla scrittura ma che aspira ad una integrazione tra i linguaggi (oltre agli *emoticon*) le analogie tra le *Norme per la redazione di un testo radiofonico* di Carlo Emilio Gadda<sup>1</sup>, le *Lezioni americane* di Italo Calvino<sup>2</sup> e le linee guida sulla scrittura on line redatte dai diversi esperti di *web usability* e *web writing*<sup>3</sup>. Ci si trova di fronte, a mio parere, ad una scrittura che aspira a mantenere quella lucidità d'analisi, quella precisione e quell'aderenza al significato che derivano proprio dalla sua pratica

---

<sup>1</sup> Carlo Emilio Gadda [frontespizio anonimo], *Norme per la redazione di un testo radiofonico*, Edizioni radio italiana, 1953. Rist. anastatica, 1989.

<sup>2</sup> Italo Calvino, *op. cit.*

millenaria, ma che non vuole rinunciare al coinvolgimento emotivo, alla chiarezza e alla volontà di produrre effetti, caratteristiche tipiche della comunicazione orale e interpersonale. Luisa Carrada, ad esempio, nel sostenere che lo stile della scrittura on line è «uno stile più asciutto, più personale e diretto, più quotidiano, più vicino al dialogo e alla conversazione» specifica anche che non si riferisce alla «lingua parlata, con le sue inevitabili scorrettezze e sciatterie», ma proprio alla «conversazione, ovvero un dialogo meditato ed educato, in cui le parole si scelgono con attenzione e con rispetto per l'interlocutore»<sup>4</sup>.

Un altro elemento che gioca a favore di una integrazione tra la scrittura e ad alcune caratteristiche tipiche della cultura orale si rileva nelle riflessioni che hanno per oggetto il rapporto tra la quantità di stimoli comunicativi a cui siamo virtualmente ed attualmente sottoposti e le nostre capacità di assorbire tali stimoli.

Con l'esplosione di testi e pubblicazioni sia su supporti cartacei che magneto-ottici (sia off-line che on-line) ritorna, per motivi differenti da quelli rilevabili in una cultura orale, il valore della memoria; nelle parole di Lughi:

Il criterio di valore comincia a cambiare: mentre nell'era della stampa più si pubblicava più si valeva, ora comincia a farsi strada la capacità di condensare e di evidenziare, di giungere a formule dense e memorizzabili, di costruire un racconto. In questo senso c'è una

---

<sup>3</sup> Tra questi, Jacob Nielsen (*Web Usability*, Milano, Apogeo, 2000), Steve Krug (*Don't make me think. Un approccio di buon senso all'usabilità web*, Milano, Hops libri, 2000) e in Italia la successivamente citata Luisa Carrada, della quale si approfondirà la sua lettura delle *Lezioni americane* di Calvino nel paragrafo dedicato all'analisi del suo sito [Mestierediscrivere.com](http://Mestierediscrivere.com).

<sup>4</sup> Luisa Carrada, *Scrivere per Internet*, Milano, Lupetti-Editori di comunicazione, 2000 p. 52.

convergenza con l'oralità: nell'oralità ciò che conta non è l'abbondanza, che è dispersiva e sviante, ma la capacità di stringere e far ricordare<sup>5</sup>.

«La memoria è l'impresa comunicativa più difficile»<sup>6</sup>, scriveva Ugo Volli per mettere in evidenza il rapporto, sempre più sproporzionato, tra le capacità produttive dell'industria culturale e la nostra limitata capacità di assimilare, selezionare l'informazione, di consumare senso, di apprendere; ma anche il fatto che ogni messaggio veicolato si trova a dover concorrere con una vastissima quantità di altri messaggi, nel tentativo di catturare la nostra attenzione e quindi di sopravvivere all'interno della limitatezza della *semiosfera*<sup>7</sup>, nel tentativo di prolungare la propria eco, la propria curva di diffusione e non cadere nell'oblio<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> Giulio Lughi, *op. cit.*, p. 38.

<sup>6</sup> Ugo Volli, *op. cit.*, p. 269.

<sup>7</sup> «La semiosfera è quello spazio semiotico al di fuori del quale non è possibile la semiosi». Jurij M. Lotman, citato in Ugo Volli, *op. cit.*, p. 262; un concetto analogo è quello di "noosfera" di Morin: «Questa sfera è come un *milieu* [...] che si interpone fra noi e il mondo esterno per farci comunicare con esso. E' il *milieu* conduttore della conoscenza umana. [...] I simboli, le idee, i miti, hanno creato un universo *in cui le nostre menti abitano*». Edgar Morin, *Le idee: habitat, vita, organizzazione, usi e costumi*, Milano, Feltrinelli, 1991, p. 119.

<sup>8</sup> Ugo Volli, *op. cit.*, pp. 261-269.