

## Introduzione

Una sceneggiatura infilata in una pila di altre sceneggiature non è che un mucchio di caratteri stampati su un centinaio di pagine spillate. La sceneggiatura diventa viva solamente quando viene letta, cioè effettivamente vissuta nella mente del lettore<sup>1</sup>. Ernest Hemingway una volta ha detto: «All’inizio scrivere sembra un gioco da ragazzi. Pensi sia meraviglioso. Ti riesce facile, divertente. Ma in quel momento è a te stesso che pensi, non al lettore. Lui non lo troverà così divertente. Più tardi, quando imparerai a scrivere per il lettore, scrivere ti sembrerà tutt’altro che facile».

Scrivere infatti, anche nel caso di una sceneggiatura, non significa semplicemente mettere su carta intestazioni, descrizioni e dialoghi. È molto più complicato. Vuol dire essere capaci di sollecitare una reazione emotiva in chi legge. Pensare al lettore significa vedere le parole sulla carta attraverso i suoi occhi, tenendo in considerazione quella che potrebbe essere la sua esperienza emotiva. La parola “emozione” deriva dal latino, e significa, tra le altre cose, anche *disturbare* o *smuovere*. Lo scrittore deve letteralmente smuovere il lettore dalla sua vita di tutti i giorni e, in un certo senso, disturbarne sia la mente che il cuore. È questo che chiede chi leggerà, ed è questo che compra e vende l’industria del cinema. Ecco come dovrete vederla: «Lavoro per un’industria che produce e distribuisce emozioni: il mio compito consiste nel far provare emozioni al mio pubblico, al lettore in primo luogo».

In un altro mio libro<sup>2</sup> ho riportato una frase dello sceneggiatore premio Oscar Akiva Goldsman (*Cinderella Man, Io, robot, A Beautiful Mind*)

---

<sup>1</sup> Negli Stati Uniti, il “lettore” – lo *script reader* – è una figura molto più istituzionalizzata che in Europa, e in Italia in particolare, e identifica il lettore di una produzione, di una casa editrice o di una rivista, cioè colui che per primo valuta e decide del destino di un manoscritto. In questo libro il termine “lettore” è utilizzato in modo ambivalente per indicare a volte la figura editoriale o di produzione, altre il pubblico a cui l’opera è rivolta. [NdR]

<sup>2</sup> Karl Iglesias, *The 101 Habits of Highly Successful Screenwriters. Insider Secrets from Hollywood’s Top Writers*, Adams Media, Avon 2011.

che recita: «Scrivere sceneggiature è come creare capi d'alta moda: tutti i vestiti hanno la stessa struttura. Ogni camicia ha due maniche e dei bottoni, ma non tutte le camicie sono uguali. Molti dei libri e dei corsi di scrittura insegnano solamente che una camicia ha due maniche e dei bottoni e poi si aspettano che l'allievo riesca a creare una camicia da sfilata». Intendiamoci. Questo non significa che studiare e conoscere la struttura di una sceneggiatura o di un racconto non sia importante: per scrivere in modo professionale bisogna padroneggiare a menadito i fondamentali della struttura. Conoscerli, però, non esaurisce quello che c'è da sapere.

Delle svariate centinaia di sceneggiature che ho letto nella mia carriera di *script reader*, ne ho consigliate solamente cinque. E tutte le sceneggiature che ho scartato erano formalmente perfette: niente refusi né errori di formattazione, ottima struttura, tutti i passaggi da un atto all'altro messi al punto giusto. Il problema è che si somigliavano tutte, come se fossero state scritte da uno stesso programma che risponde sempre allo stesso algoritmo.

Il fatto è che ancora oggi esiste un'inconsapevolezza sorprendente su cosa sia l'essenza della scrittura, su cosa la renda viva: ciò che rende il dramma tale non è la logica, sono le emozioni. Diversi *script reader* mi hanno detto che spesso produttori e editori leggono a partire da una pagina a caso. Se non li entusiasma, se non gli fa venire voglia di voltarla per leggere la successiva, il manoscritto è cestinato. Provate anche voi con uno script di successo. Prendete *Casablanca*, *Chinatown* o *Il silenzio degli innocenti*. Scegliete una pagina a caso e provate a leggerla: rimarrete affascinati dai dialoghi, dai personaggi, dal conflitto, e vorrete immancabilmente proseguire. Si racconta che durante le riprese di *Intrigo internazionale*, Alfred Hitchcock abbia detto allo sceneggiatore Ernest Lehman: «Non stiamo creando un film ma un organo, come quelli che si trovano nelle chiese. Pigiama questa corda e il pubblico ride. Pigiama quest'altra e sussulta. Con queste altre note ancora, sorride sotto i baffi. Un giorno o l'altro non ci sarà neanche più bisogno di fare un film. Collegeremo degli elettrodi al cervello del pubblico e comporremo direttamente le emozioni da fargli provare». Vero è, però, che le emozioni che proviamo al cinema sono il prodotto finale del lavoro congiunto di centinaia di artisti: un film è la somma di molti contributi di diversa natura. Ci sono l'arrangiamento musicale, il montaggio, la fotografia, la regia, la scenografia, e via dicendo. Tutti elementi che suscitano emozioni nello spettatore. La difficoltà di scrivere è data dal fatto che la lettura, invece, è una cosa intima, che rimane tra il lettore e la pagina. Nella lettura c'è un'unica persona che prova (o meno) una connessione emotiva con delle parole stampate. Quindi a suscitare emozione (o meno) è solo l'uso che di quelle parole è stato fatto. E se non suscitano la reazione che lo scrittore desidera, se il lettore è annoiato e non affascinato, non c'è niente che possa salvarle. Fine dei giochi.

## **TECNICA SIGNIFICA SUSCITARE EMOZIONI: I TRE TIPI DI EMOZIONI DELLA NARRATIVA**

---

L'avrete sentito dire centinaia di volte: uno scrittore per avere successo deve "migliorare la propria tecnica". Ma cosa significa esattamente? In generale, la tecnica è ciò che si usa per fare succedere qualcosa sulla pagina. Più precisamente, è la capacità di utilizzare il linguaggio per creare di proposito un'emozione o un'immagine nella mente del lettore, e tenere accesa la sua attenzione. Come dice McKee, la tecnica è *una bella storia raccontata bene*, dove "raccontata bene" significa capace di suscitare delle emozioni.

"Una bella storia raccontata bene" contiene due elementi, e lo scrittore, quindi, ha un doppio compito. Per prima cosa deve creare un mondo immaginario e la vita che i personaggi conducono dentro questo mondo (la bella storia), e per ottemperare a questo vanno messi in pratica gli insegnamenti che servono a stimolare la creatività: ideare un concept, creare personaggi da zero, sviluppare e strutturare intrecci. Ma una volta creata la "bella storia", lo scrittore dovrà anche assicurarsi che nel lettore vengano suscitate tutte le emozioni che desidera provocare: è questo che significa "raccontare bene". Alcune parti di questo libro saranno dedicate agli strumenti utili a mettere a punto la propria creatività; altre a quelli che servono per raccontare bene. Tenendo presente che le due cose si intrecciano.

Quando legge una sceneggiatura (o un racconto, oppure quando guarda un film), il pubblico può provare tre diversi tipi di emozione, riassumibili nelle "tre V": *voyeuristica*, *vicaria* e *viscerale*. Una bella sceneggiatura interagisce con il lettore su tutti e tre i piani.

Le *emozioni voyeuristiche* fanno leva sulla curiosità del lettore di accedere a nuove informazioni su mondi sconosciuti o sulle relazioni tra persone. Questi contenuti derivano direttamente dalla sensibilità e dalle passioni dello scrittore, cose che ovviamente non possono essere insegnate. È possibile, però, individuare le proprie propensioni, coltivarle, e imparare a esprimerle.

Sono emozioni voyeuristiche anche quelle che nascono dall'interesse del lettore verso qualcosa che non comprende appieno. Ad esempio, è un'emozione voyeuristica la spinta a origliare una conversazione privata per saperne di più. Questo genere di emozioni viene vissuto in maniera ancora più forte nella finzione che nella vita reale, perché il pubblico può immergersi nella lettura senza temere le conseguenze cui andrebbe incontro se mettesse in atto comportamenti simili "per davvero". Quando si tratta di finzione, possiamo spiare una scena intima senza alcun rischio di "farci beccare". Allo stesso modo, nella realtà non vorremmo mai nuotare in acque infestate dagli squali, ma se stiamo guardando *Lo squalo* nel buio della sala possiamo immaginare di farlo senza temere di farci sbranare.

Le *emozioni vicarie*, invece, sono quelle emozioni per cui quando ci immedesimiamo in un personaggio diventiamo quel personaggio, sentiamo quello che prova, viviamo le sue esperienze. Così, all'improvviso, ecco che non stiamo più semplicemente seguendo una storia che parla delle peripezie di un personaggio. Stiamo vivendo una storia che parla degli ostacoli che dobbiamo affrontare noi, in prima persona, per raggiungere il nostro obiettivo. Le emozioni vicarie si sviluppano per via della naturale curiosità che noi esseri umani proviamo riguardo alla nostra essenza e condizione: se da spettatori riusciamo a riconoscere le emozioni che sta provando il personaggio e abbiamo stabilito con lui un rapporto di identificazione, sperimenteremo le sue stesse emozioni in modo vicario.

Le *emozioni viscerali* sono le più cercate dai lettori o dagli spettatori. Sono quindi quelle che noi scrittori dobbiamo enfatizzare di più, e comprendono l'interesse, la curiosità, l'attesa, la tensione, la sorpresa, la paura, l'entusiasmo, l'ilarità e via dicendo. Una sceneggiatura con una bella quantità di emozioni viscerali provocherà nel lettore la sensazione di essere stato "intrattenuto". E molte delle tecniche esposte in questo libro sono pensate proprio per suscitare emozioni viscerali.

### **Emozioni del personaggio vs emozioni del lettore**

Quando si scrive è importante avere consapevolezza della differenza tra le emozioni vissute dal personaggio e quelle vissute dal lettore. Pensiamo, ad esempio, al personaggio di una commedia che sta vivendo una situazione di difficoltà: mentre lui sta soffrendo, il lettore potrebbe invece ritrovarsi a ridere. Oppure, in un thriller, potremmo avere un personaggio perfettamente tranquillo e rilassato mentre il lettore è in preda all'ansia perché è a conoscenza di qualcosa di terribile o pericoloso che sta per succedere e che il personaggio ignora. Si tratta di una distinzione essenziale. Spesso infatti ci si concentra troppo sulle emozioni dei personaggi e ci si dimentica di quelle del lettore. Ingenuamente si tende a pensare che se, ad esempio, facciamo piangere un personaggio, anche chi legge si sentirà triste o impietosito. E in effetti a volte è così. Ma solo se è già stato stabilito tra personaggio e lettore un forte legame empatico. E, comunque, anche questa non è una garanzia sufficiente; basta ricordare quanti drammi con emozioni forti sono passati in sordina perché non mettevano in gioco emozioni di tipo viscerale. Far piangere un personaggio è molto meno importante che far piangere il lettore. Riprendendo una frase di Gordon Lish: «Ciò che conta non è quello che accade al personaggio sulla pagina, ma quello che succede nella mente e nel cuore del lettore». Ci torneremo.

## **COSA OFFRE QUESTO LIBRO: SCRITTURA DI FICTION, NON FICTION E TEATRALE**

---

Questo libro non vuole fornire delle regole da seguire ma piuttosto esplorare e mettere in evidenza alcune cose importanti. Nessuno può dirvi come scrivere. Di contro, è importante avere a disposizione gli strumenti e le tecniche per farlo nella maniera migliore. Vi mostrerò dunque cosa ha funzionato nelle sceneggiature di successo, cioè come gli scrittori di talento sono riusciti a catturare l'attenzione del lettore e a mantenerla viva dall'inizio alla fine grazie a una vasta gamma di emozioni viscerali infilata nel mezzo. La maggior parte delle tecniche che esploreremo, benché tratte dalle grandi sceneggiature, è altrettanto valida per la scrittura di fiction, non fiction e teatrale. Nel leggere, tenete presente che questo libro è stato pensato a integrazione dei classici manuali di scrittura, non per prenderne il posto: va oltre le cose basilari. Quindi, se siete agli inizi della vostra esperienza di scrittori, vi consiglio di leggere prima altri libri per costruirvi delle fondamenta solide. Non regole, fondamenta: perché l'unica regola che c'è nell'arte della scrittura è che la scrittura deve funzionare. E questa regola non conosce eccezioni.

Ogni settimana, nelle agenzie letterarie e nelle case di produzione arrivano centinaia di manoscritti, ma la maggior parte di loro viene scartata. Qual è il problema? Esclusi grossolani errori di presentazione (errori ortografici, macchie di caffè, pagine mancanti o bianche), formattazione errata o una scrittura pessima, piena di cliché, il vero motivo per cui i manoscritti vengono scartati è che chi legge perde interesse nella lettura. Il manoscritto perde di immersività. Si spezza l'incantesimo. La connessione con l'opera. E quando chi legge perde la connessione, esce dalla storia e inizia a porsi dubbi su ciò che sta leggendo. Improvvisamente, la mente comincia a fare considerazioni critiche tipo «questo non succedrebbe mai», «quest'altro non mi torna» o, più spesso, «santo cielo, questa roba è davvero insulsa!». Al contrario, quello che si aspetta il lettore è uno scritto in cui ogni pagina proponga tensione, ansia, divertimento, attesa, sofferenza o terrore, e in cui queste emozioni viscerali siano tessute in un'esperienza soddisfacente che dura per tutto il corso della lettura. «Dovete prendere il lettore per il collo nel primo paragrafo, affondargli i vostri pollici nella trachea nel secondo e tenerlo incollato al muro fino alla frase che annuncia il finale» ha scritto Paul O'Neil. E non c'è niente di più vero.