

A.

Sei seduto per terra, sul tappeto a rombi. La schiena contro il calorifero a parete.

Pensi, col PC appoggiato sulle ginocchia. Sei solo, in silenzio. Fuori c'è buio, e dalle porte-finestre vedi le foglie della quercia che si muovono. C'è vento.

Premi un tasto e scrivi una **A** grossa.

A. Come Amico, Amore, Amaranzo, Annessoeconnesso, Assurdo, Anisette, Aristotele, Antologia, Ambizione, Artropode, (punto di) Arrivo.

A come "A che pro"?

La tua **A** è viva. Ha senso di per sé, ma è solo un inizio, una parte di parola, un sospeso, qualcosa che sta nascendo. Non sai come continuare, perché ancora non sai per chi è.

Poi, all'improvviso te lo vedi. Lui. Che apre il libro e sulla prima pagina trova:

"**All'**alba la sveglia suonò. DRRRRRRRRRRRRRRR.

"Nooooo, è già ora?".

Un inizio come un altro.

Ora ce l'hai bene in mente chi è che deve leggere.

Sai cosa indossa, che si è tolto le scarpe, di che colore ha le calze.

Si è fatto una tisana, ti cerca, ma indugia. Sa che "tu" sei lì, ma fa altro.

Bagna le piante, sfoglia riviste vecchie. Liscia la gatta. Guarda fuori. Alza la cornetta del telefono, la posa. Accende la tele, fa zapping, spegne. Ti guarda distratto, lì sul tavolino. Sei solo un "libretto". È un po' che ti vuole ma non si decide. O fa solo finta. Si inventa da fare, perché sa che se ti prende non ti molla. E non è sicuro di avere tempo per te. Cammina su e giù, con le mani dietro la schiena, la testa china.

Alla fine non ce la fa più. Si gira. Viene veloce verso di te e ... "**All'**alba la sveglia suonò...".

"Reader focused writing": scrittura orientata al lettore. Adottare il punto di vista del destinatario, e renderlo il vero protagonista del messaggio. Come i grandi della musica o del teatro, diventare una cosa sola con il pubblico, pensare con la sua testa, provare le sue emozioni. Altro che "target". Se trattiamo il lettore come una persona, unica, importante, ci ascolterà più volentieri.

