



presenta

Le 13 Regole di Chuck Palahniuk

a cura di
Lorenzo Bergamini

Venti anni fa, una mia amica e io camminavamo per Portland a natale. I grandi negozi con tanti reparti: Meier and Frank... Fredrick and Nelson... Nordstroms... in tutte le loro vetrine sempre la stessa semplice, graziosa scena: un manichino abbigliato o una bottiglia di profumo sulla neve finta.

Invece le vetrine di J.J. Newberry, diavolo, erano stracolme di bambole e decorazioni e spatole e set di cacciaviti e cuscini, aspira polveri, grucce di plastica, criceti, fiori di seta, caramelle - credo che ormai abbiate capito che cosa intendo. Ogni singolo oggetto di quella massa era prezzato con un cartellino rotondo di un rosso sfumato. E oltrepassando la vetrina, la mia amica, Laurie, lanciò una lunga occhiata e disse: "la loro filosofia di allestimento delle vetrine deve essere: 'Se la vetrina non sembra uscita bene - mettimi altra roba.'" Disse il commento perfetto al momento perfetto, e lo ricordo due decenni dopo perché mi fece ridere. Quelle altre, eleganti vetrine... sono sicuro che fossero curate e piacevoli, ma non m'è rimasta in mente una vera immagine di come fossero. Per questo saggio, il mio obiettivo è 'metterci altra roba'. Mettere insieme una sorta di calza natalizia delle idee, sperando che qualcosa sia utile. Come se facendo i pacchetti regalo per i lettori, infilandoci caramelle e uno scoiattolo e un libro e qualche gioco e una collana, io sperassi che una varietà sufficiente garantisca che qualcosa di tutto ciò risulti totalmente asinino, ma qualcos'altro si riveli perfetto.

Numero Uno: Due anni fa, quando scrissi il primo di questi saggi fu a proposito del mio metodo di scrittura "con timer da cucina". Non avete mai visto quel saggio, ma eccovi il metodo: Quando non avete voglia di scrivere, programmate un timer da cucina su

un'ora (o mezz'ora) e sedetevi a scrivere finché suona il timer. Se ancora odiate scrivere, siete liberi dopo un'ora. Ma normalmente, giunti al momento in cui suona il timer, sarete così coinvolti dal vostro lavoro, vi piacerà così tanto che continuerete. Invece di un timer da cucina, potete fare un carico di vestiti nella lavatrice o nell'asciugatrice e usare quello per dare un tempo al vostro lavoro. Alternare il compito cerebrale della scrittura con il lavoro meccanico della lavanderia o del lavaggio dei piatti vi darà le pause necessarie perché giungano nuove idee e ispirazioni. Se non sapete cosa seguirà nella storia... pulite il bagno. Cambiate le lenzuola. Cristo Santo, fate le polveri al computer. Un'idea migliore arriverà.

Numero Due: Il vostro pubblico è più intelligente di quanto crediate. Non abbiate paura di sperimentare con strutture narrative o salti temporali. La mia personale teoria è che le giovani generazioni di lettori si tengano a distanza dalla maggior parte dei libri - non perché questi lettori siano più stupidi di quelli delle generazioni passate, ma perché il lettore di oggi è più intelligente. Il cinema ci ha reso molto sofisticati in merito alla narrazione di storie. E il vostro pubblico è più difficile da colpire di quanto possiate immaginare.

Numero Tre: Prima di sedervi a scrivere una scena, rimuginatela nella vostra mente e chiarite a voi stessi lo scopo di quella scena. Quali eventi precedentemente iniziati saranno interessati da questa scena? Quali basi saranno poste per scene successive? Come potrà questa scena contribuire allo sviluppo della vostra trama? Mentre lavorate, guidate, fate ginnastica, mantenente questo solo problema nella vostra mente. Prendete qualche appunto quando vi vengono delle idee. E solo quando avete

stabilito l'ossatura della scena - allora, sedetevi e scrivetela. Non mettetevi a quel noioso, polveroso computer senza aver qualcosa in mente. Non affaticate il vostro lettore con una scena in cui poco o niente accade.

Numero Quattro: Sorprendete voi stessi. Se riuscite a portare la storia - o a far sì che la storia porti voi - a un punto tale da sconvolgere voi stessi, allora potrete sorprendere il vostro lettore. Laddove voi vedrete delle sorprese ben pianificate, è molto probabile che anche il vostro sofisticato lettore le vedrà .

Numero Cinque: Quando arrivate a un punto morto, tornate indietro e leggete le vostre scene precedenti, cercando personaggi abbandonati o dettagli che potete resuscitare come "pistole sepolte". Quando stavo scrivendo il finale di Fight Club, non avevo idea di che cosa fare con il palazzo di uffici. Ma rileggendo la prima scena, ho trovato il commento che avevo lasciato cadere a proposito di combinare nitroglicerina e paraffina e di come fosse un metodo dall'esito incerto per fabbricare esplosivo plastico. Quella frasettina stupida (... la paraffina non ha mai funzionato per me...) fece risorgere la perfetta "pistola sepolta" alla fine e salvò il mio culo di racconta storie.

Numero Sei: Usate la scrittura come la vostra scusa per indire un party alla settimana - anche se chiamerete quel party "workshop". Ogni istante che passate con altre persone che stimano e supportano la scrittura, quegli istanti controbilanceranno tutte le ore che passate da soli, scrivendo.

Persino se un giorno venderete il vostro lavoro, nessuna cifra di denaro vi ricompenserà per il tempo che avete speso in solitudine. Perciò, prendetevi subito la vostra "ricompensa", fate della scrittura una scusa per stare fra la gente. Quando raggiungerete la fine della vostra vita - credetemi, non vi guarderete indietro per assaporare i momenti che avete passato da soli.

Numero Sette: Imparate a convivere con il Non Conoscere. Questo piccolo consiglio è giunto passando per un centinaio di personaggi famosi, attraverso Tom Spanbauer fino a me e ora, a voi. Più a lungo permettete a una storia di prendere forma, migliore sarà la sua forma finale. Non affrettate o forzate il finale di una storia o di un libro. Tutto ciò che dovete conoscere è la prossima scena, o le prossime scene. Non dovete conoscere ogni momento dal principio alla fine, infatti, altrimenti sarà noioso come l'inferno da realizzare.

Numero Otto: Se avete bisogno di maggiore libertà nel muovervi nella storia, di revisione in revisione cambiate i nomi dei personaggi. I personaggi non sono veri, e non sono voi. Cambiandone arbitrariamente i nomi, prenderete la distanza necessaria per poter veramente torturare un personaggio. O peggio, eliminate un personaggio, se è quello che la storia richiede.

Numero Nove: Ci sono tre tipi di discorso - non so se sia VERO, ma l'ho sentito a un seminario e mi è sembrato sensato. I tre tipi sono: Descrittivo, Istruttivo, ed Espressivo. Descrittivo: "Il sole si era alzato..." Istruttivo: "Cammina, non correre..." Espressivo: "Ahi!" la maggior parte degli scrittori di narrativa usano solo una

- al massimo, due - di queste forme. Quindi usatele tutte e tre. Mischiatele fra loro. La gente parla così.

Numero Dieci: Scrivete il libro che vorreste leggere.

Numero Undici: Fatevi scattare adesso le fotografie da mettere sulle sovra copertine, finché siete giovani. E procuratevi i negativi e i diritti su quelle fotografie.

Numero Dodici: Scrivete delle questioni che vi toccano. Sono le sole cose di cui vale la pena scrivere. Nel suo corso, intitolato "Scrittura Pericolosa," Tom Spanbauer insiste sul fatto che la vita è troppo preziosa per spenderla scrivendo piatte, convenzionali storie nei confronti delle quali non provi nessun attaccamento. Ci sono così tante che di cui Tom ha parlato ma che ricordo solo per metà: l'arte della "manomissione", che non saprei ripetere con precisione, ma che ho capito riferirsi all'attenzione da prestare nello spostare il lettore attraverso i vari momenti della storia. E "sous conversation," che ho capito intendere il messaggio nascosto, sepolto al di sotto della storia ovvia. Poiché non mi sento a mio agio a descrivere argomenti che ho capito solo a metà, Tom ha accettato di scrivere un libro sul suo workshop e sulle idee che insegna. Il titolo temporaneo è "A Hole In The Heart," e [Tom] pensa di averne una bozza pronta per Giugno 2006, con una data di pubblicazione definita per l'inizio del 2007.

Numero Tredici: Un'altra storia su una vetrata natalizia.

All'incirca tutte le mattine, faccio colazione nello stesso locale, e questa mattina un uomo stava dipingendo la vetrata con decorazioni natalizie. Pupazzi di neve. Palle di neve. Campanelli.

Babbo Natale. Se ne stava sul marciapiedi, dipingendo nel freddo assiderante, il suo fiato fumante, alternando pennelli e rulli con vari colori di vernice. Dentro il bar, clienti e camerieri lo guardavano stendere vernice rossa e bianca e blu sul lato esterno della vetrata. Dietro di lui, la pioggia divenne neve, che cadeva di traverso spinta dal vento. I capelli del pittore erano di tutte le sfumature di grigio, e la sua faccia era cadente e rugosa come il sedere vuoto dei suoi jeans. Tra un colore e l'altro, si fermava per bere qualcosa da un bicchiere di carta. Guardandolo dall'interno, mangiando uova e pane tostato, qualcuno disse che era triste. Questo cliente disse che l'uomo era probabilmente un artista fallito. C'era probabilmente whiskey nel bicchiere. Probabilmente aveva uno studio colmo di dipinti che nessuno ha voluto e ora si guadagna da vivere decorando le vetrine di ristoranti che puzzano di formaggio e di negozi di alimentari. Proprio triste, triste, triste. Questo pittore continuava a stendere il colore. Tutta la bianca "neve", prima. Poi qualche macchia di rosso e di verde. Poi qualche contorno che ha trasformato le chiazze di colore in calze e alberi di Natale. Un cameriere si aggirava, versando caffè alla gente, e dicendo, "E' così pulito. Mi piacerebbe saperlo fare io..." E sia che invidiassimo o compatissimo questo tipo al freddo, lui continuava a dipingere. A aggiungere dettagli e strati di colore. E non sono sicuro di quando accadde, ma a un certo momento non era più lì. I disegni erano in sé così ricchi, si adattavano alle vetrine così bene, i colori erano così luminosi, che il pittore se n'era andato. Sia che fosse un fallito o un eroe. Era scomparso, andato chissà dove, e tutto ciò che noi vedevamo era il suo lavoro.

An advertisement for bli.it. The top section has a yellow background with two grey squares. Below that is a tan background with the bli.it logo. The main part of the ad features a black and white photograph of a man and a woman looking at a computer screen. Overlaid on the photo is the text "Più facile di così, libera tutti dalla gestione di un Sito Web." in a white, outlined font. At the bottom center is a small orange button with the text "Scopri i dettagli".

bli.it

Più facile di così,
libera tutti dalla
gestione
di un Sito Web.

Scopri i
dettagli