

lunedì, 1 giugno 2009

Farsi capire

Quiz: è la più grande pubblicitaria e studiosa di comunicazione esistente in Italia e non solo in Italia... sì, avete indovinato... **Annamaria Testa**... ma, via, era facile!

Ai più distratti ricordo che insegna all'Università Bocconi di Milano. Ha pubblicato diversi saggi sulla creatività e sulla comunicazione: "La parola immaginata" (Pratiche, 1988 e 2000), "La creatività a più voci" (Laterza, 2005), [Le vie del senso](#).

Conduce il migliore sito in lingua italiana esistente in Rete sulla comunicazione: [Nuovo e Utile](#); è stata l'ideatrice di una particolare antologia di racconti: [Cuori di pietra](#) ch'ebbe tanto successo da conoscere una nuova raccolta intitolata [Facce di bronzo](#).

Poi, ci crediate o no, la Testa, nel maggio 2004, ha fatto anche un [volo spaziale](#).

Ora la [Rizzoli-Bur](#) manda in libreria, in una nuova edizione – con una copertina di [Guido Scarabottolo](#) – uno dei suoi più importanti lavori: **Farsi capire**.

Titolo eloquente che riguarda la comunicazione, e Annamaria Testa ne coglie l'intreccio fra umanesimo e scienze, estetica e tecnologia, ne studia nascita e approdi.

Sterminata è l'offerta di documentazione, attraverso rimandi alla saggistica e al giornalismo sul tema, proponendo bibliografia e webgrafia specializzate; ragionato e ben strutturato è il percorso esemplificativo attraverso le realizzazioni creative di ieri e le nuove tendenze d'oggi.

Farsi capire. Tra i suoi anagrammi si trova *capire frasi*, roba che ovviamente solo *si fa per cari*.

E', infatti, uno studio illuminante circa origini e rappresentazioni del linguaggio, i suoi illuminanti lapsus, i nascosti tic e imperiosi tabù. E illustra i modi di affrontarli, studiarne le dimensioni, sfruttarne le simbolizzazioni.

Manuale utilissimo per chi professionalmente è impegnato a comunicare, dovrebbero acquistarlo in tanti perché pervengono quotidianamente nelle redazioni comunicati degni d'essere recitati dai Fratelli De Rege.

Tempo fa, la intervistai e chiesi: nella tua attività professionale, nell'osservazione quotidiana di chi ti circonda come decidi chi è "creativo" e chi no? Così mi rispose.

Bella domanda. Elenco (non in ordine di importanza) alcuni dei segni che mi rendono diffidente.

L'abuso del termine "creativo", non importa se riferito a se stessi o ad altro.

L'abuso del termine "trasgressivo". L'abuso di diminutivi (da "attimino" a "mercatino", per intenderci). La difficoltà nel gestire con precisione e misura i congiuntivi (esclusi stranieri, anziani, bambini, persone con bassa scolarità). La coazione a fare battute su tutto, sganasciandosi a sproposito. Le persone pedanti o piagnucolose: gasp.

Le persone (sempre) pigre: bleah. Le persone prepotenti: brrr.

Le persone che non leggono (mai) un libro o un giornale): gulp.

Le persone troppo e sempre sicure di sé: uff.

Ecco invece alcuni dei segni che mi sembrano positivi.

La capacità di cogliere l'aspetto paradossale delle cose. Il sense of humour. La capacità di essere empatici e compassionevoli.

E poi: le persone tenaci. Le persone curiose. Le persone flessibili nei comportamenti. Le persone che sanno assumersi delle responsabilità. Le persone che sanno stupirsi. Le persone competenti. Le persone genuinamente anticonformiste.

Però, però: va detto che sparare giudizi a capocchia, o ridurre a categorie semplificate la multiformità del mondo, NON è un segno di creatività.

Quindi, tutto quanto è detto sopra andrebbe davvero preso con le molle.

Per una scheda sul libro: [CLIC!](#)

Annamaria Testa

"Farsi capire"

Pagine 432, Euro 11:00

Rizzoli - Bur

