

Introduzione

La genesi di questo libro risale a oltre quindici anni fa. La mia è una deduzione col senno del poi, per *hindsight* per usare un'espressione cara a Edward De Bono, il neuroscienziato massimo divulgatore del *lateral thinking*, il pensiero laterale. Di sera facevo l'autore e il performer comico, come si direbbe oggi, anche se all'epoca si definiva più semplicemente «fare cabaret»; di giorno avevo la fortuna di lavorare come assistente di un grande direttore creativo, di cui non posso fare il nome e il cognome, per cui mi limiterò a fare il cognome e il nome: Zambelli Daniele.

Ho bisogno di citare Daniele Zambelli, perché per me è stato un maestro, il primo da cui ho visto applicare i contenuti del pensiero laterale senza che avessi la lucidità di collegarli alla mia vita da umorista. A quell'epoca la *stand-up comedy* era un fenomeno ancora americano e i nostri riferimenti erano i comici italiani offerti dalla tv, quelli della generazione più vicina, da Paolo Rossi ad Antonio Albanese, il bacino di Zelig con le eterne formiche di Gino e Michele, l'arguzia della Gialappa's Band degli anni d'oro, la genialità romana di Corrado Guzzanti e del gruppo di Serena Dandini, i meccanismi comici di Lillo e Greg con Telenauta '69. Sfondando il tetto degli anni Ottanta c'erano Benigni, Troisi, Nuti, Grillo e i tormentoni corrosivi e trash del *Drive In*. Il cinema allargava poi l'orizzonte, con la follia dei Monty Python, le incursioni psicanalitiche di Woody Allen, la demenzialità dei fratelli Farrelly, il mito di Lebowsky e dei fratelli Coen, lo humor grottesco di Takeshi Kitano, l'esuberanza violenta di Joe Pesci e la ricorsività dialogica di Quentin Tarantino.

Io mi sentivo come Superman, di giorno Clark Kent, di notte superoe (seppure i miei punti deboli fossero molti di più della kryptonite e le mie battute non avevano l'ambizione di salvare il mondo, mi bastava un posto nelle serate di Zelig). Negli studi di Simmetrico, mentre scrivevi tranquillo un'email, capitava di sentire frasi del tipo: «Ricordati che siamo macchine»; eri al bar a prendere il caffè: «I processi mentali sono vittima di condizionamenti»; ti sedevi per una riunione e: «Cambia posto, ti aiuterà a vedere le cose da una nuova prospettiva». La mia reazione era simile a quella di Troisi in *Non ci resta che piangere*: «Adesso me lo segno».

All'epoca la creatività per me coincideva con i minuti sul palcoscenico e si traduceva in battute, faticavo a capire il talento e il mestiere con cui Daniele definiva il proprio lavoro: far sedere i creativi intorno a un tavolo e governare quell'accadimento in parte caotico, in parte mistico che è il brainstorming. In quel momento il mio contributo alla tempesta di cervelli era alquanto limitato: era lecito per me sedermi al tavolo a patto di rispettare un comandamento: stare attento, acuto e non parlare.

Mi era capitato di assistere così alla creazione di eventi commerciali grandiosi – a quel tavolo si sedevano gli scenografi dell'Eurosong contest, registi David di Donatello, animatori grafici e autori da urlo –, di vedere palazzetti e teatri smantellati e ricostruiti in un giorno per due ore di show che coniugavano presentazioni di prodotto, speech, film emozionali, concerti, performance artistiche. Ogni cosa rispondeva a un concept, il nucleo che originava tutto. Era quello il magnete in possesso del direttore creativo: tutte le idee che proliferavano dovevano essere ricondotte a quella fonte originaria di senso ed energia. Daniele ne era il motore e il custode.

E così la macchina simbolo d'Italia diventa una scatola bianca grande quanto il Palaisozaki e un veicolo commerciale la tessera di un domino gigante.

E proprio all'interno di questo domino gigante ricreato all'interno di un teatro di Torino ho avuto una piccola epifania; vedremo in questo libro come *insight*, *Aha! moment*, intuizioni siano alla base dell'umorismo e del pensiero laterale. Mi era toccato di scrivere e inviare una scheda di presentazione del veicolo intorno al quale ruotava l'evento del momento all'agenzia del performer che

avrebbe chiuso lo show. Il performer era Fiorello. L'unica indicazione che avevo avuto era stata quella di «non fare stupidaggini per metterti in mostra come comico». Anche se intravedevo possibilità di carriera in quella coincidenza, per non tradire il divieto avevo allora deciso di fare il serio, anzi, visto che c'ero il molto serio, serissimo. Ho inviato così all'agenzia un testo in cui riportavo i valori profondi del veicolo, come se fossero questione di vita o di morte. Del resto, si sa, quando si parla del loro prodotto i direttori marketing si prendono piuttosto sul serio. Volevo farli contenti.

L'evento fino a quel momento era andato benissimo. Le centinaia di tesserine di domino erano cadute tutte al momento giusto. L'AD e il direttore generale gongolavano. Zambelli cominciava a respirare più sereno: finalmente era arrivato il momento dello show, ci si poteva rilassare, la nostra parte di competenza dell'evento era andata alla grande.

Ed ecco Fiorello uscire luminoso, tra la musica e gli applausi, con un foglio in mano... «Chi è che mi ha mandato 'sta cosa?», dice, avvicinandosi alla platea. «Chi ha scritto questo testo?»

Sprofondo nella poltrona. Zambelli lancia uno sguardo che mi incenerisce (di giorno sono Clark Kent, quindi inerme).

«È bellissimo!», urla Fiorello, «Così bello che ci ho fatto una canzone». Parte l'orchestra e Fiorello si mette a cantare riga su riga il documento sui valori del Fiat Qubo (ma sì, possiamo dirlo) che gli avevo mandato io, in una canzone che fa piegare in due il teatro.

Anch'io rido, ma a denti stretti. Temo per il mio posto. Quei valori erano scolpiti sulla pietra, non si potevano trasgredire, avevamo perso mesi affinché venissero espressi in tutte le forme mediatiche e spettacolari e poi basta una canzone per mandare tutto in fumo?

In quel momento, però, per me, quei due mondi – la creatività come processo e la creatività come intuizione e guizzo – si sono abbracciati. Più volte mi sono chiesto che cosa sia stato in grado di ribaltare quella serietà e quella carica di tensione, oltre alla bravura del performer. La risposta l'ho trovata anni dopo, leggendo i libri di De Bono sul pensiero laterale.

De Bono considera lo humor la più grande funzione dell'intelletto umano e la più pura attività del pensiero laterale. Al pari del

pensiero laterale lo humor non ci porta da A a B, ma da A a X, eludendo i soliti schemi mentali, le aspettative, i modelli. Fiorello ha preso quel foglio e l'ha portato nel territorio della X, facendo diventare musica e risate un contenuto destinato al massimo a un powerpoint.

Da allora ho iniziato a intendere la scrittura umoristica e i processi creativi come movimenti analoghi di un'unica forma di pensiero: pensare laterale. Esistono vari studi sui processi sottesi all'esperienza umoristica, allo slittamento cognitivo che vi è alla base ed esiste una solida letteratura sulla mente creativa. Questo libro si pone l'obiettivo di individuare i punti di convergenza e di tracciare un ponte tra essi, partendo proprio dall'assunto espresso da Edward De Bono, secondo il quale lo humor, al pari del pensiero laterale «nasce nel momento in cui l'interpretazione normale di una cosa viene scossa dall'improvviso presentarsi alla coscienza di un'interpretazione diversa». Lo humor come l'intuizione genera un modo alternativo di elaborare l'informazione disponibile.

Per la cronaca non ho perso il posto, anzi quell'azione, che De Bono chiamerebbe *provocative operation* (PO), ha aggiornato il comandamento del brainstorming. Dovevo stare attento, acuto e... focalizzato. Da lì, autore involontario, ho cominciato a proferir parola.

Ringraziamenti

Ringrazio Daniele Zambelli per la sincronicità.

Marina per la casa in via Monviso. I miei zii, Nicola e Carlo, e poi Ombretta e Cristina, per la casa al mare. Mia moglie Maria Chiara, mia figlia Febe e mio figlio Tobia (che è nato mentre scrivevo, cioè non letteralmente ma quasi), per la casa che siamo.

Ringrazio te, mamma, perché ridere era di casa.