

L'INTERVISTA DEL LUNEDÌ

di GINO DATO

Sì, scrivere va bene farsi capire è meglio

Alessandro Zaltron: anche un'email va ben «confezionata»

Le parole sono pietre, recita il titolo di un classico di Carlo Levi. Ma, delle parole, oggi facciamo un uso molto disinvolto, spesso labile e liquido come l'età che viviamo. Parole. Parole. Complice una società delle immagini e della superficie, che spesso rimangono patina del reale. Dobbiamo, per questo, riappropriarci del senso vero delle parole, al di là di un loro uso creativo e narrativo, per adoperarle nelle relazioni di tutti i giorni e per il nostro lavoro.

Non è difficile, infatti, imbattersi in persone che ignorano i rudimenti della scrittura, specie quella professionale. Ne parliamo con Alessandro Zaltron, scrittore e giornalista, che insegna scrittura e *storytelling* d'impresa. Per i tipi della FrancoAngeli è appena apparso il suo *Le parole sono importanti*, dove si insegna a «scriverne poche e bene per lavorare meglio».

Una volta si diceva al giovane che cominciava a lavorare: devi saper scrivere bene anche una lettera... E oggi che cosa bisogna saper scrivere?

«L'email, ovviamente. Si vociferava da tempo del suo imminente decesso, ma la realtà rivela tutt'altro. Esistono oltre quattro miliardi di account email, uno ogni due persone sul pianeta. In azienda la mail è il mezzo di scrittura più consistente, pensate che il 28% del tempo lavorativo lo dedichiamo ai messaggi di posta. Direi che scrivere bene le email ci aiuta un bel po', mentre scriverle male ci può procurare un sacco di guai: incomprensioni, litigi, interruzione di rapporti commerciali, tempo (e quindi denaro) gettato per chiarire e ricucire».

Che cosa è o come definirebbe la scrittura professionale?

«La scrittura professionale è la scrittura "di servizio", cioè quella che serve per lavorare. Per tutti, il "business writing", come lo definiscono gli anglosassoni, è vastissimo. Pensate alla quantità

di email che ricevete e spedite, alle lettere e ai report che scrivete, ai verbali delle riunioni, ai bilanci di esercizio e sociali, alle newsletter che mandate ai vostri clienti, ai brief, alle comunicazioni nell'intranet aziendale, alle presentazioni in power point, ai progetti, ai comunicati stampa, agli house organ, alle brochure, alle procedure, agli opuscoli informativi e ai biglietti da visita, ai post che pubblicate su Facebook. Tutto il giorno passa tra migliaia di parole e tutti i giorni è così».

Qual è a suo parere la differenza tra scrittura creativa e scrittura professionale? E l'una favorisce l'altra?

«La scrittura professionale si differenzia dalla cosiddetta scrittura creativa non perché sia priva di creatività, anzi!, ma perché un romanzo o una poesia possiamo anche fare a meno di scriverli, mentre una fattura o un curriculum vitae no».

Per quali ragioni oggi è così difficile anche la scrittura professionale?

«È difficile innanzitutto perché nessuno la insegna. A differenza di molte altre abilità, che vengono trasmesse, studiate e coltivate, si presume che scrivere sia una cosa spontanea e che riesca a tutti. Così non è, e per questo motivo ho iniziato a tenere i corsi "Scrivere per l'impresa non è più un'impresa". Ci sono poi difficoltà oggettive: oggi le tipologie di documenti da scrivere sono tantissime e ogni prodotto richiede uno stile e ha regole proprie. Parallelamente cresce la frenesia multitasking, per cui la nostra capacità di concentrazione è sempre più bassa e incostante: per attirare l'attenzione e farsi leggere bisogna quindi essere più bravi che in passato».

Esempi?

«Imbattendomi in espressioni come "atto a rilanciare", mi pongo qualche domanda. Ma voi come parlate al supermercato? "Ambisco a due etti di pro-

sciutto atti a realizzare sontuosi toast"? La settimana scorsa un collega mi ha mandato una mail esordendo: "La scrivente informa"; e ho pensato: è un giovane dirigente o un notaio del Cinquecento?

In 5 mosse, una scrittura che sia efficace.

«La scrittura efficace è non il risultato miracoloso di una bacchetta magica, bensì il frutto di una miriade di attenzioni che nel libro indico. Posso anticipare qui alcune dritte.

1) Scrivete per gli altri: è preponderante non ciò che vogliamo dire ma ciò che è utile comprenda il nostro interlocutore; significa anche che lo stile di espressione deve essere commisurato al destinatario: senza abbreviazioni, emoticon o slang se è una persona formale;

2) Arrivate subito al punto: i destinatari di comunicazioni scritte sono spesso poco attenti, impreparati e con poco tempo da dedicarvi;

3) Siate educati: proposte meritevoli naufragano perché comunicate in modo aggressivo o antipatico; salutate e ringraziate sempre; non scrivete frasi in preda all'ira e, se questo succede, contate fino a 24 (24 ore prima di spedirle);

4) Non scrivete se non serve: prima di premere invio a un'email, chiedetevi se è necessario mandarla e proprio a tutti i destinatari che avete selezionato;

5) Ogni testo può essere ridotto del 30% senza perdere nulla, anzi guadagnando in chiarezza. Perciò, anche se siete convinti e anzi orgogliosi di una frase, provate a fare un esperimento: togliete una parola ogni tre e vedrete che la frase sta in piedi ugualmente».



«LE PAROLE SONO IMPORTANTI»

È il titolo del libro di Alessandro Zaltron, nella foto qui sotto. Un volume sulla comunicazione professionale

Autore di un manuale edito da FrancoAngeli, il giornalista spiega i segreti della comunicazione professionale

