

Dal comunicare al farsi capire: principi e metodi

di Erika Leonardi

Mai, nella storia dell'umanità, la comunicazione scritta ha avuto un peso come quello di oggi. PC e Smartphone ci portano a dedicare almeno 6 ore al giorno alla lettura di testi: circa metà della nostra giornata di veglia! Malgrado le ore siano molte, è poco il tempo dedicato al singolo argomento: in pochi secondi il lettore deve essere in grado di capire se il testo è utile e coglierne il significato.

Comunicare! Comunicare! Comunicare! È il *must* del momento: ma pochi si concentrano sul "farsi capire". E l'insuccesso di un testo può emergere molto tempo dopo, quando è già tardi. Le conseguenze? Non sono teoriche, sono molto concrete: ritardi, rilavorazioni, insoddisfazione del cliente, cali nelle vendite, frustrazione dei responsabili, ... e stress nelle persone. Tanto stress assolutamente evitabile. Come? Diventando semplicemente padroni dei principi base della comunicazione e dei metodi per utilizzarli. Nessuna vaga teoria filosofica, solo pratici strumenti per rendere la propria comunicazione efficace ed efficiente. Il mio libro ed i miei corsi sono finalizzati a questo: dotare di mezzi concreti, alla portata di tutti, per ridurre incomprensioni e relativi stress.

Principi di comunicazione

Se scrivo a un'altra persona è perché mi aspetto che a seguito della lettura del mio testo, dovrà avere una *reazione*. Ad esempio, dovrà rispondermi o agire o esprimere interesse alla mia proposta, oppure avere voglia di condividere il mio testo. Pertanto il lettore non è un soggetto passivo: è protagonista del successo del messaggio. Proverà emozioni, avrà pensieri, svilupperà comportamenti. Se non si attiva nulla, la mia comunicazione si è persa nell'etere: solo una manciata di lettere e tanto tempo sprecato. Sinergia, dunque, è la parola d'ordine.

E passiamo al secondo principio: sia per me che scrivo, che per te che leggi, il *fattore tempo* è un elemento fondamentale. Lo sappiamo, siamo in un'epoca in cui "non abbiamo tempo da perdere". Lo scrivente e il lettore usano il loro tempo. E il tempo è un bene prezioso perché "finito"! Infine, parliamo di *emozioni*. Siamo immersi nelle emozioni, nulla è privo di emozioni: neanche una *check list* o un regolamento! Io che scrivo ho un'emozione, tu che leggi hai un'emozione. Il documento scritto genera una relazione, non solo lavorativa ma anche emotiva:

- io scrivo una regola perché sono stressato dalla mancanza di disciplina o perché sono entusiasta del fare squadra;
- tu leggi la regola e sei grato per il chiarimento o sei frustrato dall'ennesima procedura.

Le variabili emotive della relazione scrittore/lettore sono tante e vanno prese in considerazione quanto il contenuto. E siamo giunti così al terzo principio: un messaggio scritto trasmette non solo contenuti ma anche emozioni ed esprime quindi anche un tipo di relazione, che sia di superiorità, paritetica o inferiorità.

Metodo di redazione

Passiamo adesso a una rapida carrellata per passare dallo "scrivere" al "farsi capire".

La letteratura in tema di comunicazione verbale ci dice che noi comunichiamo in piccola parte con le parole, un po' di più con la voce e, soprattutto, con il corpo (Albert Mehrabian). Ho traslato questo concetto alla comunicazione scritta. Un testo comunica con:

- il contenuto, in piccola parte;
- la forma linguistica (parole e frasi), un po' di più;
- la forma grafica, molto di più.



Enon mi riferisco solo agli spot pubblicitari o alle presentazioni in PowerPoint, ma anche alla comunicazione scritta di tutti i giorni: relazioni, report, email, procedure, regolamenti, ... Che stress mandare una email e non essere capiti, ricevere risposte che fanno perdere tempo e a volte le staffe! E riscrivere la mail sperando di essere capiti e magari non ricevere più risposta... a chi non è mai successo? Quanto tempo e energia sprecati! Scegliere, quindi, con consapevolezza il *come* - la forma linguistica e la grafica - è importante quanto il sapere cosa scrivere.

A proposito di *forma linguistica*, ad esempio, teniamo presente che la *scelta delle parole* conferisce vitalità al testo: verbi, azioni, aggettivi, avverbi espressioni, Con gli stessi contenuti ma con termini diversi, posso dare forza ed energia o dare ansia e scoraggiamento. Ad esempio:

- "Si prevede un periodo di forte carico lavorativo e per questo vi viene richiesta dedizione, spirito di sacrificio e pazienza"
- "Ci attende un periodo di grandi sfide e opportunità di crescita. Vi propongo di unire le nostre forze e raggiungere insieme la meta con entusiasmo e coraggio!"

Il contenuto è lo stesso, cambia la scelta delle parole: quanta differenza di vitalità!

Anche la struttura della frase può conferire leggerezza o pesantezza al testo: lunghezza (e chi ha tempo????!!!), complessità (incisi da far perdere il filo del discorso...), focus (ma quanti discorsi aperti in un solo paragrafo!). L'arte della sintesi e della semplicità rende la vita più semplice, a tutti.

Passiamo alla *forma grafica*: prima di leggere un testo... lo guardiamo. Il documento deve diventare una mappa di lettura con accorgimenti grafici: spazi rasserenanti in cui il lettore coglie l'essenza a un primo sguardo e ha voglia di approfondire. Nel mio libro molti sono gli esempi pratici per trasformare un groviglio di concetti in una maglia di informazioni grazie all'attenzione alla forma grafica.

E adesso?

La conoscenza dei principi di comunicazione e l'acquisizione di un metodo sono fondamentali. Ma l'ingrediente alla base del successo comunicativo di un documento è l'*umiltà di fare autocritica*: rileggersi e mettersi in discussione.

"Pensa, scrivi e sfronda", tre semplici passi con un impegno imperativo: togliere il superfluo.

Erika Leonardi

Membro UNI/CT 016/GL 03 "Tecniche di supporto"

Consulente e formatore sui temi di gestione ambientale



PRESENTAZIONE DEL LIBRO "Scrivere per farsi capire" per condividere principi e metodi: 6 maggio 2019 - ore 16.30 - UNI, via Sannio 2, Milano
CORSO "Scrivere per farsi capire. Le comunicazioni interne e esterne" per approfondire e diventare padroni dei principi e metodi: 11 giugno 2019 - ore 9.15/17.15 - UNI, via Sannio 2, Milano

FROM COMMUNICATING TO MAKING ONESELF UNDERSTOOD: PRINCIPLES AND METHODS

Never in human history has written communication been as important as it is today. PCs and smartphones lead us to spend at least 6 hours a day reading texts.

Communicate! Communicate! Communicate! It is the must of the moment: but few focus on "making themselves understood". And the failure of a text may emerge much later. The consequences? They are not theoretical, they are very concrete: delays, reworking, customer dissatisfaction, sales declines, managers' frustration, ... and stress in people. So much avoidable stress. How? By simply becoming masters of the basic principles of communication and the methods to use them. More details in this article.