

Andrea M. Alesci di "Linguetta" <linguetta@substack.com>

15/1/2024 00:46

Email amiche

A g.armento1@virgilio.it

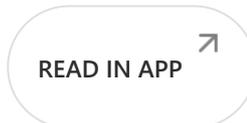
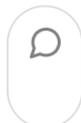
Forwarded this email? [Subscribe here](#) for more



Email amiche

Linguetta #118 / Le email fanno parte della nostra vita, e sono qui per restare. Imparare a scriverle usando parole amichevoli è un costante esercizio di cura.

ANDREA M. ALESCI
JAN 14



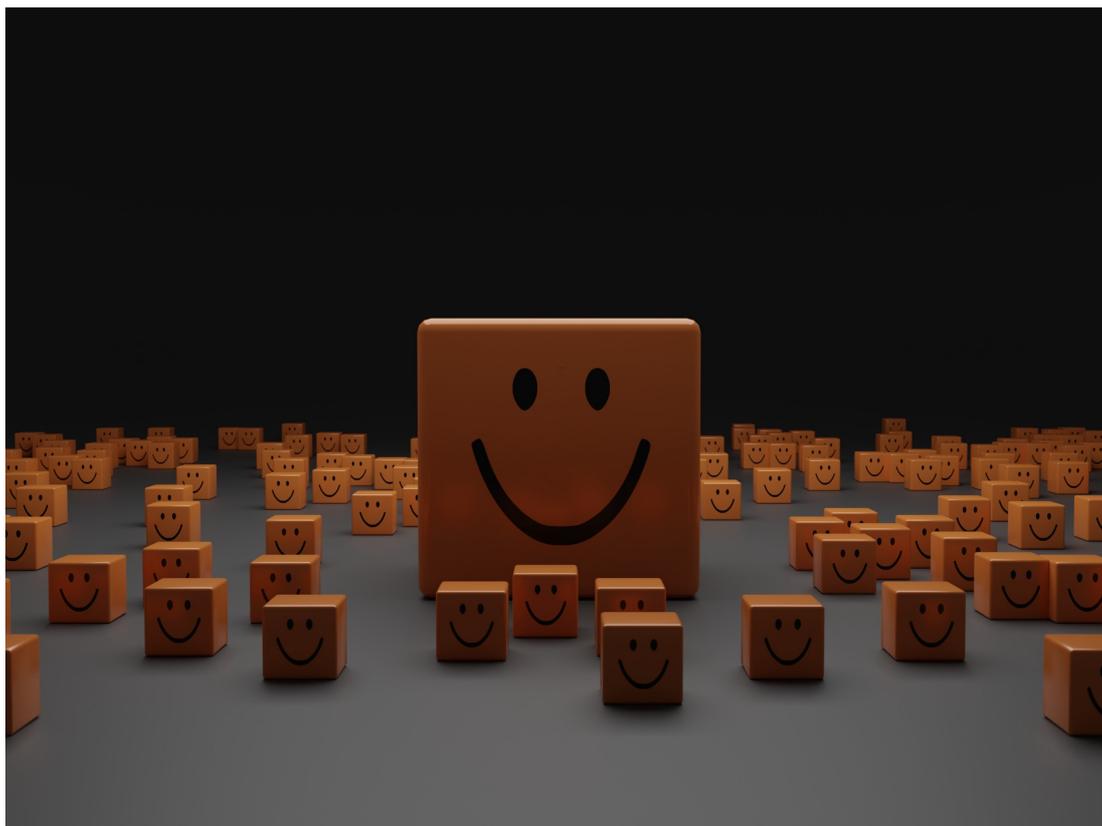


Foto di [Shubham Dhage](#) su [Unsplash](#).

Ehilà, eccomi con una nuova **Linguetta!**

Quando c'è qualcosa che non va, è a un'amica o un amico che ci rivolgiamo. E lo facciamo confidandoci.

Ecco, la confidenza è lo stato dell'amicizia.

Significa che possiamo fidarci di quella persona, perché tra di noi c'è un rapporto amichevole, intimo, sincero.

Ed è nella parole che possiamo confidare quando ci serve comunicare, specie se la comunicazione è scritta. Specie se si tratta di un'email.

Ora, ci sono diversi tipi di email, a seconda del contesto: interne all'azienda, rivolte a clienti, a colleghe, di lavoro, di cortesia, istituzionali, di servizio. E ogni volta il registro è diverso.

La cosa che rimane costante è la cura per le parole che usiamo.

Si tratta di **mettere in pratica una scrittura agile**, che non significa parlare senza rispetto: al contrario significa scrivere ricordandoci sempre che dall'altra parte dello schermo ci sono persone che leggeranno il nostro messaggio.

Siamo noi, le altre persone.

Questa è una cosa che diceva in un'altra situazione lo scrittore **Andrea Camilleri**, ma che vale anche per le email:

“Non bisogna mai avere paura dell'altro, perché tu, rispetto all'altro, sei l'altro”.



Oh, che sorpresa: ma sono io quella?

Per intravedersi nella forma delle parole, iscriversi a **Linguetta** può essere una buona idea (pure sostenerla, se vi va). Si fa qui sotto.

Upgrade to paid

In dettaglio

Nell'esercizio di dislocazione che ci fa immaginare come destinatari del nostro stesso messaggio, tutto diventa più facile: se ogni volta che scriviamo o rispondiamo a qualcuno, **ci ricordiamo di questo rapporto vicendevole**, allora il nostro messaggio sarà chiaro, limpido, sicuro.

Perché chi mai vorrebbe leggere una comunicazione che non capisce?

Quando scriviamo un'email dobbiamo tenere conto di tante cose: chi scrive, il tipo di messaggio che stiamo scrivendo, chi la leggerà, l'oggetto del messaggio, gli eventuali allegati, i post scriptum, il tono di voce, la firma, la struttura, le parti più importanti, i saluti, la revisione.

Per capirci meglio, ecco un esempio verosimile. Ve lo riporto, seguito dalla versione che avrei scritto io.

L'originale

Buongiorno,

con la presente abbiamo il piacere di segnalarvi la ripresa del progetto *Un'email è per sempre e dei relativi* gruppi di lavoro che l'anno scorso hanno coinvolto tutti gli uffici della vostra azienda.

Siamo pertanto a proporvi un incontro online la prossima settimana per presentare gli esiti dello scorso anno e **raccogliere la vostra adesione** per quello in corso, **in modo da poter** pianificare **al meglio** la ripresa del progetto e **definire il target a cui destinare l'attività**. **Vi chiediamo gentilmente** di indicarci la vostra disponibilità **a presenziare** compilando il doodle riportato al **seguito link**: doodahdoodahyeah.

All'incontro **saranno presenti** anche Tom Sawyer e Jo March, **che hanno curato e cureranno la realizzazione del progetto**.

In attesa di un cortese riscontro invio cordiali saluti

Holden Caulfield

Ecco un po' di cose che ci devono allarmare, e conseguenti azioni per mettersi al riparo dal linguaggio burocratese:

👉 **con la presente** → non serve, si capisce già scrivendo l'email che siamo dentro l'email.

👉 **abbiamo il piacere di segnalarvi** → dice che dirà una cosa, quando basterebbe dire la cosa (ALERT frase fatta); il piacere è una cosa soggettiva, quindi lasciamolo dire a chi riceve se una cosa è piacevole, non imponiamolo.

e dei relativi... → 17 parole senza punteggiatura. Accorciare, ad esempio in *e dei gruppi di lavoro coinvolti l'anno scorso*.

👉 **Siamo pertanto a proporvi** → praticamente un salto diretto a corte di un regno settecentesco. Sfalciare e rendere umano. *L'idea è di vederci online la prossima settimana per fare il punto sullo scorso anno*.

👉 **raccogliere la vostra adesione** → *le foglie* si raccolgono, non le adesioni (ALERT frase fatta). Diciamo: *per capire chi di voi è disponibile*.

👉 **in modo da poter** → *per*.

👉 **al meglio** → superfluo, è chiaro che vogliamo fare le cose al meglio e non al peggio.

👉 **definire il target a cui destinare l'attività** → evitiamo inglesismi markettari e rendiamo tutto più umano. Per esempio: *capire a chi rivolgerci*.

👉 **Vi chiediamo gentilmente** → di nuovo, non serve dire che chiediamo, quando lo stiamo già facendo.

👉 **a presenziare** → un salto tra la polvere del Novecento. Basta un semplice *esserci*.

👉 **seguente link** → basta usare le parole *questo doodle* e renderle linkabili.

👉 **saranno presenti** → meglio *ci saranno*, è più umano.

👉 **che hanno curato e cureranno** → una ripetizione che si può risolvere con *continueranno a curare*, che tiene già dentro il passato dell'azione svolta.

👉 **la realizzazione del progetto** → meno nominalizzazione usiamo, meglio è. Allora: *il progetto*.

👉 **in attesa di un cortese riscontro** → ALERT frase fatta. Eliminare.

👉 **invio cordiali saluti** → ancora: non serve dire di fare una cosa ma semplicemente farla. Levare *invio*, e pure *cordiali saluti*, che è una forma ingessata; preferiamogli *A presto*, che è informale ma rispettoso.



Carta, pietra o pixel, quello che conta è il messaggio.

La nuova versione

Buongiorno,

proseguirà anche quest'anno il progetto *Un'email è per sempre*, che l'hanno scorso ha coinvolto tutti gli uffici della vostra azienda.

L'idea è di vederci online con i responsabili di area per fare il punto sulle cose fatte e capire con quali uffici volete partecipare. Fateci sapere se preferite vederci martedì 3 o mercoledì 4, basta compilare **questo sondaggio** [link parlante]

All'incontro ci saranno Tom Sawyer e Jo March, che continueranno a curare il progetto anche quest'anno.

A presto,

Holden Caulfield

126 parole, 817 caratteri vs 81 parole, 514 caratteri

Anche dentro un'email di poche righe ci sono un sacco di cose, che la possono rendere ostica oppure scorrevole.

Un testo ponderato e scritto pensando a chi lo leggerà può **comunicare naturalezza e vicinanza**.

Soprattutto, la brevità.

Un testo preciso e breve arriverà chiaro anche a chi lo leggerà sul piccolo schermo di uno smartphone, dove la larghezza della colonna di testo è di pochi centimetri. Frasi brevi, nessuno (o pochi) incisi che rallentano la lettura, **verbi e azioni subito identificabili**.

Chiarezza e sintesi si traducono in messaggi caldi, capaci di raggiungere chi ci legge in ogni contesto e formato di lettura.

Scrivere così è **un atto di cura**, come quando parliamo con un'amica o un amico.

P.S.

Rieccoci qua, stavolta "sbordando" oltre la mezzanotte e con una puntata più tecnica. Ma la sostanza non cambia: le parole servono a costruire cose che funzionano, a farsi capire. Dentro **Linguetta** ci proviamo insieme.



Inversi

Oggi una collisione di una poeta con un poeta: i versi sono di Vivian Lamarque e si trovano nella raccolta *Poesie. 1972 - 2002*. La poesia è questa:

A Giorgio Caproni

Se sul treno ti siedi
al contrario, con la testa
girata di là, vedi meno
la vita che viene, vedi
meglio la vita che va.

Specchi scritti

Scrivere non è facile, bisogna continuare a lavorarci e studiare. Però ci sono tanti strumenti per farlo, che spesso si chiamano libri. Ce n'è uno che a proposito delle lettere digitali che ci spediamo ogni giorno dice tante cose, le dice bene, le spiega con chiarezza e tanti esempi: s'intitola *Scrivere un'email. Con voce sicura, limpida, tua* e l'ha scritto la business writer e writing coach **Luisa Carrada**.

Visto che ho parlato di immagini riflesse, vi consiglio un libro di **Suzy Lee**: è un albo illustrato senza parole, s'intitola *Mirror*. Perdetivici, ritrovatevi,