

## [Pocherighe #2] Dire, fare, baciare: la magia dell'e-mail

Con la posta elettronica si fanno tante cose. Si comunica, si lavora, si tessono relazioni. A volte persino ci s'innamora. Tutto merito della sua magia. Ne parliamo con **Alessandro Lucchini**, studioso e docente di comunicazione scritta.

di Silvia Frattini

### Secondo Gerry McGovern "you are what you type". È così anche nell'e-mail?

Sì, soprattutto nell'e-mail. Nei messaggi di posta elettronica le persone scrivono ciò che hanno dentro e lo fanno con un'intensità superiore ad altri contesti, come la pubblicità o il business writing. Quando si scrive un'e-mail è difficile controllare gli istinti, buoni o pericolosi che siano. Ecco perché è importante il lavoro che la neurolinguistica può ancora fare in questo ambito. Capire il linguaggio, le scelte grafiche, la punteggiatura di chi ci scrive significa avvicinarsi al suo mondo, comprendere qual è la sua percezione della realtà.

### Scrivere, lo sappiamo, è una fatica nera. Nella grande officina del comunicatore, l'e-mail che tipo di strumento è?

Molto versatile, come un cacciavite. Con il cacciavite si tende a fare un po' tutto: lo si usa per avvitare, ma anche a mo' di martelletto. Lo stesso con l'e-mail. È come se stesse diventando "lo" strumento per eccellenza, anche quando forse non sarebbe il caso. Quante volte scriviamo invece di telefonare? Oppure, tra colleghi di scrivania, ci mandiamo un'e-mail invece di parlarci? Certo, la posta elettronica ha grandissimi vantaggi funzionali, ma usata con poca prudenza può riservare cattive sorprese. Non penso solo allo *spamming*. Che mi dici di chi, veloce a mandarti un messaggio, pretende la stessa velocità anche quando stai riflettendo un attimo per rispondergli nel migliore dei modi?

### Scrivere è anche allenamento. Immaginiamo allora di stare in palestra: ci racconti come preparare e-mail che funzionano?

Il metodo neurolinguistico CRG – Calibrazione, Ricalco, Guida – è molto efficace anche nell'e-mail. La calibrazione è lo studio del destinatario, dei suoi atteggiamenti, dei suoi modelli di conoscenza e di rappresentazione del mondo; il ricalco è un processo di rispecchiamento con cui aderiamo alla mappa dell'interlocutore e ne riproduciamo l'agire; nella guida smettiamo di riflettere le sue scelte comunicative e iniziamo a condurlo verso l'adesione ai nostri obiettivi. Applicata all'e-mail la fase di calibrazione è il riscaldamento che ogni sportivo deve fare prima dello sforzo. È un condizionamento fisico-atletico, oltre che mentale. Come se preparassi i muscoli, le articolazioni, il respiro e insieme mi focalizzassi sulla meta. Con il ricalco comincia il confronto con l'interlocutore. È uno scambio, sia quando devo rispondere al messaggio che mi ha inviato, sia quando sono io a iniziare la comunicazione. Ora condivido la strategia della partita, scelgo con lui la zona del campo più adatta a fare punto. Realizzati con successo i primi due step, posso passare alla guida. Ho la fiducia del mio compagno, c'è **rapport**: lui mi ascolta, io lo ascolto. E alla fine? Vinciamo insieme!

## Scrivere, poi, è soprattutto magia. Anche l'e-mail può sedurre con un corpo e una voce?

[ [www.magiadellascrittura.it](http://www.magiadellascrittura.it) ]

Oh sì, è nata per sedurre. Proprio nel significato letterale di "condurre a sé". All'inizio era uno strumento povero, fatto solo di lettere e segni. Poi sono arrivati i colori, le formattazioni, gli sfondi... e oggi non ne facciamo più a meno. Scegliamo con estrema cura il font con cui scrivere o la firma in coda al messaggio: quasi fossero la camicia che indossiamo e la tonalità dell'ombretto sugli occhi. Questo è il corpo dell'e-mail.

Esiste anche una voce, certo. E non scomoderei la regoletta – a dir la verità un po' usurata – per cui se scriviamo TUTTO MAIUSCOLO stiamo URLANDO contro chi ci legge. Pensiamo piuttosto all'uso della punteggiatura. Che effetto ci fa ricevere un messaggio con tanti !!! o ??? È come se chi scrive ci tirasse la giacca e chiedesse allarmato: cosa stai dicendo?

Attenzione, allora. Corpo e voce arrivano prima dei contenuti: curiamoli almeno con la stessa attenzione.

## E a proposito di magia, esistono miti da sfatare sulla posta elettronica?

In generale tutti quelli che hanno la pretesa di dire come deve essere un'e-mail.

Lo strumento non impone lo stile, è il destinatario che lo fa. Per questo, anche e soprattutto nello scrivere e-mail, dobbiamo essere **reader focused**.

La mail quindi non avrà sempre un tono informale. Sì, internet tende a superare le etichette e i formalismi, ma tutto sta al rapporto che abbiamo con l'interlocutore.

Altro pregiudizio: abbasso le mail lunghe e articolate. Perché? La brevità non è di per sé un valore. Lo è piuttosto la **sintesi**, intesa come gravidanza, funzionalità, densità comunicativa, quindi efficacia.

Un equivoco, infine: l'e-mail è comoda perché versatile. Più un punto debole che un vantaggio, a mio parere.

Un handicap che crea spesso *overload* d'informazione. Se mal gestite, le opzioni copia conoscenza, o peggio ancora, copia conoscenza nascosta possono essere una vera rovina ☹

## Nel 1996 Einaudi ha pubblicato *Norman e Monique. La storia segreta di un amore nato nel cibernazio*, un libro basato sull'epistolario elettronico dei due innamorati. Oggi, a distanza di quasi 10 anni, l'e-mail si declina spesso in *junkmail* (messaggi spazzatura) e *hoax* (bufale). Possiamo ancora sognare?

Certo che sì! Chi di noi non ha coltivato un amore, una passione o una stima professionale grazie a tre righe scritte in un'e-mail?

L'ultimo libro che ho curato, "**La magia della scrittura**", è un sogno diventato realtà proprio grazie alle relazioni che la posta elettronica ha contribuito a creare. Pensiamo poi alle migliaia di persone che, pur lavorando lontane, con l'e-mail puntano tutte verso lo stesso obiettivo. O ancora, a un fenomeno recente come il *flash mob* (mobilità istantanea), raduni estemporanei in cui centinaia di persone si materializzano in un luogo pubblico, si esibiscono in performance più o meno impegnate, e alla fine spariscono in pochi secondi. Le coordinate vengono comunicate via e-mail; non c'è nessun leader e chiunque può farsi promotore dell'iniziativa. Un entusiasmo globale in cui, ancora una volta, la tecnologia abbandona le autostrade informatiche per stabilire un rapporto "reale" con il territorio e con il tempo.

\*\*\*\*\*

**Pocherighe** è la newsletter della [Palestra della scrittura](#), fondata da Alessandro Lucchini e Paolo Carmassi.