

Si capisce quello che scrivi?

di *Simona Bertoglio*

Per gli anglosassoni è più facile. Forse. Perché quando dicono “I love you” intendono proprio “I love you”. Noi no. Noi possiamo dire “Ti voglio bene” oppure “Ti amo”. E le due espressioni non hanno quasi mai il **medesimo significato**. Né vengono capite nell’identico modo. Anche se può essere difficile coglierne la differenza, una differenza c’è. Forse più di una.

Quando usiamo le parole, per parlare, scrivere, comunicare con qualcuno, dovremmo sempre metterci “nei panni” del nostro **interlocutore** del caso. A seconda di chi sia quel qualcuno, le parole che usiamo e il modo che scegliamo per metterle insieme, dovrebbero essere diversi. Perché? Per farci capire. Perché quello che vogliamo dire arrivi così come lo abbiamo in mente. Un po’ come facciamo quando parliamo o scriviamo a una persona di una lingua diversa dalla nostra. Dovremmo sforzarci di scegliere le parole e domandarci cosa vogliono dire.

Questo vale anche (e soprattutto) nella **scrittura professionale** o **commerciale**. Si scrive sempre per farsi capire da qualcuno.

Presentare un prodotto e rivolgersi a un cliente non è solo un fatto di sensibilità commerciale, ma anche di **sensibilità linguistica**. Per la prima esistono strumenti di misurazione. Per la seconda sembra che comandi solo il buon senso. Non è così. Nella scrittura, tipo, quantità e qualità delle **parole** decidono l’efficacia della comunicazione. Sempre.

Se sapessimo quante e quali persone capiscono veramente quello che scriviamo, scriveremmo in maniera diversa. Scriveremmo per farci capire. Oggi esistono **strumenti per misurare le parole**. Sono gli strumenti della **linguistica computazionale**: i software linguistici, i *corpora*, gli indici di leggibilità. Permettono di misurare a priori le parole. Applicandoli nella scrittura, possiamo calcolare la **leggibilità di** qualsiasi testo. Quantificare l’uso di qualsiasi parola nell’italiano scritto e parlato. Fare un **profilo linguistico** dei destinatari di qualsiasi testo. Calcolare il coefficiente di penetrazione di qualsiasi parola presso qualsiasi pubblico.

In poche parole, scrivere **testi a misura di destinatario**.

L’ingegneria linguistica serve a questo. La definizione è forse più difficile della sua applicazione. Ma rende l’idea. Che è appunto quella di progettare una comunicazione efficace per l’interlocutore, perché costruita con parole **d’interpretazione condivisa**.