

SCRIVERE PER FARSI CAPIRE. LE COMUNICAZIONI INTERNE ED ESTERNE



LABORATORIO

6 APRILE 2022



LABORATORIO

di **SCRITTURA**

Suggerimenti

a cura di Erika Leonardi

Maggio 2020

LE COMPONENTI DELLA COMUNICAZIONE NEI DOCUMENTI

contenuto

forma linguistica

Scelta delle parole
Struttura del periodo

grafica

Mappa di lettura



11

UNITRAIN
Conoscere e applicare gli standard

indice

LE PAROLE.....	3
1. Verbi.....	4
2. Termini	6
IL PERIODO.....	7
1. Impostare il periodo.....	8
2. Far parlare il testo.....	10
3. Eliminare il superfluo	11
LA GRAFICA	13
1 Impaginazione	14
2. Organizzazione del testo	16

1.

LE PAROLE



1. VERBI

NO al sostantivo al posto del verbo.

Esprimere un'azione con il verbo all'infinito conferisce vitalità. Usare nomi che esprimono azioni (nominalizzazione) rende il messaggio astratto.

Confrontare le due forme: il sostantivo e il verbo all'infinito. Cambia il suono e il tono del messaggio:

EVITARE	PREFERIRE
<i>la selezione</i>	selezionare
<i>l'identificazione</i>	identificare
<i>il raggiungimento</i>	raggiungere
<i>il controllo</i>	controllare
<i>la scelta</i>	scegliere
<i>il riconoscimento</i>	riconoscere
<i>la verifica</i>	verificare

Nella pratica:

VERSIONE 1	VERSIONE 2
L'obiettivo che ha ispirato la progettazione del nuovo sistema informativo è la <u>condivisione</u> delle conoscenze tra tutti i dipendenti.	Il nuovo sistema informativo ha l'obiettivo di far <u>condividere</u> le conoscenze tra tutti i dipendenti.
Ai fini di una corretta <u>valutazione</u> dell'investimento, prima della sottoscrizione si raccomanda una <u>lettura</u> delle note del contratto.	Per <u>valutare</u> meglio l'investimento raccomandiamo di <u>leggere</u> le note prima di firmare il contratto.
La <u>redazione</u> di un testo con parole di uso comune e frasi semplici, aiuta la <u>comprensione</u> da parte del lettore del messaggio.	

NO alla forma passiva e alla forma impersonale

Queste forme espressive non danno evidenza del soggetto che compie l'azione. La forma attiva rende il messaggio più diretto e chiaro: migliora anche la musicalità.

Confrontare:

EVITARE	PREFERIRE
Deve essere inviato	L'addetto invia
Va compilato	Il cliente compila
Si deve informare	La segreteria informa
Va puntualizzato	Il leader del gruppo puntualizza

Nella pratica:

VERSIONE 1	VERSIONE 2
La serie di dati deve essere registrata e archiviata a cura del Responsabile Area	Il Responsabile Area archivia e registra la serie di dati
Il risultato del gruppo di lavoro è stato consegnato	

NO alle forme velleitarie

I verbi volere, aspirare, intendere, proporsi,... fanno perdere di credibilità. È meglio esprimere il concetto in forma diretta.

Nella pratica:

VERSIONE 1	VERSIONE 2
Il sito vuole essere un autorevole punto di riferimento nel vasto panorama della comunicazione on line.	Il sito rappresenta un autorevole punto di riferimento nel vasto panorama della comunicazione on line.
Il testo intende fornire una guida e schede operative per prepararsi gradualmente all'esame di stato.	
La procedura aspira a fornire una guida per il passaggio di informazioni.	

2. TERMINI

Stessa dizione per persona, cosa, attività...

Usare dizioni diverse per uno stesso concetto/oggetto disorienta il lettore: ne risulta compromesso il successo della comunicazione.

ESEMPIO

2.

IL PERIODO



1. IMPOSTAZIONE

Per farci capire, i nostri periodi devono essere: brevi, semplici, lineari.

SEQUENZA: Soggetto + verbo + complemento oggetto

Non allontanare con incisi il soggetto, il verbo e il complemento: il lettore dovrà ricostruire il pensiero, con il dubbio di aver dato la corretta interpretazione.

Si può agire in più modi: spostare gli incisi all'inizio o alla fine, oppure intervenire con la punteggiatura, mettendo un punto.

In pratica:

VERSIONE 1	VERSIONE 2
Va data opportuna evidenza all'importanza da assegnare al passaggio di informazioni che, quando corretto, chiaro ed anche veloce, permette di consolidare una forte relazione con il cliente tale per cui gli impegni assunti vengano rispettati, presupposto fondante per il profitto d'impresa.	Un corretto, chiaro e veloce passaggio di informazioni è cruciale per mantenere fede agli impegni presi con il cliente, e quindi fare profitto.

LUNGHEZZA: 25 parole per periodo

È una lunghezza media di facile lettura e comprensione. Frasi più lunghe con incisi o subordinate compromettono la capacità comunicativa. Conviene eliminare le parole superflue o scomporre il testo in più frasi.

In pratica:

VERSIONE 1	VERSIONE 2
Se si adopera una forma linguistica che si compiace di termini obsoleti o di difficile comprensione, e si costruiscono periodi complessi, in cui le proposizioni sono proposte con un incastro magistrale, è molto probabile che il destinatario si rifiuti di essere un soggetto attivo nel processo. 46 PAROLE	Se si adopera una forma linguistica con termini obsoleti e periodi complessi, è probabile che il destinatario si rifiuti di essere partecipativo. 22 PAROLE
Abbiamo deciso di prevedere, considerando l'importanza del Progetto Qualità e gli aspetti certificativi, oltre agli incontri di consulenza già annunciati, anche un percorso di formazione, sempre utile a tutti, e che poco alla volta coinvolgerà tutte le aree e i settori. 41 PAROLE	Nell'ambito del Progetto Qualità, ha inizio il percorso di formazione rivolto gradualmente a tutto il personale. 16 PAROLE

CONTENUTI: 1 informazione per volta

Un buon ordine mentale in chi scrive è una buona partenza per farsi capire. Al numero delle parole appena illustrato, aggiungiamo un altro criterio: le informazioni.

In pratica:

VERSIONE 1	VERSIONE 2
<p>Nel primo incontro è compito del leader del gruppo di progetto, dopo aver esposto gli obiettivi, far sì che ogni persona prenda atto di quello che dovrà fare, mettendo quindi a punto un piano di lavoro.</p>	<p>Al primo incontro il leader del gruppo di progetto espone gli obiettivi. Ogni partecipante può così prendere atto dell'impegno richiesto. Sulla base delle disponibilità, il gruppo mette a punto un piano di lavoro.</p>
<p>1 PERIODO. 36 PAROLE</p>	<p>3 PERIODI. 12, 8, 13 PAROLE</p>
<p>L'obiettivo è aiutare le organizzazioni che dispongono di un sistema di gestione, o che intendono dotarsene, i loro consulenti e tutte le figure coinvolte nella gestione per la qualità, a predisporre per tempo a fronte delle importanti novità che caratterizzeranno la prossima revisione della ISO 9001.</p>	<p>L'obiettivo è fornire per tempo una guida alla applicazione delle novità della revisione della ISO 9001. Riguarda le organizzazioni certificate o interessate ad avere un sistema di gestione, i consulenti e le figure coinvolte nella gestione per la qualità.</p>
<p>1 PERIODO: 46 PAROLE</p>	<p>2 PERIODI: 16 e 23 PAROLE</p>

2. FAR PARLARE IL TESTO

Le frasi fatte

Da evitare:

Ci permettiamo allegarvi alla presente

Con cortese sollecitudine

Al momento attuale

Ad una data successiva

In conformità alla vostra richiesta

Ci pregiamo di informare la S.V. che

Con la presente si comunica che

In ottemperanza a quanto previsto

Il discorso rivolto al destinatario

Il testo è più efficace usando il voi / lei anziché l'io. Diventa più persuasivo se scrivete dal punto di vista del lettore.

Per controllare e valutare quanto scritto, dopo la stesura, contate quante volte avete usato voi / lei e vostro / suo, e poi con che frequenza compaiono me, ci, io e noi. Quanto più siete ricorsi a voi / lei e a vostro / suo, tanta più probabilità avrà il vostro scritto di trasmettere la preoccupazione per i bisogni di chi legge.

VERSIONE 1	VERSIONE 2
La nostra copiatrice produce le migliori fotocopie esistenti sul mercato al giorno d'oggi.	Le vostre copie saranno ancora migliori se userete la nostra copiatrice.

3. ELIMINARE IL SUPERFLUO

Un impegno determinato a togliere il superfluo, guida alla comprensione del messaggio. Sarà un caso, ma il verbo “togliere” somiglia tanto a “tagliare”! Contate le parole prima e dopo la cura: una buona riduzione è del 20%.

NO: coppie di fatto

Rappresentano una ridondanza che non ha valore aggiunto: eliminando l'aggettivo il testo è più leggero

Confrontare:

EVITARE	PREFERIRE
<i>attività di formazione</i>	formazione
<i>focus particolare</i>	focus
<i>impressione personale</i>	impressione
<i>novità assoluta</i>	novità
<i>vantaggi esclusivi</i>	vantaggi
<i>dibattito a più voci</i>	dibattito
<i>esigenze specifiche</i>	esigenze
<i>obiettivi ambiziosi</i>	obiettivi

NO: espressioni enfatiche

Per un testo semplice e lineare, alleggeriamo espressioni altisonanti con forme dirette:

Confrontare:

EVITARE	PREFERIRE
<i>nell'eventualità che</i>	se
<i>in seguito a</i>	dopo
<i>in conseguenza di</i>	per
<i>evitare di</i>	non
<i>a partire da</i>	da
<i>di numero limitato</i>	pochi
<i>conseguentemente a</i>	dopo
<i>al momento attuale</i>	ora
<i>con l'eccezione di</i>	tranne

NO: locuzioni verbali

Se le sostituiamo con il verbo corrispondente... il testo è più lineare!

Confrontare:

EVITARE	PREFERIRE
<i>sostenere una discussione</i>	discutere
<i>fare una domanda</i>	domandare
<i>realizzare un ampliamento</i>	ampliare
<i>prendere una decisione</i>	decidere
<i>effettuare una verifica</i>	verificare
<i>fare una distinzione</i>	distinguere
<i>condurre una analisi</i>	analizzare
<i>procedere allo studio</i>	studiare
<i>dare applicazione</i>	applicare
<i>condurre un cambiamento</i>	cambiare
<i>effettuare un versamento</i>	pagare

Esercizio 1 – Togliere il superfluo

Riscrivere il testo

La scrittura, per molti versi, ricorda la scultura. È meglio togliere piuttosto che aggiungere. Ma questo è un esercizio faticoso, notoriamente, e molti preferiscono evitarlo, appena possibile. Ma in questo modo contribuiscono alla massa di parole inutili che circolano per il nostro sistema solare. La cometa prolissa, potremmo chiamarla.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.

LA GRAFICA



1. IMPAGINAZIONE

Modello del documento

Il giusto equilibrio degli spazi pieni e vuoti nasce da uno studio integrato di:

- Impaginazione: margini del foglio (sup, inf, dex, sin), distanza dell'intestazione e del piè di pagina
- Interlinea
- Scelta dei caratteri del testo e dei titoli
- Dimensione del carattere: font, stile (tondo, corsivo, grassetto, sottolineato, maiuscolo, maiuscoletto)
- Uso differenziato del grassetto, corsivo, sottolineato

Testo MAIUSCOLO / minuscolo

La lettura del carattere maiuscolo è meno immediata del minuscolo. Ciò è dovuto al fatto che nel maiuscolo tutte le lettere rientrano graficamente in un rettangolo, a differenza del minuscolo dove ci sono lettere tonde, altre estese verso l'alto, altre verso il basso.

Il carattere maiuscolo va bene per titoli o per testi brevi: da evitare per testi lunghi. Una parola in maiuscolo all'interno del testo salta all'occhio: è come se fosse urlata! Attira quindi prepotentemente l'attenzione di chi legge. Ma periodi in maiuscolo perdono questo effetto.

VERSIONE 1

TOGLIERE IL SUPERFLUO È UN IMPERATIVO CHE AIUTA A FAR "PARLARE" UN TESTO. SPESSO, UNA FORMA LINGUISTICA INADEGUATA E UNA GRAFICA CARENTE POSSONO COMPROMETTERE IL BUON ESITO DI UN TESTO CHE PROPONE UN CONTENUTO CORRETTO E VALIDO. L'OBIETTIVO DELL'INCONTRO È PERTANTO VEDERE CON UN'OTTICA DIVERSA GLI ELEMENTI DELLA COMUNICAZIONE CHE, SE SOTTOVALUTATI, POSSONO DIVENTARE CRITICI.

VERSIONE 2

Togliere il superfluo è un imperativo che aiuta a far "parlare" un testo. spesso, una forma linguistica inadeguata e una grafica carente possono compromettere il buon esito di un testo che propone un contenuto corretto e valido. l'obiettivo dell'incontro è pertanto vedere con un'ottica diversa gli elementi della comunicazione che, se sottovalutati, possono diventare critici.

Stile carattere

Le alternative sono: normale, corsivo, grassetto, corsivo grassetto. Trasformano la parola in elemento distintivo all'interno del testo.

È bene darsi regole nell'adozione di questi artifici grafici, affinché il lettore sia guidato nella loro interpretazione. Per es.:

- *Corsivo*. Per: termini tecnici, stranieri, titoli di opere d'arte, citazioni bibliografiche, etc.
- **Grassetto**. Per far "gridare" una parola all'interno del testo. Utile per i titoli e per dare maggiore enfasi. Usare con parsimonia e più per singole parole che per intere frasi.
- Sottolineato. In un testo su web, sono parole cliccabili.

Interlinea

È una componente importante nel favorire la lettura di un testo. Lo spazio fra le righe deve permettere di riconoscere con immediatezza le lettere, per prevenire sovrapposizioni fra le estensioni in basso delle lettere del rigo precedente e quelle in alto del rigo successivo. Osservare:

- interlinea singola: le righe si impastano
- interlinea minima 12 punti: permette una facile lettura
- interlinea doppia: le righe annegano nello spazio vuoto

In pratica:

Interlinea singola

Togliere il superfluo è un imperativo che aiuta a far "parlare" un testo. Spesso, una forma linguistica inadeguata e una grafica carente possono compromettere il buon esito di un testo che propone un contenuto corretto e valido. L'obiettivo dell'incontro è pertanto vedere con un'ottica diversa gli elementi della comunicazione che, se sottovalutati, possono diventare critici.

Interlinea minima 12 punti

Togliere il superfluo è un imperativo che aiuta a far "parlare" un testo. Spesso, una forma linguistica inadeguata e una grafica carente possono compromettere il buon esito di un testo che propone un contenuto corretto e valido. L'obiettivo dell'incontro è pertanto vedere con un'ottica diversa gli elementi della comunicazione che, se sottovalutati, possono diventare critici.

Interlinea doppia

Togliere il superfluo è un imperativo che aiuta a far "parlare" un testo. Spesso, una forma linguistica inadeguata e una grafica carente possono compromettere il buon esito di un testo che propone un contenuto corretto e valido. L'obiettivo dell'incontro è pertanto vedere con un'ottica diversa gli elementi della comunicazione che, se sottovalutati, possono diventare critici.

A capo

Quando vogliamo segnalare un cambio di argomento o di approfondimento, possiamo inserire nel modello del software di elaborazione testi una delle due modalità: battuta di interlinea e rientro primo rigo.

In pratica:

- **BATTUTA DI INTERLINEA**

Togliere il superfluo è un imperativo che aiuta a far "parlare" un testo. Spesso, una forma linguistica inadeguata e una grafica carente possono compromettere il buon esito di un testo che propone un contenuto corretto e valido. L'obiettivo dell'incontro è pertanto vedere con un'ottica diversa gli elementi della comunicazione che, se sottovalutati, possono diventare critici.

Togliere il superfluo è un imperativo che aiuta a far "parlare" un testo. Spesso, una forma linguistica inadeguata e una grafica carente possono compromettere il buon esito di un testo che propone un contenuto corretto e valido. L'obiettivo dell'incontro è pertanto vedere con un'ottica diversa gli elementi della comunicazione che, se sottovalutati, possono diventare critici.

- **RIENTRO PRIMO RIGO**

Togliere il superfluo è un imperativo che aiuta a far "parlare" un testo. Spesso, una forma linguistica inadeguata e una grafica carente possono compromettere il buon esito di un testo che propone un contenuto corretto e valido. L'obiettivo dell'incontro è pertanto vedere con un'ottica diversa gli elementi della comunicazione che, se sottovalutati, possono diventare critici.

Togliere il superfluo è un imperativo che aiuta a far "parlare" un testo. Spesso, una forma linguistica inadeguata e una grafica carente possono compromettere il buon esito di un testo che propone un contenuto corretto e valido. L'obiettivo dell'incontro è pertanto vedere con un'ottica diversa gli elementi della comunicazione che, se sottovalutati, possono diventare critici.

2. ORGANIZZAZIONE DEL TESTO

Un documento monoblocco, all'insegna del giustificato, potrà essere corretto e completo nel contenuto ma corre il rischio di essere percepito dal destinatario come un pesante mattone! Riorganizzare le informazioni non è soltanto un aiuto per il lettore, ma aiuta chi scrive ad avere le idee chiare.

Elenco puntato

Un tema esposto in un periodo lungo e articolato non è facile da memorizzare. La riorganizzazione per punti accompagna il lettore e lo aiuta a memorizzare il contenuto.

VERSIONE 1	VERSIONE 2
L'applicazione della norma ISO 9001 ha avuto riflessi di vario tipo, sia a livello delle persone che si sentono soggetti protagonisti dei processi, sia relativamente al rischio di sprechi di risorse interne e anche presso il cliente che ha acquisito più fiducia nelle nostre prestazioni.	L'applicazione della norma ISO 9001 ha avuto riflessi su più livelli: <ul style="list-style-type: none">• le persone si sentono protagoniste dei processi,• i rischi degli sprechi interni sono ridotti,• il cliente ha acquisito più fiducia sulle nostre prestazioni.

Il punto elenco deve rispondere a semplici regole di coerenza e di lunghezza.

Coerenza	<ul style="list-style-type: none">• Contenuto. Stessa tipologia di informazioni, dati, indicazioni.• Forma linguistica. Stesso inizio: sostantivo, verbo, con o senza l'articolo.• Grafica. Stesso contrassegno:<ul style="list-style-type: none">. numero o lettera,. simbolo.
Lunghezza	Un elenco troppo lungo perde l'efficacia comunicativa: diventa difficile da comprendere e memorizzare. È meglio non superare le 6 voci. Per ridurre il numero si può riorganizzare il contenuto in categorie, strutturando così l'elenco a due livelli.

In pratica:

VERSIONE 1	VERSIONE 2
<p>CONTENUTO</p> <p>Per garantire il rispetto dei tempi di consegna, vi invitiamo a seguire le seguenti attività:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Compilare il modulo in tutte le sue parti.2. Trasmettere l'ordine per email.3. Indicare particolari esigenze d'uso.4. Non sono previsti resi.5. Telefonare per chiarimenti.	<p>CONTENUTO</p> <p>Per garantire il rispetto dei tempi di consegna, vi invitiamo a seguire le seguenti attività:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Compilare il modulo in tutte le sue parti.2. Trasmettere l'ordine per email.3. Indicare particolari esigenze d'uso.4. Telefonare per chiarimenti. <p>Cogliamo l'occasione per informarvi che non sono previsti resi.</p>
<p>FORMA LINGUISTICA</p> <p>Alla fine del corso occorre:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Condividere i temi trattati.2. I commenti vengono raccolti.3. Le esercitazioni sono consegnate.4. Si fanno compilare i questionari e vengono raccolti	<p>FORMA LINGUISTICA</p> <p>Alla fine del corso occorre:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Condividere i temi trattati.2. Raccogliere i commenti.3. Consegnare le esercitazioni.4. Far compilare e raccogliere i questionari
<p>GRAFICA</p> <p>La documentazione del Sistema Gestione Qualità deve essere organizzata a più livelli:</p> <ul style="list-style-type: none">• Procedure distinte in: Gestionali e CogentiA. Istruzioni distinte in: Operative, Tecniche e Relazionali	<p>GRAFICA</p> <p>La documentazione del Sistema Gestione Qualità deve essere organizzata a più livelli:</p> <ul style="list-style-type: none">• Procedure:<ul style="list-style-type: none">.Gestionali. Cogenti• Istruzioni:<ul style="list-style-type: none">. Operative. Tecniche. Relazionali
<p>LUNGHEZZA</p> <p>Gli otto principi di gestione per la qualità indirizzano verso il miglioramento:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Focus sul cliente2. Leadership3. Coinvolgimento del personale4. Approccio per processi5. Approccio sistema alla gestione aziendale6. Miglioramento continuo7. Decisioni basate sui fatti8. Partnership con i fornitori	<p>LUNGHEZZA</p> <p>Gli otto principi di gestione per la qualità per il miglioramento sono ripartiti in tre categorie:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Personale:<ul style="list-style-type: none">• Leadership• Coinvolgimento2. Gestione aziendale:<ul style="list-style-type: none">• Approccio per processi• Approccio sistema alla gestione aziendale• Miglioramento continuo• Decisioni basate sui fatti3. Relazioni esterne:<ul style="list-style-type: none">• Focus sul cliente• Partnership con i fornitori

Esercizio 2 – Uso dell'elenco

1. Riproponete i punti nel rispetto della coerenza.
2. Ristrutturate l'elenco di 9 punti in più livelli.

Le qualità del manager sono:

- Selezionare le persone giuste
- Chiarezza degli obiettivi e dei ruoli di tutta la squadra
- Essere curioso verso i nuovi indirizzi aziendali
- Comunicazione efficace
- Ascolto partecipativo ed attivo
- Coinvolgente ed entusiasmante verso nuove proposte
- Garanzia di un buon ambiente di lavoro
- Assicurare una formazione adeguata ai suoi collaboratori
- Motiva i propri collaboratori

Testo a blocchi

Un testo scomposto in blocchi, corredati da un titolo, diventa più accattivante per più motivi: aiuta il lettore ad avere un quadro di insieme dell'argomento e a memorizzare il contenuto. È un servizio in più al lettore: un indice visivo!

VERSIONE 1

FORMAZIONE: INVESTIMENTO O COSTO?

Le motivazioni per fare formazione sono tante e tutte consistenti, eppure non sempre le persone sono entusiaste, né i risultati sono all'altezza delle attese. Cerchiamo di sciogliere questo nodo.

Riflettiamo sulle motivazioni. Il ciclo di vita delle conoscenze è sempre più ridotto. La tecnologia e l'informatica, nel dare consistenti contributi, impongono un incessante impegno per l'aggiornamento delle conoscenze e delle tecniche. Inoltre il mercato del lavoro premia una preparazione di base arricchita da percorsi di altra estrazione. Non basta sapere e saper applicare, se il metodo non è rappresentativo delle attuali conoscenze. La tipologia degli argomenti, in relazione alla crescita dell'attenzione verso la qualità, è più ricca e va oltre l'ambito tecnico: le componenti organizzativa e relazionale, danno valore alla competenza.

Proviamo a fare il punto su alcuni aspetti della formazione, su quelli che esulano dai contenuti tecnici. I principali sono: le caratteristiche del servizio, il ruolo del formatore, l'interazione partecipanti e relatore.

La formazione è un servizio fra i più complessi, dove le caratteristiche tipiche di tutti i servizi devono trovare un'applicazione molto rigorosa. Partiamo da asserzioni in chiave universale, per attualizzarle nella formazione.

Entra prepotentemente in scena il ruolo del formatore. La condizione di partenza è la conoscenza e la padronanza dell'argomento. Ma non basta: sapere e essere in grado di trasmettere, sono due cose diverse. Affinché ciò possa avvenire deve essere anche padrone dei metodi che fanno parte dell'ambito della didattica. La cura del binomio cosa + come è determinante.

VERSIONE 2

FORMAZIONE: INVESTIMENTO O COSTO?

Le motivazioni per fare formazione sono tante e tutte consistenti, eppure non sempre le persone sono entusiaste, né i risultati sono all'altezza delle attese. Cerchiamo di sciogliere questo nodo.

IL MOMENTO ATTUALE

Riflettiamo sulle motivazioni. Il ciclo di vita delle conoscenze è sempre più ridotto. La tecnologia e l'informatica, nel dare consistenti contributi, impongono un incessante impegno per l'aggiornamento delle conoscenze e delle tecniche. Inoltre il mercato del lavoro premia una preparazione di base arricchita da percorsi di altra estrazione. Non basta sapere e saper applicare, se il metodo non è rappresentativo delle attuali conoscenze. La tipologia degli argomenti, in relazione alla crescita dell'attenzione verso la qualità, è più ricca e va oltre l'ambito tecnico: le componenti organizzativa e relazionale, danno valore alla competenza.

IL SERVIZIO "FORMAZIONE"

Proviamo a fare il punto su alcuni aspetti della formazione, su quelli che esulano dai contenuti tecnici. I principali sono:

- le caratteristiche del servizio
- il ruolo del formatore
- l'interazione partecipanti e relatore.

La formazione è un servizio fra i più complessi, dove le caratteristiche tipiche di tutti i servizi devono trovare un'applicazione molto rigorosa. Partiamo da asserzioni in chiave universale, per attualizzarle nella formazione.

L'IMPEGNO DEL FORMATORE

Entra prepotentemente in scena il ruolo del formatore. La condizione di partenza è la conoscenza e la padronanza dell'argomento. Ma non basta: sapere e essere in grado di trasmettere, sono due cose diverse. Affinché ciò possa avvenire deve essere anche padrone dei metodi che fanno parte dell'ambito della didattica. La cura del binomio cosa + come è determinante.

I testi e gli esempi sono liberamente tratti da:

- *Bozek. P. - Comunicare con efficacia*
- *Carrada L. - Il mestiere di scrivere*
- *Comari A M., Bonicelli - I segreti della comunicazione*
- *D'Ambra M. - Le nuove tecniche di comunicazione*
- *De Mauro T. - Guida all'uso delle parole*
- *Fioritto A - Manuale di stile*
- *Kratz D.M., Kratz AR. - Saper ascoltare*
- *Leonardi E. - Gestione del servizio*
- *Leonardi E. – Capire la qualità*
- *Severgnini B. - L'italiano*
- *Testa A - Farsi capire*
- *Watzlawick P., Beavin J.H., Jackson - Pragmatica della comunicazione umana*

UNITRAIN

Conoscere e applicare gli standard

Via Sannio, 2 – 20137 Milano

02 70024379 - 228



formazione@uni.com



www.uni.com/it/formazione

@formazioneUNI