

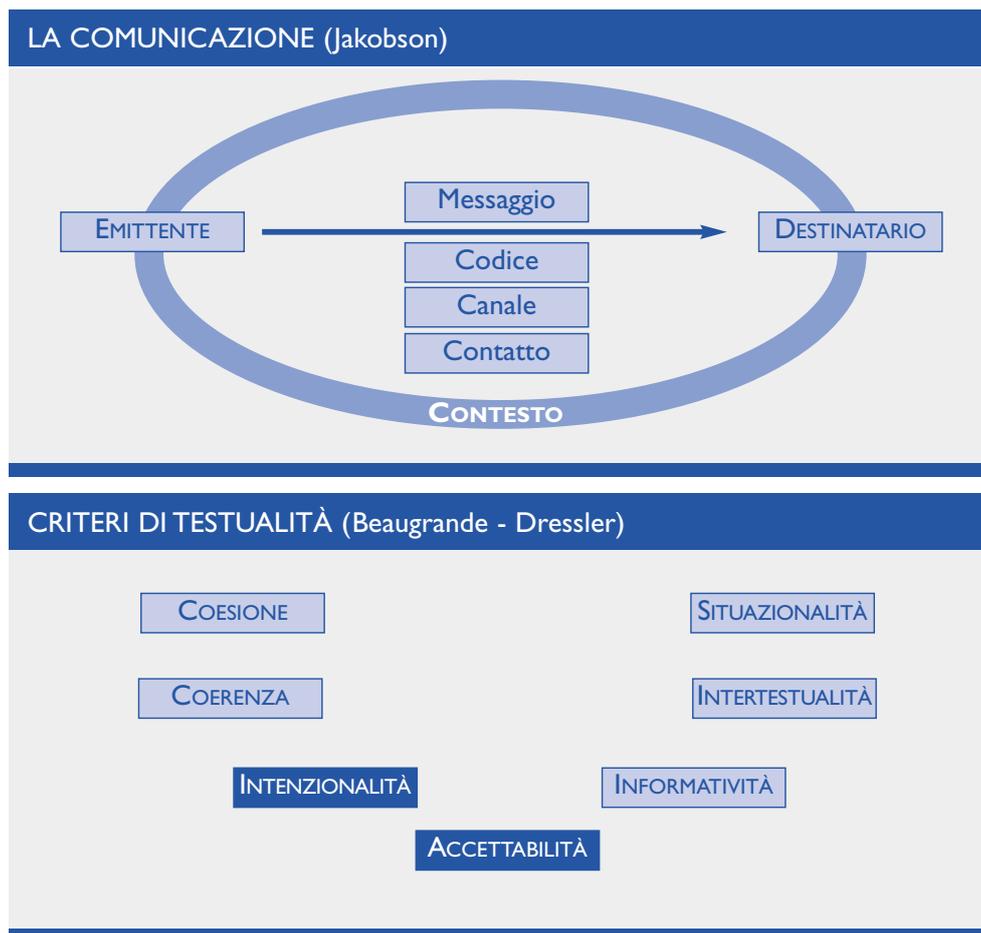
# Capitolo 5

## Il destinatario nei testi amministrativi

Samuela Brunamonti

### I. IL DESTINATARIO NEL PROCESSO COMUNICATIVO: RICEZIONE, COMPrensIONE, COOPERAZIONE

Riprendendo uno dei fili conduttori di questo manuale, lo schema della comunicazione di Jakobson<sup>1</sup>, analizzerò il ruolo del **destinatario** o **ricevente** nel processo comunicativo: il ruolo significativo di colui che riceve il messaggio dall'emittente.



Nell'ottica della linguistica testuale il ruolo del destinatario è collegato al criterio testuale dell'**accettabilità**: "l'atteggiamento del *ricevente* ad attendersi un testo coesivo e coerente che sia utile o rilevante per acquisire conoscenze o per avviare la cooperazione a un progetto"<sup>2</sup>. Questo criterio è strettamente connesso a quello dell'**intenzionalità**<sup>3</sup> in quanto allude alla possibilità del ricevente di cogliere l'effettiva intenzione dell'emittente del messaggio.

<sup>1</sup> Vedi *Introduzione*.

<sup>2</sup> Beaugrande - Dressler (1994), p. 23.

<sup>3</sup> Vedi *Introduzione* e cap. 4 *L'autore nei testi amministrativi*.

Analizzando lo schema di Jakobson è possibile rendersi conto – dalla direzione della freccia e quindi del flusso comunicativo – che si tratta di un modello **unidirezionale**. Il destinatario finisce per essere considerato una specie di contenitore in cui l'emittente inserisce delle informazioni. Secondo De Mauro questo modello presenta il grosso limite di sottovalutare il complesso lavoro del destinatario, quello della comprensione: “Comprendere un enunciato linguistico pone sempre un problema, anzi una somma, un intreccio di problemi quale che sia l'enunciato e quale che sia la perizia di chi lo riceve e vuole capire [...]. Comprendere è difficile sempre. Comprendere un enunciato, comprenderlo davvero, è sempre un caso di *problem solving*. Così abituale per ogni essere umano sin dalla nascita, così abituale e intrinseco per tutta la nostra specie da centinaia di migliaia di anni che di questa ordinaria difficoltà quasi ci dimentichiamo. Ma in tal dimenticanza abbiamo torto”<sup>4</sup>.

Ogni volta che il destinatario riceve un messaggio deve superare una serie di tappe nel lungo processo di decodifica, compiere una serie di attività che vanno dal riconoscimento del messaggio alla determinazione del suo significato dentro un preciso contesto comunicativo. “Lo stoico Zenone” – ricorda De Mauro a proposito della problematicità del comprendere linguistico – “amava dire che gli Dei ci hanno dato due orecchie e una sola lingua”<sup>5</sup>.

L'emittente deve dunque riflettere necessariamente, al momento della produzione, sul processo che seguirà, quello di comprensione da parte del destinatario, e dovrà non solo inviare testi leggibili invece di fotocopie o fax sbiaditi ma soprattutto testi chiari dal punto di vista sintattico e semantico, testi che sappiano ben collegarsi ad altri testi esistenti, testi in cui sia ben chiara l'intenzione comunicativa.

Spesso invece, come autori di molti messaggi, riteniamo la comprensione del destinatario “un atto dovuto, un processo linearmente consecutivo alla produzione”<sup>6</sup>, ci dimentichiamo in sostanza che il nostro destinatario oltre a **ricevere** deve **comprendere** il messaggio in tutta la sua complessità.

Cercare di scrivere testi chiari non è dunque sufficiente. Occorre anche concepire la comunicazione in modo diverso, non come un flusso di informazioni unidirezionale, ma come risultato di due processi diversi ma entrambi costruttivi, prodotto di un lavoro cooperativo fra i partecipanti<sup>7</sup>:



<sup>4</sup> De Mauro (1999), pp.VII-VIII. L'intero volume affronta il problema della difficoltà della comprensione.

<sup>5</sup> De Mauro (1999), p. 47.

<sup>6</sup> De Mauro (1999), p. 13.

<sup>7</sup> Volli (1994), pp. 35-37.

Dentro la comunicazione è possibile riconoscere due dimensioni:

- il **processo di emissione**: l'insieme delle strategie messe in atto dall'emittente grazie alle quali alla fine esiste un messaggio che prima non esisteva;
- il **processo di ricezione**: l'insieme delle strategie messe in atto dal ricevente per decifrare e ricostruire nella propria mente il messaggio.

Fra questi due processi, entrambi costruttivi, vi è un oggetto materiale, un messaggio.

Il termine **comunicazione** indica dunque, in questo nuovo schema, il prodotto di un lavoro cooperativo tra l'emittente e il destinatario che non solo riceve il messaggio, non solo comprende, decifra il messaggio ma anche lo costruisce **cooperando** con l'emittente.

I pubblicitari conoscono benissimo questo modello di comunicazione e sanno che, se un prodotto è presente nelle case di mezzo mondo, quasi sicuramente non sarà stato lo stesso spot a portarcelo. Per adattare una pubblicità a un paese viene calibrato tutto: i colori, gli slogan, le immagini, i caratteri tipografici, e così via. Il DNA del mercato viene monitorato nei minimi particolari, e la campagna viene costruita *ad hoc*.

*Variabile spot*<sup>8</sup> è il titolo significativo di un articolo giornalistico che illustra questo fenomeno, esemplificandolo con una serie di immagini pubblicitarie che variano appunto a seconda dei destinatari, costituiti in questo caso dal pubblico dei consumatori a cui si rivolgono.

Consideriamo l'interessante esempio della pubblicità di un profumo, per la quale sono state realizzate due immagini in molti aspetti identiche: la modella fotografata in primo piano è la stessa, il paesaggio sullo sfondo è lo stesso e anche la riproduzione della bottiglia del profumo è la stessa. Notevoli sono d'altronde le differenze, prima fra tutte quella relativa al codice usato per le didascalie: lingua araba per il Medio Oriente e lingua francese per l'Europa. Soprattutto la posizione e l'abito della modella hanno però subito sapienti ritocchi: l'abito bianco con scollatura ombelicale sapientemente allontanato da una spalla della modella e adatto a intrigare il pubblico europeo è decisamente poco adatto al mercato del Medio Oriente. Il *décolleté* della modella viene quindi rivestito e le braccia della ragazza intrecciate sul petto in posa assai castigata.

Il destinatario concorre dunque alla costruzione del messaggio. In che modo? Con i suoi bisogni e con il suo sistema di attese.

Questo vale anche in ogni testo scritto: non esistono testi validi in assoluto per qualunque tipo di destinatario. La forma, il contenuto, tutto in un testo deve essere calibrato sul destinatario. In caso contrario il messaggio perderà la sua efficacia comunicativa.

“Rispetto al parlato la scrittura avviene in assenza del destinatario, si tratta dunque di una **comunicazione differita**. Mancando la simultaneità e quindi la possibilità di una immediata retroazione comunicativa, chi scrive deve organizzare e controllare lo sviluppo del testo; si tratta di prevenire il fraintendimento da parte del destinatario compensando con procedure linguistiche e testuali il fatto che i due interlocutori non sono contemporaneamente presenti

<sup>8</sup> *Variabile spot* di Laura Taccani, tratto da «D», supplemento di «Repubblica», del 14 marzo 2000.

nel momento comunicativo. È proprio l'assenza di questo lavoro di compensazione, specifico della scrittura, che in molti casi determina la rottura del rapporto comunicativo. Il testo scritto richiede allo scrivente un maggiore o minore controllo linguistico in rapporto alla variabilità di due fattori oggettivi: il destinatario e il contesto situazionale. Allo scrivente è richiesta dunque una **competenza comunicativa**<sup>9</sup>.

Il produttore di un testo "deve possedere:

- la consapevolezza di dover fronteggiare la distanza (sociale, culturale, professionale [...]) che, di fatto, lo separa dal destinatario;
- la capacità di utilizzare alcuni accorgimenti per ridurre al minimo i rischi derivanti dalla distanza tra sé e il destinatario"<sup>10</sup>.

Per scrivere testi efficaci dal punto di vista comunicativo è necessario dunque mettersi dalla parte di chi legge, pensare che ogni volta che prendiamo in mano una penna o ci mettiamo di fronte alla tastiera di un computer **comuniciamo** con altri, non con noi stessi o allo specchio. Occorre sviluppare una concreta **flessibilità relazionale**: "la capacità di adattare la propria modalità espressiva alla concreta situazione comunicativa, di assumere volontariamente comportamenti in funzione del *feedback* da parte del destinatario e degli obiettivi che si vogliono raggiungere"<sup>11</sup>.

## 2. GLI OBIETTIVI DI UN TESTO SCRITTO

A proposito degli obiettivi di un testo, l'autore è spesso portato a pensare che siano soltanto quelli relativi al contenuto. Finita una lettera si chiede infatti: ho detto tutto?

In realtà in fase di preparazione di un'attività comunicativa oltre agli **obiettivi di contenuto**, comunque imprescindibili e che possono essere riassunti con le domande *che cosa voglio far conoscere all'altro?, che cosa voglio che l'altro faccia, dica o pensi?*, occorre porsi altri tipi di obiettivi:

- **obiettivi di relazione**, che rispondono alle domande *che tipo di rapporto voglio stabilire con l'altro?, che clima voglio creare?*
- **obiettivi di immagine**, che sono la risultante degli obiettivi di contenuto e di relazione e che rappresentano ciò che resta nella memoria del destinatario<sup>12</sup>.

Colui che leggerà il mio testo non noterà soltanto se io ho scritto tutto, noterà anche quanto l'ho considerato, quanto l'ho incluso nel gioco comunicativo e quanto di quel tutto è chiaro e di suo interesse. È importante rendersi conto di questo ogni volta che programmiamo una scrittura, una comunicazione nella quale ci facciamo portatori della nostra persona e della istituzione che rappresentiamo.

Fare attenzione alla dimensione interazionale, arrivare a una flessibilità relazionale significa poter far sì che la comunicazione non sia laterale alle prestazioni dell'amministrazione pubblica ma dentro le prestazioni stesse. Anche un manuale come questo è una prova di come

<sup>9</sup> Roncalo (1991), pp. 108-109.

<sup>10</sup> Piemontese (1999), p. 323.

<sup>11</sup> Marletta - Pacifico (1995), pp. 64-69.

<sup>12</sup> Marletta - Pacifico (1995), p. 64.

“la comunicazione” possa essere non solo uno “strumento per amministrare meglio ma un fine *dentro* le singole prestazioni”<sup>13</sup>.

Se non è dunque concepibile scrivere testi amministrativi che tengano separato il piano dell’espressione del contenuto dal piano che esprime le relazioni sociali dei partecipanti all’evento comunicativo, occorre dire che ci sono nei testi “luoghi privilegiati in cui si evidenziano gli indicatori di relazione:

- la scelta degli allocutivi cioè dei modi con cui si inizia a rivolgere la parola all’interlocutore: saluti, appellativi diretti o assenza di appellativi;
- la scelta delle formule di cortesia e di saluto;
- l’uso di forme impersonali e passive senza esplicitazione dell’agente”<sup>14</sup>.

L’uso delle forme impersonali e passive è già stato trattato nel cap. 4 *L’autore nei testi amministrativi*. Nei paragrafi che seguono mi soffermerò dunque sugli altri luoghi del testo che indicano la relazione tra emittente e destinatario.

### 3. IL SISTEMA ALLOCUTIVO

Il sistema per rivolgersi a qualcuno in una lingua si chiama **sistema allocutivo** (il termine deriva dal latino *ad-loqui* che significa *parlare a*).

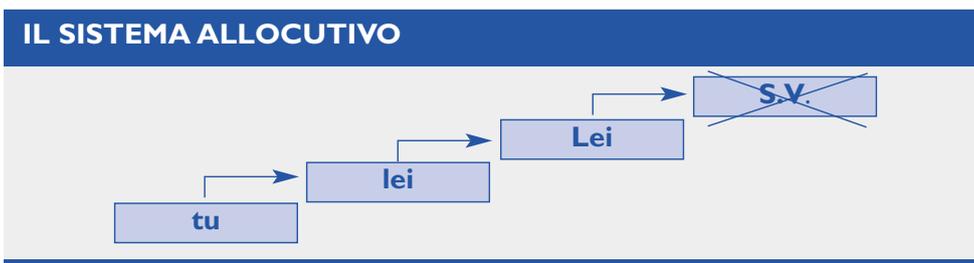
Includere il destinatario nel flusso comunicativo implica anche delle scelte formali: dare del *tu* o dare del *lei*? I pronomi con cui ci si rivolge all’interlocutore si chiamano pronomi allocutivi. L’italiano dispone di allocutivi **naturali**, espressamente riferiti a uno o più destinatari: *tu* per il singolare, *voi* per il plurale; e di allocutivi **reverenziali** o **di cortesia**: *lei* per il singolare, *loro* per il plurale<sup>15</sup>. Nella prosa burocratica invece, con il crescere del grado di formalità, la scelta si amplifica e, oltre ai pronomi appena elencati, possiamo avere:

- il **Lei con la maiuscola di rispetto**, che sta perdendo quella frequenza d’uso tipica degli ultimi anni. È fondamentale ricordarsi che la maiuscola deve essere estesa anche a tutti i pronomi e a tutti gli aggettivi possessivi riferiti nel testo al destinatario, anche a quelli presenti nel corpo del verbo. Per esempio:

In attesa di incontrarLa, La saluto cordialmente.

In attesa di Sue comunicazioni, La saluto cordialmente.

- il **Signoria Vostra (S.V.) / Signorie Loro (SS.LL.)**, titoli onorifici nati nel Rinascimento.



<sup>13</sup> Arena (1995), p. 180.

<sup>14</sup> Gavioli - Zorzi Calò (1995), pp. 119-120.

<sup>15</sup> Serianni (1988), pp. 261-262.

Il *Signoria Vostra* è un titolo ormai desueto e relegato al solo uso burocratico, che sarebbe bene eliminare e sostituire con l’allocutivo di cortesia tipico dell’italiano comune (*lei*). Si tratta di una formula ormai cristallizzata, non più attiva.

Uno dei motivi di sopravvivenza di questa espressione potrebbe sembrare la sua estrema comodità d’uso, dato che non richiede la concordanza al maschile o al femminile: *la signoria vostra è invitata* è un’espressione adoperabile per un lui e per una lei senza richiedere la distinzione di genere (*lei è invitato, lei è invitata*).

Si trovano però casi che contraddicono tale motivazione: oltre al *Signoria Vostra*, nel testo seguente compare una doppia alternativa per il genere (maschile e femminile):

AZIENDA SANITARIA LOCALE N. ...

UFFICIO INVALIDI CIVILI

La S.V. è invitata a presentarsi il giorno ... alle ore ... presso il Centro Socio Sanitario di ... per essere sottoposto/a a visita collegiale ai fini dell’accertamento dello stato invalidante.

#### 4. LE PARTI STRUTTURALI DELLA LETTERA RELATIVE AL DESTINATARIO

Nel capitolo sull’autore è stato fatto riferimento al modello strutturale di lettera delineato da Garroni e agli elementi che in esso si ricollegano all’autore: l’intestazione e la firma<sup>16</sup>.

Adesso mi soffermerò sui tratti che invece riguardano il destinatario, che focalizzano l’attenzione sulla persona cui la lettera è indirizzata: l’**indirizzo interno**, la **formula iniziale** o **apostrofe** e la **formula di chiusura** o **congedo**. Riprendo il modello da Garroni<sup>17</sup>:



<sup>16</sup> Cfr. Bruni - Fornasiero - Tamiozzo Goldmann (1997), pp. 10-24.

<sup>17</sup> Garroni (1997), p. 137.

## 4.1 L'indirizzo interno

A chi scriviamo? Chi è il destinatario delle nostre missive? L'indirizzo interno (così definito per distinguerlo da quello esterno, presente sulla busta) offre la risposta.

Il destinatario deve sempre essere ben presente nella nostra mente: abbiamo infatti visto come costruisca con l'emittente il messaggio.

Ecco perché il consiglio è di scrivere l'indirizzo subito. È un prendere coscienza di chi ci sta di fronte, del suo sistema di attese, del contesto in cui si trova, del rapporto che con lui possiamo instaurare. Da quel nome o quei nomi partirà il testo che non dobbiamo pensare uguale a sé stesso qualunque sia appunto il nome o i nomi contenuti nell'indirizzo.

Gli elementi minimi che costituiscono l'indirizzo interno sono tre, da disporre su tre righe:

- nome e cognome del destinatario (preceduto eventualmente da un appellativo);
- via o piazza (o viale, largo, ecc.), denominazione e numero civico;
- codice di avviamento postale (CAP) e città.

Occorre valutare ogni volta la possibilità di **personalizzare** la comunicazione chiedendosi se non sia possibile, per esempio, indirizzare le lettere a persone, più che a enti: rivolgersi al *Direttore regionale*, invece che alla *Direzione regionale*, al *Direttore amministrativo* invece che alla *Direzione amministrativa* e così via.

Sono corrette anche formule più generiche come *Al Responsabile dell'Ufficio*, che possono comunque riportare la comunicazione sulla persona più che sull'ente e quindi ammettere anche l'allocutivo *Lei* nel corpo del testo.

Un tempo si faceva molta attenzione agli appellativi con cui accompagnare il nome del destinatario. Oggi l'argomento è avvertito come secondario e talvolta desueto, ma resta importante e in alcuni casi insidioso.

Ci sono ancora significativi manuali che si occupano di stile e descrivono i criteri formali di scrittura di un indirizzo, la scelta degli appellativi e molto altro<sup>18</sup>.

Quale è la nostra proposta? Una formulazione semplice dell'indirizzo, col minimo di appellativi e con l'unica funzione di tenere a disposizione di chi leggerà anche successivamente quel documento le informazioni per raggiungerne il destinatario<sup>19</sup>.

Lo spazio in alto a destra di un foglio è lo spazio dedicato all'indirizzo interno. Il foglio è una lettera. Quello che c'è scritto è dunque necessariamente una comunicazione tra l'intestazione e la firma da una parte (autore) e l'indirizzo interno dall'altra (destinatario).

Questo significa che la preposizione (*al, alla, alle, ecc.*) davanti all'indicazione del destinatario può essere considerata superflua. Superflua, non errata. Non può tuttavia in alcun modo essere considerata, e qui sta l'errore comunicativo che essa nasconde, come un indicatore di relazione, l'unico spesso che concediamo ai nostri testi.

<sup>18</sup> Tra questi Lesina (1994).

<sup>19</sup> Fiormente - Cremascoli (1998), p. 47.

## 4.2 La formula di esordio

*Gentile Signore, Gentile dottoressa, Gentile dottor Rossi, Gentile professor Bianchi, Gentile direttore*, ecc.: spesso nei testi amministrativi la formula di esordio non compare. Eppure, dal punto di vista comunicativo, è davvero molto importante.

Ogni volta che scriviamo diamo vita a un atto comunicativo e iniziare la lettera con un riferimento esplicito al destinatario illumina subito su uno dei più importanti agenti della comunicazione. La formula di esordio è utile a chi scrive (come per l'indirizzo interno) e a chi legge. Per l'autore è infatti più facile sintonizzarsi con un destinatario ben identificato. Esprimersi quando si sa a chi ci si rivolge, pensare il messaggio tenendo conto di chi lo riceverà favorisce la chiarezza e la scorrevolezza del pensiero. Sul versante del destinatario, tutti possiamo testimoniare che poniamo spontaneamente più attenzione a un messaggio che inizia con una espressione che ci coinvolge direttamente: il coinvolgimento personale favorisce l'attivazione del processo di decodifica e ricostruzione del messaggio.

Può essere problematico scegliere la formula d'esordio appropriata quando i destinatari sono più di uno. Esistono varie possibilità:

- scegliere il nome che accomuna tutti se la lista è omogenea; per esempio, se il testo è rivolto ai Direttori regionali di Marche, Emilia Romagna e Toscana, possiamo scegliere come formula d'esordio l'espressione *Gentili direttori*;
- usare iperonimi<sup>20</sup>, espressioni di portata più generale che includono nel proprio significato parole di significato più specifico; per esempio nelle apostrofi *Gentile collega, Gentili colleghi* comprendiamo tutte le persone che lavorano, con diversi incarichi, nello stesso ente;
- non inserire la formula di esordio ma almeno non iniziare con una formula impersonale come *Si informa che*.

## 4.3 La formula di chiusura

La formula di chiusura è l'ultima parte esplicitamente dedicata al destinatario nel corpo di una lettera. La scelta delle parole è legata al grado di confidenza tra autore e destinatario.

Anche in questo caso, il consiglio è di usare parole essenziali che non trasformino la fine di un testo in un atto di «prostrazione»:

Certi della Vostra disponibilità e collaborazione, fiduciosi nel volere accogliere benevolmente la nostra richiesta, ringraziando anticipatamente si inviano i nostri migliori saluti.

Il Consiglio dell'Ordine  
Il Presidente

<sup>20</sup> Vedi Introduzione e cap. 7 *La sintassi nei testi amministrativi*.

Commento. Il periodo è troppo lungo; l'uso delle due forme indirette gerundio e passivo (*ringraziando* e *si inviano*) è incoerente con la firma che segue, che è la manifestazione dell'autore come persona; c'è un errore logico nella scelta dell'infinito: *fiduciosi nel volere accogliere* è usato al posto della forma esplicita corretta *fiduciosi che vogliate accogliere*.

Il testo potrebbe chiudersi più semplicemente con queste parole:

Ringrazio anticipatamente per l'attenzione che sono certo avrete per questa richiesta.

Distinti saluti.

Per conferire eleganza grafica al testo e per personalizzare ulteriormente il rapporto con il destinatario è possibile scegliere di scrivere a mano – nell'era del computer – non soltanto la firma ma anche le formule di esordio e di chiusura di una lettera.

## 5. INCOERENZE NELLA GESTIONE DEL DESTINATARIO

Mentre nella comunicazione orale si riconoscono immediatamente chi comunica e chi riceve il messaggio, nella scrittura il ruolo dell'autore e del destinatario devono essere gestiti in maniera accorta, se si vuole arrivare alla medesima chiarezza. È importante che tutto il testo si mantenga coerente con la forma allocutiva scelta. Tutto ciò può sembrare persino banale eppure sono davvero tanti i testi con una totale incoerenza nella gestione del destinatario.

Alcuni esempi:

MESSAGGI

\*\*\*\*\* PAGAMENTO delle BOLLETTE \*\*\*\*\*

Si informa **la gentile Clientela** che dal ... le bollette possono essere pagate presso gli Sportelli della Banca ... dei seguenti Comuni: ... SENZA ALCUN ADDEBITO di COMMISSIONE. Rimane anche la possibilità di effettuare i pagamenti presso gli Uffici postali con spesa a carico **del Cliente**. **Gentile cliente**, dal ... le bollette dei Pubblici Servizi sono espresse e pagabili anche in euro, la nuova valuta europea. In questa bolletta, l'importo totale è stato espresso con il tasso di cambio definitivo di lire 1936,27 stabilito dal Consiglio Europeo il 31/12/1998.

Commento. Nel primo paragrafo è presente la forma indiretta *si informa la gentile clientela*; nel secondo, con uno scarto significativo, il vocativo *gentile cliente*. Questo scarto sembra quasi il frutto di un «incolla» piuttosto affrettato; sembra cioè che il testo sia stato scritto in due momenti diversi e che l'estensore del secondo paragrafo non abbia neppure riletto il primo. Questo testo è un ottimo esempio di «mostro della semplificazione»: l'autore ha sentito parlare in maniera superficiale di semplificazione e di formule di esordio e così «incolla» nel senso proprio del termine, un'apparenza di semplificazione su un testo che è una testimonianza esemplare di burocratese. La semplificazione di un testo non è qualcosa di superficiale, non è cambiare il S.V. con il *lei*, ma è prestare attenzione al destinatario: in questo caso sarebbe bastato rileggere il testo prima di inviarlo!

**(Busta di una bolletta: davanti)**

IN QUESTA BUSTA C'È LA **SUA** BOLLETTA  
PER L'ENERGIA ELETTRICA. LA **CONSERVI**.

**(Busta di una bolletta: dietro)**

**Attenti** alle truffe

Non ci sono incaricati Enel che vengono a casa **vostra** per  
**chiedervi** il pagamento della bolletta.

**(Corpo del testo all'interno della busta)**

I **TUOI** diritti sono i NOSTRI doveri.

Commento. Nelle varie parti di questo stesso testo compaiono quasi tutti gli allocutivi della lingua italiana (*lei, voi, tu*).

ALLA DIREZIONE REGIONALE ....

**OGGETTO: Sig. ... - area B - in organico al Centro di Servizio delle Imposte Dirette e Indirette di ... - Distacco.**

Ai sensi dell'art. 33 della legge n. 104 del 5 febbraio 1992, **si dispone** il distacco, con effetto immediato e senza diritto ad indennità, del Sig. ... in oggetto indicato, presso la Direzione Regionale delle Entrate per la ..., che provvederà ad assegnarlo ad uno degli uffici dalla medesima individuati.

Gli Uffici in indirizzo sono pregati di provvedere in conformità.

**Resta inteso che** la permanenza presso la nuova sede è subordinata alla sussistenza temporale dei requisiti che hanno determinato l'adozione del presente provvedimento.

**Si prega**, pertanto, la Direzione Regionale delle Entrate per ... di invitare l'interessato a produrre, ogni sei mesi, idonea documentazione, da trasmettere a questa Direzione Centrale, atta a dimostrare il suo diritto a permanere presso la nuova sede di servizio; in difetto al Sig. ... verrà revocato il distacco.

**Pregasi** provvedere dandone notizia alla scrivente.

Codeste Direzioni Regionali sono pregate, altresì, di aggiornare la procedura informatica concernente la gestione dei Centri di responsabilità.

IL DIRETTORE GENERALE

Commento. In questo testo<sup>21</sup> si usa sempre l'impersonale (vedi grassetto) e non ci si rivolge mai direttamente ai destinatari (vedi sottolineato) che diventano: *gli uffici in indirizzo, la Direzione Regionale delle Entrate per ... , Codeste Direzioni Regionali.*

Poco comunicativa è la formula *gli uffici in indirizzo*: il destinatario diventa un numero di un elenco già dato e questo non favorisce gli obiettivi di relazione. Tale formula, come altre di cui tratteranno i capitoli che seguono, costringe inoltre il lettore a una sorta di ginnastica, a spostarsi con l'occhio nelle varie parti del testo (es. riferimento *in oggetto*, numero *in alto a sinistra, in calce, in epigrafe*, ecc.). Il corpo del testo dovrebbe essere invece concepito come un qualcosa di totalmente autonomo dalle altre parti strutturali<sup>22</sup>.

Sarebbe dunque opportuno utilizzare questa formula soltanto quando il numero dei destinatari non consente di fare diversamente.

## 6. VERSO UNA COMUNICAZIONE DIRETTA

Il settore pubblico e quello privato si stanno muovendo verso una comunicazione diretta. Le realtà diventano molto competitive e le relazioni acquistano sempre più importanza.

**Trenitalia:**

**GENTILE CLIENTE,**

Questa carrozza della Direzione Trasporto Regionale Liguria è stata sottoposta a pulizia radicale in modo da presentarsi in condizioni pienamente conformi alle Sue aspettative.

Possiamo assicurare il nostro massimo impegno per mantenere la carrozza nelle presenti condizioni.

Siamo convinti che una persona civile come Lei comprenderà ed approverà il rigore con cui sanzioneremo i comportamenti scorretti di eventuali viaggiatori poco educati.

La Direzione del Trasporto Regionale ...

**Telecom:**

**Gentile cliente,**

Le confermiamo che, come da Sua richiesta, abbiamo attivato la nuova offerta Teleconomy 24.

Da questa data, quindi, può cominciare a beneficiare dei vantaggi dell'offerta, così come illustrato nelle pagine seguenti.

Per qualsiasi informazione il nostro servizio clienti è a Sua disposizione ...

Certi che apprezzerà i vantaggi di Teleconomy 24, La salutiamo cordialmente.

Telecom Italia. S.p.a.

<sup>21</sup> Lo stesso testo è già stato analizzato dal punto di vista dell'autore nel cap. 4 *L'autore nei testi amministrativi.*

<sup>22</sup> Vedi cap. 9 *L'oggetto: la sintesi del documento amministrativo.*

È possibile questo all’Agenzia delle Entrate? Ecco un testo e poi la riscrittura dello stesso tentata da un partecipante al corso *Scrivere nella pubblica amministrazione* (in rosso le parti relative al destinatario, in blu quelle relative all’autore).

Al dottor Mario Rossi ...

via ...

Oggetto: dr. Mario Rossi – istanza di trasferimento presso la Direzione Regionale del ...

Con istanza in data ..., **la S.V.**, dirigente scolastico, **ha chiesto** di essere **trasferita**, ai sensi dell’art. 30 del D. Lg.vo 30 marzo 2001, n. 165, presso la Direzione Regionale del ..., per ricoprire la titolarità di alcuni settori ed uffici specificatamente indicati.

Al riguardo **si fa presente**, contrariamente a quanto **da lei** asserito, che gli Uffici in questione risultano coperti.

**Si tiene**, comunque, a precisare che dal **suo** pur ricco e significativo curriculum personale **non è dato** individuare il possesso di quelle specifiche conoscenze e professionalità necessarie per garantire una gestione degli uffici suddetti secondo le nuove logiche gestionali ed operative, in chiave manageriale, caratterizzanti il modello di azione di questa Agenzia.

IL DIRETTORE CENTRALE

Commento. L’autore è il Direttore di una specifica Direzione e il destinatario è il dottor Rossi. Il testo è molto lontano dall’obiettivo della personalizzazione della comunicazione: l’autore si presenta sempre con forme impersonali; i riferimenti al destinatario oscillano tra l’uso del *Signoria Vostra* e del *lei*. Tale oscillazione, più che determinare un’incoerenza nella gestione del destinatario, conferma quanto è stato detto: il *Signoria Vostra* è una formula ormai cristallizzata. Il *Signoria Vostra* è infatti concordato con *suo* (e non *vostro*) *curriculum*.

Dal punto di vista del contenuto, l’autore non tiene in alcuna considerazione il destinatario e non gli dà l’informazione essenziale: non gli dice che la richiesta non è stata accolta. Il problema cruciale del testo è forse l’**autoreferenzialità**: è un testo che parla a sé stesso. Il destinatario non è visto come l’altro fondamentale agente della comunicazione, ma entra a far parte del contesto, di ciò di cui si parla: a lui si danno molte informazioni di cui è già in possesso ma si tace appunto sul dato per lui nuovo, l’esito della istanza.

Ecco la riscrittura di questo testo che ha tentato un corsista:

Al dottor Mario Rossi ...

via ...

Oggetto: Istanza di trasferimento presso la Direzione Regionale del ...

Egregio dottor Rossi,

con istanza del ..., **lei ha chiesto** di essere trasferito presso la Direzione Regionale del ..., ai sensi dell’art. 30 del Decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, sull’ordinamento del lavoro alle

dipendenze delle amministrazioni pubbliche, per ricoprire la posizione di titolare di settori ed uffici indicati nell'istanza stessa.

Al riguardo **le faccio presente** che gli Uffici in questione risultano tutti coperti.

Pertanto, pur tenendo nella debita considerazione il **su** curriculum personale, **non mi è possibile** dare corso alla sua istanza.

**Le invio** cordiali saluti,

IL DIRETTORE CENTRALE

Commento. In questa riscrittura l'autore si presenta sempre con una forma diretta: la prima persona singolare. I riferimenti al destinatario sono tutti riconducibili all'uso del *lei*. Tale rielaborazione, che coinvolge altri elementi testuali, mira soprattutto a soddisfare gli obiettivi di relazione e non deve essere considerata un mero ritocco estetico.

Proviamo adesso a commentare più da vicino la riscrittura del corsista tralasciando l'oggetto.

### Primo paragrafo

Con istanza in data ..., la S.V., dirigente scolastico, ha chiesto di essere trasferita, ai sensi dell'art. 30 del D. Lg.vo 30 marzo 2001, n. 165, presso la Direzione Regionale del ..., per ricoprire la titolarità di alcuni settori ed uffici specificatamente indicati.

### Primo paragrafo riscritto

Egregio dottor Rossi,

con istanza del ..., lei ha chiesto di essere trasferito presso la Direzione Regionale del ..., ai sensi dell'art. 30 del Decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche, per ricoprire la posizione di titolare di settori ed uffici indicati nell'istanza stessa.

Commento. In questa riscrittura con l'espressione *sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche* si ricorda al destinatario il contenuto del decreto legislativo citato. Si sostituisce inoltre l'avverbio *specificatamente* con *nell'istanza stessa*. Si sostituisce il termine astratto *titolarità* con *la posizione di titolare*.

### Secondo paragrafo

Al riguardo si fa presente, contrariamente a quanto da lei asserito, che gli Uffici in questione risultano coperti.

### Secondo paragrafo riscritto

Al riguardo le faccio presente che gli Uffici in questione risultano tutti coperti.

Commento. In questa riscrittura si toglie il *contrariamente a quanto da lei asserito* considerato forse una nota polemica superflua. Tale inciso nel testo originale non è comunque gestito correttamente: esso non ha nella sua portata l'azione di *fare presente* ma la constatazione che

gli uffici sono coperti e deve dunque seguire, non precedere, la congiunzione *che* (*Al riguardo si fa presente che, contrariamente a quanto da lei asserito, gli Uffici in questione risultano coperti*).

**Terzo paragrafo**

Si tiene, comunque, a precisare che dal suo pur ricco e significativo curriculum personale non è dato individuare il possesso di quelle specifiche conoscenze e professionalità necessarie per garantire una gestione degli uffici suddetti secondo le nuove logiche gestionali ed operative, in chiave manageriale, caratterizzanti il modello di azione di questa Agenzia.

**Terzo paragrafo riscritto**

Pertanto, pur tenendo nella debita considerazione il suo curriculum personale, non mi è possibile dare corso alla sua istanza.

Le invio cordiali saluti,

Commento. Qui viene finalmente data un'informazione, quella essenziale, al destinatario: la sua istanza non può essere accolta. Questa informazione non è presente nel testo originale.

La riscrittura di questo paragrafo ha però un tono un po' asciutto, drastico.

Ecco quindi per concludere una proposta di riscrittura che ritorna, nel terzo paragrafo, al contenuto del testo originale ma che introduce già nella prima riga l'informazione più utile per il destinatario:

**Proposta di riscrittura**

Egregio dottor Rossi,

sono spiacente di comunicarle che non mi è possibile accogliere la sua richiesta di trasferimento presso la Direzione regionale ..... (per ricoprire la posizione di titolare degli uffici .....) (trasferimento / richiesta di trasferimento ai sensi dell'art. 30 del Decreto legislativo 30 marzo 2001 n. 165, sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche).

Infatti gli Uffici in questione risultano tutti coperti.

In ogni caso, nel suo pur ricco curriculum personale, non (mi) è dato individuare il possesso delle specifiche conoscenze e professionalità necessarie per garantire una gestione in chiave manageriale degli uffici, secondo le nuove logiche gestionali ed operative che caratterizzano il modello di azione dell'Agenzia.

Le invio cordiali saluti,

IL DIRETTORE CENTRALE

Il numero e la data dell'istanza del dottor Rossi possono essere inseriti in una parte strutturale della lettera diversa dal corpo del testo (sotto il numero di protocollo, oppure sotto l'indirizzo interno) in modo da semplificare il primo paragrafo.

In alcuni casi, quindi, il passaggio alla forma diretta è pacifico, in altri meno; in altri testi ancora è indispensabile eliminare ogni elemento relazionale. Può andare bene, purché la forma diretta

e personale sia sempre la prima tentata e mai quella esclusa a priori e purché l'attenzione al destinatario si manifesti comunque attraverso:

- ricerca di chiarezza;
- linearità dell'esposizione;
- trasparenza dei procedimenti;
- trasparenza nel modo di presentarsi dell'autore;
- modello strutturale chiaro e preciso<sup>23</sup>.

## 7. LA COMUNICAZIONE DISTORTA

Può capitare che l'emittente non scriva per il destinatario finale del suo testo.

Se un docente assegna a uno studente la consegna "Scrivi alla tua amica Angela e raccontale il giorno più divertente della tua vita" per un tema, il ragazzo prenderà la penna e comincerà a scrivere: "Cara Angela...". Ma chi è il destinatario di quel tema? Non certo Angela, ma il docente. Che cosa accade ad Angela? Non è più il destinatario vero ma è una sorta di destinatario secondario del quale lo studente terrà pochissimo conto, tanto che quasi lo assimilerà al referente, alla cosa, all'argomento del quale nel tema deve parlare. Eppure, meno lo studente avrà effettivamente pensato alla sua amica Angela, meno se la sarà raffigurata durante lo svolgimento del suo tema, meno potrà sperare in un buon esito della prova. E il docente? Meno si metterà dalla parte di Angela, meno riuscirà a giudicare obiettivamente l'efficacia comunicativa e l'aderenza alla consegna del suo allievo.

Quando un superiore chiede a un impiegato di scrivere una lettera, il rischio è che questo inneschi lo stesso meccanismo visto nell'esempio dello studente: egli potrebbe preoccuparsi più della reazione del superiore che dell'efficacia comunicativa di quel testo dal punto di vista del destinatario finale.

È fondamentale "abituare chi scrive a pensare in primo luogo al destinatario finale del proprio lavoro"<sup>24</sup>: questo non succede nei testi amministrativi che spesso "non sono scritti in funzione del destinatario finale ma, piuttosto, per essere sottoposti ai controlli interni (dirigenti, nuclei di valutazione) o esterni (ragioneria, corte dei conti)"<sup>25</sup>.

Questo fenomeno è stato ben descritto da Raso, che ha parlato di **sdoppiamento di autore e destinatario**.



<sup>23</sup> Per esempio il modo in cui le risposte alle istanze di interpello vengono ben schematizzate in Quesito // Soluzione interpretativa prospettata dal contribuente // Parere dell'Agenzia delle Entrate.

<sup>24</sup> Fioritto (1997), p.13.

<sup>25</sup> Fioritto - Masini - Salvatore (1997), p. 70.

Egli ha notato che nella comunicazione burocratica molto spesso l'autore del messaggio si sdoppia e si "genera un meccanismo, per così dire, di dissociazione dalle regole base della comunicazione": diventa infatti possibile individuare un "**autore materiale**, che stende e, cosa ben più importante, concepisce il testo, e un **autore giuridico**, cioè il responsabile che lo firma. Di conseguenza, anche il destinatario si sdoppia. L'estensore materiale del testo si trova, infatti, ad avere due destinatari: il superiore che dovrà approvare e firmare il testo, e il destinatario finale del contenuto del testo. Chi scrive un testo burocratico spesso si trova, consapevolmente o no, a regolare la propria concezione del testo non tanto sul destinatario finale quanto su quello immediato, il superiore che ha il compito di firmare il testo e di liberare così l'estensore dal suo compito; in caso contrario, l'estensore dovrà riscriverlo e sobbarcarsi un lavoro aggiuntivo. L'azione che sta più a cuore all'estensore è che il capufficio firmi, approvandolo, il testo. Pertanto colui che scrive il testo pensa al destinatario immediato, non a quello finale"<sup>26</sup>.

Insomma c'è un momento in cui si crea un corto circuito comunicativo. Nella persona dell'autore giuridico vengono a coincidere infatti entrambi gli agenti della comunicazione: egli è contemporaneamente autore (poiché firma il testo) e destinatario (poiché è il primo a leggere il testo che altri hanno redatto per lui e a esprimerne un parere).

Se è raro che in una amministrazione pubblica chi scrive e chi firma possano coincidere, è necessario comunque che si tenga conto dei rischi di questi sistemi comunicativi, che se ne abbia la piena consapevolezza. Sia l'autore materiale che quello giuridico devono sempre aver presente in fase di progettazione, produzione o almeno di revisione del testo il destinatario reale e non i destinatari che diventano tali all'interno (vedi il dirigente che firma) o all'esterno (vedi la stampa specializzata) dell'amministrazione stessa.

È insomma necessario disinnescare quei meccanismi, sempre molto complessi e anche diversi da amministrazione a amministrazione, che portano ad azzerare il destinatario finale della comunicazione e a far perdere a essa qualunque efficacia.

### **BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE**

BEAUGRANDE Robert Alain de - DRESSLER Wolfgang Ulrich, *Introduzione alla linguistica testuale*, Bologna, Il Mulino, [trad. it. di BEAUGRANDE - DRESSLER 1981], 1994

MARLETTA Leonardo - PACIFICO Paola, *La comunicazione situazionale*, Milano, Franco Angeli, 1995

RASO Tommaso, *Origini e strategia dell'informazione in alcune testualità burocratiche*, «Studi linguistici italiani», XXV, 1999, pp. 234-266, XXVI, 2000, pp. 97-129

<sup>26</sup> Raso (1999-2000), pp. 241-242. Il grassetto è mio.