

# DM-Consigli

Consiglio per copywriter: prendere in parola la parola!



**Questa regola vale sempre, non ha importanza che si tratti di un testo pubblicitario, di un articolo specialistico, della descrizione presente su una confezione o di un comunicato stampa: prendete in parola la parola e scrivete in modo conciso e preciso. Seguendo questa regola basilare avrete buone possibilità di portare i vostri lettori fino alla fine del testo e far giungere il vostro messaggio al vostro target. I nostri 17 consigli per copywriter vi accompagneranno alla ricerca avvincente della parola giusta.**

## 17 consigli per una scelta adeguata delle parole

1. **Prendetevi cura della parola giusta.** La parola giusta deve trasmettere esattamente le circostanze e non può occupare spazio inutilmente. Quindi, per esempio, a volte vale la pena controllare il significato originario di ogni singola parte di cui è composta.
2. **Scegliete il termine semantico corretto.** Utilizzando termini non pertinenti dal punto di vista semantico è possibile anche alterare l'affermazione. Eccovene un esempio: *l'Euro sta per sfondare un nuovo record al ribasso*. La parola *sfondare* è ingannevole.
3. **Evitate i pleonasmi.** Si parla di un pleonasma, quando sono combinati due termini dal senso uguale di parti del discorso diverso, per esempio *il cadavere morto, fanatico sostenitore, possibilità potenziali, nota star del tennis*. Consiglio: fate il test dell'opposto! Una *sconosciuta star del tennis* non ha alcun senso, dunque si tratta di un pleonasma.
4. **Scrivete con esattezza.** Oltre a rendere il vostro testo comprensibile e preciso, sarete certi che il lettore coglierà ogni immagine che volete trasmettergli. Scrivete ad esempio *vettura sportiva* anziché *automobile*, *menu di 3 portate* anziché *pasto*. Sfruttate la varietà della nostra lingua!
5. **Scrivete per metafore.** Anziché i termini *lavare* o *pulire* utilizzate espressioni metaforiche come *sbiancare* e *bucato bianco*. E sfruttate il mondo delle metafore per vivacizzare il testo. Eccovi 2 esempi dal mondo della meteorologia: *chi semina vento raccoglie tempesta, la quiete prima della tempesta*. Utilizzate queste figure con moderazione, non mischiate mai e controllate con accuratezza se l'immagine trasmessa è adatta e non banale. In merito leggete anche il consiglio per copywriter [«Scrivere in modo metaforico» \(PDF, 181KB\)](#).
6. **Utilizzate le parole straniere con cautela.** Controllate il corretto significato delle parole straniere, evitando il rischio che vengano impiegate senza precisione. Scegliete parole straniere comuni, o ancora meglio: utilizzate il termine corrispondente in italiano. Inoltre spesso si abusa delle parole straniere. Un esempio noto: *business*.
7. **Spiegate i termini tecnici, le abbreviazioni e i nomi.** Il livello di conoscenze dei lettori determina se è necessario riportare la spiegazione di un termine o meno. Aggiungete la spiegazione in occasione del primo utilizzo del termine nel testo.
8. **Utilizzate i sinonimi accuratamente.** I sinonimi sono molto adatti per evitare le ripetizioni e creare un testo vivace. Ma attenzione: troppi sinonimi finiscono per compromettere la comprensibilità, rendendo a volte ridicolo il testo: *Dominique Herzog, lo spietato calcolatore, il manager esperto, l'uomo che vede molto lontano* ecc. A volte, proprio quando ci troviamo di fronte a fatti complessi, è meglio utilizzare più volte la stessa parola. Utilizzare troppo spesso dei sinonimi può risultare noioso.
9. **Scegliete parole comprensibili.** A volte è meglio scegliere una formulazione più lunga anziché cercare di comprimere tutto in una sola parola. La creazione di lunghe parole composte porta spesso a dei veri e propri mostri della parola, ostili al lettore.
10. **Utilizzate gli aggettivi con parsimonia.** Bisogna fare attenzione in particolare a quegli aggettivi che terminano con *-bile, -ile, -ente, -to* (participio passato). Gli aggettivi aiutano a differenziare, valutare o illustrare qualcosa. Potete anche rendere un testo sconnesso e complicato. Questa è la regola generale: non più di 2 aggettivi adatti e necessari per frase.
11. **Evitate le nominalizzazioni (o sostantivazioni).** La maggior parte delle volte le nominalizzazioni terminano in *-ione, -tà, -ismo, e -zza*. Nel linguaggio tecnico sono adatte per esprimere circostanze precise, consentendo di abbreviare e comprimere una frase. Tuttavia certi nomi derivanti da verbi o aggettivi rendono un testo astratto e un po' metaforico. Evitate quindi, sempre dove è possibile, le nominalizzazioni come gli iperonimi e i termini generici. Eccovi qualche esempio: *trasferire dati a un terminale*, anziché *terminalizzare, dividere il territorio in zone* anziché *zonizzazione*

12. **Utilizzate gli ausiliari con moderazione.** I verbi ausiliari (chiamati anche verbi modali) come *volere, potere, dovere, ecc.* svelano molto del vostro atteggiamento nei confronti del lettore. Inoltre smorzano il verbo di senso compiuto presente all'infinito e relativizzano l'affermazione. Impiegate i verbi modali solo se desiderate dare al lettore delle indicazioni adeguate.
13. **Utilizzate le particelle modali con cautela.** Le particelle modali come *pure, ma, veramente, proprio, davvero, sicuramente* danno all'affermazione una sfumatura in più. Utilizzatele quindi con attenzione e, in caso di dubbio, evitatele.
14. **Lesinate con le parole generiche e neutre.** Parole come *cosa, roba, questione, aspetto* ecc. sostituiscono il termine adatto. Di conseguenza il testo diventa impreciso e privo di espressione. Utilizzatele se necessario e se il loro utilizzo ha un senso.
15. **Evitate i pronomi sostitutivi e gli indefiniti.** Le espressioni pronominali con *si* (seguito da verbo, ad es. *si dice, si sostiene* ecc.) e gli indefiniti come *altri, alcuni, molti, diversi* esonerano l'autore dal precisare la circostanza. Il testo si presenta impreciso e noioso.
16. **Fate attenzione a una scelta di parole moderata.** Un testo preciso è obiettivo. Attribuisce le caratteristiche più elevate con molta parsimonia e lesina con i superlativi. Utilizzate per cui parole come *ideale, particolare, ottimale, eccezionale, straordinario, prestazione di altissimo livello, il miglior, il più forte* ecc. solo moderatamente. Se utilizzate i superlativi dovete trasmettere una circostanza obiettiva e verificabile.
17. **Abbandonate le parole superflue.** Scrivere in modo preciso significa anche omettere tutte le parole e le frasi superflue. Puntualizzate la vostra affermazione.

Fonte: «Schreiben und Redigieren auf den Punkt gebracht!» di Ivo Hajnal e Franco Item.

**E per finire un altro consiglio: mettete in pratica questi consigli solo nella fase di revisione del testo, evitando di frenare inutilmente il flusso della scrittura nella sua prima fase.**

Per ulteriori informazioni visitate il sito [www.posta.ch/directpoint](http://www.posta.ch/directpoint).

La Posta Svizzera  
PostMail  
Marketing diretto  
Viktoriastrasse 21  
3030 Berna

Telefono 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.posta.ch/directpoint](http://www.posta.ch/directpoint)