

MARKETING E NEFROLOGIA

La comunicazione verbale



Fulvio Fiorini¹, Roberta Panini², Cinzia Ameri³

(1) SC Nefrologia, Dialisi e Dietologia, Azienda Ulss 18, Ospedale SM della Misericordia, Rovigo

(2) Ufficio Stampa, Comunicazione e Rapporto con i Cittadini - Azienda Ulss 18, Ospedale SM della Misericordia, Rovigo

(3) Perform, Università degli Studi di Genova

Corrispondenza a: Fulvio Fiorini, MD; SC Nefrologia, Dialisi e Dietologia Azienda Ulss 18, Ospedale S. Maria della Misericordia Viale Tre Martiri, 140 45100 Rovigo; Mail: fiorini.fulvio@azisanrovido.it

Abstract

Comunicare è un'azione che occupa molta parte della vita di ogni individuo e comprende un insieme di attività che hanno lo scopo di raggiungere un fine prefissato: la comunicazione prevede obbligatoriamente la presenza di un destinatario/ricevente. Nel comunicare si utilizzano sia la parola, ma anche il gesto ed il modo di fare/dire. La comunicazione verbale rappresenta comunque il sistema più completo, evoluto, fine e sottile di comunicare, capace di esprimere anche concetti e pensieri e non solo comportamenti: con essa si può anche mentire e disinformare. Il verbale possiede anche un'importante valenza temporale, in quanto può definire l'adesso, il prima ed il poi, ma anche la capacità di determinare le relazioni umane, perchè partecipa a definire i diversi ruoli in cui emittente e ricevente si trovano in quel momento. Il potere più vero delle parole è quello di creare, mantenere, modificare i comportamenti altrui; esiste cioè una naturale correlazione fra comunicazione e comportamento. L'obiettivo finale della comunicazione risulta perciò quello di creare o modificare le relazioni e i comportamenti umani: in altri termini si può affermare che le parole possono determinare la realtà. La vera ragion d'essere del comunicare è comunque lo scopo, che chi parla vuole raggiungere: è uno sforzo volontario, sia mentale che fisico, che origina da un bisogno sia esplicito che implicito di chi emette il messaggio.

Parole chiave: parola, ruolo, scopo

Introduzione

Comunicare significa mettere in atto una complessa serie di comportamenti ed azioni col fine di trasmettere il nostro messaggio ad un altro individuo. In altri termini, questo significa che per comunicare viene utilizzato un "mare magnum" di mezzi, anche più di uno contemporaneamente, per raggiungere uno specifico obiettivo. *Conditio sine qua non* perché si possa comunicare è la presenza di un destinatario che riceve e decodifica il messaggio inviato.

Ad esclusione dei mammiferi, nel regno animale per comunicare vengono utilizzati i comportamenti, gli atteggiamenti: non esiste una comunicazione verbale vera e propria, ma una comunicazione *sonora*, adattata alle varie circostanze e *sincrona* con i comportamenti. Il genere umano nella sua lunga storia evolutiva ha iniziato a utilizzare i segni come mezzo comunicativo, siano essi gestuali o grafici, segni che trovano testimonianza nei graffiti presenti in molti siti archeologici [1]. L'approdo evolutivo segnato dall'articolazione del suono in parole ha permesso una tipologia di comunicazione più efficace ed efficiente, meno di-

spendiosa, sempre più complessa e sofisticata, capace di esprimere anche concetti e pensieri e non solo comportamenti.

La comunicazione fra individui in co-presenza è nel suo insieme molto complessa e sempre “biunivoca”: essa è infatti costituita da un “assemblaggio” continuo di parole (comunicazione verbale), segni come gesti, comportamenti, etc (comunicazione *non* verbale) e di modi di dire e/o di fare (comunicazione *paraverbale*). In realtà si comunica anche quando non si vuole, nel senso che due persone con il solo vedersi scambiano messaggi *non* verbali che vengono recepiti ed interpretati da entrambi: da ciò deriva che il modo più utilizzato di comunicare non è quello verbale, ma bensì quello *non* verbale. Si tratta di una comunicazione “analogica continua” determinata dalla postura, dai movimenti, dagli sguardi, dall'abbigliamento e da quant'altro può essere apprezzato con la sola vista da un osservatore più o meno interessato o consapevole del messaggio che riceve. In questo elaborato si tratterà di alcuni aspetti introduttivi riguardanti la comunicazione verbale, riservando gli approfondimenti a successivi lavori.

Riflessioni sulla comunicazione verbale

Si tratta del modo più completo, evoluto, fine e sottile di comunicare, l'unico capace di sintetizzare in modo compiuto quanto espresso dall'umanità, in grado anche di mentire, caratterizzato dalla volontarietà di quanto espresso da un emittente, con lo scopo di ottenere un qualsivoglia risultato. Da ciò deriva che sebbene la presenza di un destinatario/ricevente sia indispensabile nel comunicare, un “vero” processo di comunicazione si attua solo quando quest'ultimo cattura/percepisce il messaggio e lo inserisce nel proprio “spazio” mentale. Solo la capacità di capire in quale modo il messaggio è stato recepito, tramite l'interpretazione dei segnali emessi a sua volta dal ricevente (cioè attraverso l’“empatia”), permetterà di comprendere se il nostro scopo è stato raggiunto. Il potere più vero delle parole è perciò quello di creare, mantenere, modificare i comportamenti altrui.

Come appena detto, con la comunicazione, in particolar modo con quella verbale, si cerca di trasmettere messaggi in grado di condizionare/modificare il comportamento di altri soggetti. Le parole sono entità che permettono di definire, nominare, chiamare ogni cosa reale e non, ed al contempo determinare i rapporti e modificare gli stati d'animo di coloro che le usano: esiste cioè una naturale correlazione fra comunicazione e comportamento [2]. L'obiettivo finale della comunicazione risulta quello di creare o modificare le relazioni e i comportamenti umani.

Il verbale possiede anche un'importante valenza temporale, in quanto con i soli segni/atteggiamenti non esiste né prima, né adesso, né dopo, non esistono mai e sempre, ecc.: inoltre con il verbale è possibile non solo informare e mentire/ingannare, ma anche fornire informazioni errate (*disinformare*). Le parole, oltre che possedere un proprio contenuto, hanno quindi la capacità di determinare le relazioni umane, definendo, se ne esiste il bisogno, i diversi ruoli in cui si trovano al momento emittente e ricevente: la realtà che l'uomo vive può perciò essere interpretata come formata dalle relazioni fra le parole (i nomi di ogni cosa) e quindi come una realtà “virtuale” [2].

Se si pensa invece a come frequentemente le parole abbiano uno stretto legame con le immagini, la realtà può essere intesa come un grande insieme/archivio delle immagini del mondo che ogni uomo possiede: senza immagini la parola non ha un senso, non è né efficace, né efficiente [1]. Se l'emisfero sinistro è l'area del cervello deputata alla costruzione delle parole, l'emisfero destro è quello deputato ad articolare suoni con un senso compiuto e che contiene l'archivio delle nostre immagini: le due aree cerebrali devono perciò concorrere a trasformare le immagini in parole. È ovvio che ogni individuo possiede immagini

proprie, frutto della personale esperienza di vita: ognuno presenta un modo di esprimersi assolutamente individuale, sia semantico che fonetico, ma anche figurativo, in particolare modo al riguardo del significato attribuito alle immagini. Ne deriva che la capacità di eloquio non è il solo fattore responsabile di una buona comunicazione. L'importante è che chi invia il messaggio possieda la capacità di esprimersi correttamente attraverso il "proprio archivio" di immagini e che questo sia riconosciuto correttamente da chi lo ascolta: in altri termini, chi comunica deve preoccuparsi di adattare il proprio verbale alle capacità comprensive di chi ascolta.

Quello che però dà origine ad ogni messaggio, la sua vera ragion d'essere è *lo scopo*, l'intenzione, quasi sempre implicita, di chi parla: si tratta di uno sforzo mentale, ma spesso anche fisico, di chi tenta di comunicare con il verbale ciò che si vuole ottenere. È sempre uno sforzo volontario che origina sia da un bisogno esplicito che implicito di chi emette il messaggio ("lo scopo"), sforzo che definisce o tenta di definire al contempo il rapporto da instaurare, già esistente o da modificare, tra emittitore e ricevitore ("intenzione di ruolo") [1]. Lo scopo rappresenta perciò la vera essenza del comunicare.

Conclusioni

Sebbene la vita di tutti i giorni sia fatta di comunicazione continua, quasi mai ci si sofferma a considerare la complessità propria del comunicare. Se facilmente si può comprendere come si comunichi solo in presenza di un ricevente e che la comunicazione verbale sia sempre accompagnata da gesti, segni ed comportamenti, con minore frequenza vengono considerati aspetti come lo scopo, l'intenzione della comunicazione ed i rapporti presenti o che si creano fra chi comunica. Tutti questi aspetti che concernono la comunicazione concorrono a creare la realtà che si vive. La difficoltà del comunicare risiede nel fatto che le parole possiedono un loro intrinseco significato che non sempre è identico per ogni individuo: tale significato è molto spesso collegato alle immagini "personali" che le parole evocano, diverse fra soggetti diversi.

Bibliografia

[1] Wittgenstein L: Fondamenti della teoria del linguaggio, in Tractatus logico-philosophicus, Einaudi Ed. Torino, 1964

[2] Bateson G: Verso un'ecologia della mente, Adelphi Ed., Milano 1976