

## LA COMUNICAZIONE AL TEMPO DEL DIGITALE

Nell'era della comunicazione digitale, vorrei spendere qualche minuto per riflettere con voi della comunicazione analogica. Forse dovrei dire "quella di una volta". E riflettere che, mentre la comunicazione digitale si è evoluta e continua a evolversi velocissimamente, la comunicazione analogica nei secoli dei secoli non è cambiata neanche un po'.

Che significa da sempre, ad esempio, che fatto 100 l'intero valore di una nostra relazione comunicativa, le nostre parole valgono solo il 7%. Si chiama *comunicazione verbale*: sono le nostre parole. Ecco, in una comunicazione digitale trasmettiamo solo quello striminzito 7%, niente di più e niente di meno.

Mentre in una comunicazione di tipo analogico c'è anche il 38 % di quel 100%, che non sta nelle parole dette ma nel modo in cui le diciamo. Sta nel tono della nostra voce, nel volume della stessa, nelle pause che facciamo, nei silenzi che a volte contano più delle parole, e così via. Si chiama *comunicazione para-verbale*.

7+ 38 fa quarantacinque, dove sta allora, vi chiederete, la parte più cospicua della nostra relazione comunicativa, cioè quel 55% che manca. Si chiama *comunicazione non verbale*.

E sta nel nostro modo di porci, di essere vestiti, di guardare negli occhi il nostro interlocutore, di avvicinarci o meno ad esso, di toccarlo magari.

Di apparire aperti e solari o incazzati neri. Insomma, le nostre parole contano molto poco. È il nostro porci, il nostro atteggiamento, la nostra fisionomia che contano e che creano vera relazione tra le persone.

In una parola, mentre i mille modi di comunicare digitalmente sono tutti orientati, e anche molto efficaci, nel trasferire o trasmettere contenuti, il millenario vecchio modo analogico di comunicare, sostanzialmente, invece mentre comunica contenuti cura anche le relazioni.

Sia chiaro, un *hashtag* o un *like* non fa male a nessuno, ma non crea empatia. Servono a pochi per creare l'adesione di molti: uno comunica e molti ricevono, o aderiscono.

Chi si occupa di *marketing* conosce bene questa tecnica, che da sempre si chiama *tribalizzazione del cliente*. Accade quando ti chiedono di creare un account o di scaricare una *app*, serve a chi te lo chiede molto più che a te.

Ma soprattutto non crea relazione, solo collegamento, spesso dipendenza addirittura.

Si tratta di una forma imperfetta di comunicazione a una sola via, mentre la comunicazione vera, quella analogica, è sempre bidirezionale.

Insomma, questi strumenti unidirezionali, social e quant'altro presenti sul *web*, in certi casi vere e proprie armi di comunicazione di massa, creano sostanzialmente contabilità, anche asettica condivisione volendo, ma non creano neppure un po' di sana vecchia comunicazione.

E certo sono meccanismi moderni di trasmissione e condivisione, e hanno certamente un loro perché, e lo hanno adeguatamente appena dimostrato.

L'importante è avere consapevolezza dei loro limiti di relazione. Pensateci la prossima volta che vi viene quell'antico e subito represso desiderio di scrivere una vera lettera a qualcuno, perché anche tra le righe scritte possono essere letti, o anche solo percepiti, quei valori dimenticati che solo la comunicazione analogica sa esprimere e trasmettere.

Chiaro che anche questo *podcast* è un esempio di comunicazione imperfetta, a una sola via, ma statene certi, passato questo periodaccio, tornerò a parlare guardandovi negli occhi. O a scrivervi, come si fa con gli amici, quelli veri.