



Comunicazione non verbale

Come essere veramente efficaci

Per esprimere al meglio chi siamo e cosa sappiamo fare è necessario avere una buona padronanza del linguaggio non verbale, oltre a quella degli argomenti trattati.

Gestualità, espressività e abbigliamento sono parole chiave per fare una buona impressione e consolidare la posizione lavorativa



di Giancarlo Pastore
Amministratore Cipas

Molti momenti della nostra vita si svolgono sotto la luce di un riflettore, e spesso chi ci ascolta ci misura più per come “recitiamo” che per ciò che siamo intimamente. La nostra prima reazione alla maggior parte dei discorsi che udiamo da altri è una valutazione o un giudizio, piuttosto che un puro e semplice cercare di capire. Capita anche ai capi, colleghi, selezionatori del personale che ci incontrano per la prima volta.

L'efficacia di un messaggio dipende per oltre il 90% dal nostro aspetto e dalla modalità con cui si dicono le cose e per il restante 10% da ciò che si dice. Allora per esprimere al meglio chi siamo e cosa sappiamo fare, oltre ovviamente a conoscere dobbiamo diventare anche bravi promotori di noi stessi, o meglio imparare a comunicare con efficacia il nostro valore. Ma in che modo? Attraverso la comunicazione verbale ovvero la

parola, attraverso la comunicazione non verbale (postura, comportamento), o attraverso la comunicazione paraverbale (il tono di voce, la velocità dell'eloquio).

Attraverso la comunicazione verbale, le parole rappresentano solo una piccola percentuale della comunicazione. Ciò sottolinea che le nostre parole colpiscono l'attenzione dei presenti in misura minore di quanto pensiamo; entrano in gioco le parole potenzianti (tutte quelle parole che danno alla nostra comunicazione una connotazione positiva ed agiscono a livello inconscio), e le parole depotenzianti (tutte quelle parole che danno alla nostra comunicazione una connotazione negativa e anch'esse agiscono a livello inconscio).

La comunicazione paraverbale è determinata dalla voce di chi parla e incide per circa il 38%. In particolare ci si riferisce al tono, al volume, al ritmo, alle pause, alle sottolineature. I toni della voce sono innumerevoli, come i volumi della voce a seconda della distanza tra gli interlocutori, o se vi è presenza di rumori. La velocità nel parlare è il mezzo espres-

sivo che ad esempio utilizza una persona tesa o nervosa. Diventa comunicativa quando viene usata intenzionalmente, ad esempio per mostrare che abbiamo fretta. Le pause, infine, sono quei fenomeni che interrompono il ritmo di produzione delle parole; il significato varia dal contesto, ad esempio, una pausa di un professore durante un training può voler significare un momento di riflessione. Le pause sono molto importanti nella comunicazione.

Ma la gran parte della comunicazione è composta di segnali. La comunicazione non verbale è costituita da tutti quegli scambi che avvengono con modalità diverse da quelle verbale; comprende tutto ciò che passa per i canali tattile, olfattivo, visivo. Nella comunicazione non verbale vengono solitamente distinte diverse dimensioni; la postura, la gestualità, la mimica e la prossemica. La postura è la fotografia della posizione del corpo nel suo complesso. Comunica, in particolar

modo, la disponibilità o la chiusura, gli stati di difesa e quelli di aggressione. Una postura più rilassata indica uno stato di agio, mentre una postura più tesa una situazione di disagio. Per gestualità intendiamo tutti quei movimenti degli arti. Semplificando possiamo distinguere due categorie; i gesti o segnali di gradimento (tutti quei gesti che tendono ad accarezzare il viso, i capelli, l'orecchio, mento e collo, oppure quei movimenti che tendono a spostare il busto o il corpo in avanti), o i gesti o segnali di rifiuto (tutti quei gesti che tendono ad allontanare da sé, a tirar via. Il naso è il centro del non gradimento o del disagio).

Per mimica si intende l'insieme dei segnali emessi dal volto. È una delle aree comunicative più ricca e articolata. Basti pensare ai movimenti della bocca, degli occhi, alle possibilità espressive della fronte. Il volto è sicuramente il canale più importante della comunicazione non verbale. Quante volte con lo sguardo abbiamo comunicato con una persona facendole percepire esattamente quello che pensavamo. Esprimere sensazioni, emo-

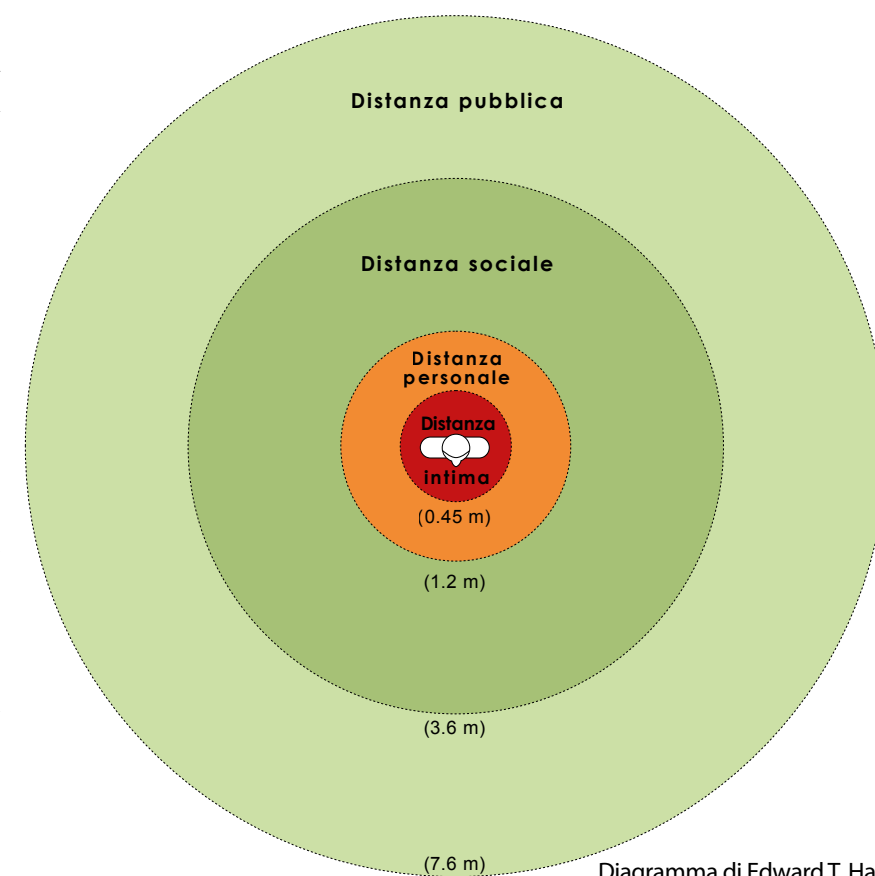


Diagramma di Edward T. Hall

zioni giudizi, pensieri con la mimica facciale è una cosa ovvia per noi dell'Europa mediterranea. Ma in altre culture ci si attende che queste espressioni siano abbastanza controllate, in Oriente sono poco gradite. Noi italiani spesso esprimiamo le nostre impressioni e sensazioni più con il viso che con le parole, attraverso una mimica facciale molto articolata.

Per prossemica si indica l'utilizzo dello spazio e il movimento del corpo rispetto alle altre persone presenti. In particolare riguarda l'orientamento e la distanza che assumiamo nello spazio. Tutti gli animali, compreso l'uomo, vivono in una sorta di “bolla virtuale”, che rappresenta la loro intimità e che ha il raggio della distanza di sicurezza, ossia quella che consente di difendersi da un attacco o di iniziare una fuga. Negli uomini è di circa 60 cm. Da precisare che la “bolla” è un dato di natura, mentre la sua

dimensione e il suo valore di intimità sono dati di cultura e quindi variano. Lo spazio prossemico personale varia da cultura a cultura; è molto ridotto nei popoli dei paesi caldi (ad esempio tra gli arabi), molto ampio nei paesi freddi (ad esempio tra gli inglesi è di circa 2 metri).

Da non dimenticare le comunicazioni realizzate con l'abbigliamento, che sono importanti nelle interazioni e nelle relazioni di breve durata, dove gli interlocutori azzardano dei giudizi perché sono in possesso di altri elementi. Bisogna conoscere e utilizzare coerentemente il proprio stile naturale, riconoscere, in un certo senso, i propri cambi di ritmo. Una regola principale per comunicare efficacemente se stessi è di rendere il messaggio coerente alla propria immagine, e la propria immagine, coerente con il messaggio. Spesso assistiamo a belle immagini, ma povere di contenuti. [cod 25658](#)

