

I BLACKOUT COMUNICATIVI: ASPETTI ANTROPOLOGICI ED ETICO-SOCIALI.

Raffaele Sinno.

Anestesista- Rianimatore - Ospedale Fatebenefratelli di Benevento.

Docente di Bioetica ISSR di Benevento- Facoltà Teologica Italia Meridionale.

Docente di Bioetica e Biodiritto Università Universo Humanitas Salerno.

Docente di Bioetica e Biodiritto Università ISFOA.

Docente di Bioetica Master di Bioetica Università degli Studi di Bari.



"Ti prego... Ascoltami!"

Indirizzi di saluto

Ing. Vincenzo Napoli – Sindaco di Salerno
Dott. Roberto Schiavone – Rettore Università
Popolare Universo Humanitas

Relatori

Prof. Dott. Marco Botta – Docente di Tecnologie
per la Didattica Universo Humanitas
Direttore Sophis Academy – Vice Presidente
"E ti porto in Africa" onlus

Prof. Dott. Francesco D'Ambrosio – Giornalista
– Docente di Scienze della Comunicazione
Università Humanitas Responsabile Ufficio
Stampa Università ISFOA - Direttore testata
ladenuncia.it

Prof.ssa Dott.ssa Flora Sasso - Docente di
Sociologia Universo Humanitas - Presidente
Associazione Clownterapy "La tua voce" onlus

Conclude

Prof. Dott. Raffaele Sinno – Dottore in
Medicina e Filosofia –
Docente di Bioetica e Biodiritto Università ISFOA
e Universo Humanitas

Moderà

Prof. Dott. Vincenzo Mallamaci
Pro Rettore Università ISFOA ed Universo
Humanitas
Presidente "E ti porto in Africa" onlus

*Al termine del Convegno verrà rilasciato
Attestato di Partecipazione*

**Lunedì 17 Febbraio 2020
ore 16.30
Salerno – Palazzo di Città
Sala del Gonfalone**



L'ascolto va oltre le parole!

Ascoltare non sempre è comunicare.

È il nostro aprirci al mondo.

Il primo livello per sapere agire bene.

Riconnette il corpo alla psiche e all'animo.

È tempo dell'ascolto digitale.

**Occorre educare il nostro cervello ad una
comunicazione efficace.**

**Ascoltare, comunicare, educare, per una
società di eguaglianza non di discriminazione.**



**La comunicazione è uno stato esistenziale non una scelta.
Si esplica come una modalità variabile, biofisica e psico-
dinamica, di uno scambio (**transfert**) informazionale.**



*E la natura, si dice,
ha dato a ciascuno di noi
due orecchie ma una sola lingua,
perché siamo tenuti ad ascoltare
più che a parlare.*



Plutarco di Cheronea
L'arte di ascoltare I d.C.



I MODELLI COMUNICATIVI.

➤ **MODELLO CONSEQUENZIALE.**

➤ **MODELLO INTEGRALE.**

IL MODELLO CONSEQUENZIALE.

➤ **PERCETTIVO - CONOSCITIVO.**



➤ **RIELABORATIVO - EMOZIONALE.**



➤ **COMPORTAMENTALE INDIVIDUALE E SOCIALE.**

IL MODELLO INTEGRALE.



Nel modello integrale i tre aspetti si propongono sia nella loro successione temporale, sia nella costruzione di una platform communicative.



MOVIMENTI DEL CORPO
(soprattutto espressioni facciali)



55 %

VOCALE
(volume, tono, ritmo)



38 %

VERBALE
(parole)



7 %



GLI ERRATI FEEDBACK COMUNICATIVI.

- **NON ELABORIAMO MODELLI COMUNICATIVI ADEGUATI.**
- **SIAMO SPESSO INCONSAPEVOLI DELLE DIFFICOLTÀ NELLA COMUNICAZIONE.**
- **NON RIUSCIAMO A VARIARE ABITUDINI E STRATEGIE COMUNICATIVE.**
- **PREFERIAMO UNO SCAMBIO RELAZIONALE DIFENSIVO.**

EFFETTI DELL'ERRATO FEEDBACK COMUNICATIVO.

➤ SOLITUDINE RELAZIONALE.



➤ ANSIA NASCOSTA/MANIFESTA NELLA COMUNICAZIONE.



➤ DEPRESSIONE DEI MECCANISMI DI REGOLAZIONE.



➤ AGGRESSIVITÀ.





BARRIERS TO COMMUNICATION.

- **I DISTURBI DELLA COMUNICAZIONE.**
- **DINAMICHE INNAPPROPRIATE DELLE RELAZIONI.**
- **LIVELLI DI ASIMMETRIA TRA EMITTENTE E RICEVENTE.**



I DISTURBI COMUNICATIVI.

I disturbi della comunicazione nascono dall'errata convinzione che le cause delle difficoltà siano sempre **oggettive e/o **esterne** alla decisione di voler comunicare.**

CAUSE DELLE DIFFICOLTÀ COMUNICATIVE.

- **LE DIVERSE PERSONALITÀ.**
- **I DIFFERENTI INTERESSI E/O ATTIVITÀ.**
- **L' APPARTENENZA A DIVERSE GENERAZIONI.**
- **L'APPARTENENZA A DIVERSE CLASSI SOCIALI.**
- **DIFFERENTI GRUPPI ETNICI E/O RELIGIOSI.**





LE DINAMICHE INNAPPROPRIATE NELLA COMUNICAZIONE.

La prima dinamica inappropriata nella comunicazione è far prevalere **l'esclusivo obiettivo conoscitivo**, ciò crea una barriera insuperabile tra emittente e ricevente.



LE DINAMICHE INNAPPROPRIATE NELLA COMUNICAZIONE.

Una seconda causa è la **delimitazione comunicativa**. Essa significa attribuire, ad un argomento e/o item relazionale, un unico significato simbolico.

Luca Toschi , *La Comunicazione Generativa*, Apogeo Edizioni, Milano 2013.

LA DELIMITAZIONE COMUNICATIVA SIMBOLICA.

Un esempio può essere l'attribuzione di significato a un **topòs verbale**. Per il contadino **il bosco** è un insieme di alberi, per il cacciatore una riserva di caccia, per il bambino un luogo fantastico, per l'attivista ecologista un ecosistema da preservare, per l'industria del legno un luogo da utilizzare.

Herbert Franta, Giovanni Salonia, *Comunicazione interpersonale*, LAS, Roma 1981, 15. Per la delimitazione comunicativa vedi anche Michela Luzzi, *Aspetti e problemi dei processi comunicativi*, Edizioni Nuova Cultura, Roma 2013.





LE DINAMICHE INNAPPROPRIATE NELLA COMUNICAZIONE.

Una terza dinamica inappropriata nella comunicazione è quella definita **egotica**, con diverse gradazioni che vanno dall'egocentrismo, al narcisismo, al puro egoismo.

LA COMUNICAZIONE EGOTICA.

La **comunicazione egotica** è quella in cui il soggetto crea un'esclusione degli altri item relazionali, per far emergere quelli ritenuti positivi (personali), rispetto a quelli negativi (dell'interlocutore/i).





LA COMUNICAZIONE EGOTICA.

«La nostra identità egotica-mentale è un'intera costellazione di concetti, immagini, rappresentazioni del sè, identificazioni, meccanismi di difesa, associate al senso di essere separati e diversi, in qualche modo superiori a tutti gli altri».



LA COMUNICAZIONE EGOTICA.

La comunicazione egotica blocca le relazioni interpersonali, generazionali, quelle sociali, e riguarda anche il blocco dell'empatia digitale.

Giulio Xaet, Francesco Derchi, *Digital Skills*, Hoelpi, Milano 2018, 169.



LE DINAMICHE INNAPPROPRIATE NELLA COMUNICAZIONE.

Le dinamiche inappropriate si basano su **reazioni direttive** che bloccano il feedback corretto tra emittente e ricevente.



LE ERRATE DIREZIONI DIRETTIVE NELLA COMUNICAZIONE.

- ACCUSE RECIPROCHE . (Sei tu che non capisci niente).
- INTERPRETAZIONI STRATIFICATE NEI GRUPPI. (Sono preistorici, non usano il web).
- RIMPROVERI EMOZIONALI. (Non possiedi un minimo di tatto con gli altri).
- SMARRIMENTO COMUNICATIVO. (Parliamo ma non comunichiamo, tanto poi non cambia mai nulla).





I disturbi comunicativi, e le dinamiche inappropriate, conducono alla disuguaglianza tra emittente e ricevente, che riguarda sia la comunicazione verbale/non verbale, sia quella digitale.(digital divide)*

***Digital divide in <https://www.agendadigitale.eu>> 2018.**

LE DISUGUAGLIANZE NELLA COMUNICAZIONE.

- **DISPARITÀ** INDIVIDUALI E DI GRUPPO.
- ERRATO **EMPOWERMENT** NELLE COMUNICAZIONI SOCIALI.
- **DIFESE** COMUNICATIVE CON IL **SILENZIO** RELAZIONALE.
- L'EMERSIONE DEI **PREGIUDIZI** COMUNICATIVI.
- LA PREVALENZA DELL'ASPETTO INDOTTO ECONOMICO (**MARKETING**).





« **L'intelligenza relazionale** necessita di una comunicazione adeguata, in modo da tessere una **piattaforma**, in cui il libero scambio delle informazioni produca una crescita adattativa alle diverse esigenze ».

Enzo Rullani, Roberta Sebastiani, Daniela Corsaro, *Intelligenza Relazionale. Nuove idee per l'economia*, Franco Angeli, Milano 2015.

È così felice per il gesto fatto e così soddisfatto di sé per l'aiuto dato, che non si è accorto della sua sofferenza.

SCUDO DA SÉ STESSI E DAGLI ALTRI

LE BARRIERE COMUNICATIVE SECONDO THOMAS GORDON



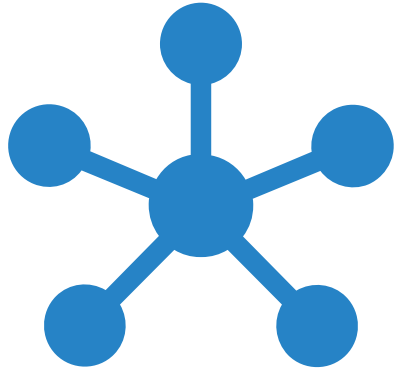
- DARE ORDINI, COMANDARE, DIRIGERE.
- MINACCIARE, AMMONIRE, METTERE IN GUARDIA.
- MORALIZZARE, FAR PREDICHE.
- OFFRIRE SOLUZIONI, CONSIGLI, AVVERTIMENTI.
- ARGOMENTARE, PERSUADERE CON LA LOGICA.
- GIUDICARE, CRITICARE, BIASIMARE.
- FARE APPREZZAMENTI, MANIFESTARE, COMPIACERE.
- RIDICOLIZZARE, ETICHETTARE, USARE FRASI FATTE.
- INTERPRETARE, ANALIZZARE, DIAGNOSTICARE.
- RASSICURARE, CONSOLARE.
- INDAGARE, INVESTIGARE.
- CAMBIARE ARGOMENTO, MINIMIZZARE, IRONIZZARE.



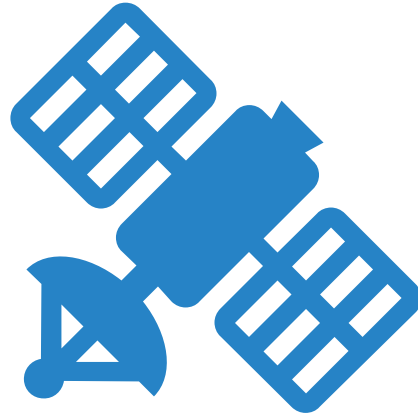
LE BARRIERE COMUNICATIVE.

- **ALIENAZIONE RELAZIONALE.**
- **GLI STEREOTIPI COMUNICATIVI.**
- **I PREGIUDIZI.**
- **LE VALUTAZIONI ETICO - SOCIALI DELLA COMUNICAZIONE.**
- **LA GENERALIZZAZIONE DELLE IDEE NELLO SKILL DIGITALE (INFORMAZIONE).**

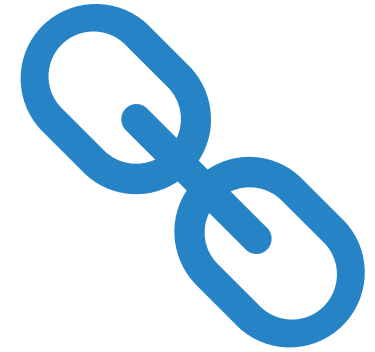




Rete



Satellite



Collegamento



ALIENAZIONE RELAZIONALE.

Rappresenta una delle più gravi forme di disturbi del processo comunicativo. Si fonda essenzialmente su l'uso di giudizi imperativi.

LE TRE FORME DI ALIENAZIONE RELAZIONALE.

- ALIENAZIONE DI UNO DI FRONTE ALL'ALTRO. (TI COMUNICO: DEVI ESEGUIRE IL COMPITO!).
- ALIENAZIONE DELL'UNO CON L'ALTRO. (TU E TUO FRATELLO NON ANDRETE A GIOCARE!).
- ALIENAZIONE DELL'UNO PER L'ALTRO. (È TUO DOVERE PREOCCUPARTI PER QUELLA PERSONA IN DIFFICOLTÀ!)

ALIENAZIONE RELAZIONALE.

L' Alienazione si verifica quando l'emittente e il ricevente instaurano processi di dominio diretto e/o indiretto. Una nuova forma di alienazione è quella comunicativa pubblicitaria, dove il messaggio passa inizialmente come positivo e/o induttivo, e successivamente si trasforma in impositivo (conscio oppure non).





L'ALIENAZIONE COMUNICATIVA SOCIALE.

L'Alienazione comunicativa dell'individuo riguarda sia le relazioni interpersonali (microambientale**), sia quelle con la società (**macrosociali**).**

L'ALIENAZIONE COMUNICATIVA INTERPERSONALE.

L'Alienazione comunicativa dell'individuo riguarda il suo rapporto con la famiglia, (**perdita del ruolo**), della scuola (**non raggiungimento degli obiettivi educativi**), nei gruppi (**solitudine ed imitazione dei comportamenti**, la questione del concetto di **branco** negli adolescenti e non).

CAUSE DELLE ALIENAZIONI COMUNICATIVE IN AMBITO SOCIALE.

- MANCANZA DI POTERE. (POWERLESS).
- PERDITA DI SIGNIFICATO. (MEANINGLESS).
- ANONIMIA. (NORMLESS).
- ISOLAMENTO. (ISOLATION).
- ALIENAZIONE DI SE STESSO. (SELF-ESTRANGEMENT).



stereotipo

[ste-re-ò-ti-po]

modello ricorrente e
convenzionale di
comportamento, di discorso,
di rappresentazione

GLI STEREOTIPI COMUNICATIVI.

Per **Stereotipo comunicativo** si deve intendere quella condizione di relazione in cui il ricevente coglie la realtà in modo non oggettivo, piuttosto in modo funzionale agli interessi e/o bisogni di un determinato tipo o concetto. Si tratta di un **adattamento acritico** della comunicazione verbale/non verbale, e riguarda anche quella digitale.

GLI STEREOTIPI COMUNICATIVI E I PREGIUDIZI.

Gli **Stereotipi comunicativi** sono interdipendenti dal Pregiudizio, che è definito come un bias cognitivo. È una distorsione mentale che si basa sulla velocizzazione della decisione, senza una opportuna valutazione razionale o di giudizio. Da molti autori è definita un'**emersione istintuale repressa**.

IL PREGIUDIZIO DI CONFERMA. (CONFIRMATION BIAS).

«Con esso si intende la tendenza a scegliere tra tutte le informazioni a cui possiamo accedere, quelle che **confermano e rafforzano le nostre idee**. Ci ostiniamo a ignorare qualsiasi evidenza contraddica le nostre opinioni».

Giulio Xaet, Francesco Derchi, *Digital Skills*, Hoelpi, Milano 2018, 96.



IL PREGIUDIZIO DI CONFERMA. (CONFIRMATION BIAS).

«Il Pregiudizio di conferma è stato definito il nostro **Uria Heep interiore**, personaggio di Charles Dickens in David Copperfield. Uno yes man che viscidamente asseconda tutti, e ne trae vantaggi. Il nostro lecchino dell'anima».

Giulio Xaet, Francesco Derchi, *Digital Skills*, Hoelpi, Milano 2018, 97.



IL PREGIUDIZIO DI CONFERMA. (CONFIRMATION BIAS).

Il Pregiudizio di conferma ha una profonda articolazione con la Camera dell'Eco (Eco Chamber) della comunicazione digitale. Nella camera dell'Eco, le opinioni e convinzioni vengono amplificate a dismisura. È l'anticamera perfetta per la diffusione della Post-Verità.

LA CAMERA DELL'ECO NELLA COMUNICAZIONE DIGITALE.

«La Camera dell'Eco è una zona di comfort digitale, chiusa o semichiusa, composta di contatti, followers, che **la pensano come noi**. Un flusso di notizie su Twitter, Facebook, immagini su Instagram, o dati professionali su LinkedIn. Sembra una famiglia che approva o disapprova, giudica e valuta, **spesso copia**».

Giulio Xaet, Francesco Derchi, *Digital Skills*, Hoelpi, Milano 2018, 97.

CONFIRMATION BIAS.

- L'eco delle notizie e delle opinioni sono immediate ed estese grazie alle **leggi della liquidità**.
- Vedere, o scoprire, in tempo reale, migliaia di persone lontane che la pensano come noi ha un **valore rafforzativo**.
- Sui social contribuiamo in modo attivo, per ciò siamo emotivamente più coinvolti. L'errore diventa una traccia negativa al nostro egotico. Quando non si riesce ad argomentare è facile l'abbandono (**Il numero 333. (IO) ha abbandonato**).



Lots of
Likes

The Valley of
Open-Mindedness



Lots of
Comments

Echo Chambers

Productive Discussions

FLAME WARS



LE VALUTAZIONI ETICO - SOCIALI NELLA COMUNICAZIONE.

La valutazione Etico-Sociale nella comunicazione attiene al confronto tra i principi di **Autonomia del soggetto che sceglie l'informazione, e i principi di **Giustizia** e **Beneficialità** dell'offerta informativa.**



LE VALUTAZIONI ETICO - SOCIALI NELLA COMUNICAZIONE.

L'**Autonomia** della scelta risente dei pregiudizi del soggetto,
che vengono amplificati da un'informazione che in maniera
subliminale incrementa gli stereotipi comunicativi.



LA VALUTAZIONE ETICO-SOCIALE NELLA COMUNICAZIONE.

- **AMPLIARE LE DISCUSSIONI CRITICHE.**
- **IDENTIFICARE I MODERATORI, NON I CONDUTTORI.**
- **INCREMENTARE UN CLIMA MOTIVAZIONALE POSITIVO.**
- **EFFETTUARE LE VERIFICHE DEI CAMBIAMENTI.**

LA VALUTAZIONE ETICO-SOCIALE NELLA COMUNICAZIONE.

SIMPLE SOLUTIONS.

STAKEHOLDERS INVOLVEMENT.

EVALUATION AND RESOLUTION OF CONFLICTS..

COMMUNICATION BASED ON ETHICAL PRINCIPLES.

INCLUSIVE COMMUNICATION WITHOUT SOCIAL DIFFERENCES.

SYSTEM L.E.A.R.N. IN COMMUNICATION.

➤ **L. LISTEN.**



➤ **E. EXPLAIN.**



➤ **A. ACKNOWLEDGE.**



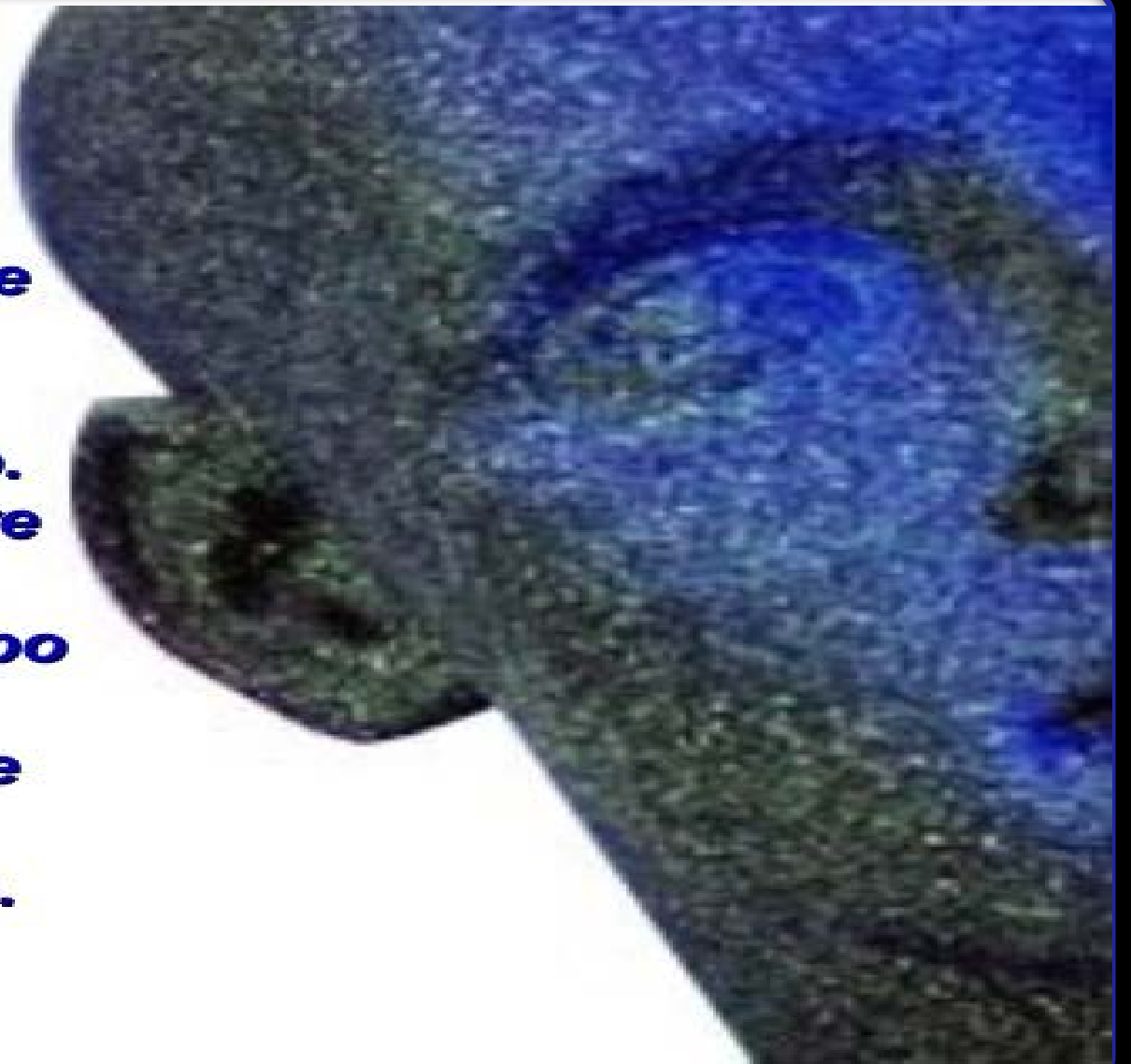
➤ **R. RECOMMEND.**



➤ **N. NEGOTIATE.**

L'ASCOLTO EMPATICO

“Camminare con le scarpe dell’altro” vedendo il mondo dal suo punto di vista emotivo e percettivo. Essere “dentro” per capire e perché l’altro si senta capito e nello stesso tempo rimanere “fuori” per cogliere il significato delle esperienze dell’emittente, senza esserne sommerso.





LE GENERALIZZAZIONI NELLA COMUNICAZIONE DIGITALE.

Per evitare le generalizzazioni nella **digital communication** è fondamentale individuare progetti, e percorsi, che implementino **le abilità critiche**, e rafforzino le relazioni egualitarie comunicazionali.



LE GENERALIZZAZIONI NELLA COMUNICAZIONE DIGITALE.

Per evitare le generalizzazioni nella **digital communication** si devono utilizzare **le discussioni costruttive**, che si oppongono agli algoritmi di notizie che orientano le persone nelle scelte di marketing digitale. Molti autori definiscono le discussioni critiche come le riserve indiane, luoghi fantasmi della **digital information**.

LA COMUNICAZIONE DIGITALE E ANALOGICA

Watzlawick et al. 1978

COMUNCAZIONE DIGITALE: x vuol dire y

VERBALE  *Trasmetto
Contenuto*

PARA VERBALE
NON VERBALE  *Costruisco
Relazione*

COMUNCAZIONE ANALOGICA: x somiglia ad y



**IF YOU KEEP THE HEART LOCKED,
THE DOOR OF COMMUNICATON
WILL REMAIN CLOSED.**

R. Sinno, I Blackout comunicativi, aspetti antropologici ed etico - sociali in [www.raffaelesinno bioetica.eu](http://www.raffaelesinno.bioetica.eu).

*La comunicazione
avviene quando,
oltre al messaggio,
passa anche
un supplemento di anima.*

(HENRI BERGSON)

