

Ivano Cincinnato

COMUNICAZIONE
EFFICACE
STRATEGICA

L'arte di migliorare... Comunicando!



ARMANDO
EDITORE

Sommario

<i>Condizione d'uso</i>	7
<i>Premessa</i>	8
<i>Introduzione</i>	11
<i>PARTE PRIMA</i>	25
Sbagliare in modo efficace rende efficaci	26
L'effetto sorpresa: quando gli errori ci rendono efficaci	38
La regola delle “mutande”	50
La tecnica dell'esplicitazione dell'ovvio	68
 <i>PARTE SECONDA</i>	 73
Primo step: acquisire in modo strategico le informazioni	74
Secondo step: restituire in modo strategico le informazioni	93
Terzo step: domandare in modo strategico guidando la comunicazione	102

<i>PARTE TERZA</i>	129
Il nemico numero uno dell'efficacia comunicativa: smutandare!	130
La funzione regolatrice del vomito comunicativo	141
L'arte dello smutandare e le modalità comunicative smutandanti più comuni	144
Illustrativa o Spiegativa	147
Seriale o Incontinente	150
Convincitiva o Obbligante	153
Giustificativa o Negativizzante	156
Oppositiva	159
Manipolativa	162
Social	165
Dubitativa	168
Conclusioni	173
La consapevolezza del ruolo nell'efficacia comunicativa	175
<i>Bibliografia</i>	189

Tutti i diritti sono riservati: Copyright © 2020. Nessuna parte di questo prodotto può essere riprodotta senza esplicita autorizzazione da parte dell'Autore. È vietato trasmettere ad altri il presente prodotto, sia in formato cartaceo che elettronico, sia gratuitamente che dietro corrispettivo in denaro. Le informazioni contenute in questo prodotto sono da considerarsi come semplici opinioni personali. L'autore declina ogni responsabilità riguardo ad azioni compiute seguendo ciò che è scritto in queste pagine. Usando questo prodotto l'utente accetta in pieno di essere il solo responsabile delle sue azioni. Data la diversità delle persone, non è garantito il raggiungimento dei risultati.

Questo prodotto non intende sostituirsi a nessun tipo di trattamento medico o psicologico, se si sospetta o si è a conoscenza di eventuali disturbi fisici o psicologici si invita ad affidarsi ad un trattamento medico o psicologico specifico.

“Quando l’allievo è pronto il maestro appare”.

Antico proverbio giapponese

Nel corso degli ultimi dieci anni presso il *CFS Centro di Clinica e Formazione Strategica* di Roma, la ricerca sui più evoluti modelli di comunicazione umana e lo studio attento dei comportamenti più *a rischio* e alla base di molte forme di relazioni interpersonali patologiche, ha permesso di mettere a punto un modello di intervento particolarmente efficace ed efficiente, grazie, non ultimo, al prezioso contributo di numerosi studi effettuati da esperti della comunicazione in tutto il mondo.

Il modello qui presentato trae origine dalla teoria della comunicazione nata in campo antropologico con G. Bateson, dal costruttivismo radicale di H. von Foerster e E. von Glasersfeld, dagli studi sul linguaggio persuasorio di Milton Erickson e dai principi teorico-applicativi della comunicazione umana strutturati da P. Watzlawick, J. Weakland, R. Fisch, D. Jackson presso Mental Research Institute di Palo Alto. Ancor più indietro nel tempo, da alcuni costrutti teorici già scoperti dai sofisti greci, dagli studi sulle logiche non ordinarie e dall’arte dello stratagemma cinese, sapientemente riassunti nel libro *l’Arte della Guerra* di SunTzu. Per completarsi con le scoperte più recenti delle neuroscienze sul funzionamento del Sistema Nervoso Centrale in relazione alle

dinamiche tra le persone e al rapporto con l'ambiente circostante, con particolare riguardo alla gestione delle emozioni. Abbiamo le necessarie risposte, ormai, riguardo alcune capacità di specifiche aree del cervello umano di attivarsi alla percezione delle emozioni altrui, espresse con moti del volto, gesti e suoni. La capacità di codificare istantaneamente questa percezione in termini “*viscero-motori*” rende ogni individuo in grado di agire in base a un meccanismo neurale specifico, per ottenere quella che gli scopritori chiamano “*partecipazione empatica*” nei rapporti umani. Dunque, possiamo parlare di modalità di comportamento “*bio-sociale*”, a un livello che precede la comunicazione linguistica, che caratterizza e, soprattutto, orienta le relazioni interindividuali, alla base dell'intero comportamento sociale.

Il modello di *Comunicazione Efficace Strategica*[®], sperimentato e modellato empiricamente su migliaia di casi clinici e in situazioni più ordinarie, in settori differenti e in culture diverse, ha prodotto risultati sorprendenti, specialmente in termini di cambiamento delle dinamiche interpersonali, sia in termini di efficacia – obiettivi raggiunti – sia per l'efficienza dimostrata – impiego ridotto di tempi e risorse –.

Questo libro, infatti, è stato scritto per essere utile e per essere utilizzato. I suoi contenuti possono servire a tutti coloro che operano nell'intrecciato mondo delle relazioni umane. L'utilizzazione pratica del testo è resa possibile dagli esempi concreti inseriti a completamento delle tecniche presentate, per agevolarne la comprensione e l'applicazione immediata. Qualunque sia l'attività in cui si opera, la tipologia di comunicazione illustrata in questo libro consente di produrre risultati efficaci nelle diverse situazioni del quotidiano, proprio per le sue caratteristiche di flessibilità e adattabilità agli stili individuali che ciascuno di noi adotta nel comunicare, attraverso l'impiego di una prospettiva ben precisa: quella paradossale e della logica non ordinaria.

Lo scopo è pertanto di supportare anche i non addetti ai lavori nel superare le difficoltà di natura personale e interpersonale le-

gate al proprio modo di comunicare, che spesso impediscono di raggiungere gli obiettivi desiderati.

Se abbiamo dovuto aspettare fino ad ora per completare la stesura di questo libro è stato per disporre dei risultati empirici sufficienti a guidare il lettore in modo pratico e concreto in una direzione ben precisa, attraverso una semplificazione pragmatica dei concetti e delle tecniche più efficaci emerse dalle migliaia di ore trascorse nella conduzione di gruppi di formazione, in ambito universitario e aziendale, e di percorsi individuali di crescita personale su problematiche di carattere psicologico. Ne auspichiamo quindi un utilizzo ricorrente nella quotidianità del lettore, per dare un tocco pratico e strategico a ciò che nelle relazioni umane, a volte, sembrerebbe non esserlo. Buona lettura.

“È meglio essere ottimisti e avere torto, che pessimisti e avere ragione”.

A. Einstein

“Comunque ci si sforzi, non si può non comunicare”.

Paul Watzlawick

L'imperativo più famoso e divulgato di uno dei maestri più celebri della scuola di Paolo Alto, “*Non si può non comunicare*”, ci invita a riflettere sul fatto che anche quando non si dice niente, e quindi non si comunica con le sole parole, si comunica comunque, con il linguaggio del corpo, del viso, delle caratteristiche della voce e quindi con la nostra sola presenza. Pertanto, dal momento che una volta entrati in relazione con qualcuno è *impossibile non comunicare*, viene spontaneo pensare che sarebbe meglio farlo bene e, magari, anche in modo efficace!

Del resto, nella vita di ciascuno di noi, non mancano ogni giorno le conferme sul fatto che una buona capacità di comunicare sia spesso fondamentale per il successo nel lavoro come nelle relazioni private. Anche in questo preciso momento, se ci fermiamo un attimo a riflettere, vi è un flusso comunicativo ben preciso, che guida le informazioni presenti in queste pagine direttamente nella mente del lettore, producendo effetti assai diversi a seconda dei filtri emotivi e cognitivi di ciascuno dei “*percipienti*” o comunicanti. E già, perché non è necessario fornire *volontariamente* informazioni per comunicare. È sufficiente essere all'interno di uno scambio comunicativo per diventare uno dei due o più partecipanti allo scambio percettivo-reattivo che di fatto forniscono

e ricevono informazioni. Infatti, il termine comunicare viene dal latino “*cum munus*” e vuol dire “*mettere in comune, rendere partecipi*”. Possiamo dire che esista una comunicazione quando un’informazione, trasmessa da una fonte viene ricevuta dal destinatario, che reagisce a sua volta a quella informazione. Se l’informazione non arriva è un conto, ma se arriva distorta o se i destinatari la rigettano, significa che qualcosa non ha funzionato, ma c’è stato comunque un passaggio. Di fatto, ricevere un’informazione non è sinonimo di riuscire a comprenderla, né emettere un’informazione è garanzia che venga compresa, ma l’atto comunicativo ad ogni modo è stato realizzato. Questa, in sintesi, è la grande differenza tra comunicare in senso stretto, e pertanto scambiare informazioni, e informare, e quindi più semplicemente emettere un’informazione senza necessariamente ricevere una risposta o una conferma di comprensione da parte del destinatario. Occorre specificare inoltre, che lo scambio di informazioni che avviene durante l’atto comunicativo è possibile solo a condizione che sia già avvenuto l’atto percettivo dello stimolo esterno. L’organismo umano è dotato di ben cinque canali sensoriali che acquisiscono costantemente informazioni attraverso cinque differenti vie: la vista, l’udito, l’olfatto, il gusto e il tatto. Ognuna di queste vie stimola una parte specifica del sistema nervoso centrale e genera una risposta immediata, una reazione inizialmente fisiologica che genera una sequenza di cambiamenti neurochimici capaci di far reagire, se necessario, l’intero organismo. Nel caso in cui non si attivi il processo percettivo-reattivo la persona non “*subisce*” alcuna variazione psico-fisica che generi una risposta specifica, cosciente o meno, e pertanto non si potrà parlare tecnicamente di *co-municazione*. Ne consegue che la comunicazione stessa, una volta “*iniziata*” per via della risposta sensoriale allo/agli stimolo/li esterno/i potrà terminare solo con la fine della stimolazione sensoriale esterna. In pratica, finché percepirò anche solo la presenza di una altra persona, per via visiva, uditiva, tattile o anche solo olfattiva, sarò in una comunicazione con lei, anche se solo in modo unidirezionale. La dimostrazione più semplice di ciò risiede nel fatto che anche un’opera

d'arte può trasmettermi qualcosa, di bello o brutto, a condizione che io la percepisca attraverso uno dei miei cinque sensi. La mia reazione, avvicinarmi e toccare il quadro, ad esempio, genererà uno scambio di informazioni. Come potrebbe accadere per un sasso in mezzo alla via, che mi costringe ad una reazione di “*evitamento*” per non rischiare di inciamparci e cadere¹. Per cui, se io tocco il quadro o allontano il sasso con un calcio, sto creando una relazione con ognuno di essi e la trasmissione di informazioni diventa bilaterale, potendo incidere sullo stato di ciascuno dei partecipanti alla comunicazione – *cum munus* –.

Pertanto, potremmo decidere di postulare una formula ancora più esaustiva di quella classica più celebre: “*Non si può non comunicare nel momento in cui si percepisce uno stimolo esterno e si reagisce a questo*”. Che sia visibile o meno, la nostra reazione starà comunque “*dicendo*” qualcosa. Se chiedessimo a qualcuno: “*Scusi, che ore sono?*” senza ricevere una risposta verbale o non verbale alla nostra domanda, comunque staremmo comunicando

¹ La *percezione* è il risultato di una serie di processi complessi che si realizzano in modo automatico e implicito. Quando vediamo un oggetto o udiamo una parola, percepiamo dei “prodotti cognitivi” fondati sulle info sensoriali, ma che hanno anche altri connotati di base. Quali sono i meccanismi coinvolti in quest’operazione? I primi processi di elaborazione sono a carico dei sistemi fisiologici propri di ciascuna modalità sensoriale.

Sistemi che sono impegnati sia nella recezione dal mondo fisico delle varie forme di energia, sia nella trasduzione o conversione dell’energia fisica in un segnale nervoso. Questa prima analisi dell’info è definita *sensazione*, per cui si intendono le fasi iniziali dell’elaborazione dell’info, che comprende sia l’attività dei recettori sensoriali situati negli organi di senso, sia la trasmissione dei segnali prodotti dai recettori lungo le strutture sottocorticali fino alle aree corticali. La psicologia cognitiva e le neuroscienze attuali circoscrivono i processi sensoriali a quelle attività di recezione, trasmissione dell’info, nelle strutture dei sistemi sensoriali senza che il soggetto sia consapevole. I recettori dei sistemi sensoriali sono specializzati per registrare solo una determinata e ridotta gamma di info per esempio quelli della specie umana non sono sensibili ai raggi ultravioletti e agli ultrasuoni.

Ogni specie animale interagisce con un determinato ambiente sensoriale ed è dotata di sistemi di rilevazione e riconoscimento dei segnali importanti per la propria sopravvivenza provenienti dal mondo circostante. I segnali provenienti dalla periferia degli organi di senso, una volta raggiunta la corteccia cerebrale, attivano neuroni che sono sensibili sia alle caratteristiche fisiche, sia alle proprietà cognitive degli stimoli. Si attua così il processo percettivo. La percezione neurofisiologica si fonda sull’integrazione delle attività svolte da milioni di neuroni localizzati in diverse aree della corteccia. La percezione poi, del punto di vista della psicologia cognitiva è legata ad altri processi, come l’attenzione, la memoria e il linguaggio.

a lui qualcosa. In primis, per il fatto che noi lo percepiamo e reagiamo in funzione della sua presenza – trasmissione di informazioni –. Secondo, perché la sua “non risposta verbale” alla nostra richiesta “*stimolante*” significherebbe evidentemente qualcosa per noi, ovvero, diverrebbe comunque oggetto di interpretazione. Potremmo pensare, ad esempio, che sia sordo o straniero, per cui non abbia capito, o addirittura che non voglia dircelo! Solo perché la sua reazione inaspettata verrebbe subito prima percepita dai nostri filtri percettivi e poi via via analizzata e interpretata dalla zona corticale preposta a quel tipo di funzione. In ogni caso staremmo comunicando!

A questo punto, volendo fare un passo in più, potremmo dire che senza una comunicazione efficace, invece, il rischio che un messaggio possa trasformarsi in errore, incomprensione, frustrazione, o anche in un disastro nel caso in cui venga frainteso e mal gestito, è molto alto. Il vantaggio più evidente di trasformare la propria comunicazione abituale, in buona parte spontanea, in uno strumento di successo consapevole, risiede innanzitutto nel tradurre i nostri obiettivi iniziali, non sempre definiti e condivisibili, in veri e propri punti d’arrivo concreti. Il tempo con cui questo avviene è legato poi all’efficienza del processo.

Da qui il modello di *Comunicazione Efficace Strategica*®, che oltre ad agevolare il raggiungimento degli obiettivi, ci permette di farlo nel più breve tempo possibile. E considerando che l’impiego del tempo è materia di studio da parte dell’uomo dalla notte dei tempi, proprio perché la vita stessa porta con sé una data di scadenza per tutti, si rende necessario, di norma, impiegarlo nel miglior modo possibile. Uno degli strumenti più utili a nostra disposizione per tale scopo è proprio la comunicazione, perché, se ben impiegata, consente di ridurre le “*resistenze*” al cambiamento e di giungere alla meta con tempi decisamente inferiori. Parafrasando Seneca: “*Anche il marinaio più esperto non trarrà vantaggio dal vento più favorevole in assenza di un luogo preciso da raggiungere*” e, aggiungeremmo, di un *modus operandi* idoneo da utilizzare.

Nell'analizzare e imparare concretamente come riuscirci, sarà bene compiere un primo *passo strategico*, che ci consentirà di avere una visione più ampia del fenomeno comunicazione e al contempo di individuare quali sono i mattoncini alla base dell'efficacia comunicativa.

“Noi abbiamo l'impulso innato di condividere le nostre idee. Il desiderio di essere ascoltati risponde al nostro bisogno di comunità: per questo continuiamo a mandare segnali. E per questo li cerchiamo negli altri”. Questa frase del regista Tim Kring sintetizza l'importanza della condivisione nella vita dell'uomo. Il bisogno di comunità è al centro del concetto di condivisione, che è a sua volta alla base del senso stesso della comunicazione. Possiamo quindi dire che, comunichiamo perché abbiamo bisogno di condividere e perché attraverso la condivisione, e quindi la comunicazione, ricerchiamo il senso di comunità.

Nella società moderna il senso di condivisione risulta amplificato all'ennesima potenza e fa riferimento a una comunità che ormai non è solo reale, ma in larga parte virtuale, portando con sé una moltitudine di implicazioni emotive, affettive e relazionali più in generale. Pensiamo alla *sharing economy* – dove sharing vuol dire proprio condivisione –. La nuova *“economia collaborativa”* ha contagiato molte delle nostre abitudini: dalla condivisione degli spazi di lavoro-*coworking* – a quelli abitativi-*cohousing* –, dagli orti condivisi, alla mobilità sostenibile. Come direbbe George Bernard Shaw a riguardo *“Se tu hai una mela e io ho una mela e ce le scambiamo, allora tu e io abbiamo sempre una mela ciascuno. Ma se tu hai un'idea e io ho un'idea e ce le scambiamo, allora entrambi abbiamo due idee”*. Condividere non è solo una moda moderna, ma è la ricerca di un senso di appartenenza e quindi un bisogno innato dell'essere umano.

Volendo esercitare uno sforzo di sintesi sull'argomento, per comprenderne meglio i risvolti attuali, la storia della comunicazione dall'era preistorica a oggi può essere suddivisa in *quattro macro periodi*, ognuno caratterizzato da uno strumento innovativo

e da un diverso processo comunicativo, che hanno contribuito allo sviluppo di quelli successivi, senza mai sostituirsi a quelli precedenti, piuttosto integrando e arricchendo la dinamica comunicativa alla base: *comunicazione orale*, *comunicazione scritta* o *rivoluzione chirografica*, *comunicazione tipografica* o *rivoluzione gutenberghiana*, *comunicazione elettrica* o *rivoluzione elettrica*.

Parliamo di macro-periodi perché, come avremo modo di vedere a breve, ognuno di essi contempla dei *sotto-periodi*, caratterizzati ognuno dall'introduzione di altri e più innovativi strumenti. In sintesi: bisogni diversi conducono a modalità comunicative differenti.

Comunicazione orale

Sin dai primi ominidi le due forme principali di comunicazione erano quella gestuale e quella orale. Se del primo tipo, cioè della forma gestuale, non conosciamo nulla e non siamo ad oggi in grado di stabilirne il processo, della comunicazione orale sappiamo che circa 35.000 anni fa tra gli ominidi si perfezionò un linguaggio vocale standardizzato e convenzionale. Ciò permise la condivisione e la trasmissione di contenuti, ma anche del linguaggio stesso. La *parola* e l'*ascolto* diventano quindi i due elementi essenziali della prima fase storica della comunicazione. Di conseguenza nasce anche la prima forma di *esperienza mediata*, cioè la possibilità di apprendere: apprendere informazioni, ascoltare racconti e fatti avvenuti in un momento precedente la nascita dell'individuo, o in un momento in cui questi non era fisicamente presente. L'uso del linguaggio permette all'uomo, inoltre, di organizzare in modo nuovo e più strutturato le sue attività, come per esempio la caccia, portando gradualmente alla creazione dei primi luoghi di aggregazione di persone. La vicinanza fisica incrementa così gli scambi di pensieri. Il linguaggio – inteso inizialmente come insieme di parole e numeri e via via sempre più di concetti – permette all'uomo di

fare un passo da gigante nella sua evoluzione. Di fatto è proprio il linguaggio a permettere al singolo individuo di comporre comunità e organizzare la società. Ma quali sono le caratteristiche e i limiti della comunicazione verbale? Se ci si ferma per un attimo a riflettere, affinché due o più soggetti possano comunicare tra loro è necessaria e indispensabile la copresenza nello spazio-tempo sia dell'emittente del messaggio sia del ricevente, il quale ascolta, rielabora e assimila il messaggio che gli è stato comunicato – attraverso un linguaggio conosciuto e condiviso – dal mittente. In questo processo emergono, quindi due elementi salienti: il primo è la *compresenza* e il secondo è il *linguaggio*. Per *linguaggio* si intende un insieme di suoni a cui gli appartenenti alla stessa comunità assegnano un determinato significato. Ne deriva una sorta di equazione: 1 comunità sociale = 1 linguaggio. Ciascun membro sarà così in grado di decodificare allo stesso modo degli altri quel linguaggio, pena l'esclusione e l'emarginazione da quella società. Per millenni l'oralità ha rappresentato l'unica forma di comunicazione, tuttavia il limite di questo tipo di comunicazione è che ciascuno è in grado di tramandare delle informazioni fino a quando è in grado di ricordarle. Come si potevano allora tramandare le informazioni e con quali mezzi? *Formule* e *ridondanza* erano le tecniche preferite per l'archiviazione delle informazioni. Per *formule* si intendono le poesie, le filastrocche, i ritornelli, i proverbi, le preghiere e le liturgie. Non dimentichiamo che i grandi poemi epici sono stati tutti tramandati oralmente di generazione in generazione, fino alla loro traduzione in parole scritte. Con *ridondanza* intendiamo invece la ripetizione del concetto principale per facilitarne la comprensione e assicurarsene la memorizzazione.

Comunicazione scritta

Vari studiosi hanno ritrovato nel corso dei secoli alcuni elementi grafici risalenti alle civiltà preistoriche a cui è stato attribuito

un valore a metà tra scrittura e arte. Basti pensare alle incisioni rupestri rinvenute in varie parti del mondo. Tra le più celebri ricordiamo quelle di Lascaux in Francia, Jebel Acacus in Libia, Ubirr in Australia o le grotte in Patagonia lungo le sponde del Rio Pinturas. Tuttavia, non possiamo ricondurre queste incisioni a vere e proprie testimonianze di scrittura. Andrebbero ricondotte, piuttosto, a uno stadio precedente all'invenzione dell'alfabeto. Solo nel 3.000 a.C. nella regione della Mesopotamia venne infatti realizzato il primo vero e proprio sistema comunicazione scritta – che contava circa 500 segni – a opera dei Sumeri. Si trattava di un sistema di scrittura cuneiforme che da lì a poco sarebbe stato affiancato dal sistema di scrittura geroglifico, affermatosi in Egitto. La nascita dell'alfabeto moderno va collocata, invece, intorno al 1.600 a.C. Gli studiosi ritengono che per giustificare l'invenzione della scrittura non basterebbe la sola presenza delle componenti cognitive – il bisogno di comunicare, l'abilità manuale, il pensiero simbolico e soprattutto il linguaggio –. La scrittura nacque nel momento in cui si verificarono contemporaneamente una serie di condizioni *socio-economiche e politiche* favorevoli. Il passaggio dalla comunicazione orale a quella scritta segna di fatto un momento fondamentale nella storia. L'introduzione della scrittura sancisce la fine della preistoria e l'inizio della storia. Le civiltà lasceranno segni “*scritti*” e quindi tracciabili e questo consentirà di ripercorrere e ricostruire in modo più certo la loro storia. Prende così avvio l'uso delle parole scritte, come strumento di trasmissione delle informazioni anche solo attraverso il solo senso della vista. La parola scritta resterà per molto tempo il veicolo più importante per divulgare e tramandare il sapere e la conoscenza.

Come abbiamo detto, la nascita della scrittura coincide con la seconda tappa della storia della comunicazione, ma coincide anche con la prima delle tre rivoluzioni che sconvolgeranno la comunicazione stessa. Possiamo chiamare questa fase, infatti, sia nascita della scrittura sia “*Rivoluzione chirografica*”. A questa prima rivoluzione seguiranno la “*Rivoluzione gutenberghiana*”

– associata alla comunicazione tipografica e quindi alla nascita della stampa e dei caratteri mobili – e la “*Rivoluzione elettrica*” – associata alla nascita del telegrafo elettrico –.

Comunicazione tipografica

Con la stampa della cosiddetta Bibbia a 42 linee, venduta a Francoforte nel 1455, viene inaugurata la seconda rivoluzione della comunicazione: la *Rivoluzione gutenberghiana*. Come detto, ci troviamo nella terza fase storica della Comunicazione. Il tedesco Johann Gutenberg era riuscito a fondere le lettere dell’alfabeto in caratteri mobili, eliminando così la necessità della scrittura a mano. Egli stampa tra il 1448 e il 1454 il primo libro con questa tecnica, la celebre Bibbia a 42 linee – dal numero delle linee di testo che compongono ogni pagina –. Ovviamente l’introduzione della stampa non sostituirà la scrittura ma certamente avrà un importante effetto sulla produzione di volumi, sull’alfabetizzazione e sullo sviluppo della lettura e delle abilità cognitive ad essa collegate. Senza contare, poi, che l’invenzione di Gutenberg gettò le basi per lo sviluppo della cultura di massa. La stampa periodica e quotidiana nel Settecento e nell’Ottocento permisero, infatti, la diffusione delle informazioni a un gran numero di persone, che porterà poi, tra la fine dell’Ottocento e durante tutto il Novecento, all’affermazione di un nuovo modo di comunicare definito, per l’appunto, *comunicazione di massa*. Questa esplosione culturale accessibile a tutti non sarebbe stata possibile senza l’invenzione dei caratteri mobili di Gutenberg.

L’invenzione della stampa non porta solo alla nascita di un nuovo tipo di comunicazione. Lo studioso canadese Marshall McLuhan teorizza anche la nascita di una nuova tipologia di uomo, l’*uomo tipografico*, il cui processo di formazione risulta essere individualistico e razionale. In altre parole, i caratteri dell’età tipografica, ovvero la *continuità*, la *linearità* e l’*uniformità*, condizionano l’intero mondo mentale e sociale dell’individuo.

Comunicazione elettrica

Nell'antichità alcuni messaggi venivano veicolati attraverso segnali acustici, luminosi o visivi, riuscendo così a raggiungere punti lontani e colmando anche distanze molto ampie. Pensiamo ai segnali di fumo, ai razzi, alle trombe, alle campane etc. Questi segnali comunicativi passavano, tuttavia, una comunicazione piuttosto “*asciutta*” in termini di significato. Erano appunto “*segnali*” e non avevano la capacità e la forza di trasmettere concetti complessi. Inoltre, per colmare queste distanze era richiesto l'impiego di un grande numero di risorse e di un grande sforzo tanto fisico quanto economico. La velocità massima raggiungibile dipendeva dalla velocità e dalla resistenza allo sforzo del “*vettore*” e dalla sicurezza e dalle condizioni delle strade percorribili. Sumeri e Babilonesi erano riusciti a mettere in piedi e a coordinare delle vere e proprie staffette sulle grandi direttrici dei loro imperi. I romani andarono oltre, costruendo e difendendo un perfetto sistema viario.

L'introduzione dell'elettricità segna un punto di svolta decisivo e il simbolo di questa rivoluzione sarà il *telegrafo*. Attraverso questo strumento, non solo non è più necessario alcuno spostamento affinché il messaggio arrivi al destinatario, ma l'emittente riesce a fornire direttamente il messaggio al destinatario in un lasso di tempo brevissimo – quasi in tempo reale – e senza alcuna necessità di intermediari. Unica condizione? Che emittente e destinatario fossero collegati entrambi a una linea elettrica. L'elettricità permetteva, infatti, a un'elettrocalamita – strumento messo a punto nel 1820 e conosciuto da Morse durante un viaggio in Europa – di muoversi a distanza, in modo da alzare o abbassare un pennino che lasciava delle tracce su un foglio di carta che scorreva. Il primo collegamento in assoluto fu fatto tra Baltimora e Washington nel 1844. Le tappe successive furono la creazione del collegamento Londra-Parigi nel 1951; Inghilterra-India nel 1861. Il primo collegamento trans-atlantico tra Inghilterra e Stati Uniti venne poi realizzato nel 1886.