

Comunicare il lavoro sociale di comunità

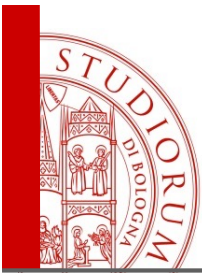
Giovanna Cosenza
Università di Bologna
giovanna.cosenza@unibo.it

Sala Conferenze MAMbo, 17 febbraio 2026

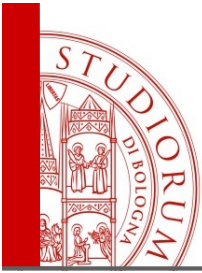


Comunicare

Comunità

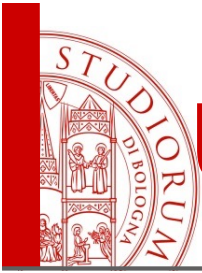


Cosa vuol dire «comunicare»?



Comunicare

Trasferire, far passare da un punto all'altro (da una persona all'altra, da un nodo di rete all'altro) **informazioni**: mezzi di comunicazione, tecnologie della comunicazione e informazione (ICT), autostrade dell'informazione, ecc.
Rendere partecipe qualcuno di qualcosa, **mettere in comune** con gli altri, **condividere**, anche sulla base di un trasferimento di informazioni.



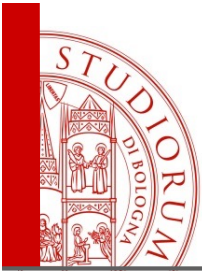
Un po' di etimologia: il greco antico

La parola *comunicazione* deriva dal greco antico **κοινός**, aggettivo che significava, riferito alle cose, **comune, condiviso, appartenente a tutti**, e quindi **pubblico**, per tutti.

L'aggettivo sostantivato **τὰ κοινά** indicava l'autorità pubblica, il governo, lo Stato.

Riferito alle persone, **κοινός** voleva dire, come primo significato, **partecipe, compagno**, ma anche della **stessa origine o razza** e, come secondo significato, **socievole, affabile, giusto**.

Era dunque connotato positivamente.

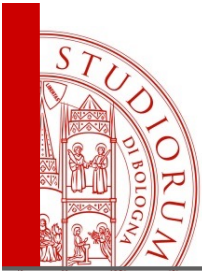


Un po' di etimologia: il latino

La radice greca si trasferì nel latino **cum**, che componeva l'aggettivo *communis* e, nel tardo latino, le parole *communitas*, *communicare*, *communicatio*.

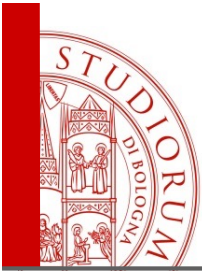
L'aggettivo **communis** significava propriamente «che compie il suo incarico (*munus*) insieme con (*cum*) altri, ricevendone benefici».

Di qui anche in latino il significato di **appartenente a molti, generale**, che passa nel sostantivo *commune* a indicare il **bene comune**, il **territorio comune** e la sua amministrazione.



Un po' di etimologia: il latino

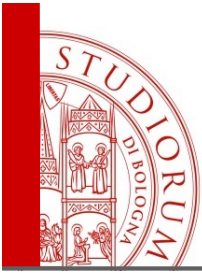
Anche in latino il termine era connotato positivamente: la base della società latina era la *communitas*, cioè la **condivisione di beni, conoscenze, valori** fra i membri di una **comunità**.



Un po' di etimologia: il latino

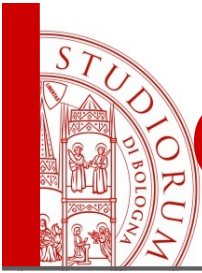
In epoca paleocristiana e medievale infine, il termine *communicare* assunse anche il significato rituale di **avvicinarsi all'altare e prendere la comunione**.

Nella radice etimologica della parola comunicazione c'è un'idea di **condivisione** e **scambio umano**, ci sono **implicazioni etiche** che il senso comune contemporaneo ha in parte dimenticato.



Due concetti di comunicazione

- 1) Uno di derivazione greco-latina, che mette l'accento sulla **condivisione**, sul **mettere in comune**.
- 2) Uno moderno e contemporaneo, che interpreta la comunicazione come **trasferimento, trasmissione, passaggio**.
Nel secondo senso si sono sviluppate le teorie dei mezzi di comunicazione di massa.



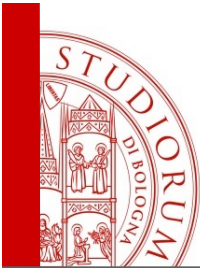
Comunicazione come trasmissione

Nel **secondo dopoguerra** si impose l'idea della comunicazione come **passaggio di informazione**, nel senso ampio e immateriale in cui comunemente la intendiamo.

Metafora centrata sulla **geografia** e sul **trasporto**.

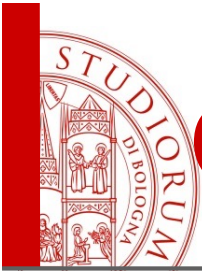
Si pensa alla comunicazione come fosse il **trasporto di un oggetto**: un contenuto immateriale di coscienza **dalla mente di una persona a quella di un'altra**.

Teoria matematica della comunicazione, modello ingegneristico: Shannon e Weaver (1949).



Shannon e Weaver

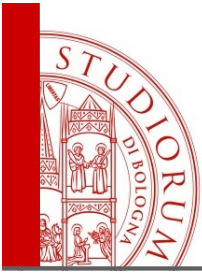
messaggio	segnale		segnale ricevuto	messaggio ricevuto
↓	↓		↓	↓
emittente	codifica tore	canale	decodifica tore	destinatario/a
		rumore		



Comunicazione come trasmissione

Idea semplicistica che sta alla base di questo modello, che influenza in parte l'**idea ordinaria che abbiamo della comunicazione**, ma soprattutto molte teorie della comunicazione di area informatico-ingegneristica.

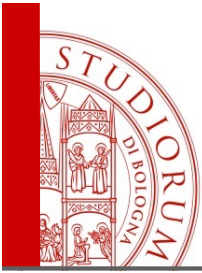
Obiettivo dell'emittente è trasmettere un **messaggio chiaro e inequivocabile** al/la suo/a destinatario/a, affinché questo sia compreso **esattamente** dal/la destinatario/a.



Cosa c'è che non va...

(1)

Non c'è **nessuna** riflessione né sul messaggio (ad es. sulla **molteplicità** dei suoi significati e valori), né sulla **soggettività** dei due poli di emissione e ricezione.

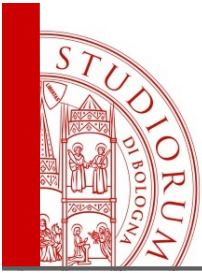


Cosa c'è che non va...

(2)

Si suppone che emittente e ricevente **condividano lo stesso codice**: l'identità e univocità di questo codice sono date per scontate.

Ma in realtà le persone comunicano anche sulla base di codici, regole, conoscenze, sistemi di aspettative reciproche **molto diverse**.

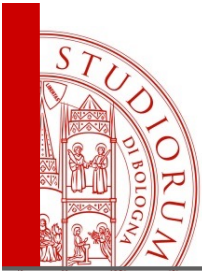


Cosa c'è che non va...

(3)

Il modello è **statico** e non tiene conto degli **aspetti dinamici della comunicazione**, per cui emittente e destinatario cambiano in continuazione ruoli, punti di vista, significati, valori, e le stesse regole dello scambio comunicativo.

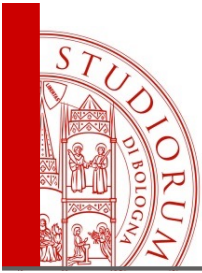
Es.: passaggio dal serio al faceto e viceversa, cambiamento di argomento, cambio di tono, ecc.



Cosa c'è che non va...

(4)

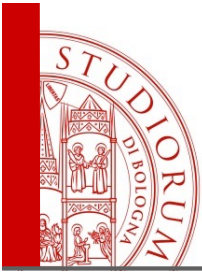
Il modello dimentica che una parte molto rilevante – spesso **la più rilevante** – della comunicazione umana si basa su **impliciti**, che hanno margini a volte anche molto ampi di **vaghezza** e **indeterminatezza**.



Comunicazione come azione

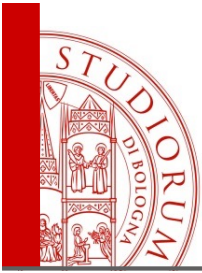
Comunicare significa **agire sugli altri**, fare cose con le parole.

John L. Austin, *How to do things with words*, 1962.



Fare cose con le parole

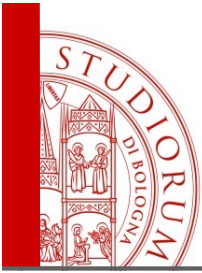
Quante e quali cose si possono fare quando si comunica?



Fare cose con le parole

Affermare, annoiare, avvertire, comandare,
congratularsi, corteggiare, descrivere, fare gli
auguri, fare ipotesi, giocare, illudere, infastidire,
lusingare, mentire, minacciare, molestare,
provocare, raccontare, sfidare, spaventare,
terrorizzare...

...e molto altro ancora.



Fare cose con le parole

Con un po' di astrazione, le cose che si possono fare quando si comunica sono di **tre tipi** (spesso combinati fra loro):

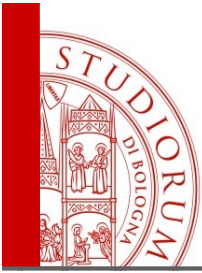
1. Si può indurre qualcuno a **fare qualcosa**;
2. Si può indurre in qualcuno un certo **stato cognitivo** (pensiero, credenza, sapere, dubbio, ecc.);
3. Si può indurre in qualcuno un certo **stato emotivo** (ansia, paura, felicità, rabbia, compiacimento, ecc.).



I due modelli

Comunicazione come **trasferimento** di informazioni.

Comunicazione come **azione**.

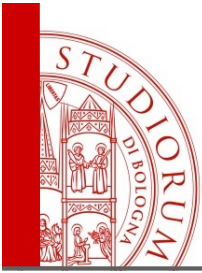


Problema

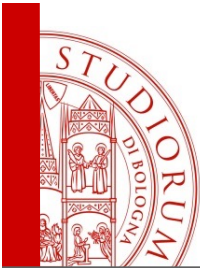
Entrambi i modelli **sottovalutano il ruolo del destinatario** nell'atto comunicativo.

Concepiscono la persona destinataria semplicemente come **ricevente passiva**, che:

- (1) o **decodifica** il messaggio,
- (2) o **subisce le azioni** dell'emittente.



Comunicazione come cooperazione



La cooperazione

In realtà, perché la comunicazione vada a buon fine, sono essenziali il **consenso** e la **cooperazione** del destinatario.

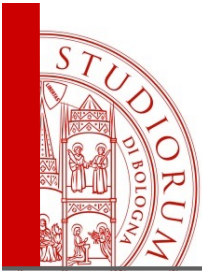
In ogni atto di comunicazione la persona destinataria è sollecitata a esprimere il proprio accordo **completando**, nei luoghi opportuni, le **lacune** del discorso dell'emittente.



La cooperazione

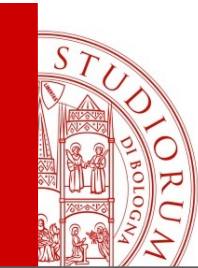
«Ogni testo è una **macchina pigra** che chiede al lettore di fare parte del proprio lavoro.»

Umberto Eco, *Sei passeggiate nei boschi narrativi*, Bompiani, Milano, p. 3.



Una favola

Gianni amava Maria ma lei non voleva sposarlo. Un giorno, un drago rapì Maria dal castello. Gianni balzò in groppa al suo cavallo, e uccise il drago. Maria acconsentì a sposarlo. Vissero felici e contenti da allora in poi.



La cooperazione

Roger Schank ha fatto alcune domande a una bambina di tre anni:

- Come mai Gianni ha ucciso il drago?
 - Perché era cattivo.
 - Cos'era cattivo in lui?
 - Lo aveva ferito.
 - E come lo aveva ferito?
 - Forse gli aveva gettato del fuoco.
 - Perché Maria acconsente a sposare Gianni?
 - Perché lei lo amava molto e lui voleva molto sposarla.
 - Come mai Maria si decide di sposare Gianni quando all'inizio non voleva?
 - Questa è una domanda difficile.
 - Sì, ma quale pensi sia la risposta?
 - Perché prima lei proprio non lo voleva e poi lui discute molto e parla tanto a lei di sposarla e allora lei diventa interessata a sposare lei, voglio dire lui.
- (R. Schank, *Reading and Understanding*, trad. it. *Il lettore che capisce*, La nuova Italia, Firenze, 1992, pp. 29-30)

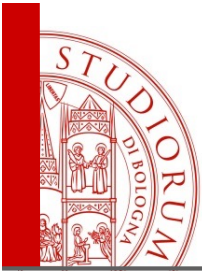


Comunicazione come ascolto

Spostamento fondamentale di ogni comunicatore/comunicatrice che cerchi di essere efficace:

Uscire da se stessi per...

...mettersi nei panni del/la destinatario/a.



Che tipo di comunicazione?

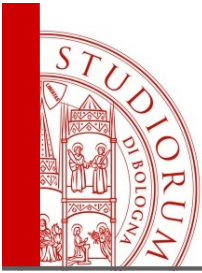
Comunicazione uno a molti.

Comunicazione a **masse** di persone.



Tre tendenze principali

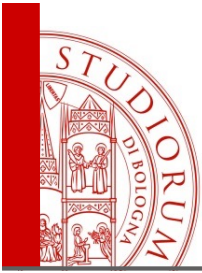
1. La semplificazione
2. Le opposizione binarie
3. Lo storytelling
4. La personalizzazione



1. La semplificazione

La **tendenza alla semplificazione** sta innanzi tutto nel linguaggio con cui i conduttori e le conduttrici, i/le giornalisti/e, le persone che fanno politica si rivolgono al pubblico.

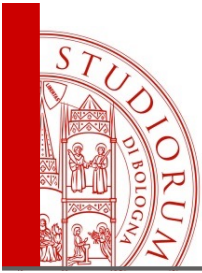
Occorre distinguere fra **semplificazione** e **banalizzazione**.



Semplificare o banalizzare?

Semplificare è un lavoro complesso, difficile. Significa spiegare in termini più **comuni** e **concreti** concetti astratti e/o espressi in un linguaggio tecnico. Comporta trovare **similitudini**, usare **immagini**, **metafore**, proporre **esempi** tratti dalla vita quotidiana.

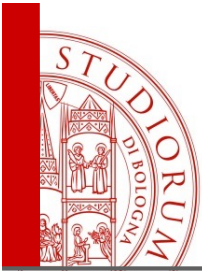
Banalizzare è semplificare **eccessivamente**, fino a deformare ciò che si spiega, inventando, aggiungendo, al limite fino a falsificare.



2. Le opposizioni binarie

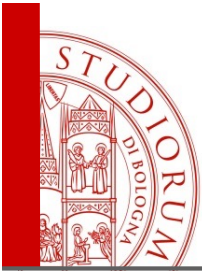
Nella comunicazione mediatica contemporanea fatti, eventi, situazioni nazionali e internazionali complesse e sfumate sono ridotte a **formule binarie**.

La realtà diventa una **contrapposizione** fra un **noi** compatto e privo di differenze e contrasti, e un **loro** rappresentato ugualmente come **omogeneo**, una contrapposizione rispetto alla quale si invitano gli spettatori e le spettatrici o, come si dice, «**la gente**», a fare una netta scelta di appartenenza.



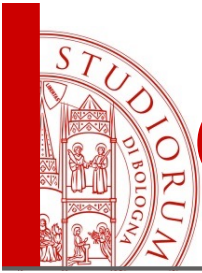
2. Le opposizioni binarie

Inoltre, la produzione di formule binarie si presta a essere trasformata in una produzione di **conflitti**, che – come vedremo – è molto efficace dal punto di vista narrativo, se presentata come un **contrasto**, una **lotta**, una **battaglia**, o addirittura una **guerra** fra un **Soggetto** e un **Anti-Soggetto**.

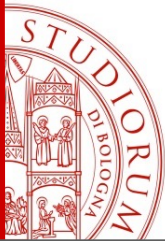


3. Lo storytelling

Alla stessa tendenza verso la semplificazione può essere ricondotto, per usare un'espressione oggi di moda, il cosiddetto **storytelling**, vale a dire l'uso di strutture narrative elementari per organizzare ciò di cui si parla o si scrive.

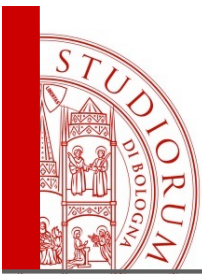


Gli ingredienti di una buona storia?

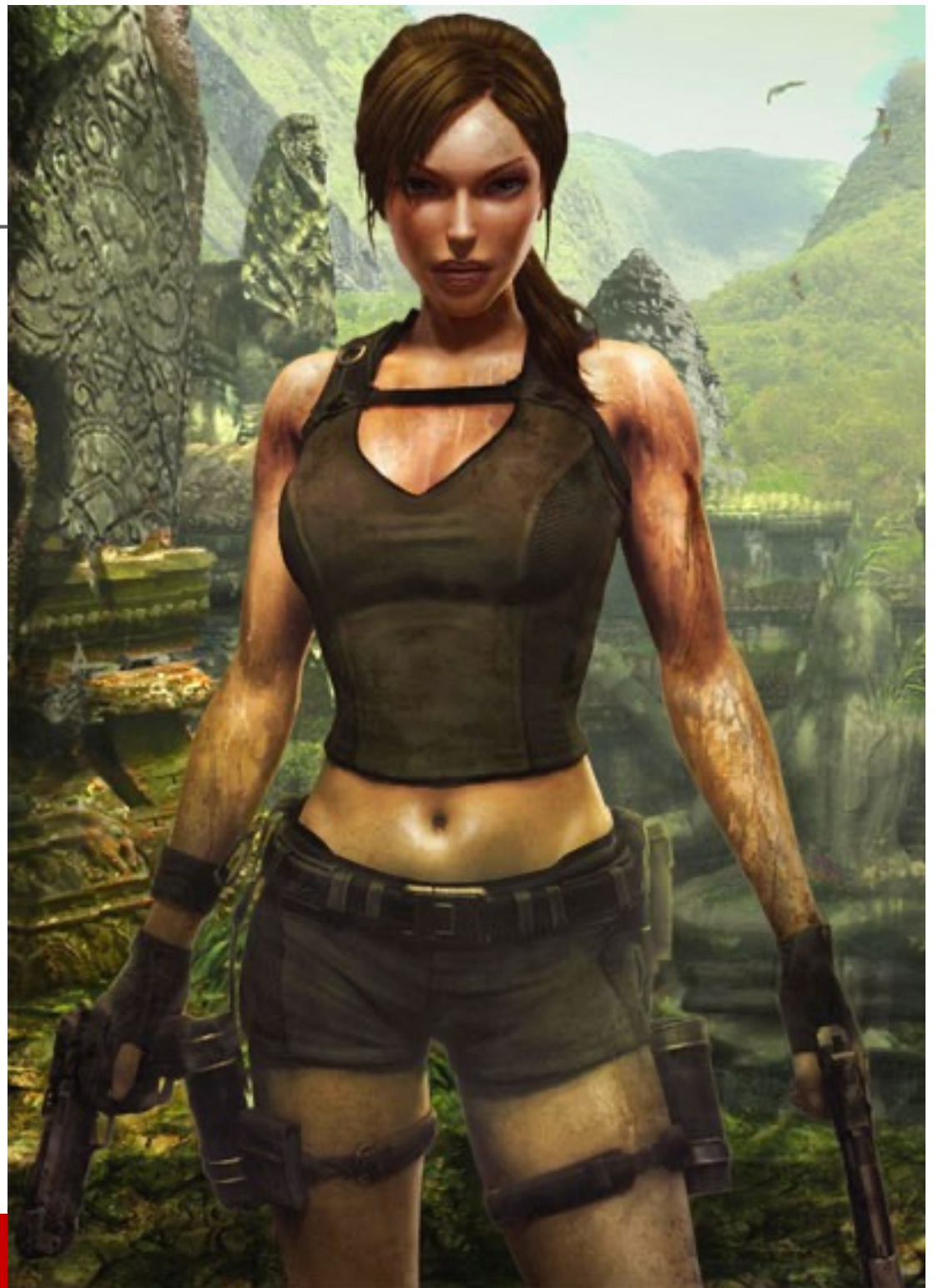


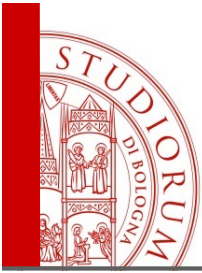
C'è un eroe





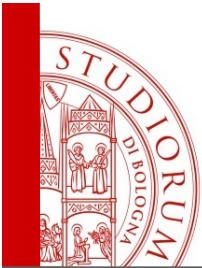
O un'eroina





Cosa fa l'eroe/eroina?



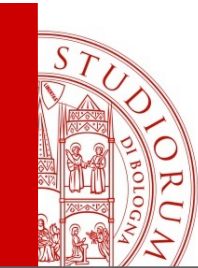


Oppure cosa fa l'eroe/eroina?





LOTTA IN STRADA CON BANDA DI TEPPISTI



Arrivederci



Giovanna Cosenza
Università di Bologna
giovanna.cosenza@unibo.it
www.giovannacosenza.it