



2014

Dott. ALFONZO RIZZUTO
Responsabile Settore Formazione e Agg. Professionale

COMUNICARE PER FAR CONOSCERE E FARSI CONOSCERE

Prefazione

Comunicare può significare tante cose e può non significare nulla; tutto dipende dal senso che si vuole attribuire al termine.

Secondo l'etimologia comunicare è l'abilità di trasmettere messaggi, informazioni, concetti, contenuti, conoscenze, simboli, ecc., chiari e comprensibili nelle forme e nelle modalità più idonei rispetto all'obiettivo prefissato e al destinatario della comunicazione.

Comunicare, dal latino *communis* = *che appartiene a tutti*, significa propriamente condividere, "mettere qualcosa in comune con gli altri".

Sebbene non tutti sanno capire e farsi capire, è tuttavia comunemente accettato che "non è possibile non comunicare" essendo la comunicazione un'esigenza primaria dell'esistenza umana in quanto costituisce un'indispensabile interfaccia tra l'individuo ed i suoi bisogni.

Pur rimanendo concettualmente legata alla sua essenza primaria, la comunicazione, nel suo corso evolutivo, ha dimostrato di avere una caratteristica polimorfica che si è trasformata di pari passo con lo sviluppo tecnologico dei sistemi informativi, adeguandosi e cambiando forma espressiva ogni qual volta la tecnologia l'ha richiesto.



I modi di comunicare, pertanto, sono numerosi e vari, come varie e numerose sono le informazioni che si possono trasmettere e che in tale contesto occorre collocare pure l'atteggiamento di chi si rifiuta di comunicare, in quanto sta a significare che non si vuole comunicare, senza trascurare che anche la comunicazione non efficiente rimane di per sé una forma di comunicazione.

Al di là di tanta varietà, è tuttavia possibile individuare il meccanismo della comunicazione e le caratteristiche fondamentali che sono comuni a ogni atto comunicativo.

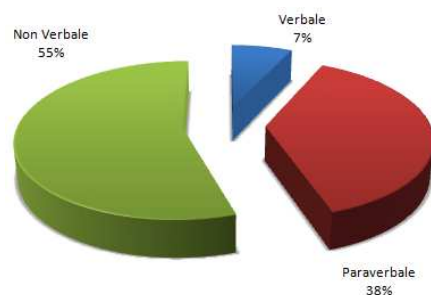
Da ciò deriva che tutti possono comunicare e che saper comunicare è un'arte che si può apprendere.

Modelli di comunicazione

Molti pensano che dialogare efficacemente con una persona, oppure fare una buona impressione sia dovuto quasi totalmente a "quello che si dice". Dire frasi sensate e poste in maniera corretta è sicuramente importante, ma quello che trasmette di più la nostra essenza e quello che pensiamo è il modo in cui lo diciamo e il modo in cui ci poniamo all'altra persona.

Alcune ricerche americane hanno riscontrato che in un ambito di socializzazione con le persone incide il 7% la parte verbale (cosa diciamo), il 38% la parte paraverbale (come parliamo) e per il 55% la parte non verbale (linguaggio del corpo).

Peraltro, già nel 1967 Paul Watzlawick e colleghi affrontando lo studio della comunicazione hanno messo in evidenza che ogni processo comunicativo tra esseri umani possiede due dimensioni





distinte: da un lato il contenuto, ciò che le parole dicono, dall'altro la relazione, ovvero quello che i parlanti lasciano intendere, a livello verbale e più spesso non verbale, sulla qualità della relazione che intercorre tra loro.

Scomponendo nel suo significato il concetto di comunicazione ne

scaturisce un modello di analisi che prevede l'esistenza di alcuni elementi fondamentali, quali:

1. il sistema che trasmette ovvero l'emittente;
2. il contenuto della comunicazione: l'informazione;
3. il canale comunicativo necessario per trasferire l'informazione;
4. il codice formale, mediante il quale viene data una forma linguistica alla informazione per significarla;
5. il sistema che assume l'informazione, cioè il ricevente.

Questi sono gli elementi necessari per costruire un modello di comunicazione che, comunque, deve contenere in sé due aspetti essenziali, ossia: che il significato del messaggio sia univoco e che il processo comunicativo possa non completarsi, in quanto la presenza del ricevente non implica sempre e necessariamente l'assunzione completa dell'informazione.

Tale risultato è fortemente influenzato sia dall'efficacia del canale, dal livello di condivisione del codice, quando questo non è univoco come spesso accade nei linguaggi estremamente complessi, ma soprattutto dal risultato dell'interpretazione del messaggio da parte del ricevente.

In epoca più recente, lo psicologo Friedemann Schulz von Thun, dell'Università di Amburgo, ha proposto un modello di comunicazione interpersonale che distingue quattro dimensioni diverse, nel cosiddetto "quadrato della comunicazione".



- **Rivelazione di sé:** ogni volta che qualcuno si esprime rivela, consapevolmente o meno, qualcosa di sé;
- **Contenuto:** di che cosa si tratta?;
- **Appello:** che effetti vuole ottenere chi parla? Ciò che il parlante chiede, esplicitamente o implicitamente, alla controparte di fare, dire, pensare, sentire.
- **Relazione:** come definisce il rapporto con te, che cosa ti fa capire di pensare di te, colui che parla?;

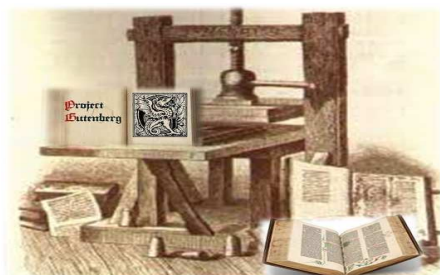
In senso psicologico la comunicazione vuole intendere lo scambio di stimoli e risposte, feedback o messaggi, tra due o più soggetti di cui una delle forme più diffuse è denominata narritività (M. Dallari, 2005).

La teoria della comunicazione ha inoltre a che fare con la sociologia, ovvero alla formazione e conformazione alle norme sociali del linguaggio e l'estetica (accuratezza della forma).

Occorre, pertanto, puntualizzare, altresì, che nell'ambito dei modelli generali più utilizzati si inserisce anche il *contesto*, costituente il sesto elemento fondamentale del modello di analisi, perché influisce sostanzialmente sui due processi di significazione (dell'emittente e del ricevente).

Canali della comunicazione

Per quanto sopra, se ne deduce che tutti gli elementi peculiari della comunicazione costituiscono una parte dell'insieme dalla quale non si può prescindere. L'aspetto che in questa sede si vuole porre in evidenza riguarda la validità dei canali utilizzati per trasmettere un'informazione.



Gli strumenti utilizzati per comunicare si sono evoluti sempre più nel tempo, facilitando e migliorando progressivamente la comunicazione tra individui, partendo da una prima fase di oralità primaria o esclusiva, passando poi attraverso la scrittura fino ad arrivare allo sviluppo dei media digitali.

La prima vera e propria rivoluzione avvenne con l'invenzione della stampa a caratteri mobili da parte di Johannes Gutenberg che, grazie alla possibilità di poter riprodurre un numero infinito di copie dello stesso messaggio, rese possibile per la prima volta

una relazione comunicativa uno a molti.

Dall'opinione di alcuni storici, ad esempio, traspare che senza i giornali non avrebbe avuto luogo né la rivoluzione francese né quella americana. Secondo gli stessi, infatti, nel XVIII secolo entrarono in uso due concetti: quello di "opinione pubblica" e quello di "propaganda", che andarono crescendo e si assestarono all'interno della comunicazione pubblica.

Attraverso tale mezzo la manipolazione dell'opinione pubblica diventò un'attività "scientifica" e le varie teorie della comunicazione applicate vennero definite "psicologia di massa".

Con l'avvento della televisione e lo sviluppo della sociologia applicata ai mass media, le teorie della comunicazione di massa si svilupparono positivamente, sebbene per alcuni versi tale mezzo veniva accusato di essere uno strumento di perdita di controllo da parte delle istituzioni sociali.

Successivamente l'invenzione delle tecnologie digitali, che hanno consentito l'accesso alla globalizzazione attraverso i satelliti e soprattutto con internet, ha ulteriormente rafforzato la considerazione sulla comunicazione di massa.



In sostanza, dalle critiche che ritenevano la tecnologia "nociva" per l'uomo e la natura, si è passati all'opinione secondo la quale il rapporto tra l'uomo e la tecnologia delle comunicazioni è destinato a migliorare la vita e ad ampliarne le possibilità, in quanto la tecnologia non uccide la cultura tradizionale del libro, della parola, dell'opera d'arte, della storia, ecc., ma attraverso nuove forme e nuovi strumenti offre a tutti, in modo non costrittivo, la possibilità di accedere alla cultura di tutto il mondo.

La comunicazione pedagogica

In questa nuova realtà, infatti, particolare rilevanza assume il legame tra educazione e comunicazione, all'interno del quale mediante gli aspetti quali-quantitativi del contenuto dell'informazione si può costituire un rapporto denso e virtuoso e far sì che la comunicazione formativa diventi un felice dispositivo linguistico per la realizzazione del paradigma del modo di essere-con-gli-altri.

A catalizzare il ruolo della comunicazione “multimediale” all’interno della società e delle sue istituzioni di riferimento sono stati i tre aspetti peculiari della teledidattica, quali:



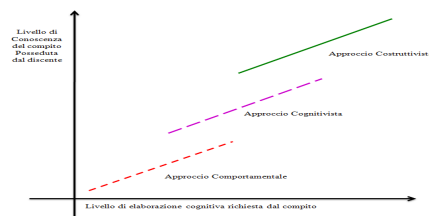
- a. la velocità di produzione e distribuzione dell’informazione o notizia che diventa disponibile con immediatezza attraverso i media ad un vastissimo bacino di utenza estremamente variegato ed eterogeneo;
- b. la possibilità di entrare in contatto con realtà estremamente lontane dal nostro contesto abituale attraverso i servizi forniti sul web;
- c. la costituzione di un villaggio e/o aula “virtuale” in cui lo scambio di informazioni e idee permette l'apprendimento e l'acquisizione di notizie ed il passaggio di materiali, come se ci si trovasse in una vera aula, anche se i partecipanti si trovano in luoghi diversi e lontani. L'aula virtuale può essere considerata, quindi, come un luogo "non fisico" e identificata come un insieme di partecipanti ad un corso. L'interazione degli utenti avviene sia in modalità sincrona che asincrona, per analizzare, criticare e/o condividere un insieme di saperi per realizzare un comune obiettivo. Essa rappresenta una situazione di apprendimento basato sulla relazione ove la circolazione di informazioni, contenuti, pareri, opinioni e idee favorisce l'acquisizione di notizie e di know-how, realizzando a distanza i vantaggi della formazione in presenza.

Attraverso questi aspetti, non è effimero pensare che sempre più le esperienze dell’uomo, a prescindere dalla sfera “naturale” o “razionale”, sono legate ai caratteri multimediali che devono essere presi in considerazione ed utilizzate in modo efficace negli ambiti in cui esso opera, vive ed evolve: in particolare in quello dello sviluppo culturale.

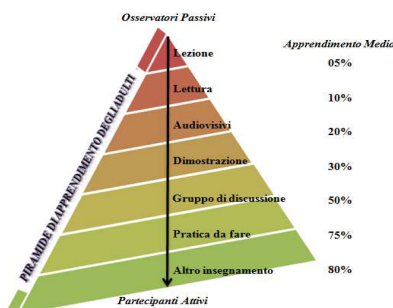
In tale scenario gli elementi principali nella progettazione e realizzazione di contenuti educativi erogabili via rete, i quali rendono la formazione non più assimilabile ai monolitici corsi tradizionali, sono:

- l'interattività, ossia la necessità di coinvolgere i partecipanti, generalmente avvalendosi del *learning by doing*, ossia l’apprendimento attraverso il fare, l’operare, le azioni;
- la dinamicità, ovvero il bisogno da parte degli stessi di acquisire nuove competenze mirate *just in time*;
- la modularità, vale a dire la possibilità di organizzare i contenuti in analisi secondo gli obiettivi formativi e le necessità dell'utenza.

Si sta assistendo, in sintesi, ad una graduale e inesorabile migrazione dalla formazione di tipo statico a quella con caratteristiche dinamiche, dagli spazi “chiusi” di apprendimento a quelli virtuali “comuni”, ovvero non è più l’utente a dirigersi verso la formazione, ma è la formazione a plasmarsi in base alle esigenze e alle conoscenze dello stesso.



Si è passati, fondamentalmente, da una visione passiva del “*comportamentismo*” alle teorie attuali che prevedono un coinvolgimento attivo e consapevole, note come “*cognitivismo*” e “*costruttivismo*” (S. Penge, M. Terraschi, 2004), sulla base delle quali chi apprende inizia ad avere una sua identità, un suo



ruolo definito e non acquisisce più solo meccanicamente, ma consegue nozioni in forma ragionata, in particolare modo, secondo il costruttivismo, anche attraverso la relazione e l'interazione con gli altri (P.A. Ertmer e T.J. Newby, 1993).

Modalità tipiche della formazione dell'adulto che, secondo la concezione dell'*andragogia* (M. Knowles, 1996), si basa su alcuni assunti fondamentali:

- “*sapere perché*” una certa cosa è importante da imparare;
- “*decidere autonomamente*” il proprio percorso nelle informazioni;

- “*vedere un collegamento*” fra le informazioni e la propria esperienza;
- “*apprendere se motivati*” a farlo.

L'apprendimento costruttivista, in qualsiasi formulazione, ha come punto di forza la costruzione cooperativa del sapere tipica delle comunità virtuali.

Lo studio on-line, a iniziare dalla denominazione originaria dell'*e-learning*, ha assunto diverse definizioni, come: *formazione a distanza* (FAD), *open and distance learning* (ODL), *web based training* (WBT), *learning center* (LC), *community learning* (CL), *computer mediating communication* (CMC), *distant learning* (DL) e *virtual learning* (VL).



Da quasi tutte le definizioni si deduce che l'e-learning tocca in modo prepotente le metodologie d'insegnamento costruttivo.

L'e-learning è, dunque, il nuovo modo di studiare reso possibile

dalle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Le comunità professionali rappresentano la forma più evoluta del modello e degli elementi distintivi di tali sistemi, in quanto raffigurano l'esigenza di un apprendimento orientato allo svolgimento di un compito collegiale e la costruzione di un'identità collettiva, attraverso la condivisione di obiettivi, di pratiche e di esperienze, sull'individuazione delle migliori strategie d'aiuto reciproco nell'affrontare la risoluzione dei problemi quotidiani nella propria attività o professione (G. Trentin, 2001) e non ultimo nell'accelerazione del trasferimento di know-how, per la crescita e il consolidamento delle competenze. La responsabilità dell'apprendere risulta così essere condivisa fra i membri del gruppo, all'interno del quale ciascuno contribuisce con le sue conoscenze e capacità individuali rendendo esplicita una conoscenza implicita.

I prototipi preposti alla concreta creazione di questi obiettivi si avvalgono di tre diverse categorie di servizi, definiti *informativi*, *cooperativi* e *formativi*:

Servizi informativi	Servizi cooperativi	Servizi formativi
Canali informativi tematici	Forum di discussioni aperte, chiusi, animati	Analisi di profili professionali, bilancio delle competenze, prossimità a gruppi di competenze attese
Publicazione di documenti organizzati in data base	Strumenti e ambienti per la gestione di progetti	Corsi a catalogo
Workflow management per i sistemi distribuiti	Spazi per l'interazione con gli esperti	Richiesta di corsi personalizzati
Newsletter	Partnership di progetti	FAD monitoraggio, interattività, tutoring
Sistemi di ricerca		

Sebbene il più efficiente e-learning è quello collaborativo, in quanto offre quella interazione sociale tra i partecipanti che dà valore aggiunto al processo di apprendimento, le soluzioni teledidattiche miste

risultano essere quelle più utilizzate perché offrono i vantaggi tipici di entrambi gli approcci didattico-formativi. I progetti educativi di molte istituzioni, infatti, propongono la teledidattica non solo come complemento alla formazione in aula ma anche come percorso didattico rivolto ad utenti aventi difficoltà di frequenza in presenza: metodologia che viene utilizzata per facilitare la formazione continua aziendale, specialmente per le organizzazioni connotate da una pluralità di sedi e professioni.



E' l'impronta tipica applicata nell'erogazione dell'*Educazione Continua in Medicina*, introdotta in Italia con l'applicazione dell'art. 16-bis e segg. del d.lgs. 229/1999, al fine di mantenere, sviluppare ed incrementare le conoscenze, le competenze e la qualità delle performance degli operatori sanitari, attraverso l'utilizzo degli strumenti della *formazione residenziale*, *formazione sul campo*, *formazione a distanza* e *blended*.

Journal Club

Esaminando più da vicino il mondo della sanità emerge che esistono due fenomeni che ne condizionano la svolta culturale, economica ed organizzativa: da una parte, l'aumento pressoché esponenziale della complessità dell'informazione biomedica, che alimenta l'incertezza della pratica clinica, e dall'altra, i costi sempre più crescenti che obbligano a compiere scelte difficili per erogare un'assistenza di qualità per rispettare i criteri di efficienza ed efficacia.



Riguardo al primo aspetto, per contrastare efficacemente i dubbi nella *clinical performance* occorre far riferimento all'aggiornamento professionale mediante la "sorveglianza"

continua della letteratura biomedica ed attraverso la ricerca delle evidenze scientifiche sollecitata dai problemi del paziente (Sackett DL, 1991).

In coerenza, per superare tale difficoltà è stato ideato il movimento *evidence-based medicine* (EBM), secondo il quale la competenza culturale, attraverso l'uso appropriato di tale fonte, costituisce un elemento indispensabile per erogare qualunque prestazione sanitaria.

Si tratta, tuttavia, di una realtà che procede a piccoli passi in quanto le difficoltà a frequentare regolarmente i corsi di divulgazione della ricerca scientifica, il costo degli abbonamenti delle riviste, oltre che le barriere linguistiche, rendono gravoso il compito dell'aggiornamento professionale per il singolo operatore e conseguentemente costituiscono veri e propri ostacoli che rallentano la validità di tale strategia.



Comunque, se, per un verso, sono emersi difetti nel modello tradizionale di "assimilare e fare l'arte della medicina", per l'altro, si sta sviluppando forte interesse per le risorse che il fenomeno Internet può offrire alla ricerca e alla formazione

permanente e di riflesso alla pratica medica.

Numerose sono, infatti, le riviste internazionali fornite di una propria pagina *web*, che realizzano una biblioteca virtuale per consultare in tempo reale la letteratura biomedica, utilizzando i numerosi servizi offerti *on-line*, in parte anche gratuiti.

Tra le più importanti sono da annoverare: *ACP Journal Club*, *Evidence-Based Medicine*, *American Heart Journal*, *Annals of Internal Medicine*, *The Lancet*, *British Medical Journal*, *Diabetes Care*, *Journal of the American Medical Association*, *New England Journal of Medicine*, *Canadian Journal of Cardiology*, *National Library of Medicine* ed altre.

La maggior parte delle riviste rende disponibili sia *abstract* che articoli integrali in maniera assolutamente casuale, perché non esiste alcun criterio oggettivo che motiva la loro inclusione/esclusione sul *web*.

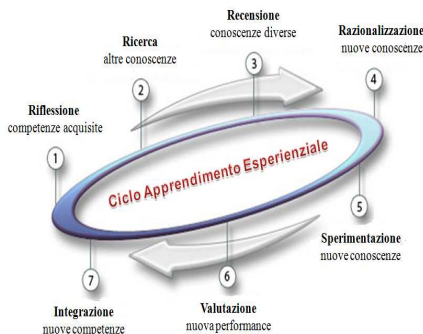
Un distinguo meritano le pubblicazioni secondarie di *ACP Journal Club* ed *Evidence-Based Medicine*, il cui obiettivo è di selezionare articoli che, oltre a soddisfare rigidi criteri metodologici, rappresentano importanti progressi della Medicina Clinica. Ogni articolo viene riscritto sotto forma di *abstract* strutturato e presentato in una sola pagina insieme al commento critico degli esperti.

Essenzialmente il Journal Club realizza meeting educativi in cui gli individui sistematicamente si incontrano per:

1. esaminare criticamente le evidenze della ricerca scientifica (*systematic review*);
2. valutare la loro validità, i risultati e la rilevanza prima di utilizzarle (*evidence based*).

Al di là dell'impiego, in generale vengono citati come il trade union tra la ricerca e la pratica, in quanto tendono a promuoverne l'applicazione. Più in dettaglio, i benefici educativi che offrono si prefiggono lo scopo di:

- aiutare le persone a imparare e migliorare le loro abilità di valutazione critica;
- incoraggiare la medicina basata sulle evidenze;
- promuovere la consapevolezza delle capacità di ricerca;
- tenere il passo con la nuova letteratura scientifica;
- incoraggiare l'uso di ricerca;
- promuovere le relazioni sociali;
- fornire formazione medica continua;
- stimolare il dibattito e migliorare la comprensione sui temi di attualità.



Ciascun partecipante, quindi, può evidenziare eventuali contraddizioni, oppure discutere sui possibili proseguimenti dello studio analizzato come nuove ricerche, ovvero attuare applicazioni pratiche della scoperta fatta.

Non c'è nessun singolo formato ideale per un Journal Club, ogni variante risponde alle strategie utilizzate dagli organizzatori per rispondere nella maniera più congruente alle esigenze ed interessi dei destinatari.

Allo stato attuale l'insicurezza dei partecipanti rispetto alle loro



capacità di recensione degli articoli costituisce il problema principale di adesione a questa tipologia di informazione culturale.

Non è da sottovalutare, però, che in questo contesto la tempestività di internet appare lo strumento più rapido ed efficace per diffondere i risultati della ricerca, al punto che le riviste e soprattutto i trattati potrebbero non sopravvivere a lungo alla rivoluzione elettronica dei mezzi d'aggiornamento.

Con il Journal Club in definitiva si ha una nuova modalità per rimanere aggiornati continuamente sui temi scientifici di interesse professionale, con un aspetto più tecnico e approfondito, rispetto alla formazione occasionale tradizionale; significa promuovere conoscenze, capacità, atteggiamenti che permettano alle persone di esprimere le loro potenzialità all'interno dell'organizzazione in congruenza con gli obiettivi e i valori aziendali

Riferimenti bibliografici

- Anolli L., *“Fondamenti di psicologia della comunicazione”*, Il Mulino, Bologna 2006.
- Bottini C., *“La comunicazione orientata ai risultati”*, Grafiche Aurora, Verona 2011.
- Briggs A. e Burke P., *“Storia sociale dei media”*, Il Mulino, Bologna 2007.
- Dallari M., *“La dimensione estetica della paideia, fenomenologia, arte, narrativa”*, Ericson, Trento 2005.
- Eletti V., *“Che cos'è l'e-learning”*, Carocci, Roma 2002.
- Esisi M., *“Journal clubs.”* BMJ Careers. 13 ottobre 2007. Web. 09 gennaio 2010.
- Ertmer P.A. e Newby T.J., *“Behaviourism, cognitivism, constructivism: Comparing critical features from an instructional design perspective”*, in Performance Improvement Quarterly, Vol. 6, N.4, 1993.
- Ferretti M., *“Pragmatica della comunicazione umana”*, Astrolabio, Roma 1971.
- Knowles M., *“Quando l'adulto impara. Pedagogia e andragogia”*, Franco Angeli, Milano 1996.
- Liscia R., *“E-learning – strategie per lo sviluppo delle competenze”*, Osservatorio AITech-Assinform, Apogeo, Milano 2007.
- Ottaviano C. e Ortoleva P., *“Guerra e mass media. Gli strumenti del comunicare in contesto bellico”*, Liguori, Napoli 1994.
- Paccagnella L., *“Sociologia della comunicazione”*, Il Mulino, Bologna 2006.
- Penge S., M. Terraschi, *“Ambienti digitali per l'apprendimento”*, Anicia, Roma 2004.
- Ranieri M., *“E-learning: modelli e strategie didattiche”*, Erickson, Trento 2005.
- Sackett D.L. et al., *“Evidence-based Medicine. How to practice and teach EBM”*, Churchill Livingstone, Edinburg 1997.
- Sorice M., *“Le comunicazioni di massa: storia, teorie, tecniche”*, Editori Riuniti, Roma 2000.
- Trentin G., *“Apprendimento in rete e condivisione delle conoscenze. Ruolo, dinamiche e tecnologie delle comunità professionali on line”*, Franco Angeli, Milano 2004.
- Watzlavick P. et al., *“Pragmatica della comunicazione umana, Astrolabio”*, Roma 1971.

Sitografia

- <http://www.comunicazione-multimediale.blogspot.it/>
- <http://www.elearningeuropa.info/de/node/>
- <http://www.evidence-based-medicine.com/>
- <http://www.medsurnursing.net/>
- <http://www.it.wikipedia.org/wiki/Comunicazione>
- http://www.it.wikipedia.org/wiki/Comunicazione_interpersonale
- <http://www.it.wikipedia.org/wiki/E-learning>
- http://www.it.wikipedia.org/wiki/Tecnologia_delle_comunicazioni
- <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/>
- <http://www.sapete.org/site/>
- <http://www.studiotaf.it/oldsite/teoriemodellifad1.htm>
- <http://www.tesionline.it/default/tesi.asp/>
- <http://www.youget.it/comunicare/>