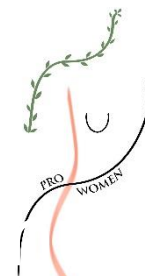




Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-
063176



Promotrici Culturali per la Valorizzazione del Patrimonio Territoriale

M4: Comunicazione e Marketing
Sessione 1: La Comunicazione

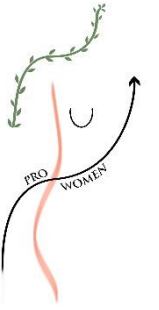
Gabriella Fabrizi, Carmen Rosa Chilet B., Piero Capello

[prowomen.sansaturnino@gmail.com]



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-
063176

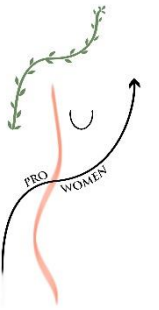


Gli obiettivi:

Comprensione:

- ❖ **Cos'è la comunicazione?**
- ❖ **Perché è importante**
 - **nella vita personale, sociale e professionale?**
 - **nel settore del turismo e della promozione culturale?**
- ❖ **Cos'è il processo di comunicazione?**





Definizioni

La comunicazione è l'atto di trasferire informazioni da un *luogo* all'altro. È la trasmissione di un significato da una persona ad un'altra o a molte persone, verbalmente o non verbalmente.

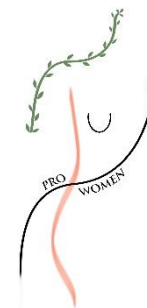
ALTRE DEFINIZIONI DI COMUNICAZIONE

"L'arte di esprimere le idee" (N. Webster, lessicografo)

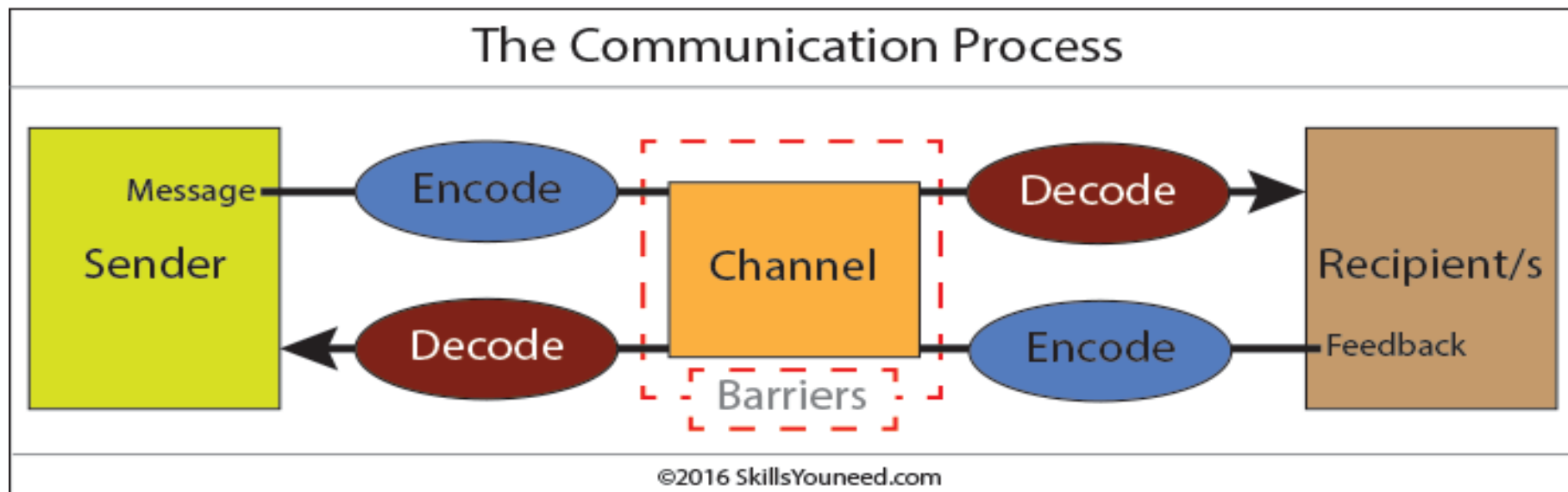
"Scienza della trasmissione delle informazioni" (P. Watzlawick, Psicologo)

"Sistema sociale condiviso tra due o più persone, ognuna con le proprie aspettative e interpretazioni" (M. Mizzau, Accademica)

"Sistema di relazioni in un dato contesto" (E. Goffmann, Sociologo)

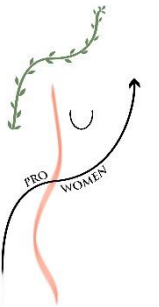


Come funziona la comunicazione?



Un messaggio (una comunicazione) viene inviato dal mittente attraverso un canale di comunicazione ad un ricevitore o a più ricevitori.

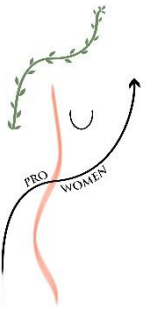
Il mittente deve codificare il messaggio (le informazioni trasmesse) in una forma appropriata al canale di comunicazione e il/i ricevente/i decodifica il messaggio per comprenderne il significato..





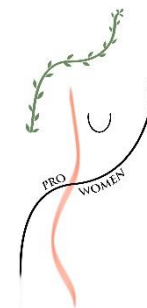
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-
063176



Possono verificarsi malintesi in qualsiasi fase del processo di comunicazione!

Potreste fare
qualche esempio di
malinteso?



Le Categorie della comunicazione

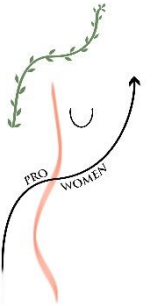
- **Comunicazione orale o verbale:** faccia a faccia, telefono, radio o televisione e altri media.
- **Comunicazione non verbale:** linguaggio del corpo, gesti, come ci vestiamo o agiamo - anche il nostro profumo.
- **Comunicazione scritta:** lettere, e-mail, libri, riviste, Internet o altri mezzi di comunicazione.
- **Visualizzazioni:** grafici e grafici, mappe, loghi e altre visualizzazioni possono comunicare messaggi.





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-
063176

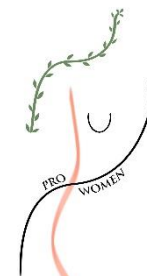


COME COMUNICHIAMO

Verbalmente, con le parole (cosa diciamo) per il 7%

**Paraverbalmente, con il tono (come lo diciamo) per il
38%**

**Non verbalmente (attraverso gesti ed espressioni)
per il 55%**



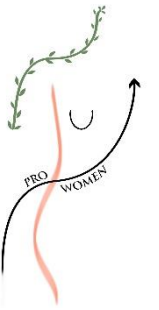
Non tutto ciò che viene comunicato arriva al destinatario:





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-
063176



Elementi di comunicazione circolare

La comunicazione è un processo circolare e il suo esito è sempre un cambiamento delle parti coinvolte nel processo. Gli elementi principali che caratterizzano la comunicazione come sistema circolare sono:

MESSAGGIO: Significati (contenuto e relazione) da inviare all'interlocutore

CODICE: Lingue, segni, simboli utilizzati durante lo scambio comunicativo

DECODIFICA: Operazione di attribuzione di segni, simboli, linguaggi ai significati mentali da comunicare

CANALE: Mezzi attraverso i quali passa il messaggio

FEEDBACK: la reazione, la restituzione delle informazioni all'emittente

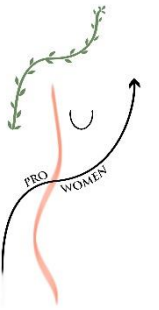
CONTESTO: Ambiente in cui avviene lo scambio comunicativo

DISTURBI: Informazioni non coerenti con il messaggio



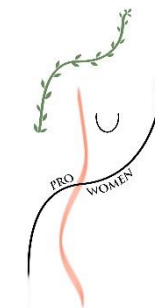
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-
063176



Comunicazione : contenuto e relazione

- Il trasferimento di un messaggio attiva lo scambio di contenuti informativi e allo stesso tempo avvia un rapporto tra le persone.
- Contenuto e relazione si influenzano a vicenda e condizionano il raggiungimento dello SCOPO e degli OBIETTIVI della comunicazione.

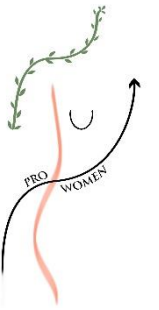


Obiettivi della comunicazione

La definizione del proprio obiettivo è la prima del processo di comunicazione. Prima di chiedersi cosa dire, è importante essere consapevoli dell'obiettivo:

COSA VOGLIO RAGGIUNGERE?

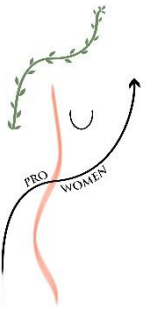




Obiettivi della comunicazione

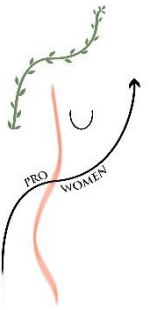
- L'obiettivo della comunicazione è l'espressione del risultato che si vuole raggiungere nell'interazione.
- L'obiettivo deve essere:





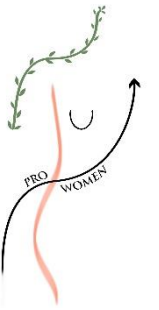
Ostacoli comuni a una comunicazione efficace

- **L'uso del gergo.** Termini troppo complicati, poco familiari e/o tecnici.
- **Barriere emotive e tabù.** Alcune persone possono trovare difficile esprimere le proprie emozioni e alcuni argomenti possono essere completamente "off-limits" o tabù. I tabù o argomenti difficili possono includere, ma non sono limitati a, politica, religione, disabilità (mentale e fisica), sessualità e sesso, razzismo e qualsiasi opinione che può essere vista come impopolare.
- **Mancanza di attenzione,** disinteresse, distrazioni o irrilevanza dell'argomento per il destinatario.
- **Differenze nella percezione** e nel punto di vista.
- **Disabilità fisiche** come problemi di udito o disturbi del linguaggio.



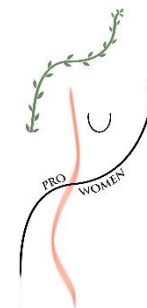
Ostacoli comuni a una comunicazione efficace

- **Barriere fisiche alla comunicazione non verbale:** Non essere in grado di vedere gli spunti non verbali, i gesti, la postura e il linguaggio del corpo in generale può rendere la comunicazione meno efficace. Le telefonate, i messaggi di testo e altri metodi di comunicazione che si basano sulla tecnologia sono spesso meno efficaci della comunicazione faccia a faccia.
- **Differenze linguistiche** e difficoltà di comprensione di accenti sconosciuti.
- **Aspettative e pregiudizi** che possono portare a false supposizioni o stereotipi: Le persone spesso sentono quello che si aspettano di sentire piuttosto che quello che viene effettivamente detto e saltano a conclusioni errate.
- **Differenze culturali:** Le norme dell'interazione sociale variano molto nelle diverse culture, così come il modo in cui le emozioni vengono espresse. Ad esempio, il concetto di spazio personale varia da una cultura all'altra e da un contesto sociale all'altro.



Perché la comunicazione è importante per le promotrici culturali?

- Il turismo e la promozione culturale dipendono molto dalla comunicazione, ad esempio, per comunicare con i clienti su un'attrazione o su un sito poco conosciuto e quindi considerato poco attraente dai turisti.
- In termini tecnologici e mediatici, la comunicazione in questo ambito si svolge in varie forme, ad esempio su carta stampata, in televisione, alla radio, in Internet.
- Variando i media e i dispositivi tecnologici, le attrazioni locali, le iniziative, gli eventi possono essere comunicati a diversi tipi di visitatori e turisti.



Riflessioni

Cosa ne pensate dei contenuti presentati?

