



Comunicare con umorismo

di Luca Cristaldi, VIS - Direttore "Un Mondo Possibile"

Ho una convinzione da diversi anni. Se dovessi paragonare l'efficacia di una buona comunicazione a una piramide, direi che i tre pilastri base potrebbero essere competenza, capacità di emozionare e umorismo. È la mia di convinzione, evidentemente. Se chiedete a chi si occupa seriamente di comunicazione di fare questo stesso gioco, molto probabilmente vi darà tutt'altra risposta. Forse semplicemente perché le basi della comunicazione sono molte di più.

Comunque sia, delle tre vorrei soffermarmi sull'ultima: l'umorismo.

Qui la mia convinzione con prepotente presunzione diventa quasi certezza. L'umorismo dà alla comunicazione quel tocco in più, quella sferzata che le fa prendere il volo.

L'umorismo sta alla comunicazione come le bollicine al vino, i lanci mentre si arrampica, la rabona nel calcio.

Magari non è fondamentale, ma la caratterizza e la rende unicamente vitale, gioiosa oserei dire spettacolare.

"Bravo, bella scoperta Luca. Meno male che ce lo hai detto tu!!!"

Già...

Anche quando si parla di fame nel mondo? Anche quando vogliamo comunicare la povertà e la violazione dei diritti umani? Anche quando chi comunica è una ONG seria e professionale? Io dico di sì!

E come applichiamo l'umorismo quando parliamo di fame nel mondo, di violazione dei diritti, di sfruttamento delle risorse, di... insomma di ciò che caratterizza la comunicazione di una ONG come il VIS?

Come la valutiamo? E come valutiamo il comunicatore?

Altra convinzione netta e indiscutibile: la comunicazione sociale, soprattutto se basata sulla cooperazione allo sviluppo, se non ha una vena umoristica, rischia di diventare pesante, molto pesante. Quasi noiosa, patetica, pietistica.

D'altro canto però tale vena umoristica può essere rischiosa. Può non piacere, non essere capita e digerita, facendo fallire



SIAMO SERI, NON PRENDIAMOCI SUL SERIO...

la missione della comunicazione stessa.

Serve perciò un umorismo intelligente, capace di non deragliare nella superficialità e nel ridicolo.

Mi vengono in mente ad esempio gli spot di Paola Cortellesi con la Gialappa's Band contro la fame, la povertà, l'aids. Cercateli su youtube, guardateli e poi ditemi se non sono efficaci.

Per altro, sono molto d'accordo con Carofiglio, quando in uno dei suoi romanzi, durante un dialogo tra il protagonista avvocato e la sua fidanzata afferma: "Qual è la qualità più importante per una persona? Il senso dell'umorismo. Se hai senso dell'umorismo – non l'ironia o il sarcasmo, che sono un'altra cosa – non ti prendi sul serio. E allora non puoi essere cattivo, non puoi essere stupido, non puoi essere volgare."

Noi del VIS, insieme ai nostri partner nel Sud del Mondo facciamo un lavoro molto serio, spesso pesante, a volte molto complicato, ogni tanto frustrante. Non possiamo prenderci troppo sul serio, rischiamo di perdere la capacità di comunicare e dialogare con chi non è adde-
detto ai lavori.

E poiché il nostro obiettivo è proprio creare ponti tra uomini e donne del nord e uomini e donne del sud, un bella dose di sano senso dell'umorismo male proprio non ci farebbe. ■