



Riunioni a distanza

Fino a che punto è possibile?

C Grazie allo sviluppo raggiunto dalle tecnologie di comunicazione, nel mondo del lavoro la co-presenza fisica in una riunione è spesso sostituita da altre forme di contatto "mediate". Questo apre opportunità in passato inesistenti e rende possibili cambiamenti in diverse relazioni di tipo professionale.

Conference call: un atto quotidiano

In molti ambienti le riunioni in teleconferenza sono abituali e ormai vissute in modo quasi analogo alle riunioni face-to-face: sono organizzate in modo preciso (ad esempio con degli alert al computer) e si svolgono con puntualità ed efficacia; spesso ogni partecipante si reca in una

stanza dedicata, isolata dagli altri uffici e dotata delle tecnologie necessarie.

La riduzione degli spostamenti fisici delle persone diminuisce i costi aziendali, anche a fronte di contatti frequenti: probabilmente la crisi economica contribuisce a sua volta a favorire il ricorso a queste modalità di interazione.

La videoconferenza, laddove possibile, consente un maggior coinvolgimento e una migliore possibilità di essere compresi. L'utilizzo di videochiamate o streaming permette poi di seguire da spettatore eventi e riunioni in qualsiasi posto, in tempo reale.

Nel settore del marketing e delle ricerche di mercato, negli ultimi 10 anni si è assistito ad un incremento esponenziale dell'uso di queste metodiche: briefing te-



lefonici, presentazioni in videoconferenza, possibilità di seguire focus groups in streaming; anche i colloqui qualitativi face-to-face, individuali o di gruppo, sono stati affiancati sempre più da interviste telefoniche e forum online.

Le resistenze alle interazioni a distanza

Non vanno però sottovalutate le differenze tra un incontro face-to-face e uno a distanza. A volte i comportamenti delle persone rivelano una sensibilità, più o meno consapevole, a queste differenze: alcune comunicazioni (es. un licenziamento) quasi mai verrebbero esplesate a distanza. Altre volte, si rischia invece di sottovalutare queste differenze. Il mezzo attraverso cui si comunica, audio o video che sia, ha ripercussioni sul contenuto di ciò che viene comunicato. Come diceva McLuhan, “il mezzo è il messaggio”: il cambiamento del sistema comunicativo modifica la fruizione del contenuto e finanche il contenuto stesso. In una comunicazione telefonica ad esempio il linguaggio non verbale è penalizzato e in certe situazioni ciò fa mancare una fonte di informazione rilevante. Possiamo portare esempi, da diversi am-

biti, sintomatici di questa ambivalenza verso la comunicazione a distanza. Se pensiamo alla psicoterapia, anche chi ricerca uno specialista attraverso internet difficilmente accetterebbe di partecipare a sedute a distanza (es. via Skype); e tra gli stessi psicoterapeuti troverebbe non poche resistenze e parecchi distinguo (es. terapeuti che lo prevedono solo con pazienti già incontrati offline).

Possiamo riscontrare analoghe ambivalenze anche in un ambito completamente diverso, come quello bancario. Molti usano banche online o l'home banking di banche tradizionali, ma pochi si accontenterebbero di contatti a distanza per una consulenza. I più digitalizzati accettano di utilizzare la chat – che diverse banche online offrono – per richieste di piccole informazioni o di supporto informatico, ma pochi chiederebbero consiglio su un investimento o un mutuo solo via telefono o videoconferenza. Non a caso anche alcune banche online prevedono la possibilità di incontrare fisicamente un consulente.

Anche un'intervista, di ricerca di mercato o giornalistica, non fornisce la stessa ricchezza di informazioni e spunti se effettuata al telefono invece che di persona. Un colloquio telefonico, nella sua apparente semplicità, richiede inoltre una certa tecnica per essere gestito in modo appropriato: ad esempio, la gestione delle pause e dei turni di parola è più difficile rispetto ad un'interazione faccia a faccia. Anche la formazione a distanza, sempre più diffusa, deve tener conto di possibili ostacoli, che possiamo riassumere nel rischio di minor coinvolgimento emotivo, che spesso si ripercuote sugli effetti della formazione stessa. Non a caso, il mondo dell'incentive continua giustamente a prediligere incontri fisici tra le persone, per far vivere appieno esperienze anche emotive che abbiano impatto su atteggiamenti e comportamenti.

In conclusione, l'evoluzione tecnologica ci consente oggi modalità di comunicazione a distanza di sempre maggiore qualità, moltiplicando le nostre possibilità di interazione e ottimizzando tempi e costi, ma non dovremmo dimenticare che l'esperienza relazionale che ne deriva non è del tutto sovrapponibile a quella faccia a faccia. Almeno finché i nativi digitali non saranno la maggioranza. ■

