

Cosa dici, come lo dici: il potere della voce

Giulia Castelletti

Gli esseri umani passano più della metà delle loro ore di veglia interagendo tra loro. E una buona parte di questi incontri sociali coinvolgono la **voce**. Il linguaggio entra in gioco in tutte le nostre attività, nella vita sociale, in famiglia e nella comunità.

La nostra **voce** parla di noi, è un importante elemento di identità, ma ben oltre a questo, la **voce** dice quello che vogliamo dire, e anche di più.

Ma di che cosa parliamo esattamente quando diciamo "voce"?

Dal punto di vista fisico, la voce è un'onda complessa, tra le cui caratteristiche individuiamo la tonalità (le variazioni di frequenza fondamentale che vengono percepite come voce grave o acuta), l'intensità (le variazioni di ampiezza dell'onda, percepite come abbassamento o innalzamento del volume), il timbro e la durata.

Queste caratteristiche variano da individuo a individuo, ma anche a seconda delle circostanze come quando si esprimono emozioni.

Numerose ricerche volte ad esaminare le caratteristiche e l'influenza emotiva della voce, hanno confermato il suo ruolo determinante in diversi ambiti della comunicazione interpersonale.

Casey Klofstad, professore e ricercatore presso l'Università di Miami, ha condotto uno studio in cui si richiedeva ai volontari di dire la seguente frase: "*vi invito a votare per me a novembre*". Dopo averla registrata, veniva manipolato il parametro della frequenza fondamentale, con l'obiettivo di rendere le voci registrate più acute o più gravi.

E' stato poi richiesto ad altri volontari, di ascoltare le registrazioni modificate e di esprimere la loro intenzione di voto. Si è infine appurato che, quando la voce era resa più grave, lo pseudo-candidato era giudicato più competitivo e forte, ottenendo maggiori intenzioni di voto indistintamente dal genere.

Lo stesso Klofstad ha inoltre mostrato l'influenza della voce sulla capacità di persuasione: la voce grave aumenterebbe la possibilità di vittoria delle elezioni con alcune differenze legate al genere degli avversari. Difatti è

stato riscontrato che, con un'avversaria donna, i politici con la voce più acuta erano i favoriti.

In questa situazione, secondo lo studioso, la voce più grave era percepita come più aggressiva e fuori luogo contro un'avversaria donna.

Lavorare sulla voce è senza dubbio utile

La stessa **Margaret Thatcher** ne ha colto veramente l'utilità iniziando a lavorare con un coach vocale per riuscire a controllare e modulare la propria **voce!**

Il team di **Craig Roberts**, docente di psicologia dell'Università di Stirling ha dimostrato inoltre che l'altezza della voce rivela la nostra percezione della gerarchia sociale.

Quest'**esperimento** ha coinvolto 24 studenti maschi e altrettante femmine con età media di 20,5 anni per testare una nuova tipologia di colloquio telematico. Gli ipotetici candidati dovevano interagire con tre diverse intelligenze artificiali dotate di volto e voce differenti, e rispondere a delle domande introduttive, personali e interpersonali.

Secondo i parametri stabiliti da uno studio precedente, queste personalità digitali sono state programmate per risultare dominanti, autorevoli o neutrali.

I risultati mostrano che di fronte alle prime due, percepite come persone importanti, la voce dei candidati si faceva inconsapevolmente più acuta del normale, mentre rimaneva l'altezza consueta con il terzo interlocutore che veniva avvertito di pari grado.

Secondo gli autori un tono di voce acuto è percepito come più remissivo, specie tra i maschi.

Ritornando sulla capacità persuasiva della voce...

Norman Miller, della University of Southern California di Los Angeles, ha mostrato come capacità di persuasione aumenta con la velocità del parlato.

Nel suo studio i partecipanti dovevano ascoltare un breve discorso di circa 400 parole sui rischi della caffeina, ad una velocità normale delle conversazioni quotidiane, con una media di 195 parole al minuto oppure ad una velocità ritenuta piuttosto lenta, costituita da 102 parole al minuto.

I risultati dello studio condotto mostrano che, su un punteggio da 1 a 10 per esprimere il proprio accordo, i partecipanti davano un voto medio di 6,13 contro 5,44 quando il flusso del parlato era più lento confermando l'ipotesi che **il messaggio viene ritenuto più convincente quando il parlato è più veloce.**

Quindi l'aumento della velocità del parlato, nei limiti comuni, ha permesso l'aumento di credibilità del 13 per cento.

I ricercatori sostengono che questo potrebbe spiegarsi con l'aumento di concentrazione richiesto per comprendere il messaggio: maggiore è lo sforzo cognitivo per l'analisi dell'informazione, più ne siamo persuasi.

Possiamo dunque concludere che un flusso di parlato veloce aumenta la sua capacità di persuasione durante un discorso. Inoltre, è da notare che nell'esperimento nessuno si esprimeva al massimo della velocità possibile, atteggiamento che rischiava di avere un effetto controproducente. Oltre a comunicare messaggi, la nostra voce parla di quello che siamo, sebbene non sempre ci rendiamo conto delle sensazioni che trasmette la nostra voce.

E se la voce non va?

Se la nostra voce è sbagliata per noi o è di ostacolo per il lavoro che abbiamo scelto? Sono sempre più numerosi i corsi proposti a chi usa la voce per lavoro e vuole comunicare in modo efficace.

I risultati di questi studi sottolineano l'importanza del tono di voce scaturito da un processo evolutivo che ha determinato delle preferenze sottili capaci di influenzare le nostre scelte senza determinarle del tutto: la voce

dunque sembra influire sulle capacità di persuasione.

Attenzione però!

Ridurre lo "studio della voce" a qualche semplice espediente persuasivo ha poco senso; lo sforzo di controllare la nostra voce può far trasparire una scarsa sincerità e una voce eccessivamente controllata può essere il segnale che non si sta dicendo la verità.

Accrescere le nostre conoscenze sulla propria voce e capirne le caratteristiche, permetterà di utilizzarla in modo efficace per le diverse esigenze, per costruire conversazioni significative utili.

Ricordiamo però che la voce è il prodotto di un processo veicolato dall'emozione sottostante e sebbene il cervello sia ben addestrato, l'attivazione emotiva è più potente del sistema cognitivo e per questo non è sempre possibile controllarla. Tuttavia, per quanto essa sia dipendente da fattori fisiologici, subisce non di rado il condizionamento anche di regole socio-culturali.

Ciò nonostante l'enorme variabilità strutturale e funzionale cui è soggetta l'intonazione di una lingua, lo studio della valenza emotiva e comunicativa della voce, ci svelerà sempre più l'essenza stessa di ciò che vuol dire essere umani perché la nostra voce parla di noi, anche quando noi non possiamo o non vogliamo farlo.

Bibliografia

1. **Klofstad, C. A., Anderson, R. C., & Peters, S.** (2012). Sounds like a winner: voice pitch influences perception of leadership capacity in both men and women. *Proceedings of the Royal Society of London B: Biological Sciences*, rspb20120311.
2. **Miller, N., Maruyama, G., Beaber, R. J., & Valone, K.** (1976). Speed of speech and persuasion. *Journal of personality and social psychology*, 34(4), 615.
3. **Leongómez JD, Mileva VR, Little AC, Roberts SC.** 2017. Perceived differences in social status between speaker and listener affect the speaker's vocal characteristics. *PLoS ONE* 12: e0179407.