

## Il public speaking

Di Paolo Macchioni<sup>1</sup>



### Premessa

In quasi tutti i cataloghi formativi sono inseriti corsi dedicati al parlare in pubblico, competenza sempre più richiesta a molti ruoli aziendali ma anche a chi opera in altri contesti (scuola, università, spettacolo, informazione, politica, ecc...).

Il *public speaking* si configura perciò come uno dei principali pilastri della formazione manageriale ed è anche un requisito fondamentale dei formatori, soprattutto se svolgono attività di docenza, sia in aula che in videoconferenza.

In questo articolo (utile soprattutto a chi ha poca esperienza specifica) vengono sintetizzati i principali contenuti dei corsi che sviluppano la capacità di parlare in pubblico e le modalità prevalenti di gestione dei relativi programmi formativi.

### La preparazione di un intervento di *public speaking*

Il parlare in pubblico rientra fra le comunicazioni prevalentemente "ad una via" (nella parte espositiva della presentazione) e rende necessaria un'adeguata preparazione, per poter ottenere la "reazione desiderata" da parte degli ascoltatori (cioè il *fine*, per raggiungere il quale si usa il *mezzo* della comunicazione).

In questa fase è necessaria un'attenta analisi della situazione, per quanto riguarda i seguenti quattro aspetti:

- *il tema da sviluppare* (curando bene la propria preparazione sull'argomento);
- *i partecipanti* (considerando le loro diverse caratteristiche e aspettative, per trovare la "lunghezza d'onda" giusta e per motivarli all'ascolto);

---

<sup>1</sup> Paolo Macchioni, esperto di sviluppo individuale ed organizzativo, ha intrapreso la libera professione nel 1991, dopo un'esperienza di quindici anni in Alitalia. E' autore di *Check-up manageriale* (F. Angeli, 2012) e coautore di *Formazioni one to one* (F. Angeli, 2012). E' iscritto al Registro dei Formatori Professionisti AIF e fa parte della Redazione di AIF Learning News. e-mail: [paolo.macchioni@alice.it](mailto:paolo.macchioni@alice.it)

- *il contesto organizzativo e logistico* (tempo a disposizione, numerosità degli ascoltatori, adeguatezza della sala e/o dei supporti tecnici per la videoconferenza, modalità di gestione dell'intervento, ...);
- *il proprio ruolo* (rappresentatività, discrezionalità, eventuali vincoli, ...).

Rientrano sempre nella fase di preparazione alcune attività da svolgere prima della presentazione, come la predisposizione di una "scaletta", la realizzazione dei *supporti* e l'organizzazione *logistica*.

Nella "scaletta", è opportuno riportare in sintesi gli argomenti da sviluppare, suddividendoli in tre parti (introduzione, svolgimento e conclusione) e annotando per ciascuna poche frasi-chiave. Accanto ai passaggi più significativi possono essere sinteticamente indicati anche i dati, le cifre e gli esempi utilizzabili.

I *supporti* che possono facilitare una presentazione efficace (*slides*, video, ecc...) vanno contestualizzati e predisposti in modo da facilitare una loro corretta e tempestiva utilizzazione.

La *logistica*, infine, ha un'importanza fondamentale per una comunicazione efficace "in presenza". Al pubblico occorre assicurare una posizione confortevole, facendo in modo che tutti possano vedere il relatore e lo schermo. Tutte le attrezzature vanno provate prima dell'intervento: non solo quelle elettriche o elettroniche ma anche quelle tradizionali come i pennarelli della lavagna a fogli. Un buon accorgimento per controllare il tempo è quello di tenere un orologio bene in vista per il relatore.

### **I supporti per l'intervento**

Nella scelta dei supporti da utilizzare per rendere più efficace la presentazione, è opportuno considerare che gli esseri umani tendono a ricordare nel tempo molto più ciò che hanno visto (*slides*, video, ecc...) rispetto a ciò che hanno ascoltato o letto.

Le *slides* sono perciò uno dei supporti visivi più utilizzati nel *public speaking* ma, soprattutto in aula, devono essere leggibili anche a distanza e occorre perciò utilizzare caratteri grandi per esprimere pochi concetti con poche parole, facilitando così sia la comprensione che la memorizzazione.

E' opportuno che il linguaggio sia sintetico (ma non ermetico) e gli eventuali approfondimenti siano rinviati ad altra documentazione.

L'uso di colori e caratteri diversi, in una *slide*, rende più facile l'evidenziazione di alcuni concetti. Ovviamente però, vanno evitati eccessi e abusi che finiscono per creare confusione. Troppe diversità nei caratteri non fanno più distinguere ciò che è veramente importante così come troppi colori rendono forse più "bella" la *slide* ma confondono le idee.

L'uso dei colori deve essere "pensato" e non casuale. Ad esempio, il rosso identifica convenzionalmente una situazione di pericolo mentre il verde dà il "via libera".

Anche i grafici aiutano a comprendere *trends*, dimensionamenti e, in generale, tutti quei dati numerici che possono essere mal interpretati se non accompagnati da una

visualizzazione. Ma anche in questo caso occorre evitare gli eccessi, come molte curve sullo stesso grafico, molte "canne d'organo" oppure colori non distinguibili. "Il troppo stropia" – recita un proverbio – e a volte molti grafici fanno rimpiangere i numeri che li hanno generati.

Occorre comunque evitare la monotonia dell'uso esclusivo di una sola tipologia di supporti, come avviene spesso con le *slides*. E' consigliabile perciò un'alternanza, ad esempio, con la lavagna a fogli (se in aula) o elettronica (se a distanza), strumenti particolarmente utili per fissare alcuni concetti. Anche la visione di un video di pochi minuti (come lo spezzone di un film) o la lettura di un documento (con citazioni o dati) possono essere funzionali ma devono essere molto brevi.

### **La realizzazione dell'intervento**

Parlare in pubblico generalmente crea ansia ed è molto facile avvertire in chi parla una serie di comportamenti che la denotano (tic, gesti ripetuti, esposizione molto veloce, intercalari, ecc.). E' una condizione fisiologica che può essere controllata, ad esempio, respirando profondamente, usando un tono di voce sostenuto, avvicinandosi fisicamente all'uditorio (quando si è in aula), rallentando la velocità di esposizione, rivolgendosi ad ascoltatori "amici" (ma senza escludere gli altri).

Nella gestione dell'intervento, occorre fare attenzione a rendere coerente il contenuto della presentazione con la comunicazione non verbale (espressioni facciali, sguardo, gesti, ecc...). e va utilizzata la comunicazione paraverbale (silenzi, pause, tono di voce, ecc...) come "punteggiatura" del messaggio ovvero strumento che consente di evidenziare alcune parti del discorso.

In aula non va trascurata l'importanza di mantenere il "contatto fisico" con l'uditorio, evitando perciò di leggere le *slides* oppure guardare in basso o nel vuoto.

Osservando invece tutti gli ascoltatori (e non solo alcuni), si ha anche la possibilità di ricevere un *feedback* (verbale o non verbale) da parte del pubblico, che potrà comunque essere coinvolto direttamente, al termine dell'intervento.

### **La gestione dell'uditorio**

Un altro elemento fondamentale del parlare in pubblico è la capacità di gestire l'uditorio durante l'intervento.

Le domande (anche quelle "scomode") rappresentano sempre un'opportunità (per precisare meglio alcuni aspetti) e quanto meno testimoniano un certo interesse da parte dell'uditorio. Le interruzioni rischiano però di spezzare il filo logico dell'esposizione ed è opportuno perciò gestire le domande come segue:

- se anticipano alcune parti dell'esposizione, annotarle per trattarle successivamente, oppure fornire brevissime risposte;
- se sono concatenate, raccoglierle tutte insieme e legarle, per poi rispondere partendo da quelle più "utili";
- se non sono centrate, rifiutare esplicitando i motivi;

- se non si sa rispondere, rinviare per documentarsi o coinvolgere eventualmente altri partecipanti.

Quando si risponde, se si sta usando il proiettore, occorre ricordarsi di spegnerlo, per evitare distrazioni. Bisogna inoltre evitare il dialogo con chi ha posto la domanda e rivolgere perciò lo sguardo a tutto l'uditorio (anche perché la domanda di uno interpreta spesso l'esigenza di molti).

E vanno soprattutto evitati contraddittori ripetuti, perché possono generare dannose spirali comunicative, che finiscono a volte per impedire la conclusione dell'intervento.

Anche le obiezioni sono un'opportunità, perché il silenzio può essere molto più pericoloso (soprattutto se nasconde dissensi "a scoppio ritardato") e valgono anche in questo caso le stesse regole esposte per la gestione delle domande.

Le obiezioni sono fondamentalmente di due tipi: istintive (vaghe, imprecise, generiche) oppure razionali (concrete, precise, specifiche) e possono essere gestite con le seguenti quattro tecniche:

- *anticipo*: che vuol dire prevenire l'obiezione (con frasi come: "la domanda che sorge spontanea è ...", "se mi si chiede di ...", "forse state pensando che ...");
- *appoggio*: che comporta l'utilizzo di frasi dell'interlocutore come rinforzo delle proprie argomentazioni (con frasi come "è proprio per questo che ...", "questa è la prova che ...", "questo è il motivo per cui ...");
- *riproposizione*: che significa cercare di volgere a proprio favore la critica (con frasi come "in altre parole Lei vuol dire che ...", "ciò significa che ...", "... ma ciò che contraddistingue ...");
- *specificazione*: che consiste nel far precisare l'osservazione per cercare di indebolirla (con frasi come "mi può fare un esempio?", "mi specifichi meglio", "in relazione a cosa, in che senso?").

### **I contributi formativi**

Nelle aule di formazione, anche quelle virtuali, lo sviluppo del *public speaking* avviene prevalentemente attraverso simulazioni che consentono di applicare i contributi teorici relativi alla preparazione e soprattutto alla gestione dell'intervento.

Particolarmente indicato è l'uso della videoregistrazione, che consente ad ogni partecipante di rivedere la propria *performance*, fermando l'attenzione (con il contributo della docenza) sui comportamenti che possono essere migliorati e soprattutto sull'efficacia della comunicazione non verbale e paraverbale.

E' opportuno comunque predisporre una scheda di osservazione, che faciliti l'espressione del *feedback* da parte dei colleghi presenti in aula o in videoconferenza.

Per quanto riguarda la gestione di domande e obiezioni, è preferibile farne preparare alcune generiche ai partecipanti, da rivolgere di volta in volta a coloro che si alternano nel ruolo di relatore, simulando così una situazione realistica di interazione con il pubblico.

Molto utilizzati sono anche gli spezzoni di film o video che contengono esempi di celebri discorsi (di personaggi storici, politici, ecc...) come modello di riferimento, non tanto per i contenuti quanto per le modalità di esposizione.