

I Centri di Servizio per il Volontariato della Regione Lombardia

I Centri di servizio
per il volontariato nascono con
l'obiettivo di supportare,
sostenere e qualificare
le organizzazioni
di volontariato e più in
generale di essere agenti
di sviluppo del volontariato
e della cultura della solidarietà.

CONSIGLI PER PARLARE IN PUBBLICO

Introduzione

Saper comunicare diventa sempre più importante soprattutto in questa che comunemente viene definita come Era della Comunicazione.

Sulla base di questa premessa il Coordinamento regionale dei Centri di Servizio per la Lombardia ha realizzato due "Quaderni" proprio con l'intento di migliorare la capacità comunicativa di quanti operano nel mondo del volontariato.

Il primo di tali volumi - "Le parole della comunicazione" - ha visto una recente nuova edizione che ne ha accresciuto i contenuti.

Per un ulteriore aggiornamento avremmo potuto chiedere all'autore di inserire nel libretto uno o più capitoli che spiegassero come si parla in pubblico, invece abbiamo preferito chiedergli di scrivere un nuovo testo tutto dedicato a tale argomento.

La nostra scelta è stata dettata da due ragioni precise: la prima dal fatto che "Le parole della comunicazione" è un testo che prende in esame soprattutto la comunicazione scritta, offrendo al lettore gli strumenti adeguati per realizzarla; la seconda perché ci pare di poter dire che i due "Quaderni" sono rivolti a due tipi di lettori diversi. Infatti "Le parole della comunicazione" è pensato per venire incontro alle esigenze di quanti, all'interno delle organizzazioni di volontariato, si occupano in particolare delle Relazioni Pubbliche e dei rapporti con i mass media; mentre "Consigli per parlare in pubblico" che qui presentiamo si rivolge soprattutto a coloro (presidenti e dirigenti associativi in primis) che hanno l'esigenza di parlare direttamente in pubblico, ad uditori talvolta eterogenei e con interlocutori diversificati. Dalla comunicazione scritta a quella orale quindi; dalla comunicazione rivolta verso un pubblico specifico, i professionisti della comunicazione, a quella verso interlocutori più eterogenei (singoli cittadini, associati, autorità). E non che l'una sia più difficile da realizzare dell'altra! Entrambe

necessitano di tecniche adeguate, entrambe hanno bisogno di molta pratica.

Il consiglio che aggiungiamo a quelli suggeriti da Danilo Ruocco è che quanto qui proposto come una tecnica comunicativa da applicare per raggiungere in modo positivo il proprio uditorio, sia sperimentato da ognuno più e più volte fino a che la tecnica diventi una sorta di "seconda pelle", ovvero non sia più percepita da chi la pratica solo come uno strumento da applicare, ma come un suo personale modo di interagire con gli altri.

L'augurio è quindi che anche questa pubblicazione trovi favorevoli riscontri tra i lettori, che speriamo numerosi, come già avuto in passato con le altre pubblicazioni del nostro Coordinamento. A tale scopo vi chiediamo infine di farci pervenire ogni utile suggerimento per un costante miglioramento del nostro lavoro.

*Il presidente
Vincenzo Satumi*

CONSIGLI PER PARLARE IN PUBBLICO

I. Evitare di leggere un testo

Per troppe persone l'esperienza del parlare in pubblico si risolve nella lettura di un testo (a volte scritto da altri) davanti a un uditorio.

Fermo restando che tale prassi può essere un modo per trarsi d'impaccio di fronte a un fatto spesso sofferto come è quello del parlare in pubblico, va detto subito che essa non è equiparabile a quanto qui (come in qualsiasi manuale di comunicazione) si intende per "parlare in pubblico".

Parlare in pubblico significa comunicare. Lo scopo di ogni comunicazione è quello di ottenere una **risposta**, ossia una **reazione**. Tale reazione deve essere in qualche modo *prevista* e *sollecitata*, in modo che essa vada a realizzare l'**obiettivo** che l'oratore vuole raggiungere parlando in pubblico.

Se lo scopo che il relatore vuole ottenere è quello di annoiare il suo pubblico o farlo assopire, allora, molto probabilmente, un ottimo espediente è quello di leggere un lungo testo, farcito di parole tecniche, non variando mai il tono della voce. Se, invece, il relatore si pone come obiettivo quello di coinvolgere, commuovere, persuadere ecc., al fine di spingere all'azione il suo pubblico, allora dovrà impegnarsi a comunicare con i suoi interlocutori. Ciò significa che per poter parlare in pubblico in modo corretto bisogna sapere **ascoltare**. Infatti, solo ascoltando le reazioni degli altri, si può comunicare con loro, ovvero si può rispondere alle loro richieste, alle loro domande.

Leggendo un testo scritto in precedenza difficilmente si potrà ascoltare gli interlocutori: anzi, di solito, si resta isolati dal mondo esterno e con lo sguardo fisso al foglio scritto.

Il fatto che non si debba leggere ma comunicare, non significa certo che bisogna arrivare impreparati all'evento. Al contrario, il discorso¹ che si terrà in pubblico va preparato accuratamente.

I consigli che seguono hanno come obiettivo quello di aiutare i conferenzieri a prepararsi adeguatamente.

¹ «Discorso è *linguaggio in azione comunicativa*, rivolto a un soggetto determinato, singolo o gruppo (locutario), che l'autore del testo, o colui che lo utilizza (locutore) vuole coinvolgere (informandolo, commuovendolo, provocandolo ecc...), in quanto utente del suo atto di linguaggio» (Piero Trupia, s.v. *Discorso*, in Franco Lever, Pier Cesare Rivoltella e Adriano Zanacchi a cura di, *La comunicazione. Il Dizionario di scienze e tecniche*, Roma-Torino, Eledici, RAI-Eri, LAS, 2002. Corsivo nel testo).

2. Conoscere il contesto

Il contesto:

- pubblico;
- occasione;
- luogo.

Il conferenziere non pronuncia mai il suo intervento al di fuori di un contesto che lo accoglie. Tale contesto è costituito dal **pubblico** cui ci si rivolge, dall'**occasione** in cui si parla e dal **luogo** nel quale pubblico e relatore si incontrano. Per preparare un buon discorso è opportuno tenere presente il contesto nel quale si andrà ad agire.

2.1. Il pubblico a cui si parla

Parlare in pubblico vuol dire innanzitutto **parlare per un pubblico**. È necessario, per poter adeguatamente preparare il proprio discorso, **conoscere il pubblico cui ci si rivolge**, sapere quali sono **le attese** che esso ha nei confronti del relatore e del suo intervento e, soprattutto, capire quali sono **i bisogni** che esso si aspetta vengano soddisfatti dall'intervento del relatore. Essendo a conoscenza delle aspettative dell'uditorio, il conferenziere potrà calibrare la sua relazione in modo da mostrare al pubblico **i benefici** che esso può ottenere da quanto lui andrà a proporre e spingerlo all'**azione** per realizzare quegli stessi benefici. Bisogna fare in modo, infine, che i benefici prospettati al pubblico collimino il più possibile con **l'obiettivo** che l'oratore si era prefisso di raggiungere con il suo intervento.

Ovviamente, non si pretende che il relatore conosca personalmente ogni partecipante alla conferenza, bensì che egli conosca il gruppo al quale si rivolgerà. Un conto, ad esempio, è preparare una conferenza sull'handicap per un gruppo di medici, altro è prepararla per dei donatori, altro ancora per dei politici, per degli architetti o per dei comuni cittadini. Il linguaggio da adoperare sarà diverso a seconda dei casi, così come gli esempi da utilizzare e **il messaggio e/o la proposta** stessi che si vorrà trasmettere al pubblico. Nello specifico dell'esempio, parlando a degli architetti probabilmente si tenderà a sensibilizzarli al tema delle barriere architettoniche e si ragionerà con loro su come abbatterle; mentre parlando a dei donatori si potrà insistere sul valore della loro azione e su come i soldi donati verranno impiegati. Inutile, poi, rivolgersi a dei medici descrivendo una specifica patologia: per loro dovrebbe essere un argomento noto. Meglio, allora, concentrarsi, ad esempio, su come migliorare i rapporti e la comunicazione tra medici e pazienti. Per un comune cittadino che non sia affetto da handicap o non abbia familiari portatori di handicap, infine, le patologie esistenti non sono argomento noto. A tale tipo di pubblico è preferibile *raccontare* come si vive

dovendo fare i conti con una determinata patologia, piuttosto che descriverla con termini scientifici rischiando di tediare con quella che potrebbe risultare una lezione scolastica. Raccontare la vita di un disabile per chiedere loro di migliorare la qualità della vita di tutti i cittadini e non solo di quelli portatori di handicap.

Raggiungere l'obiettivo:

- analisi dei bisogni dell'auditorio;
- proposte con benefici;
- spronare all'azione.

Va tenuto presente, ad ogni modo, che adeguare il proprio discorso al pubblico non significa banalizzarlo. Significa, invece, avere maggiori possibilità di **raggiungere l'obiettivo** che ci si era prefissi accettando di parlare a quel pubblico. E, per raggiungere l'obiettivo, si dovrà convincere il pubblico a compiere delle azioni. Tali azioni, presumibilmente, saranno realizzate dal pubblico solo se in esse vi vedrà dei benefici che soddisfino alcuni dei suoi bisogni.

Per conoscere il pubblico al quale si dovrà parlare basterà fare alcune semplici domande agli organizzatori della conferenza. Ad esempio, si potrà chiedere:

- se si parlerà a un gruppo omogeneo oppure no;
- se esso prende parte alla conferenza in modo spontaneo oppure perché costretto;
- se esso in genere è partecipativo oppure passivo;
- quale sia il livello di preparazione medio del gruppo sull'argomento del quale si dovrà parlare;
- su quale aspetto della materia si dovrà puntare in particolare;
- quale sarà l'utilizzo presunto che il pubblico farà di quanto gli si dirà.

Partendo dalle risposte ricevute, nel costruire il proprio discorso si concentrerà l'attenzione su uno degli aspetti del tema da trattare, piuttosto che tentare l'impossibile, ovvero trattare ogni dettaglio relativo all'argomento oggetto di discussione. Ad ogni buon conto, non si farà mai l'errore di sottovalutare il proprio pubblico, ma ci si dovrà sempre preparare al meglio.

È raro che non si possa avere una risposta ad almeno una delle domande sopra riportate. Se ciò dovesse accadere, va tenuto presente che – se non costretti da altri – coloro che saranno presenti alla conferenza o sono interessati all'argomento della medesima o sono interessati al conferenziere... Ad ogni modo, se il luogo dell'incontro lo consente, sarà possibile per il conferenziere esperto iniziare il proprio intervento con

alcune domande rivolte agli astanti che gli facciano comprendere quale sia il livello di conoscenza della materia da essi posseduto.

2.2. L'occasione in cui si parla

Condiziona la preparazione del discorso anche l'occasione in cui esso verrà pronunciato: ne determina **il tono** complessivo. Infatti, lo stesso argomento può essere trattato in modo serio, formale, informale e via discorrendo. Ad esempio, in un'occasione serena, come può essere la cerimonia inaugurale di una struttura residenziale per minori vittime di abusi, il tono, pur parlando di un problema grave come la violenza sui minori, presumibilmente sarà disteso, se non palesemente soddisfatto per i risultati raggiunti (ovvero, appunto, l'apertura della nuova casa-accoglienza). Altro tono, invece, si avrà se si deve parlare dell'abuso sui minori all'indomani di un fatto di cronaca: il tono sarà perlomeno indignato. L'argomento, come si vede, è il medesimo (i minori vittime di abusi), ma i toni sono diversi, in quanto le occasioni nelle quali se ne parla sono differenti: nel primo caso l'occasione è palesemente positiva, nel secondo, al contrario, è decisamente negativa.

L'occasione spesso determina anche **la durata** del discorso. Un conto, infatti, è partecipare a una tavola rotonda, altro è essere l'unico oratore della manifestazione: nel primo caso si avrà a disposizione un tempo che solitamente varia dai dieci ai quindici minuti; mentre nel secondo si dovrà preparare un discorso che duri almeno 45 minuti. Se invece si partecipa a una trasmissione televisiva, i tempi saranno ridotti a due o tre minuti per risposta.

È fondamentale saper attenersi ai tempi assegnati: è non solo un segno di rispetto per chi ascolta e per chi dovrà parlare in seguito, ma è anche e soprattutto un segno inconfondibile di professionalità.

Va, quindi, sempre tenuto conto dell'occasione nella quale il messaggio sarà espresso, sia per adeguare il tono all'evento, sia per "stare nei tempi". Nulla vieta, ad ogni buon conto, che coloro che sono spesso chiamati a parlare in pubblico di un determinato argomento – come possono essere i presidenti di organizzazioni di volontariato – abbiano già pronti alcuni "concetti chiave" che possano essere agevolmente adeguati alle occasioni più ricorrenti in cui si è chiamati a parlare. La qual cosa non vuol affatto dire che si debba sempre ripetere il medesimo discorso, bensì che, a volte, due o tre frasi chiare e ben costruite hanno il potere di "trascinare" le altre, o meglio, di poter generare il resto del discorso.

2.3. Il luogo in cui si parla

Importante è anche conoscere il **luogo** in cui si dovrà fare il proprio intervento. Spesso si tende a sottovalutare il luogo, ignorando che esso, invece, determina le possibilità di espressione molto più di quanto si immagini. Una sala che contiene mille persone è un luogo completamente diverso da una che ne contiene trenta, così come uno studio televisivo lo è da un'aula corsi. Il comportamento del relatore sarà condizionato dal luogo in cui si trova: la sua gestualità, la sua mimica facciale, il suo essere nello spazio, il suo livello di voce saranno completamente differenti se egli deve parlare in una stanza che contiene dieci persone o in un teatro che ne contiene duemila. Ad esempio, in una normale aula corsi sarà sempre possibile per il relatore avvicinarsi al suo pubblico e mostrare un punto particolare di un libro di cui sta parlando. Diversamente, ciò è impossibile in una sala che contiene duecento persone: per mostrare quel punto del volume, il relatore dovrà far uso di una strumentazione adeguata. Il suo comportamento e la sua capacità espositiva, quindi, si dovranno adattare al luogo in cui agisce.

Come appena visto dall'esempio riportato, il luogo determina anche i **supporti** di cui il relatore potrà (o dovrà) fare uso: se egli parla in uno stadio (o in un ampio e rumoroso luogo aperto) è opportuno che usi il microfono se vuole avere la certezza di essere udito. Se interviene in un luogo sprovvisto di proiettori e deve mostrare del materiale, egli deve accertarsi che esso sia riprodotto in anticipo. Se si trova in un luogo molto luminoso che non è possibile oscurare, sarà per lui del tutto inutile fare delle proiezioni, in quanto esse risulteranno poco "leggibili" dal pubblico, specie da coloro che si trovano più lontani dallo schermo.

Ovviamente, spesso al relatore non è concesso di "ispezionare" con largo anticipo il luogo in cui parlerà. Anzi, sovente si accede al luogo per la prima volta solo al momento dell'inizio della conferenza. Quindi, sarà bene rivolgere sempre agli organizzatori della manifestazione alcune domande miranti a descrivere il luogo in cui si parlerà, o meglio, *il set in cui si agirà*.

Si potrà, ad esempio, chiedere:

- se si tratti di un luogo chiuso o aperto;
- quale sia la sua capienza;
- quali siano le attrezzature di cui dispone (impianto di amplificazione, videoproiettore, computer, lavagna luminosa, lavagna a fogli mobili...);

- come si disponga il pubblico rispetto al conferenziere (di fronte, a semicerchio...);
- quale sia il posto assegnato al conferenziere (una pedana, un leggio, seduto a un tavolo...).

Una volta che il relatore ha a disposizione informazioni relative al pubblico per il quale parlerà, all'occasione nella quale dirà in suo discorso e al luogo nel quale incontrerà il pubblico, può accingersi a preparare il discorso.

3. Preparare il discorso

Un discorso differisce da un qualsiasi altro testo, in quanto prevede sia la presenza di chi parla, sia quella di chi ascolta. In altri termini, chi parla e chi ascolta sono impegnati in una relazione che prende il via da quando il pubblico entra in sala e si conclude quando esso ne esce. Sta alla capacità del conferenziere che il pubblico non se ne vada prima che egli abbia concluso il suo discorso.

Per quanto detto finora, per preparare un discorso non si intende scrivere un testo che sarà poi letto integralmente davanti a un uditorio. In realtà, ciò che va preparato è un **“progetto di esposizione”**. La qual cosa non significa che non vada mai redatto un testo, vuol dire, invece, che – ammesso si decida di scrivere qualcosa – ciò che si scriverà va considerata “una traccia”: un materiale come un altro da avere con sé e da leggere in pubblico solo in casi eccezionali come può essere, ad esempio, un blocco emotivo. Parlare in pubblico, infatti, genera tensione e può succedere di avere dei vuoti di memoria o, nei casi più gravi dovuti al panico, dei veri e propri blocchi. In tal caso, avere un testo da leggere (e dietro cui rifugiarsi) sicuramente trae d'impaccio. Per quanto riguarda la tensione, però, va tenuto presente che essa non è sempre e solo un qualcosa di negativo: essa è anche positiva in quanto sprona l'oratore a prepararsi in modo accurato e lo aiuta a tenere desta l'attenzione nei confronti del suo uditorio. Dunque, per fare in modo che la tensione giochi a favore del relatore, bisogna saperla gestire.

A seconda della capacità oratoria del relatore, il testo-discorso che si potrà preparare varia da una semplice scaletta (per i professionisti dell'oratoria), a una traccia (magari divisa in sezioni), fino al discorso redatto per intero. Nulla vieta, ovviamente, all'oratore di preparare tutti gli strumenti che ritiene necessari: ovvero di avere con sé sia la scaletta, sia il testo intero, sia delle diapositive o dei lucidi da proiettare...

3.1. Non affidarsi solo alle parole

Nel preparare l'esposizione, si deve sempre tenere a mente che **le parole colpiscono meno di altri linguaggi**² e che, quindi, non è il

L'efficacia comunicativa:

- 7% linguaggio verbale;
- 38% linguaggio paraverbale;
- 55% linguaggio non verbale.

caso di affidarsi solo ed esclusivamente a esse. Nello specifico va ricordato uno studio di Albert Mehrabian che da molti anni viene citato in queste occasioni. Tale studio afferma che – in una normale comunicazione – **l'efficacia**

comunicativa delle parole è pari soltanto al 7% del totale complessivo, mentre al linguaggio para-verbale (ossia i toni della voce) corrisponde il 38% e, infine, al linguaggio non verbale ben il 55% del totale. Come è facile intuire, tale scoperta è di fondamentale importanza e va tenuta sempre a mente mentre si prepara un discorso. In base alle percentuali ora esposte, parlare in pubblico, dunque, deve significare **agire** in pubblico. Non basta certo usare esclusivamente il linguaggio verbale, ma bisogna utilizzare sempre anche il linguaggio para-verbale e quello non verbale. In altri termini, quando si prepara un discorso, bisogna prevedere **l'uso di più linguaggi contemporaneamente** se si vuole che il messaggio venga afferrato dal pubblico. Spesso, infatti, il destinatario **più che da ciò che si dice è colpito da come lo si dice**. Tale affermazione può sembrare paradossale, ma se si pensa alla vita quotidiana, risulterà evidente la sua verità: infatti, sovente si sente affermare che la reazione avuta ascoltando una data frase non è stata causata da ciò che le parole asserivano, ma da come esse venivano dette. Tutto ciò è vero anche durante una conferenza: chi ascolta reagirà più che al contenuto informativo, a come tale contenuto viene esposto.

Esempio/Esercitazione

Si prenda la frase che segue e la si pronunci con toni differenti e insistendo su alcune parole piuttosto che su altre: il significato cambierà anche in modo notevole. Si usi prima un tono neutro, poi uno ironico, uno euforico, uno sprezzante...

Mi sono proprio divertito.

Si aggiunga, ora, una piccola pausa tra le parole "proprio" e "divertito" e si vari il tono: si otterranno altri significati.

Mi sono proprio... divertito.

² Oltre al linguaggio verbale, per comunicare l'uomo si affida anche a linguaggi che non utilizzano le parole, ma altri segni, come ad esempio i gesti, le posture del corpo, la mimica facciale. Vi sono inoltre degli atteggiamenti, detti para-linguaggio (tonalità della voce, pianto, riso...) che servono ad esprimere le proprie emozioni. Infine ci sono i linguaggi non verbali, come la prossemica (l'uso dello spazio) e l'utilizzo di certi supporti (come le immagini) o "manufatti" (come possono essere i vestiti).

Allo stesso modo nel quale i professionisti della scrittura sanno focalizzare l'attenzione dei lettori su alcune parole e/o frasi piuttosto che su altre, così anche i professionisti dell'oratoria devono saper **focalizzare l'attenzione del pubblico** su alcune parti del discorso anche a scapito di altre meno importanti. In tal modo essi aumenteranno il livello di comprensione di chi li ascolta. Per far ciò si adotteranno tecniche simili a quelle adoperate dagli scrittori. Questi, quando redigono un testo, pongono attenzione alla grafica: l'uso del corsivo, del grassetto o del colore, dei disegni, delle immagini, aiutano il lettore a capire il tono usato dal mittente, le parole o le frasi da leggere con maggiore attenzione, la giusta interpretazione da dare ad un concetto. Allo stesso modo, l'oratore deve sapere usare delle **“sottolineature”** per indirizzare il pubblico verso gli aspetti di maggiore importanza del suo messaggio. Saranno i linguaggi para-verbale e non verbale a rendere le sottolineature al momento dell'esposizione del discorso. Tali sottolineature potranno, ad esempio, essere rese grazie:

- a un cambiamento del tono della voce;
- a una piccola pausa da realizzare prima della parola che si vuole... sottolineare;
- a un gesto della mano;
- a un movimento del corpo nello spazio, come può essere l'avvicinarsi del relatore all'uditorio;
- alla proiezione di un lucido.

Più l'oratore è in grado di focalizzare l'attenzione del pubblico su alcuni “concetti chiave” e più aumenta la comprensione complessiva del suo intervento e la partecipazione al medesimo da parte degli astanti. E, a proposito della partecipazione, si ricordi che essa deve essere sollecitata da colui che parla e non essere pensata come dovuta da chi ascolta.

3.2. Le parole cui affidarsi

Si a parole:

- semplici e d'uso comune;
- in grado di evocare immagini;
- che creino analogie e/o metafore.

No a parole:

- tecniche e/o gergali;
- straniere;
- astratte;
- difficili.

Non è questo il luogo nel quale fare una “campionatura” delle parole da preferire in alcuni discorsi, piuttosto che in altri. Ciò, però, che va tenuto sempre presente è che, quando si parla in pubblico, **vanno evitate** il più possibile le parole **tecniche, gergali, straniere** (specie se non sono di uso comune), **astratte** e **difficili** in genere: questo perché complicano la com-

presione della frase da parte del pubblico e, quindi, ne sviano l'attenzione.

Va usato, invece, il più possibile un **linguaggio di uso quotidiano**, benché appropriato a quanto si sta dicendo. Un linguaggio facilmente comprensibile e fatto di **frasi brevi**.

È buona norma farcire il discorso con **esempi** vicini al vissuto del pubblico, in modo che, grazie a essi, si riesca a far comprendere meglio quanto si sta affermando. Proprio per questo, vanno evitati i ragionamenti astratti che possono risultare di difficile comprensione da parte di coloro che stanno ascoltando in una situazione, tra l'altro, nella quale si faranno scrupolo a dichiarare di non aver capito.



Illustrazione 1-1: Nel darsela a gambe fuggiva più veloce di una lepre

È buona norma, inoltre, fare ricorso a parole in grado di **evocare immagini**, in quanto esse facilitano il processo di assimilazione. In tal caso, il conferenziere potrà fare appello all'immaginazione del pubblico, chiedendogli, appunto, di "immaginare", di "visualizzare" un determinato oggetto o una certa situazione. Bene si farà, inoltre, a usare **analogie** e **metafore**, sempre che esse siano vicino al vissuto di chi ascolta. Ad esempio, ricorrere a un'espressione del tipo: "Fuggendo era più veloce di una lepre", vale più che quantificare con esattezza la velocità raggiunta da quel determinato individuo durante la fuga. Tra l'altro, le immagini, le analogie e le metafore potranno essere usate con successo nella creazione dei lucidi, in quanto rafforzano il discorso che si sta tenendo.

Infine, per tenere sveglia l'attenzione e viva la partecipazione del pubblico, l'oratore può ricorrere a vari espedienti, come quello delle **domande retoriche**: chi ascolta si sentirà chiamato in causa in prima persona e darà la risposta (*mentalmente* se la domanda è davvero retorica; mentre sarà indotto a rispondere *vocalmente* se la domanda non viene percepita come retorica).

In linea generale, proprio perché un discorso prevede sia la presenza di chi parla, sia quella di chi ascolta, è bene rivolgersi al pubblico presente in sala interpellandolo, anche solo retoricamente e, comunque, con l'intenzione di coinvolgerlo il più possibile. Si eviti, però, pur in un contesto informale, il ricorso alle barzellette: il rischio è che esse non facciano ridere (magari perché risapute) o vengano capite solo da un ristretto numero di presenti, creando, in tal modo, il gelo in sala, piuttosto che aver favorito un maggior coinvolgimento del pubblico. Se, però, il relatore è una persona ironica, può usare *l'ironia* nel suo discorso, ma essa non deve mai essere rivolta "contro" un partecipante (che magari ha fatto una domanda inappropriata) e, a ogni buon conto, non deve mai tramutarsi in sarcasmo.

In conclusione, si ricordi che un bravo oratore non è quello che parla forbito e non è in grado di farsi intendere da chi lo ascolta; bensì quello che **parla chiaro, si fa capire e coinvolge il suo pubblico**.

3.3. Cosa raccontare

Prima di accettare di parlare in pubblico bisogna valutare con obiettività se si è la persona giusta per parlare di quel determinato argomento che chi ha organizzato "l'evento" desidera venga sviscerato. Spesso, invece, si è tentati di accettare l'invito solo e semplicemente perché parlare in pubblico può essere un buon modo per far conoscere sia l'associazione di cui si fa parte, sia se stessi... È inutile farsi trascinare dalla mania di protagonismo: meglio valutare se non sia il caso di cedere la parola a qualche altro volontariato dell'associazione che su quell'argomento è maggiormente preparato, piuttosto che prendere la parola direttamente. Infatti, per poter parlare in pubblico con serenità e al meglio delle proprie possibilità, è necessario essere davvero **preparati** sulla disciplina oggetto di discussione pubblica, altrimenti si rischia di essere in balia degli eventi, con conseguente crescita del livello di tensione e stress negativo. Se non si è pienamente padroni della materia, ad esempio, si potrebbero temere le domande da parte del pubblico e questo porterebbe a una chiusura nei confronti dell'uditorio che potrebbe rilevarsi estremamente negativa. In ogni caso, va tenuto conto del fatto che, quando si rappresenta un'organizzazione di volontariato in una determinata occasione, se ne è l'immagine pubblica per l'intera durata della manifestazione: ovvero, se si fa una magra figura parlando a nome della propria associazione a esserne coinvolta, inevitabilmente, è anche l'associazione stessa e non solo chi ha parlato in quella determinata occasione.

Se, invece, si è la persona adatta per trattare pubblicamente di un determinato argomento, allora bisogna preparare il proprio intervento chiedendosi **cosa raccontare** all'uditorio: non è pensabile, infatti, che in una conferenza si possa sviscerare ogni aspetto di una qualsivoglia disciplina. Per scegliere i pochi punti sui quali centrare la propria relazione, si farà innanzitutto riferimento al *contesto* nel quale si agirà: a quale pubblico, in quale occasione e in che luogo si parlerà. Si punterà, poi, l'attenzione all'*obiettivo* che si vuole raggiungere: informare, convincere, commuovere, sensibilizzare, promuovere, coinvolgere... L'unione di contesto e obiettivo dovrebbe facilitare la scelta del contenuto della conferenza, ossia si sceglierà l'argomento che risponderà meglio alle domande:

- "Per quale ragione parlo a quel pubblico?";
- "Cosa voglio ottenere con il mio discorso?".

Una volta trovate le risposte, diventa relativamente più semplice concentrarsi sul contenuto del proprio intervento, anche perché si dovrebbe essere riusciti a superare quello che per molti è lo scoglio più duro: capire quello che *non* serve dire. Ogni argomento, infatti, ha molti livelli di complessità: va capito da quale livello partire o su quale livello restare. Spiegare, ad esempio, l'importanza della donazione del sangue a un gruppo di studenti delle scuole elementari è diverso che spiegarlo a degli studenti universitari. Il tema è identico (ovvero l'importanza della donazione del sangue), ma il pubblico è differente e ciò che è necessario dire a degli studenti delle scuole elementari non lo è per degli studenti universitari. Inoltre, è impensabile che l'obiettivo da raggiungere parlando a dei ragazzini delle elementari sia quello di indurli a donare il proprio sangue, semplicemente perché, in Italia, possono donare il sangue gli adulti compresi tra i 18 e i 65 anni. Quindi, l'obiettivo da raggiungere parlando a quei ragazzini deve necessariamente essere differente dalla raccolta di sangue...

Nel decidere cosa raccontare è utile anche ricorrere ad altre due domande oltre a quelle sopra menzionate: ovvero, ciò di cui sto parlando


- cosa è?
- a cosa serve?

Tali domande, tra l'altro, possono aiutare a capire se, oltre a ciò che è necessario raccontare e che costituisce il **“nucleo”** della conferenza, è anche importante fare una **premessa** esplicativa. O meglio, a seconda del pubblico cui ci si rivolge il “cosa è” e il “a cosa serve” potrebbero essere parte integrante della relazione o solo una sua premessa. Se, ad esempio, si vuole spingere un gruppo di possibili donatori a finanziare la ricerca scientifica a favore delle malattie rare, una volta considerato il livello di conoscenza che il gruppo possiede sull'argomento, si potrebbe decidere se relegare la spiegazione di cosa è una malattia rara alla premessa oppure far diventare il cosa è “il nucleo” della conferenza. Lo stesso ragionamento si può fare per quanto riguarda la situazione della ricerca scientifica in Italia e, quindi, decidere se è il caso di disegnare un quadro della ricerca in Italia solo in premessa oppure fare un'intera relazione sulla ricerca in genere. Ma si potrebbe anche fare una breve premessa sul senso della donazione in generale (ossia, spiegare a cosa serve una donazione in denaro). Se però l'obiettivo della conferenza è quello di convogliare le donazioni su di una ricerca in particolare, allora il “nucleo” della conferenza potrebbe essere il perché di quella ricerca,

ossia *cosa è* e a *cosa serve* quella specifica ricerca...

È importante, dunque, focalizzare “il nucleo” della conferenza per evitare che le “premesse” si trasformino nell’oggetto stesso della conferenza. Perché le premesse restino tali (ovvero *premesse*) è opportuno lasciare ad esse al massimo tre o quattro minuti del tempo a propria disposizione (quando esso non sia di cinque minuti in tutto, ovviamente!).

3.4. La scaletta



Una volta stabilito quale sia “il nucleo” dell’intervento, un buon modo per procedere verso la creazione della **scaletta** definitiva è quello di fare una lista di “**parole chiave**”: ossia stendere un elenco di quelle parole che da sole possono aiutare la memoria a proseguire nel discorso. Parole che rimandano a valori, concetti e fatti che vanno assolutamente detti affinché il discorso risulti chiaro e convincente. È probabile che, all’inizio, non si riesca ad andare oltre la terza parola. Poi, quando si è preso il ritmo, il rischio è quello di non riuscire più a frenarsi e di considerare ogni parola essenziale. Va, ovviamente, trovato un giusto equilibrio, diverso per ogni relatore. Ad ogni modo, un elenco breve è da preferire a uno lungo non fosse altro perché è maggiormente gestibile. Un elenco di “parole chiave”, infatti, non deve essere scambiato per il discorso che si pronuncerà!

Tale elenco, così come è “uscito dalla penna”, non serve, però, a molto: va messo in ordine e organizzato in schemi. Per far ciò, un buon metodo è quello di considerare il discorso da fare come se fosse un viaggio da compiere: da un punto di partenza si deve arrivare a una meta da raggiungere, passando attraverso tappe intermedie. Non tutti i luoghi che si frappongono tra il punto di partenza e quello di arrivo devono essere considerati delle tappe obbligate; ma quelli che davvero lo sono, però, non possono essere saltati. Ovvero, per arrivare al punto “d” del “viaggio”/scaletta, necessariamente ci si deve essere “fermati” ai punti precedenti. Dunque, si deve procedere in modo logico e, inoltre, per gradi: ovvero partendo da ciò che per il pubblico risulta essere più facilmente comprensibile per “salire” di grado pian piano, fino a giungere alla vetta o, meglio, alla meta, ovvero alla conclusione del nostro “viaggio”/discorso.

Una volta conclusa la scaletta, ovvero verificato che, per andare da un punto di partenza a quello di arrivo, si sono programmate tutte le tappe necessarie, comprese le soste per il caffè, allora sarà bene provare a ricapitolare quanto si vuole dire e a capire cosa, del nostro discorso, è un fatto, cosa un valore e cosa un concetto personale.

A seconda dell’uditorio, dell’occasione e dell’obiettivo da raggiungere il

relatore, infatti, deve sapere distribuire nella scaletta, in modo percentualmente differente, ciò che del suo discorso inerisce i **valori**, ciò che inerisce i **concetti** e, infine, quanto attiene **ai fatti**. Per “valori” si intendono i rimandi a ciò che di emotivo vi è nel pubblico; per “concetti” si intendono “il pensiero” del relatore e la sua soggettività e per “fatti” tutto quanto sia oggettivo. In ogni esposizione è bene far riferimento sia ai valori in cui crede l'uditorio, sia ai concetti personali dell'oratore e, infine, sia ai fatti incontrovertibili (perché reali e controllati). Il peso che i valori, i concetti e i fatti avranno nel discorso non sarà sempre il medesimo, ma esso – come si è detto – varierà in base al contesto nel quale si agisce: a una platea di giornalisti, ad esempio, è preferibile raccontare soprattutto dei fatti, a cui agganciare dei concetti e qualche valore; mentre a un uditorio di genitori, molto probabilmente, è preferibile rivolgersi facendo perno sui valori condivisi, ai quali unire dei concetti supportati da qualche fatto pregnante.

Nel “viaggio” che si è intrapreso, allora, i valori, i concetti e i fatti vanno divisi tra le varie “tappe”: in alcune di esse sarà necessario che essi coesistano, in altre, invece, potrebbe essere più produttivo che emerga solo uno dei tre elementi.

Non a caso si è parlato di un **mix di fatti, valori e concetti** e non, di generiche informazioni. Infatti, scopo del parlare a un pubblico non deve essere quello di trasmettergli delle “semplici” informazioni, bensì quello di comunicare con i presenti, ascoltarli per rispondere alle loro richieste e indurli all'azione necessaria per raggiungere un obiettivo condiviso. Le informazioni da sole, spesso, sono poco comunicative, e ben poco coinvolgenti. È buona norma trasmettere solo le informazioni davvero essenziali per il discorso, lasciando, eventualmente, alle domande finali il compito di completare quanto non detto durante il discorso. È probabile che se il discorso ha suscitato interesse, parte del pubblico chiederà maggiori informazioni sull'argomento. Ecco, allora, che tutte le informazioni che non si sono inserite nel discorso (ovvero tutto il “materiale” non utilizzato per la conferenza), possono essere usate per rispondere alle domande che verranno formulate al termine della relazione.

La scaletta potrà essere sviluppata in un testo scritto più lungo e articolato. Ad ogni buon conto, è utile che il conferenziere la tenga a portata di vista, in quanto essa è la bussola che si dovrà seguire.

3.5. I materiali di supporto

Si è detto che parlare in pubblico non significa leggere un testo scritto in precedenza, bensì comunicare con un pubblico. Si è anche visto come

l'efficacia comunicativa passi dalle parole solo per il 7% del totale. Importante, quindi, è la preparazione dei **materiali di supporto** che, come indica il nome, devono essere di *supporto* al conferenziere e non sostituirsi a lui. Sono diversi, infatti, gli errori che comunemente si commettono nella preparazione dei materiali di supporto, come ad esempio:

- riciclare di volta in volta quello preparato per una determinata conferenza senza neppure “adattarlo” al nuovo contesto;
- costruire dei materiali di supporto del tutto indipendenti dal conferenziere che li deve illustrare;
- caricarli di informazioni;
- non renderli facilmente visibili;
- creare dei materiali multimediali che non possono essere letti da ogni postazione di lavoro, ma che “girano” solo sul computer del relatore;
- farli tanto affascinanti che finiscono per deviare l'attenzione del pubblico dal relatore ai materiali stessi.

Il giusto equilibrio da trovare sta nel preparare dei materiali che siano di *supporto* sia al conferenziere, sia al pubblico. Ovvero, se, ad esempio, si decide di proiettare dei lucidi, essi non devono contenere la relazione che il relatore sta tenendo, ma solo alcuni punti (o meglio, alcune parole-chiavi) su cui il conferenziere vuole porre l'accento. Meglio ancora se il lucido non contiene delle parole, ma delle immagini che “traducono” con una metafora ciò di cui il relatore sta parlando. Sia che il lucido contenga parole-chiave, sia che contenga un'immagine, esso aiuterà sia il relatore a portare avanti il suo discorso, sia il pubblico a fissare l'attenzione, anche quella uditiva, su alcuni concetti (evidenziati proprio dalle parole-chiavi e/o dalle immagini-metafore). Se, invece, il lucido trascrive il testo della relazione, l'attenzione del pubblico, inevitabilmente, si concentrerà sul lucido che dovrà essere letto e compreso, a discapito di quanto il conferenziere sta dicendo. Infatti, il tempo necessario al pubblico per leggere e comprendere il lucido sarà maggiore di quello impiegato dal conferenziere per dire quanto scritto nel lucido stesso: i due tempi non coincidenti saranno causa di confusione. In tal modo, il conferenziere rischia di rimanere ingabbiato nei materiali che lui stesso ha preparato. Ciò significa anche che viene meno la sua capacità di ascoltare il pubblico e, quindi, si crea il pericolo che la comunicazione tra palco e platea si interrompa. Necessario affinché ciò non avvenga, poi, è che il contatto visivo con il pubblico non venga mai meno: in altre parole, il relatore non deve concentrare lo sguardo sul materiale di supporto e

distoglierlo dalla platea, ma tenere sempre la sua attenzione rivolta al pubblico, proprio per poter cogliere i feedback che da esso provengono. Il conferenziere, quindi, deve assolutamente evitare di dare le spalle al pubblico per poter guardare i propri materiali di supporto. In definitiva, un materiale di supporto mal preparato è dannoso piuttosto che essere d'aiuto per il relatore.

4. Parlare in pubblico

Parlare in pubblico non sarà un grosso problema quando il relatore avrà imparato a essere sempre se stesso; si presenterà all'appuntamento preparato al meglio, esporrà il contenuto della conferenza con l'intento di farsi capire e, soprattutto, ascolterà coloro per i quali sta parlando.

Coloro che sono alle "prime armi" possono esercitarsi facendo delle prove generali del loro discorso, magari a parenti e amici stretti, valutando le loro reazioni e ascoltando le obiezioni e le domande che porranno: in tal modo si potrà portare qualche utile cambiamento al proprio discorso ben prima che esso venga pronunciato per il pubblico per il quale è stato pensato.

4.1. Chi ben comincia...

È molto importante sapere iniziare bene il proprio intervento pubblico. Per quanto detto finora, in realtà, è molto importante non solo iniziare bene il discorso, ma anche **cominciare bene la relazione con il proprio pubblico**. Infatti, se l'inizio è convincente, accogliente, allora la relazione proseguirà in discesa. Altrimenti tutta la conferenza si tradurrà in un percorso in salita, quando non, addirittura, in una scalata. In altre parole, l'inizio da studiare non è solo quello relativo all'*incipit* di quanto si dirà, ma si dovrà studiare un modo positivo di accogliere il pubblico mentre entra nel luogo della conferenza. È importante sapere accogliere, ovvero mettere a proprio agio, far capire che si è lì per l'altro, per ascoltare e non per dire quello che si deve dire e poi andarsene. Sentirsi accolti predispone gli spettatori a un ascolto più sereno, meno diffidente. Quando possibile, quindi, il conferenziere farà in modo di trovarsi nel luogo dove si svolgerà l'incontro prima dell'arrivo del pubblico. Egli, in tal modo, avrà sia il tempo per predisporre tutti i materiali che utilizzerà e (se non l'ha già fatto precedentemente) per studiare a fondo la sala, sia il modo di accogliere materialmente coloro che parteciperanno alla conferenza come ascoltatori. La qual cosa non significa dover stringere le mani a tutte le persone che entrano, ma assumere un atteggiamento che parli di accoglienza. Un volto rilassato, un sorriso, uno sguardo sereno daranno modo a chi entra in sala di sentirsi in qualche modo ben

accetto. Chi entra nella sala deve avere la sensazione di non essere un nemico, ma un amico cui si vuole raccontare qualcosa, con il quale si vuole condividere un momento e/o un'informazione.

Ovviamente, dopo che il pubblico si sarà sistemato al proprio posto, bisogna dare materialmente inizio al proprio discorso. Alcuni oratori hanno l'abitudine di "rompere il ghiaccio" con una battuta di spirito. Tale metodo – molto comune nei paesi anglosassoni – desta comunque qualche perplessità quando viene applicato in contesti che non sembrano idonei. Inoltre sussiste il pericolo che la battuta sia tanto scontata da non destare né il riso, né simpatia. Può addirittura essere fuori luogo o di ostacolo a quanto si dirà dopo. Infatti, ci si potrebbe chiedere perché mai si inizia con una battuta un discorso serissimo, ad esempio sulla malattia mentale o sul pessimo stato di conservazione del patrimonio artistico. Non iniziare con una battuta, però non significa dover essere noiosi a tutti i costi! Anzi, bisogna fare in modo di non essere noiosi affatto!

Dopo un breve ringraziamento di rito nei confronti sia "dei padroni di casa", sia del pubblico presente in sala, un buon modo per cominciare è quello di **dichiarare lo scopo che si intende raggiungere con il proprio discorso** e ribadire i perché impliciti o espliciti che hanno portato relatore e pubblico a trovarsi in quel luogo specifico per parlare di un dato argomento. Tale brevissimo preambolo, proprio perché ha il merito di "fare il punto" della situazione, dà la sensazione in chi ascolta di un dialogo che si riavvia, di una relazione che non sta iniziando in quel medesimo istante, ma che è cominciata prima (la qual cosa, in parte, è veritiera, in quanto *la relazione è cominciata, in effetti, quando chi fa parte del pubblico ha deciso di partecipare alla conferenza* recandosi all'appuntamento). Inoltre, è in qualche modo tranquillizzante, per chi ascolta, sentirsi dire che si è nel posto giusto per il motivo giusto: ovvero sentirsi rassicurare che non si sta per perdere del tempo prezioso assistendo a una conferenza con contenuti diversi da quelli che ci si aspettava di ascoltare.

Una volta iniziato il proprio discorso, si deve tenere conto delle **soglie di attenzione**: nei primi dieci minuti, chi ascolta ha il massimo dell'attenzione. Essa, però, inevitabilmente, scema con il passare del tempo. Superati i 45-50 minuti, la maggior parte di coloro che hanno ascoltato fino a quel momento, starà pensando a fatti suoi. La soglia di attenzione, poi, cala vertiginosamente nei giovani che hanno abitudini di fruizione completamente diversi da quelli degli adulti, abituati come sono al *multitasking work*: ovvero a svolgere più compiti simultaneamente, attività

che, se da un lato li ha resi più flessibili e capaci di suddividere l'attenzione tra più attività contemporaneamente, dall'altro lato ha ridotto in loro la capacità di concentrarsi a lungo su un medesimo argomento, oltre ad avere ridotto l'abitudine a una coscienza critica individuale. Quando si parla coi giovani, quindi, bisogna sempre tenere presente che la loro soglia di attenzione è assai bassa.

Per quanto detto finora, quindi, un buon inizio deve essere non solo accattivante, ma anche in grado di **“entrare subito in argomento”**: ovvero va evitato di lasciare alla fine quanto di importante si ha da comunicare, perché il rischio è che alla fine saranno rimasti attenti solo in pochi.

In definitiva, chi ben comincia... è *molto più che a metà dell'opera*.

4.2. Stare sotto i riflettori

Quando si parla in pubblico si è sotto i riflettori sia letteralmente, sia metaforicamente. Lo sguardo del pubblico è (o dovrebbe essere) focalizzato sulla persona che parla. Guardare il conferenziere, d'altra parte, aiuta la concentrazione in chi ascolta. Non è un caso che quando qualcuno inizia a distrarsi, fa vagare lo sguardo altrove o, semplicemente, lo abbassa. **Essere guardato, quindi, per il conferenziere è una necessità.** Ciò non significa che per catturare lo sguardo dei presenti egli debba prodursi in numeri circensi. Bensì che debba sapere reggere gli sguardi altrui e mantenere una posizione e un atteggiamento che invogli chi guarda a non deviare lo sguardo. Aiuta la concentrazione del pubblico anche il modo di abbigliarsi del relatore che deve risultare curato e non eccentrico (altrimenti il rischio è che il pubblico si fissi a studiare l'abbigliamento e non si concentri sulla relazione): un vestito per gli uomini e un tailleur per le donne sembrano essere capi “inossidabili” e consoni a, più o meno, ogni occasione.

Per restare al centro dell'attenzione, è bene che il conferenziere stia il più possibile... al centro del palcoscenico o della pedana dalla quale parlerà. Dovrà accertarsi di essere bene illuminato e ben visibile da ogni punto della sala. E, soprattutto, non dovrà fare “la bella statuína”. È fondamentale, per tenere desta l'attenzione del pubblico, non restare immobili mentre si parla: la gesticolazione è importante e anche il movimento del corpo nello spazio lo è. Se la situazione lo consente, il relatore userà tutto il suo corpo per “parlare”: ad esempio, si avvicinerà al pubblico quando vuole sottolineare un concetto o sta dicendo qualcosa di meno formale o più “intimo”, ma anche quando si pone in ascolto delle domande che provengono dal pubblico, sottolineando in tal modo sia un ascolto attivo e partecipato, sia il fatto di non avere paura delle domande che il pubblico sta formulando. Sono da evitare, però, certe

posture troppo informali, come il tenere le mani in tasca o il sedersi al tavolo, in quanto, in generale, esse possono generare interpretazioni errate da parte degli spettatori.

Se, invece, il conferenziere deve restare “confinato” dietro un leggio o seduto a un tavolo, farà in modo di usare la gestualità per sottolineare alcuni passaggi chiave o per indicare che sta mutando registro espositivo. Inoltre, farà uso della mimica facciale per aiutare chi guarda a comprendere meglio il senso di quanto sta dicendo: ad esempio, sorriderà se il suo dire ha una componente di ironia e, viceversa, sarà serissimo là dove lo impone “il testo” del discorso. In tutti i casi, ricorrerà sempre al linguaggio para-verbale, variando di continuo i toni della voce. Usare un tono unico e costante, ovvero essere letteralmente *monotono*, non solo non facilita la comprensione di quanto si sta dicendo, ma facilita la distrazione da parte di chi ascolta. E, a proposito della voce... “Voce!”, ossia tenere sempre presente che, se non si sta usando un buon microfono, si deve avere un volume di voce adeguato a far sì che si venga uditi anche da chi siede nell'ultima fila³. Da evitare, infine, la tentazione di schiarirsi la gola di frequente: meglio fermarsi e bere un goccio d'acqua (attività che, tra l'altro, darà anche l'opportunità di concentrarsi meglio su ciò che si dirà di lì a un momento).

Per quanto riguarda l'esigenza di essere guardati, si tenga, infine, presente che – secondo alcuni studi – di quanto avvenuto, nel ricordo del pubblico il 55% riguarderà direttamente il volto e il corpo del conferenziere, il 38% il tono della sua voce e solo il restante 7% il contenuto della conferenza. In altre parole, si ricorda meglio ciò che si vede.

Il ricordo:

- 55% viso/corpo conferenziere
- 38% tono della voce
- 7% contenuto

Se essere guardato è una necessità, **guardare il pubblico negli occhi** è, da parte del relatore, un imperativo: tramite il contatto visivo, infatti, egli “ascolta” il suo uditorio. È leggendo negli occhi del pubblico che egli capisce sia il livello di attenzione, sia quello di comprensione di quanto sta dicendo da parte di coloro che gli stanno di fronte, oltre a stabilire con loro una relazione. Un conferenziere con gli occhi fissi al foglio di carta che tiene in mano o che guarda sempre e solo un ristret-

³ Un buon “trucco” per tenere un volume adeguato è quello di immaginare di star parlando con coloro che siedono nell'ultima fila.

to numero di persone (o, peggio, solo la persona che considera “amica”⁴), dichiara implicitamente che non è interessato a stabilire una relazione con gli altri, ma preferisce rimanere chiuso in se stesso. In altre parole, un relatore che non guarda gli altri, dichiara che non ha intenzione di comunicare. E se il conferenziere per primo interrompe la comunicazione, perché mai dovrebbero tenerla aperta coloro che lo ascoltano?

Importante, quindi, è stabilire il contatto visivo guardando negli occhi gli ascoltatori. Tale sguardo non deve essere né fugace, né insistente: **tutti i partecipanti devono avere la sensazione di essere guardati, ma mai fissati**. Inoltre, sentirsi guardati induce gli spettatori a guardare il conferenziere, tenendo più a lungo desta la loro concentrazione. In definitiva, si deve creare un proficuo scambio di occhiate...

Anche per la ragione ora esposta, il conferenziere farà in modo di non dare mai le spalle al pubblico, neppure per indicare qualcosa sul materiale proiettato. Per lo stesso motivo, egli, possibilmente, non leggerà gli appunti, né li terrà in mano: con le mani libere, egli, infatti avrà maggiore libertà nella gesticolazione e non sarà indotto a perdere la concentrazione o il contatto con il pubblico né per tentare di leggere gli appunti, né per girare le pagine. In altre parole, gli appunti devono restare a disposizione del relatore su un leggìo facilmente raggiungibile, ma non devono ostacolare il contatto, la relazione, tra relatore e il pubblico. Inoltre, se il relatore ha un leggero tremore dovuto alla tensione emotiva, tenendo in mano dei fogli renderà esplicito tale tremore, in quanto esso si trasmetterà alle pagine che inizieranno a “tremare” dando una pessima impressione in chi guarda. Se il relatore ha bisogno di scaricare la tensione, può tenere in mano un grosso pennarello da stringere all'occorrenza: la tensione sarà scaricata sull'oggetto proprio grazie all'atto di stringere qualcosa. Si sconsiglia di stringere tra le mani una biro con apertura a scatto, in quanto la tensione potrebbe portare a premere ripetutamente sul meccanismo dello scatto, creando un fastidioso rumore di fondo.

Allenta la tensione anche una buona respirazione. Ma, soprattutto, gioca a favore dell'essere rilassati la consapevolezza che ci si presenta al pubblico **preparati**, ma soprattutto **restando se stessi e credendo in quello che si sostiene**. La sincerità, inoltre, “passa” al pubblico come parte integrante del messaggio: più chi parla è sincero e crede in ciò che dice e più il pubblico se ne accorge (a livello inconscio) ed è pronto ad ascoltare con maggiore fiducia quanto viene detto.

⁴ È una tentazione forte di coloro che sono “alle prime armi” quella di fissare sempre la stessa persona, creando con essa una sorta di “dialogo”. Ciò succede nel tentativo di porre un freno al panico. Ovviamente tale “dialogo” interrompe quello con gli altri partecipanti e – alla lunga – può mettere in imbarazzo proprio la persona scelta come “amica”.

4.3. Le domande

Molte delle persone che sono chiamate a parlare in pubblico hanno paura delle domande che possono arrivare dalla platea. Tale paura può generare panico e induce spesso quanti sono “costretti” a parlare in pubblico a non accettare domande né durante il loro intervento, né al termine del medesimo. **Le domande, invece, dovrebbero essere sollecitate dal relatore e non temute.** In molte delle occasioni in cui si viene chiamati a parlare in pubblico, le domande sono parte integrante del discorso (inteso come un dialogo tra relatore e pubblico, da contrapporre al monologo). Si pensi ai corsi di formazione o alle riunioni di lavoro: in tali occasioni sarebbe impensabile che coloro che partecipano non rivolgersero continue domande a chi sta parlando. Le domande, in tali contesti, non vanno solo a soddisfare legittime curiosità, ma aiutano il processo di apprendimento e/o di comprensione, oltre che quello decisionale.

Per rispondere alle domande il conferenziere dovrà innanzitutto averle ascoltate e comprese. Non è inusuale che chi si sente rivolgere una domanda presuma il contenuto della stessa e arrivi a interrompere chi sta formulando la domanda dichiarando di averla capita e iniziando a rispondere. Tale comportamento è scorretto sotto diversi aspetti: innanzitutto si è interrotta una persona che stava parlando, quando, invece, è sempre bene lasciare terminare; inoltre, anche ammesso si sia capita la domanda, è possibile che le altre persone che ascoltano non l'abbiano compresa in quanto all'oscuro dell'argomento; e, infine, è probabile che il senso della domanda non sia affatto quello che si è presunto. In altre parole: il conferenziere deve ascoltare la domanda, accertarsi di averla compresa (magari riformulando la domanda e rivolgendola sia a chi l'ha posta, sia agli altri, per farla meglio comprendere) e, infine dare la risposta. Come detto in precedenza, per formulare la risposta, il relatore può attingere al materiale non utilizzato per la conferenza e che, magari, è confluito in slide “secondarie” non mostrate alla platea durante il discorso. Nel caso, invece, il conferenziere non sappia rispondere alla domanda, non dovrà “arrampicarsi sui vetri” per poter dare una risposta qualsiasi, ma dovrà dichiarare candidamente di non saper rispondere e che farà in modo di cercare la risposta e comunicarla all'interessato in separata sede o durante un incontro successivo laddove previsto. La credibilità del relatore non verrà meno. Diversamente, invece, accade quando un relatore “inventa” una risposta e la dà palesemente errata: tutto quanto detto in precedenza sembrerà ugualmente errato anche se non lo è.

Vi sono, poi, partecipanti che al posto di rivolgere una domanda, fanno un comizio. Per costoro valga la legge del contrappasso: la risposta sia

brevissima quanto esaustiva (in modo da non lasciare il dubbio che non si sia voluto rispondere) e si dia subito la parola ad altro partecipante, in modo che chi ha posto la domanda-comizio non abbia la tentazione di monopolizzare il dibattito.

Quando, invece, la domanda ha lo scopo di contraddire quanto esposto durante la relazione o di mettere in difficoltà il relatore, si eviterà di “racogliere la sfida”, ma si risponderà con tranquillità (evitando atteggiamenti ostili o di sufficienza), ribadendo come i fatti ricordati in precedenza portino alle conclusioni esposte durante la conferenza. Il tutto sempre con il sorriso sulle labbra.

Bibliografia essenziale

Dei molti testi che è possibile consultare per approfondire la materia qui trattata, di seguito si elencano solo alcuni dei volumi che si sono tenuti presenti durante la stesura del Quaderno, in quanto considerati di facile consultazione.

Aa.Vv., Parlare in pubblico. Le regole per il successo

Milano, Somedia, 2000.

Enrico Bertolino, Saper parlare in pubblico

Milano, De Vecchi, 1994.

John Campbell, Come tenere un discorso. Vincere le paure, preparare il testo, il tono della voce, gli ausili e i promemoria

Milano, Franco Angeli, 1997.

Cesare Sansavini, Parlare in pubblico

Firenze, Demetra Giunti, 2002.

CONSIGLI PER PARLARE IN PUBBLICO

Indice generale

Introduzione	pag. 2
1. Evitare di leggere un testo	pag. 3
2. Conoscere il contesto	pag. 4
2.1. Il pubblico a cui si parla	pag. 4
2.2. L'occasione in cui si parla	pag. 6
2.3. Il luogo in cui si parla	pag. 7
3. Preparare il discorso	pag. 8
3.1. Non affidarsi solo alle parole	pag. 9
3.2. Le parole cui affidarsi	pag. 10
3.3. Cosa raccontare	pag. 12
3.4. La scaletta	pag. 14
3.5. I materiali di supporto	pag. 15
4. Parlare in pubblico	pag. 17
4.1. Chi ben incomincia	pag. 17
4.2. Stare sotto i riflettori	pag. 19
4.3. Le domande	pag. 22

Chiuso in redazione LUGLIO 2007.

Si declina ogni responsabilità per possibili errori od omissioni, nonché per eventuali danni risultanti dall'uso delle informazioni ivi contenute.

Il contenuto e la struttura del presente opuscolo non possono essere riprodotti o memorizzati, anche parzialmente senza l'autorizzazione degli autori.

