L’importanza del trasmettere un concetto, al di là della conoscenza, è un mezzo di intrattenimento e di veicolo contenutistico che può essere potenzialmente dinamico; anche dicendo poco, la presentazione è il primo aspetto. L’avere a che fare in pubblico comporta necessariamente dell’adattarsi, dato anche dal cambiamento delle proprie abitudini, non sempre facile.

La buona comunicazione è data dalla comunicazione non verbale e para verbale, che si ricollega ai canali della comunicazione, cioè tutto ciò che è riferito secondariamente al tono, al timbro, ai gesti corporei. Ad esempio, il volume è dato dall’importanza del concetto trasmesso (come un evidenziatore), creando una sorta di “momento di rottura” a livello di attenzione. Oppure ancora, il tono della voce, cioè l’atteggiamento sonoro e il ritmo, inteso come variazione di velocità sonora.

L’informazione deve essere comprensibile e quasi armonica a seconda del ritmo; se accelerato, si crea un senso di fastidio e di ansia. Il ritmo e il volume sono legati allo stato emotivo del momento. Un buon esempio è di registrarsi ed allenarsi a migliorarsi sui propri aspetti deboli. Per esempio, per sottolineare un concetto, rallento il ritmo ed attiro l’attenzione sottolineando un concetto più interessante degli altri. A prescindere dal contenuto, se si è noiosi si va poco lontano.

Esiste anche il non verbale, cioè i gesti corporei. La postura di fronte ad un gruppo di persone deve essere in piedi, usando dei gesti per evidenziare i singoli concetti. Lo sguardo serve a dare importanza al proprio pubblico e vedere l’impatto della propria comunicazione, ma anche spostare il focus dell’attenzione verso gli altri. Si può intendere per eliminare la distanza verso altre persone, dato che guardare è considerare ed evita che le altre persone si annoino.

Coinvolgere il proprio pubblico è dato anche dal porre domande, nel modo e nel momento giusto. Quando si pongono domande, occorre pazientare il tempo della risposta. L’animazione del proprio pubblico è dato anche dalla gestualità, ma anche dalla sua posizione, al fine di creare una relazione di umanità e simpatia, abbattendo la distanza verso il prossimo. La stessa posizione deve essere stabile, convinta ma mai fissa, poiché da un senso di distanza.

Il paraverbale tradisce le nostre emozioni, ad esempio lo sfogo inconsapevole in gestualità. Il compito è osservarsi e notare quali sono i movimenti, i gesti e osservare le possibili correzioni da apportare. Una cosa interessante è portare il proprio pubblico a connettere visivamente le informazioni a livello immaginativo e che condiziona le proprie azioni.

Anche il fatto di essere emozionati a livello pubblico non è motivo di imbarazzo, ma anzi può convenire dichiararlo, così creando un livello di empatia; se è molta l’ansia, si va in panico. La respirazione è data dal diaframma e dal battito cardiaco, oppure anche il semplice bere acqua e darsi del tempo per riflettere, fermandosi e non pensando. Nell’avere a che fare col pubblico, il momento di inizio è sempre quello cruciale; poi, conviene sempre prepararsi delle domande di riserva, lasciando il pensiero al pubblico, svincolando l’attenzione iniziale. In generale, essere pronti è fondamentale.

Anche avere degli oggetti in mano può essere distrazione per il pubblico; occorre, al massimo, avere degli oggetti piccoli, evitando di giochicchiarci. Per esempio, anche una slide può essere uno sforzo molto grande; richiede di leggere e ascoltare allo stesso tempo, annullando di fatto l’oratore. Si punta sempre al minimalismo, alla grafica e all’essenzialità.

Una tattica può essere anche chiedere alle persone il loro nome; nel paraverbale, ricordiamo, conta molto il livello di energia. Questo è dato da molti fattori, come presenza, gestualità, atteggiamento e posizione. La passione è data anche dallo sguardo, in cui la passione motiva la vivacità e resta dinamico a livello gestuale e mentale. Trasmettere il merito di essere ascoltati, passando da monotonalità a dimensionalità del tono (molti livelli di passione e di comunicazione). Saper dare passione significa anche appassionare a tematiche a noi considerabili noiose.

Il contenuto è importante, ma la cosa principale è la struttura. Il pubblico non sa cosa vogliamo fare e il filo logico tra le parti; dobbiamo essere noi comunicatori a crearlo. L’apertura in un momento di parlare in pubblico è utile presentarsi e presentare i propri argomenti oppure l’agenda delle cose da fare. Si potrebbe rispondere una domanda, dare una domanda oppure partire da aneddoti/metafore, ma anche inserire elementi che possano stupire il proprio pubblico.

I concetti devono essere organizzati e possibilmente assimilabili a pezzi omogenei, dato il possibile livello di attenzione presente nel proprio pubblico. Il linguaggio cambia a seconda del tipo di persone, quindi adatto a chi ascolta, semplice ed essenziale che non sia saturato.

La fine è una parte di condensazione, che riassuma gli argomenti detti e un ringraziamento, possibilmente anche con una call-to-action a seconda del tipo di tema trattato. Quindi, dare un senso a quello che è staro e responsabilizzare a qualche azione, se non un piano d’azione.