

Parlare in pubblico in modo efficace e persuasivo. Julian Treasure, voice expert tra i più noti, spiega come educare la voce, ma soprattutto l'ascolto riflesso.

Di Barbara Sgarzi

Sale sul palco con la calma misurata di chi ha passato anni a parlare in pubblico, solo un tocco di eccentricità british ribadita da una giacca in velluto color bosco e una camicia fantasia verde e oro. La prima domanda è diretta: «Per quanti di voi parlare – tenere speech, discorsi, presentazioni – è una parte importante del lavoro quotidiano?». Dalla platea, centinaia di professionisti e consulenti, spettatori del *Public Speaking e Storytelling Forum* organizzato a Milano da Roi Group, si alzano quasi tutte le mani. «Quanti hanno ricevuto una formazione specifica per farlo?», aggiunge. Brusio imbarazzato, esitazione. A sollevarsi, questa volta, pochissime braccia. Julian Treasure è uno dei massimi esperti mondiali di comunicazione consapevole, ascolto e impatto del suono sulla vita umana. I suoi Ted Talk – tra cui il celeberrimo *How to speak so that people want to listen* – hanno superato i 160 milioni di visualizzazioni, facendone uno degli speaker più visti della piattaforma. Per vent'anni, insieme all'attività di coaching e consulenza, ha guidato The Sound Agency, società specializzata in audio branding e paesaggi sonori per le aziende. Con una passione per il suono che arriva da lontano: da ragazzo era musicista, suonava la batteria in una band e proprio lì, racconta, ha imparato un tipo di ascolto multitraccia: «Quando suoni, devi sentire contemporaneamente tutti gli altri strumenti mentre fai qualcosa di complesso. Il neurologo Oliver Sacks ha raccontato molto bene le peculiarità del cervello dei musicisti», spiega, e torna alla necessità di studiare, prima di tenere discorsi in pubblico: «La voce è lo strumento che tutti noi suoniamo. Nessuno si esibirebbe alla Carnegie Hall senza aver mai studiato pianoforte. Però, moltissimi salgono su palchi anche importanti senza alcun allenamento», sottolinea. Nel suo modello di *powerful speaking*, Treasure fornisce molti elementi pratici per entrare in sintonia con l'audience e individua i sette peccati capitali della comunicazione: gossip, giudizio, negatività, lamentela, scuse, esagerazione, dogmatismo. «Pensiamo all'esagerazione, tipica della comunicazione digitale, per attirare l'attenzione. Passiamo il tempo a definire tutto *awesome* (eccezionale), rischiando poi di essere privi di aggettivi quando una cosa fuori dal comune lo è davvero. Suggerisco anche di eliminare sia le parole troppo prescrittive e giudicanti, come il verbo dovere, sia i minimizzatori: in una frase come “volevo solo parlarti”, quel “solo” dequalifica immediatamente la persona e il contenuto», sottolinea. Poi entra in un vero laboratorio tecnico della voce, parlando di respiro, registro vocale, ritmo, pause, volume, prosodia e facendo riscaldare il pubblico con gli stessi esercizi che i cantanti professionisti fanno prima di entrare in scena: vocalizzi, respirazioni, vibrazioni delle labbra. Ma l'aspetto sul quale insiste di più è il *pitch*, l'altezza e la modulazione del suono. «Imparare a parlare a voce bassa, facendo vibrare la cassa toracica, trasmette calma e autorevolezza ed è fondamentale anche la varietà del tono: la monotonia addormenta l'uditorio. Voi italiani siete avvantaggiati; come le culture mediterranee in generale, avete una prosodia molto più ricca rispetto ai paesi nordici, più variazioni tonali, più musicalità», osserva. E il gesticolare, spesso sotto accusa? «Dipende da chi ascolta. Un italiano che parla a una platea di connazionali sfrutta il linguaggio condiviso dei gesti. Si possono usare, purché compresi da tutti e se aggiungono forza a ciò che si sta dicendo, senza diventare fonte di distrazione. Ricordiamoci sempre che parliamo dentro l'ascolto di qualcun altro con il quale, ogni volta, dobbiamo connetterci».

Sono proprio i concetti di audience e di ascolto attivo a offrire la chiave per la seconda parte del suo discorso e anche a illustrare il nuovo campo di ricerca di Treasure e l'argomento del suo ultimo libro, *Ascoltare il mondo. Come il suono influenza le nostre vite e il nostro benessere*. Dal pal-

co, fa sobbalzare decine di persone sulle sedie con il frastuono di un martello pneumatico. Subito dopo, arriva il brusio incessante di un open space, irritante quasi fisicamente. Poi, il registro cambia: onde del mare, vento tra gli alberi, cinguettio di uccelli, definiti con l'acronimo WWB: *Wind, Water, Birds*, suoni che il cervello riconosce immediatamente come rassicuranti. La tensione si scioglie. È il suo modo di spiegare che il suono non è mai neutro. «Ci influenza anche quando non ne siamo consapevoli. Può aumentare cortisolo e adrenalina, accelerare il battito cardiaco, disturbare il sonno. Oppure calmare, rigenerare, aumentare il benessere», dice. Non a caso, Treasure sostiene da sempre che architetti e designer dovrebbero progettare con le orecchie, pensando a spazi più sani e produttivi anche dal punto di vista sonoro.

«Purtroppo, a scuola impariamo a leggere, scrivere e in parte anche a esprimerci meglio. Nessuno insegna ad ascoltare. E questo sarebbe un vero cambio di paradigma», osserva. Più tardi, mi spiegherà come questa disabitudine all'ascolto produca danni economici enormi, citando dati e ricerche. Secondo il report *State of the Global Workplace* di Gallup, il disimpegno dei lavoratori costerebbe all'economia globale 8,8 trilioni di dollari l'anno, circa il 9 per cento del Pil mondiale. A questo si aggiunge il costo della cattiva comunicazione: uno studio realizzato da Grammarly con The Harris Poll stima che le aziende americane perdano fino a 1,2 trilioni di dollari l'anno a causa di incomprensioni, errori, informazioni ripetute e inefficienze comunicative. Negli Stati Uniti, ogni dipendente sprecherebbe quasi un giorno lavorativo a settimana per problemi di comunicazione interna. «Se le persone non vengono ascoltate, smettono di partecipare. Non propongono idee. Non si sentono valorizzate. Si disconnettono». Il problema riguarda soprattutto i leader: «Esiste una relazione inversa tra seniority e ascolto. Più sali nella gerarchia, meno sei attento agli altri, perché pensi che il tuo ruolo sia solo parlare. Ascoltare, invece, è un atto profondamente umile. Quando presto attenzione a qualcuno sto dicendo: in questo momento tu sei più importante di me». Non sorprende quindi che uno dei temi centrali del suo lavoro sia diventato proprio la crisi dell'ascolto contemporaneo. Una crisi che si è aggravata con l'avvento dell'intelligenza artificiale e dell'economia dell'attenzione. «Viviamo in un mondo dove milioni di persone soffrono di dipendenza da dopamina. Scrollano continuamente reel, shorts, contenuti rapidissimi (Treasure li definisce *slop*, spazzatura digitale, ndr) alla ricerca di gratificazione immediata, immersi in un rumore che non è solo acustico, è soprattutto mentale».

Non ha, però, un atteggiamento apocalittico nei confronti dell'intelligenza artificiale. Solo poche settimane prima era alla *Ted Conference* di Vancouver, dove ha assistito al primo talk realizzato da un'intelligenza artificiale: testo generato da un prompt, immagini create artificialmente, tutto costruito da una IA. «Era impressionante, tecnicamente perfetto. Ma credo che ci vorrà moltissimo tempo prima che una macchina riesca davvero a costruire una connessione umana autentica, che nasce dalla viva voce, non da email o messaggi». È qui che parlare e ascoltare diventano ancora più importanti. «Le organizzazioni che temono la tecnologia dovrebbero concentrarsi sullo sviluppo di relazioni basate sulla fiducia, sull'empatia, sull'ascolto autentico. I clienti restano quando si sentono compresi. Questo, una macchina ancora non può farlo». In fondo, tutto il lavoro di Julian Treasure sembra ruotare intorno a questa idea: ascoltare non è un gesto passivo. È un modo di abitare il mondo e forse oggi, nell'epoca del rumore permanente, è anche una forma di resistenza. ■HTSI

SUONI JULIAN TREASURE, juliantreasure.com. **APPROFONDIRE** L'ultimo libro *“Ascoltare il mondo. Come il suono influenza le nostre vite e il nostro benessere”*, 24,70 € su amazon.it. Tutti i TED Talk su ted.com/speakers/julian_treasure. **FORMARSI** Storytelling Forum e altri eventi su roigroup.it.