

Prefazione all'edizione italiana

Diciamolo subito: per chi è abituato a considerare il mondo delle presentazioni e delle slide come il regno della razionalità, dei numeri, dei messaggi aziendali secchi e precisi, sfogliare questo libro di Garr Reynolds può avere un effetto spiazzante.

Pietre in equilibrio precario sullo sfondo del mare, giardini zen, bambini che giocano, spiagge deserte, un treno che sfreccia velocissimo... *ma qui da noi si lavora! Anzi, se vogliamo approfondire il tema delle presentazioni è proprio perché vogliamo essere ancora più efficienti e incisivi... altro che silenzio e contemplazione.*

L'effetto "spiazzamento", ogni buon comunicatore lo sa, è una delle strade maestre per liberarci delle (brutte) abitudini e guardare un problema con occhi freschi, come quelli di un bambino. È quindi uno dei modi migliori per trovare nuove soluzioni.

La consapevolezza che di questo nuovo sguardo sulle presentazioni aziendali ci sia un gran bisogno è ormai abbastanza diffusa: relatori in una stanza buia che voltando le spalle al pubblico leggono slide fitte fitte di testo, un pubblico che si annoia dopo i primi dieci minuti, organizzatori di convegni che senza avere tutte le presentazioni una settimana prima si sentono persi, redattori aziendali che riversano sulle slide i testi di intere brochure. C'è qualcosa che non funziona.

Quanto alle soluzioni, invece, brancoliamo ancora nel buio. *Presentation Zen*, in cui Reynolds organizza le idee, le ispirazioni e i consigli che da anni ormai ci regala dal suo blog (presentationzen.com), è un libro illuminante, che ci fa considerare le presentazioni sotto una luce nuova. Una vera e propria arte, come la

cerimonia del tè, il judo, la meditazione zazen, la poesia degli haiku, la grande musica.

Ma un'arte accessibile a tutti, che non solo fa arrivare i nostri messaggi alla mente e al cuore di chi ci è di fronte, ma ci riporta all'essenza più profonda della comunicazione, anche quella aziendale. Come in ogni relazione umana, anche per convincere un amministratore delegato, un futuro cliente, un finanziatore diffidente o dipendenti demotivati, deve scoccare la scintilla.

Solo insieme alle emozioni, le informazioni si accendono e prendono vita.

Lungo tutto il libro, Reynolds ci guida alla creazione di quella speciale forma di spettacolo che è una presentazione: dalla fase di raccolta delle idee alla progettazione dello storyboard, dalla realizzazione delle slide alla vera e propria messa in scena, dove la voce del relatore si integra con i testi e le immagini in un discorso armonioso e coinvolgente.

Reynolds vive e lavora in Giappone, ma il suo pragmatismo statunitense dà solidità e concretezza alle pagine più "filosofiche" del libro. I consigli pratici sono innumerevoli, da utilizzare subito, fin dalla prossima presentazione. Per esempio, dove trovare in Rete immagini gratuite e di grande qualità, come organizzare le prime idee con carta, pennarelli e semplici post-it, come scegliere i colori, quali sono le rappresentazioni grafiche più efficaci, quanto testo inserire in ogni slide, quale documentazione dare al termine di una presentazione.

Arriva a dettagli minuziosi, che vi faranno divertire e daranno alla progettazione tutto un altro sapore: se scelgo un'immagine con delle persone, dove si devono dirigere i loro sguardi?

Vi introduce ai segreti della “regola dei terzi”, che non è una misteriosa formula magica, ma un modo molto pratico per creare una griglia grafica e dare equilibrio ai contenuti di una slide.

Una volta in sala, saprete ormai anche qual è la posizione migliore per il relatore, utilizzare le luci e il telecomando.

Per sfatare miti incrollabili e demolire pregiudizi radicati in tutte le organizzazioni, Reynolds non conduce crociate, ma ci porta esempi convincenti dalla sua esperienza professionale e soprattutto dalla sua vita personale: una passeggiata su una spiaggia deserta, la descrizione di un *ekiben* (il pacchettino giapponese di cartone con il pranzo da portarsi in treno), l'emozione di suonare insieme agli altri. D'altra parte, *storia e semplicità* sono tra le parole chiave del libro.

Così ci convinciamo facilmente che l'elenco puntato non è affatto adatto alla scrittura sulle slide, lo spazio non è un vuoto da riempire a tutti i costi, il logo aziendale non va messo su ogni slide, e infine che consegnare una vagonata di slide stampate dopo la presentazione non è il modo migliore per lasciare un segno e farsi ricordare.

Presentation Zen è un libro, e un libro direi molto “tradizionale” nell'organizzazione dei contenuti, ma l'autore mantiene intatta la sua anima di blogger. Per fortuna, perché proprio come un blog questo è anche un libro inclusivo, generoso e aperto in mille direzioni.

Ci sono molti ospiti: i maggiori esperti di presentazioni a livello mondiale come Guy Kawasaki, Seth Godin e Nancy Duarte, ognuno con le sue idee, la sua esperienza e il suo tono di voce.

Ci sono comunicatori strepitosi, che fanno un altro mestiere, come il cofondatore e amministratore delegato di Apple Steve Jobs, il direttore della Boston Philharmonic Orchestra Benjamin Zander e Al Gore. Ci sono le letture, sui libri e sul Web, che hanno ispirato Reynolds e che condivide con noi.

Ma quello che state per leggere è soprattutto un libro sulla creatività, quella che è dentro ognuno di noi anche quando non lo sappiamo, e che possiamo scoprire, coltivare, alimentare, far crescere. Un libro che ci invita e ci insegna a tornare bambini soprattutto quando abbiamo di fronte problemi di comunicazione impegnativi e terribilmente “da grandi”.

Alla fine, vi meraviglierete di quante cose succedono e si possono imparare nel rettangolo orizzontale di una slide. Cose che forse cambieranno anche il vostro modo di progettare e scrivere una lettera, un report aziendale, una brochure. Altre cose le scoprirete strada facendo. “Un viaggio di mille miglia comincia con un solo passo” è la citazione di Lao-tzu che chiude questo libro.

Buona lettura e buon cammino.

Luisa Carrada