

PowerPoint ha creato una nuova cultura in cui la forma prende il sopravvento sul senso. La semplificazione diventa obbligatoria, la manipolazione del pubblico una disciplina da imparare.



**Franck Frommer**

## **IL PENSIERO POWERPOINT**

**Il programma che ci rende stupidi**

PowerPoint è lo strumento che riduce, mette in scena e crea l'illusione della comprensione e del controllo, trasformando la parola in uno spettacolo privo di logica e di rigore. Bisogna resistere alla «powerpointizzazione» delle menti: i problemi del mondo non sono riducibili a un elenco puntato. Se la religione era l'oppio dei popoli, PowerPoint è quello dei manager.

© 2010 Édition La Découverte, Paris

© 2010 Lantana editore srl

Titolo originale: *La pensée PowerPoint. Enquête sur ce logiciel qui rend stupide*

Traduzione di Caterina Geromino e Andrea Timillero

ISBN 978-88-97012-19-1

[www.lantanaeditore.com](http://www.lantanaeditore.com)

Franck Frommer

# **IL PENSIERO POWERPOINT**

Il programma che ci rende stupidi

## **INDICE**

Introduzione	7
I. L'invenzione di un mezzo universale	12
II. Un altro modo di lavorare	32
III. Una retorica di piccoli punti	49
IV. Dall'incomprensione alla falsificazione	71
V. Uno spettacolo totale	91
VI. Il potere dei consulenti	114
VII. La contaminazione universale	134
VIII. A scuola con PowerPoint?	166
Conclusione	190
<b>NOTE</b>	195

## V. UNO SPETTACOLO TOTALE

Una presentazione PowerPoint non si limita a una semplice giustapposizione di segni, come parole e immagini, proiettati su uno schermo di fronte a un pubblico più o meno numeroso. Possiede una terza componente essenziale: lo spettacolo, altrimenti detto la presentazione «dal vivo». Perché una presentazione è un avvenimento, animato da una o più persone, che si rivolge a un pubblico e che si basa, per essere rappresentato, su una combinazione di diversi media veicolati da un apparato tecnologico.

La presentazione orale è un'esibizione che impone un allestimento e un'organizzazione scenica. Dalla piccola sala riunioni dove si discute di un progetto tra alcuni colleghi, all'auditorium da diecimila posti per la convention annuale di un gigante della cosmetica, ogni presentazione deve sottostare a un insieme di regole – l'argomento, il luogo, il materiale, il momento, i soggetti – e abitudini, la cui finalità principale è catturare l'attenzione del pubblico e rivolgerla verso quelle informazioni che si suppone debbano essere memorizzate, comprese e diffuse.

Come detto precedentemente, PowerPoint è diventato, nel corso di un decennio, il principale supporto di ogni presentazione orale. Quello che a noi interessa qui non è tanto la presenza scenica, il talento o il carisma (evidentemente variabili) degli oratori, bensì la capacità intrinseca del «dispositivo PowerPoint» di trasformare una semplice esposizione orale in una vera esibizione, dove si mescolano narrazione, spettacolo e recitazione.

Questo perché tutte le sofisticate tecniche sviluppate nel corso dei secoli per scambiare le informazioni, condividere le conoscenze, convincere della correttezza di una decisione, ap-

poggiare degli schieramenti o impegnarsi negli affari hanno lasciato spazio a «un'immensa accumulazione di spettacolo», dove è necessario essere veloci, far bella figura e giocare duro. La vecchia tecnica del dibattito o della conferenza viene cancellata a vantaggio di dispositivi in cui la qualità tecnica e grafica rivaleggia con la competenza retorica e teatrale. La presentazione diventa uno spettacolo totale.

A questo proposito, abbiamo scelto due esempi, che testimoniano fino a che punto PowerPoint, originariamente concepito per produrre delle esposizioni professionali, sia divenuto nel giro di qualche anno un'arma di diffusione di massa di uno spettacolo planetario.

## **DALLA RIUNIONE ALLO SHOW**

Con la diffusione di PowerPoint, la tipica riunione di lavoro ha subito un profondo cambiamento.

Il sociologo Gérald Gaglio ha raggruppato sotto l'espressione «avvenimenti d'impresa» queste «riunioni tra impiegati di diversi livelli, (riunioni che mettono in pratica una "procedura", seminari, commissioni, convention, assemblee)». E ha definito una prima classificazione specifica delle imprese.

La *presentazione-rapporto* è «volta a stabilire una valutazione in un momento preciso, a mostrare a un pari grado (colleghi o simili), il risultato di un lavoro finito o in corso d'opera. A scopo principalmente informativo, la presentazione-rapporto può anche consistere in una pianificazione del lavoro futuro» e «concerne principalmente progetti (nella loro interezza o in parti)».

La *presentazione organizzativa* si rivolge a un pubblico più numeroso e spesso di grado gerarchico superiore. «Basandosi su argomenti complessi che comportano differenti direzioni dell'impresa, domanda degli sforzi di traduzione e sintesi supplementari rispetto al precedente tipo di presentazione, come un richiamo preciso al contesto o alcune definizioni prima della presentazione<sup>137</sup>».

La *presentazione in costruzione* è una presentazione «provvisoria, da completare, non conclusa», «dedicata a mostrare un misto di esposizione orale, di Dn (diapositive numeriche) redatte

precedentemente, di correzioni e scritture effettuate “al momento” dal gruppo presente, sotto l’impulso di un presentatore. Completare, gerarchizzare, “convalidare” gli elementi del testo o arrivare a una prima stesura di un documento promuovendo un tema (*brainstorming*, atelier di creativi) sono operazioni che vengono quindi effettuate»<sup>138</sup>.

Raccolte le informazioni iniziali, queste riunioni si abbelliscono poi di una rappresentazione che le trasforma in attività creative più prossime alla formazione «partecipativa» che alla classica riunione di lavoro strutturata gerarchicamente. Gli strumenti di PowerPoint riescono a stimolare il lavoro collettivo e la collaborazione. La slide diviene un elemento sul quale tutti possono lavorare, modificare, rifare, copiare, trasmettere, ecc. e che permette un’estensione della scrittura. E la collaborazione si ripete durante l’avvenimento stesso, trasformando così la riunione «magistrale» in un meeting partecipativo, dove chiunque è esortato a contribuire.

È così diventato comune che ogni progetto, programma o attività – dalla nota spese alla presentazione rivolta al comitato di direzione –, che necessiti dell’intervento di diverse parti in causa, sia accompagnato da presentazioni corredate di immagini. Come constatato da numerosi professionisti, questa pratica ha, nel quadro specifico della conduzione di riunioni, parecchi vantaggi, non fosse altro che in termini di rapidità di realizzazione e di unicità del supporto, che funge da ordine del giorno, sommario, resoconto, persino da atto ufficiale e documento di riferimento.

Ultima tipologia, la *riunione di comunicazione* (eventi, performance, spettacoli), che rappresenta in qualche modo la quintessenza del genere, di cui le presentazioni dei bilanci annuali sono uno dei tanti esempi. In questo caso, la performance è di tipo «solenne»: un solo presentatore, in piedi, in movimento o immobile su un palco, che espone, scorre le sue slide, le fa ripartire, agisce come un maestro di cerimonie, un animatore. «Regge» completamente la presentazione, può esserne il creatore, il responsabile o semplicemente l’interprete. «Dirige» lo spettacolo. Questo approccio didattico ha permesso a PowerPoint di lasciare il segno in numerosi avvenimenti accademici: esposizioni, discussioni di tesi, conferenze, sermoni, arringhe, ecc.

La presentazione PowerPoint richiede dunque una reale abilità in materia di gestione del gruppo e una certa capacità nel controllare le interazioni. E non tutti sono buoni presentatori. Se per un professore, un uomo politico, un avvocato, un predicatore, un attore, prendere la parola in pubblico non pone particolari problemi, sia perché possiedono un talento innato, sia perché hanno pagato a caro prezzo i servizi di un *coach*, questo esercizio rappresenta spesso una prova pericolosa per un comune mortale. Per tale ragione, non sorprende che stage e sessioni di *coaching* e altre formazioni mirati alla conduzione delle riunioni si siano moltiplicati nei cataloghi di formazione delle imprese e delle amministrazioni. La padronanza della conduzione di una riunione è in effetti diventata una delle competenze indispensabili per ogni manager che desideri fare carriera: oggi è indispensabile essere un buon attore e espansivo per avere una chance in più in azienda.

Il «ruolo» di presentatore non è mai facile da sostenere. Come in ogni evento basato sulla comunicazione, si deve prendere in considerazione il rapporto che si intratterrà col pubblico. Questo poiché l'esercizio non è mai senza rischi per il presentatore, che spesso mette in gioco la sua legittimità in termini di status, mestiere, funzione: entra in scena e si sottomette, al cospetto dei suoi pari e/o dei suoi superiori, a una valutazione implicita delle sue competenze, delle sue abilità, ma anche – la cosa più importante – della sua personalità, del suo comportamento... Come sottolinea Gérald Gaglio, la presentazione «è una recita rischiosa. L'attore deve sia gestire la propria immagine e quella della collettività (il suo "istituto", la sua *équipe*), sia dare un'immagine di sé con la consapevolezza che sta mettendo in gioco la sua reputazione. Di fatto, gli attori hanno delle buone ragioni per imparare in maniera approfondita a utilizzare il programma, per mettersi al riparo da sorprese indesiderate in un momento pericoloso come la riunione con le sue diverse, spesso ambigue, finalità»<sup>139</sup>.

Di fatto, nell'utilizzo di PowerPoint, il presentatore è l'unica voce *live*: è un attore che ha il potere della parola, la capacità di condurre la discussione ma, allo stesso tempo, si trova in una situazione di concorrenza con la presentazione stessa (le slide), dal momento che il pubblico alterna l'attenzione tra lui e la proiezione.



Ciò ha molteplici conseguenze. In primo luogo, si rischia la dispersione dell'attenzione. Il pubblico ha anche la possibilità di «muoversi» all'interno della presentazione secondo i suoi interessi (e/o di fare altre cose). Il testo proiettato permette, per esempio, di selezionare i punti importanti senza dover ascoltare l'oratore. Questa frammentazione – questa dispersione dei compiti – è, secondo alcuni sociologi del lavoro, una delle maggiori patologie del lavoro contemporaneo, il multitasking, l'impiegato «multi-compiti»<sup>140</sup>.

Uno studio americano afferma che le presentazioni PowerPoint sono spesso il «sonnifero delle organizzazioni» (*The Corporate Sleeping Pill*)<sup>141</sup>, e le riunioni con PowerPoint sono descritte come eventi noiosi: nel momento in cui il presentatore è intento a esporre il primo punto del suo lucido, il pubblico ha già letto tutta la diapositiva. Esistono delle statistiche sulla percentuale di persone intente a svolgere azioni diverse dall'ascoltare la presentazione durante la riunione (73 per cento); «Le presentazioni, soprattutto quando sono lunghe, distruggono la capacità di reazione del pubblico»<sup>142</sup>.

Benché la riunione vorrebbe essere un luogo di scambio, la mediazione offerta da PowerPoint provoca degli effetti ipnotici che rendono il pubblico totalmente inerte. E, spirale infernale, più il pubblico si rivela inattivo, più il presentatore deve combattere per «agganciare» l'attenzione che si disperde senza tregua, ormai prigioniero della logica diabolica secondo la quale «in un'economia dell'attenzione, il valore si crea catturando il tempo dell'altro»<sup>143</sup>.

Il secondo effetto è la logica di valutazione che la performance PowerPoint mette in gioco. È così che un ingegnere di France Telecom racconta un episodio in cui un dipendente è stato costretto a difendere ognuna delle sue slide di fronte a una decina di colleghi, impegnati nello stesso progetto, prima solidali e uniti: «Ci si mette a rilevare il minimo sogghigno, si viene colpiti dalla più piccola critica, la più piccola contraddizione. Il lato solenne e spettacolare della presentazione aggrava il lato del giudizio. Io penso che le riunioni di lavoro siano diventate più tese perché queste presentazioni provocano per forza un surplus di stress, oltre a quello già dato dalla conduzione, già abbastanza complessa, del progetto».

Questi spettacoli divengono talvolta la «guerra del tutti contro tutti», dove ciascuno cerca di diventare protagonista e consolidare il suo potere. Si tratta di fenomeni abbastanza comuni di «dinamica di gruppo»: la natura esibizionistica, di performance, perfino di concorrenza tra individui – aggravata dal narcisismo di alcuni – accentua il contrasto tra il successo di alcune presentazioni e il «fiasco» di altre.

Secondo Cecile Tardy, Yves Jeanneret e Julien Hamard, il formato PowerPoint offre agli oratori quattro possibilità di performance<sup>144</sup>:

*discorso retto dalla scrittura*: l'oratore non ha alcuna libertà e segue esattamente ciò che è scritto sullo schermo. Questo è il modo – formato «gobbo» – che solleva le maggiori critiche;

*discorso semi-improvvisato*: l'oratore si giostra tra il pubblico e lo schermo, la postura è più libera (di profilo fra lo schermo e il pubblico). Se l'oratore si allontana troppo dalla sua presentazione, il pubblico corre il rischio di deconcentrarsi, non sapendo più se leggere o ascoltare;

*discorso-spettacolo*: l'immagine e il testo proiettati diventano un appoggio, accompagnando il discorso come una didascalia. L'esposizione diventa teatrale e ipnotica. È destinata a sedurre;

*discorso disgiunto*: è il caso in cui avviene la rottura tra quanto viene detto e il documento presentato. Questo tipo di esposizione (messa in pratica raramente) è più vicina al rapporto che alla presentazione.

Nel caso della performance-spettacolo, il presentatore (con le sue parole, la sua gestualità, i suoi messaggi, ecc.) non ha solo la finalità di polarizzare l'attenzione del pubblico – e in ciò risiede uno dei suoi principali punti di forza e la principale delle sue debolezze. La presentazione visiva offre al pubblico una molteplicità di distrazioni: sola lettura di slide, va e vieni tra presentatore e schermo, solo ascolto del presentatore, alternanza tra presentatore, slide, discussione con i vicini, annotazioni, ecc.: «Un presentatore può scomparire facilmente dietro

la sua presentazione e cessare di esserne responsabile»<sup>145</sup>.

Se PowerPoint facilita la costruzione della performance, tende anche a obbligare il presentatore a catturare l'attenzione del suo pubblico, in particolare sincronizzando accuratamente il suo discorso con ciò che proietta: «Il presentatore deve coordinare il flusso delle parole, che è per natura continuo, con lo scorrere delle immagini, dove il testo compare a blocchi. Adattare il continuo al discontinuo non è per nulla facile. Nelle migliori presentazioni, l'oratore non si accontenta di assicurarsi il triplo allineamento (tra ciò che dice, ciò che proietta e il suo pubblico) con lo sguardo. Muove il corpo per ricreare continuamente dei legami tra lo schermo, la sua parola e il pubblico»<sup>146</sup>.

Se, nello spazio chiuso di una sala riunioni, il fatto di «catturare» una decina di colleghi per convincerli della fondatezza di una nuova applicazione informatica o di un nuovo processo di acquisto non è l'obiettivo essenziale – si tratta soprattutto di prendere delle decisioni –, si può nondimeno osservare che la riunione di lavoro è diventata, grazie (o a causa) della mediazione richiesta da PowerPoint, una performance in forma di esibizione. L'obbligo di comunicare e la sofisticazione tecnologica creano un'inflazione dello spettacolo che trasforma il minimo «passaggio» in uno show. Il programma non solo snatura il genere «riunione» ma impone dei vincoli nuovi. Non è più il contenuto che crea le regole nell'esposizione, è il supporto tecnico...

Il sociologo tedesco Hubert Knoblauch ha evidenziato la capacità del programma di trasformare una semplice esposizione in una performance. Più precisamente in ciò che definisce una «performance di conoscenza»<sup>147</sup>. Grazie all'utilizzo del puntatore, l'oratore assegna alla conoscenza una posizione nello spazio. Invece di tradurre, spiegare e insegnare un fatto o una realtà, la conoscenza da condividere è definita nello spazio con la parola, il movimento e l'immagine. Il pubblico è dunque di fronte a una conoscenza «presentata» e messa in scena, piuttosto che a una condivisione, a una trasmissione della «conoscenza»<sup>148</sup>. Si tratta di portare a vedere e non di portare a sapere; e soprattutto dimostrare che il presentatore controlla la conoscenza che illustra. È questo il talento dei consulenti, il saper mettere in mostra la loro abilità per poterla poi vendere<sup>149</sup>.