

# Nove ragioni per rivalutare la retorica



Guido Romeo

Pubblicato  
aprile 21, 2014

**Che cos'hanno in comune Enrico Mattei, Angela Ahrendts e Papa Francesco? L'ultimo libro di Andrea Granelli e Flavia Trupia aiuta a capire perchè l'arte del dire è irrinunciabile nel mondo digitale**



**La retorica è un'abilità allo stesso tempo antica e indispensabile** per governare il mondo contemporaneo. **È forse per questo che la retorica è viva e gode di ottima salute.** È vero il termine sa ancora di tomi cartacei e polverosi, di ampollosi giri di parole e può generare flashback di criptiche versioni di latino inflitte da sadiche professoressine per niente 2.0, ma l'arte del dire (adesso la chiamano "storytelling"... ) è uno strumento essenziale per chi è chiamato a lavorare in team e magari a guidarlo, far finanziare la propria idea o semplicemente vuole comprendere la dinamica delle comunicazioni più efficaci.

Uno strumento utile per avvicinarsi o rivalutare questa abilità è [Retorica e business: intuire, ragionare, sedurre nell'era del digitale](#), l'ultima fatica di [Andrea Granelli](#) (già autore di [Città intelligenti? Per una via italiana alle smart cities](#)) e di [Flavia Trupia](#) (Egea 184 pag; 14,50 euro). Il volume, pensato esplicitamente per un pubblico di manager aziendali è in realtà ricchissimo di elementi per chiunque voglia comprendere quali sono le tecniche di grandi comunicatori e leader divertendosi a smontare i loro ragionamenti e le loro tecniche o magari vuole prepararsi a un TedTalk. Il volume è un peana dichiarato per la retorica e non lesina sui termini e i riferimenti classici (c'è anche un bel glossario), ma ha il merito di gettare un ponte tra la tradizione e il mondo digitale.

Ecco nove ragioni per rivalutare l'arte del dire e perché ha senso coniugarla col digitale. Per gettarci alle spalle le figuracce su Seneca e Cicerone o evitare quelle di alcuni manager sui **successi di Napoleone a Waterloo**.

**1. Dimostrazione e argomentazione sono sorelle diverse.** Granelli chiama giustamente in causa Chaim Perelman, il filosofo polacco che nel secolo scorso contestò il dominio della ragione cartesiana e postulò che la dimostrazione ha un valore assoluto e indipendente dalle persone alle quali è diretta. L'argomentazione, invece, ha un valore diverso a seconda dei fruitori ai quali è rivolta.

**2. L'arte del dire è prima di tutto l'arte di ragionare.** Un'argomentazione efficace è costruita su un ragionamento articolato e profondo. Di qui l'esigenza di attrezzarsi per ragionare in maniera completa. Va bene andare a braccio, ma solo se si è davvero studiato, insomma.

**3. Non convincere, abduci!** Questa è forse una delle intuizioni più felici e utili del libro: l'abduzione, (da "*abducere*": condurre da) è proposta come terza via creativa per andare oltre l'arte di convincere razionalmente o emotivamente. È il metodo di Sherlock Holmes che parte dalla raccolta dei dati sperimentali per ricostruire la verità, ma condiviso anche da Einstein (che però lo chiamava semplicemente "intuizione") e prima ancora da Aristotele che parlava di "ipotesi".

**4. La retorica non è fatta solo di parole.** Puoi farne tesoro anche se non farai mai un discorso in pubblico perché, oggi, il nostro è un mondo fatto di immagini e farle parlare per esprimere un discorso è un'opera di retorica necessaria. Che si tratti di un sito web, di un "flagship store" o di qualsiasi altro luogo collegato all'esperienza di chi ne fruisce. E con il digitale questo collassamento tra retorica e immagini è totale.

**5. La rete digitale e i device mobili** hanno fatto esplodere la fruizione di modalità visuali di rappresentazione del sapere come, ad esempio, le infografiche. Questo nuovo "layer" della nostra comunicazione è perciò una grande occasione per esercitare la retorica per chiarire messaggi complessi senza semplificarli.

**6. Un sito personale ha ancora molto senso.** I social sono efficacissimi per comunicare, intrecciare relazione e raccogliere notizie, ma sono per definizione transitori perché vivono in un flusso temporale. La possibilità di raccogliere, organizzare e sistematizzare la propria conoscenza offerta dal digitale è unica e gli strumenti sono praticamente gratuiti. Più che da vetrina professionale (per questo c'è già LinkedIn) è a questo che serve un sito personale che diventa così un luogo di ragionamento dal quale si distilla la propria argomentazione.

**7. Il leader deve essere digitale.** La padronanza del mondo digitale è la chiave per il successo di un progetto. Il report McKinsey [\*Bullish on digital\*](#), non usa mezzi termini: gran parte dei progetti innovativi falliscono per la carenza di digital-skills del senior management. In Italia, in particolare, sembrano mancare percorsi formare i leader sul fronte digitale.

**8. Il digitale è un imperativo per tutta la tua organizzazione.** Ma attenzione, non è una moda passeggera o uno stile manageriale. È una rivoluzione ormai avvenuta: ha pervaso tutti i sistemi e cambiato il nostro modo di raccogliere informazioni, di relazionarci e perfino il nostro sistema cognitivo, modificando il nostro modo di memorizzare e rappresentarci.

**9. Hai figli? Educali fin da piccoli alla retorica.** Se non sai da dove cominciare prova con la Guida di Aristotele ai discorsi da cena in famiglia di Jay Hendricks. I consigli di base sono semplici e aiutano anche i più grandi a riflettere (insegnando s'impara!): insegna a decidere valutando pro e contro; pensa al futuro; è un "fallo" urlare o qualsiasi comportamento che impedisca la conversazione; lascia vincere i ragazzi ogni tanto.