

Retorica e digitale sono le armi dei Ciceroni 2.0



Da Steve Jobs al TED, i bit hanno fatto esplodere l'arte del ragionare e aperto un nuovo percorso di racconto e innovazione

Publicato: luglio 11, 2014



(Andrea Granelli e Flavia Trupia, autori di "Retorica e business. Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale", Egea – 2014)

Retorica e digitale sembrano parole lontanissime, incompatibili. L'una legata all'uomo e nata nell'era pre-tecnologica; l'altra risultato dell'esuberanza hi-tech della contemporaneità.

Ma oggi, la diabolica quantità di contenuti presente nel web, ci dimostra che **le cose non stanno esattamente così**. La retorica non aiuta solo a esprimersi, a dare gambe e respiro alle idee, ma è anche una valida alleata per interpretare la miriade di messaggi dai quali siamo quotidianamente bersagliati. Sulla retrocopertina di **"Retorica e business. Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale"** – il libro che abbiamo recentemente pubblicato – il direttore di questa rivista chiarisce il punto: «A che serve Cicerone ai tempi del digitale? A far incontrare i fondamenti della retorica con gli strumenti della rete [...] rimettendo la parola al centro della visione del futuro».

Scavando un po', scopriamo che **il digitale è una nuvola di segni**. E allora ben si adatta l'espressione "semiosfera" che Jurij Lotman ha coniato per sottolineare che il nostro ambiente è una sorta di biosfera informativa. Anna Cicognani arricchisce la metafora della semiosfera con la componente digitale, definendo il cibernazio come una costruzione linguistica: la sua materia è cioè il linguaggio. È costruito tramite il linguaggio ed è navigabile attraverso il linguaggio. Molti dei protagonisti della rivoluzione digitale hanno avuto rapporti intimi con la retorica. McLuhan scrisse la sua tesi di dottorato sulla storia delle arti verbali (grammatica, logica e dialettica, retorica). Steve Jobs, in un convegno del 2010, riprese il filo di questo discorso affermando: «*We're not just a tech company, even though we invent some of the highest technology products in the world. It's the marriage of that plus the humanities and the liberal arts that distinguishes Apple [...]. It's tech and humanity*». E poi **il fenomeno TED, che rende l'oratoria protagonista del web**.

Il rapporto fra retorica e digitale è dunque ricco di spunti. Nei prossimi mesi lo affronteremo in maniera più approfondita sul blog di wired.it. Partiremo da una rilettura – con la lente del digitale – del canone "*inventio, dispositio, elocutio, memoria, actio*". Parleremo dei nuovi strumenti per gestire l'ipertestualità, del rapporto testo-immagine, dei retori digitali, delle fallacie degli haters (gli odiatori professionisti che vomitano cattiverie nei social network). Ma, soprattutto, delle tecniche per "connettere i puntini" – come suggerì Jobs nel suo famoso discorso di Stanford – per disegnare il futuro con le parole, presentando prodotti e servizi che ancora non esistono. E, allora, **digital story-telling, interface design, data journalism, intuition pumps, content curation** saranno i capitoli di un nuovo percorso che definisce metodi e strumenti della retorica del XXI secolo.

Andrea Granelli e Flavia Trupia

