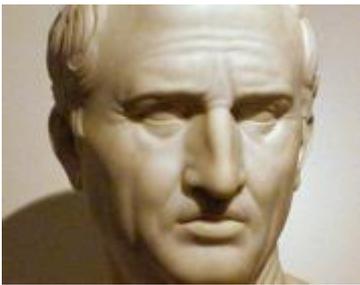


Le dieci regole della retorica per comunicare bene in pubblico

Esprimersi con efficacia - ma anche ben ragionare - è alla base del successo di molte attività economiche: dai pitch delle startup alla gestione dell'azienda

di **Andrea Granelli***

5 aprile 2015



Cicerone (Wikipedia)

La *téchné rhetoriké* – tecnica ma anche arte retorica – non ci insegna solo a esprimerci con efficacia ma soprattutto a «ben ragionare». Anzi è la più importante tecnologia della mente di cui disponiamo. Ben nota agli antichi (e un po' meno a noi moderni) era la base del *curriculum studiorum* della classe dirigente. Volendo estrarre da una sapienza che ha radici molto antiche (e che si è molto evoluta nel tempo) dieci massime, questa è una proposta (necessariamente tentativo):

1. Ricordarsi sempre della legge fondamentale della retorica: **l'oratore – colui che parla o scrive per convincere – non è mai solo**. Si esprime sempre in concomitanza o in opposizione ad altri oratori (presenti o impliciti nelle credenze dell'uditorio), e sempre in funzione di altri discorsi
2. Costruire – come ci ricorda Cicerone nel suo *De oratore* – sempre un **impasto indissolubile tra res e verba, tra argomenti e forme espressive**; i fatti non sono più importanti delle parole e le parole non lo sono più dei fatti
3. Ricordarsi il principio di incertezza di Quintiliano: **gli schemi o i metodi non possono comprendere la complessità del reale**. Ogni tassonomia, catalogo di strumenti o metodo sarà sempre parziale
4. Iniziare sempre con la **«captatio benevolentiae»** («assumendo» anche uno specifico carattere – l'*ethos* – adatto all'uditorio) per ottenere innanzitutto la sua fiducia
5. Ricordarsi sempre che **«Excusatio non petita, accusatio manifesta»**
6. Usare sempre i 3 “mezzi persuasione” (*ethos, pathos, logos*) enunciati da Aristotele

7. Usare il più possibile il Principio di Teofrasto secondo cui **non bisogna mai spiegare tutto in modo puntiglioso e prolisso**, ma bisogna sempre lasciare all'uditore qualcosa da comprendere e da dedurre da solo (sentirà più «suo» il ragionamento)

8. Ricordarsi dell'efficacia del principio del tre (è il «numero perfetto» di cose importanti da dire e ricordare): se è una è «indottrinamento»; se sono due è un suggerimento incompleto; se sono quattro, sono già troppi elementi da ricordare

9. Usare – quando si è in difficoltà – il *corax* (una delle tecniche retoriche più antiche): **l'apparenza inganna: quella che sembrerebbe la causa più naturale ... non può esserlo ... è troppo prevedibile**

10. Ricordarsi **l'importanza dello stile e la sua dipendenza sia dalla propria personalità** (autenticità) che dal contesto in cui si comunica (per non essere «fuori luogo»).

** Andrea Granelli (Bergamo, 1960), autore con Flavia Trupia, di «Retorica e business» è presidente di Kanso, società di consulenza specializzata in innovazione, leadership e gestione del cambiamento. È stato in McKinsey e Ad di Tin.it e dei laboratori di ricerca del Gruppo Telecom. È in molti comitati scientifici e in commissioni di valutazione ed è stato membro del Comitato di valutazione del CNR e direttore scientifico della scuola internazionale di design Domus Academy. Ha partecipato alla creazione della società consortile Coirich (Italian Research Infrastructure for Cultural Heritage) ed è presidente dell'Associazione Archivio Storico Olivetti. Recentemente ha curato per Confcommercio – insieme a Fabio Fulvio – la guida “Il negozio nell'era di Internet”*