



# **INDICE**

- 05 > Il progetto #GuerradiParole
- 27> L'associazione PerLaRe e i suoi fondatori
- 31 > Il manifesto per il rilancio della retorica
- 37 > Due libri
- 41> Dicono di noi
- 57> La rinascita della retorica



#### I'FVFNTO

«Colui che per la prima volta ha lanciato all'avversario una parola ingiuriosa, invece che una freccia, è stato il fondatore della civiltà» sosteneva Freud. Il 5 marzo 2016, in occasione della #GuerradiParole, sono stati i detenuti e gli studenti a dare lezione di civiltà, dimostrando che ci si può confrontare su posizioni ideologiche totalmente opposte, senza alzare i toni, interrompere e insultare. È quanto è avvenuto nel carcere di Regina Coeli di Roma, dove si è svolto un duello a colpi di retorica tra gli ospiti della Casa Circondariale e i ragazzi dell'Università di Tor Vergata. Hanno vinto i detenuti, perché la vita vince quasi sempre. Ma gli studenti non si sono lasciati intimidire dalla sfida "fuori casa", in un ambiente molto lontano dal mondo accademico. La #GuerradiParole è stata organizzata da PerLaRe, Associazione Per La Retorica (fondata da Flavia Trupia e Andrea Ganelli), insieme alla Crui, Conferenza dei Rettori delle Università Italiane, alla Casa Circondariale di Roma Regina Coeli, all'Università di Tor Vergata. Il progetto ha ottenuto il patrocinio della Regione Lazio. Il confronto dialettico aveva l'obiettivo di premiare la squadra maggiormente in grado di difendere la propria tesi con argomentazioni credibili, senza perdere la calma, sbraitare o mostrare aggressività. Un sofisticato esercizio di auto-controllo. Le due squadre hanno sostenuto posizioni opposte che riguardavano lo stesso argomento

di attualità. La gara si è svolta in due round di 20 minuti ciascuno. Allo scadere del round le posizioni da sostenere si invertivano. Il dibattito è stato incentrato sui confini della legittima difesa. Le due squadre sono state entrambe chiamate a sostenere la posizione secondo la quale la vita umana, anche quella di un ladro, vale più di ogni bene materiale; ma anche la posizione opposta, che vuole che i cittadini si possano difendere anche con le armi, come avviene negli Stati Uniti. Il dibattito è stato vivace, pieno di battute e colpi scena. Il pubblico ha seguito con applausi, risate, commenti ad alta voce. I detenuti hanno fatto riferimento alle loro esperienze personali e le hanno tradotte in parole potenti, in grado di commuovere il pubblico e la giuria. Gli studenti hanno cercato di supplire con la preparazione alla loro giovane età e alla mancanza di un'esperienza diretta sui fatti specifici dei quali si trattava. Ma la spontaneità dei detenuti ha avuto la meglio e il pubblico, a tratti, si è commosso e ha versato qualche lacrima. L'iniziativa ha un precedente. Il Bard College di New York ha avviato un programma di riabilitazione nei penitenziari, che prevede la realizzazione di gare di retorica. Nel settembre 2015, i detenuti del carcere Eastern Correctional Facility di New York si sono confrontati con gli studenti di Harvard, sconfiggendoli in un duello basato solo sulla forza delle argomentazioni.

#### IL METODO

## Sostenere posizioni opposte. Perché?

Sostenere A e non-A, argomentando in modo valido in entrambi i casi: questa è, in sintesi, la #GuerradiParole.

A che serve questo esercizio? Certamente ad affinare le arti oratorie e a imparare a confrontarsi in modo pacifico con opinioni diverse. Ma non finisce qui. Questa formula didattica è ricca di potenzialità. Una tra queste è allenarsi a diventare buoni negoziatori. Perché, per negoziare, bisogna essere capaci di "infilarsi le scarpe" del proprio avversario, cercando di comprenderne le motivazioni profonde. Solo dopo questo necessario passaggio è possibile avviare una trattativa con la speranza di raggiungere una conclusione accettabile per entrambe le parti. Sono interessanti anche i presupposti filosofici di questo esercizio.

E quando diciamo "filosofici" non intendiamo "poco pratici": la filosofia è alla base del nostro agire, tutti i giorni.

Sostenere posizioni opposte serve a farci comprendere che non ci sono solo le verità assolute.

Ovviamente sul fatto che 2+2 faccia 4 c'è poco da discutere. Ma su tanti, tantissimi temi che riguardano la nostra quotidianità non abbiamo a che fare con verità controvertibili.

Pensiamo a temi che ci riguardano come, solo per fare qualche esempio, la formula per uscire dalla crisi economica, il limite tra la cronaca giornalistica e il gossip o, nella sfera familiare, il giusto orario da imporre al proprio figlio adolescente per rincasare la sera.

Approfondire le cinquanta sfumature della verità è un esercizio che favorisce il prevalere di un valore alla base del vivere civile: la tolleranza.

#### Non un talent show

Non ci piace vincere facile.

La #GuerraDiParola non prevedeva una selezione dei migliori oratori, ma era un'occasione per capire il potere e i limiti della parola.

L'Associazione Per La Retorica è convinta, infatti, che tutti possano imparare a parlare meglio, attraverso lo studio e la pratica dell'arte della retorica (vedi il manifesto della retorica a p. 29).

L'iniziativa era aperta a tutti coloro che si iscrivevano.

L'unico requisito di base era una buona (non perfetta) padronanza della lingua italiana per quanto riguardava i detenuti e gli studenti stranieri... e naturalmente il rispetto per la controparte.

Sia i detenuti che gli studenti sono stati preparati allo "scontro" da PerLaRe, Associazione Per La Retorica. Le due squadre hanno scelto tre portavoce ciascuna, che le hanno rappresentate nel dibattito del 5 marzo.



"Preparatori atletici": Flavia Trupia ed Enrico Roccaforte

## La preparazione delle squadre

«Voglio dire ai ragazzetti, agli studenti, di stare attenti: di non finire come noi». Sono le parole che Mario, un componente della squadra di Regina Coeli, ha pronunciato qualche giorno prima della #GuerradiParole. È stato emozionante assistere all'incontro tra le squadre. Gli studenti e i detenuti sono stati preparati separatamente e si sono incontrati per la prima volta solo un'ora prima dello "scontro". Erano ansiosi e curiosi di conoscersi. Le due squadre, ognuna composta da una decina di membri, sono state preparate da Flavia Trupia, presidente di PerLaRe-Associazione Per La Retorica, e dall'attore e regista Enrico Roccaforte. L'attività di formazione è stata speculare: quattro incontri di un'ora e mezza ciascuno sia con gli studenti che con i detenuti. Una sola differenza: in carcere non si può accedere a Internet. I detenuti si sono preparati su materiali stampati, portati dall'esterno e preventivamente controllati dalla direzione del carcere. Gli incontri erano dedicati a mettere a punto un "argomentario", un prontuario di argomentazioni da spendere nel dibattito. Le idee di tutti i componenti del gruppo venivano suddivise sulla base delle due posizioni da sostenere: a favore di un maggiore diffusione delle armi in Italia; contro una maggiore diffusione delle armi in Italia. A fonti tradizionali come libri e articoli, si è aggiunto lo studio dei commenti degli utenti dei social network e delle testate online.

Una fonte inesauribile di argomentazioni è stata la pagina Facebook di Matteo Salvini che, in quei giorni, riportava in copertina una citazione dello stesso segretario della Lega: «La difesa è sempre legittima. Se entri in casa mia ed esci steso, è un problema tuo». Ogni partecipante era incoraggiato a ricercare in se stesso le proprie esperienze personali, le proprie paure, le proprie aspirazioni. Un patrimonio di emozioni da organizzare e tradurre in parole, in modo da trasformare un fatto personale in un'esperienza universale. Già a partire dal primo incontro, abbiamo iniziato le simulazioni del dibattito: tre contro tre. Tre erano gli sfidanti, tre gli "sparring partner". A rotazione, tutti i componenti del gruppo avevano la possibilità di provare. Chi restava nella platea aveva il compito di prendere appunti per suggerire strategie argomentative migliori. Grande attenzione è stata posta alla gestione del corpo e della voce. Chi prendeva la parola doveva inizialmente rivolgersi agli avversari, poi volgere lo sguardo alla platea, per coinvolgere tutti nel proprio ragionamento. La voce doveva essere piena con la massima attenzione per le pause. Con uno sguardo, i concorrenti decidevano chi, della propria squadra, doveva prendere la parola. Mano a mano che le simulazioni si avvicendavano, il meccanismo si rodava fino ad arrivare a una quasi impercettibile occhiata d'intesa. Una sorta di auto-regia. Un balletto della parola.

#### Il discorso di un minuto

Un minuto, solo un minuto, per sostenere una tesi. Ogni round si apriva e si concludeva con un appello della durata di appena 60 secondi.

La brevità è una sfida che terrorizza anche manager e politici navigati.

Ma c'è un trucco. In un minuto si può dire pochissimo, quindi bisogna organizzarsi. Bisogna pensare a tre argomenti chiave, solo tre. Ed esporre solo quelli in 40-50 secondi.

Gli ultimi dieci-venti secondi sono dedicati all'"explicit".

Quando un uomo si arma e spara a sangue freddo su un altro uomo, uccidendolo, affoga nella stessa pozza di sangue. Perché in quel momento non è morto solo un uomo. È morta la democrazia, è morta la legge, è morta la giustizia. È morto tutto.

Questo è l'explicit di Mohamed, detenuto magrebino di Regina Coeli. Un ragazzo che vive in Italia solo da cinque anni.

# La scelta dei rappresentantl

Ogni squadra era composta da una decina di componenti, ma solo cinque avevano la possibilità di parlare.

Tre oratori dovevano rappresentare la squadra nel dibattito, una doveva pronunciare l'appello iniziale e una l'appello finale.

La scelta dei portavoce era fissata per l'ultimo giorno di prove. L'abbiamo fatta insieme, noi dell'associazione con i componenti delle squadre. È stato bello vedere gli studenti e i detenuti ragionare ad alta voce su chi fosse più adatto a rappresentare la squadra.

Qualcuno ha detto che se la sentiva, qualcun altro ha preferito fare il ruolo del preparatore: dello Schlesinger, lo stratega di J. F. Kennedy.

Tutti, studenti e detenuti, hanno dimostrato un'insolita cavalleria e un'incredibile spirito di gruppo. È stato in quel momento che abbiamo capito che l'esperimento aveva funzionato.

La civiltà aveva vinto.

## IL TEMA E IL LUOGO

Il dibattito si è sviluppato su un tema molto controverso e "sensibile" (soprattutto per i detenuti): i confini della legittima difesa.

Se un ladro entra a casa mia, posso difendermi, anche in modo aggressivo?

Lo "scontro" dialettico si è svolto nel teatro della Casa Circondariale di Regina Coeli a Roma.



# LA GIURIA

La giuria della #GuerradiParole:

- > Valeria Della Valle, linguista (presidente)
- > Carolina Crescentini, attrice
- > Alessio Falconio, direttore di Radio Radicale
- > Alberto Matano, conduttore del Tg1
- > Ciro Pellegrino, avvocato penalista

I giurati sono tutte persone che hanno fatto della parola e della comunicazione il proprio mestiere.





# I VINCITORI: I SIGNORI DI REGINA COELI





#### **ALCUNI COMMENTI**

In carcere nessuno può entrare con il cellulare. Quindi niente Facebook o Twitter. Abbiamo chiesto al pubblico di lasciare un commento su un post it e di attaccarlo al muro. La parete era tutta gialla. Una pausa dai social, per tornare a carta e penna.

"GUERRA DI PAROLE"

UN'ESPERIENZA CHE SI
PUO' DI ASSUMERE IN

UNA SOLA PAROLA

SORPRENDENTE!

E LA PRIMA VOZTA CHE PARTECIPARE AD UNA GUERRA DIVENTA UN PIACEBE!

Bellissimo imperno comunte e formidabile lesempio di comunicative

CONE IL VENTO
W PIENO VISO
W ACTA QUOTA 200
UNA BOCCATA
D'ARIA TRESCA
- ESICARANTE-

E la prova che svolgere un'atorità cultivale mon a apparmaziono di pachi seleziono dissimi cervalli! Bravill SE DICE CHE SE NON FAI
SM TRE GRADINI NON
PUDI DI DIESSE ROMAND.
BEH DA OBBI POSSO DI CHE
LO SONO, MA NON SOLO.
POSSO DI PURE DE ESSE
PI O RICCA: DI BNO 21 ONI,
INTUIZIONI E CONSAFENCIESE

MIE PLACIGITO IL
REGISTA "CUOCO DI ANITCE"

TUTTI LIANDO DI ATTO A

THAT LIANDO DI ATTO A

THAT SE CONDA FOSSIBILITÀ!

- ENTARESSAUTION

- CT. SONO DEI GET MI

DEL TEATROTRA!

PRESENT!

DIFFERENTIANDES

1STENTINO CONFRONTO

TRA CENTUSUSHOE
L'INGENUITAT BERRING

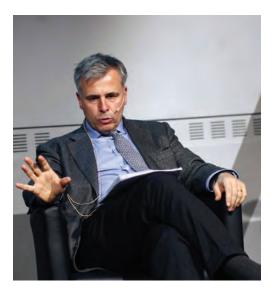
BIRVAN E L'ESPENTA

ANCIE ISTRIONICABEI BETENUTI

#### ALCUNI COMMENTI

#### Andrea Granelli, vicepresidente di PerLaRe

#GuerradiParole: i detenuti hanno vinto ma bravissimi anche gli studenti.



Nella #GuerradiParole che si è giocata a Regina Coeli, i giovani studenti di Tor Vergata sono stati davvero straordinari. Non solo per aver accettato una sfida difficile, certamente ansiogena (visto il tema e il luogo in cui si è discussa) e giocata in trasferta oltretutto su un campo difficile. Non solo per aver accettato un combattimento asimmetrico rispetto agli strumenti utilizzabili (contrariamente alla parte avversa potevano fare un uso limitato del pathos e dell'ironia visto il coinvolgimento emotivo della controparte sul tema in oggetto). Ma anche perché hanno messo in luce il loro talento, la loro tecnica argomentativa e soprattutto la loro umanità.

Grazie, dunque, a loro, ai loro coach, e ai loro "professori" per la lezione – non solo sull'uso della parola – che ci hanno regalato.

#### ALCUNI COMMENTI

## Valeria Della Valle, linguista e presidente della giuria della #GuerradiParole

#GuerradiParole: bravi i detenuti bravi gli studenti.



Entrambe le squadre di retori 2.0 hanno dimostrato grande competenza nell'uso della lingua

Chi ha assistito alla #GuerradiParole tra un gruppo di detenuti di Regina Coeli e un gruppo di studenti dell'Università Tor Vergata di Roma sul tema dei confini della legittima difesa si è trovato di fronte a una situazione imprevista. A determinare la vittoria dei detenuti è stata, comprensibilmente, la maggiore carica di passione messa nella sfida, ma agli studenti va riconosciuta sia la capacità nell'uso degli strumenti della retorica sia il rispetto degli avversari; in più, si sono dimostrati leali e generosi, non sfruttando la propria maggiore preparazione culturale e freschezza di studi (era-

no studenti delle Facoltà di Lettere e di Filosofia. Scienza della Comunicazione e Giurisprudenza), e sfoggiando anche una buona dose di ironia e di umorismo. Non solo i contendenti sono stati capaci di sfidarsi con le parole rispettando i tempi e le regole, ma tutte e due le squadre hanno dato prova di un buon uso della lingua italiana: in entrambi i casi una lingua corretta, un lessico appropriato, con i congiuntivi e i connettivi al posto giusto. Certo, qualche differenza si notava, ed era giusto che ci fosse: più colorito e vivace il linguaggio dei detenuti, più compassato e controllato quello degli studenti, che partivano svantaggiati perché giocavano fuori casa e per l'età complessivamente più giovane di quella dei detenuti. Parlare bene in pubblico e saper comunicare le proprie idee non è cosa semplice: un conto è farlo in un'aula universitaria o nella discussione di una tesi di laurea, un conto trovarsi a Regina Coeli, in un ambiente estraneo (i detenuti avevano intorno a sé il calore e la claque dei propri compagni e del personale del carcere) e dover sconfiggere con le parole persone forse meno agguerrite culturalmente, ma sicuramente più smaliziate per esperienza di vita. La vittoria di misura è andata ai detenuti, ma gli applausi hanno premiato anche gli studenti, la loro lingua, il loro buon uso della retorica.



La Radio ne parla, Radio Rai 1, con llaria Sotis e Maria Grazia Putini. Sono intervenuti: Vittorio Taviani, Claudio Montagna, Massimo Arcangeli e gli studenti di Tor Vergata Alessandro Egitto, Beatrice Eleuteri, Monica Dichiara e Simone Guarany, 29 marzo 2016



ROMA. Va in scena nel carcere di Regina Coeli la prima gara di retorica. Sabato 5 marzo, nella biblioteca del penitenziario, i detenuti e gli studenti universitari della Facoltà di Lettere di Tor Vergata si sono sfidati a colpi di parole. Al centro del dibattito, l'uso delle armi e la legittima difesa. Due squadre da 15 partecipanti, con un capitano e i rispettivi portavoce, si sono confrontate sulla questione della sicurezza. Poche e inviolate le regole: bandite le interruzioni, essenziale la brevità.

Due round da 20 minuti per persuadere la giuria. Alla fine hanno vinto i detenuti «per la capacità e il controllo nel confronto dialettico». L'iniziativa, organizzata dall'Associazione per la retorica, si è ispirata all'evento newyorkese dello scorso settembre, durante il quale i detenuti del carcere Eastern Correctional Facility hanno sconfitto gli studenti di Harvard. La gara nella versione italiana è stata promossa dalla Conferenza dei Rettori delle Università Italiane, assieme all'Università degli Studi di Roma Tor Vergata. (maria cristina fraddosio)

Parole in libertà: i detenuti vincono la gara di retorica (Maria Cristina Fraddosio), **Il Venerdì di Repubblica**, 18 marzo 2016



BATTAGLIA DI PAROLE

#### I detenuti di Regina Coeli battono gli studenti di Tor Vergata

Il duello di retorica sulla legittima difesa organizzato nel carcere romano ha visto vini i detenuti, gli studenti di Tor Vergata non hanno comunque deluso

di Sveva Alagna

Spontanei e determinati, sono stati i detenuti del carcere di Regina Coeli a vincere il confronto dialettico con gli studenti di Tor Vergata, nell'ambito di "È guerra di parole", il duello di retorica che si è tenuto proprio all'interno del carcere romano lo scorso 5 marzo. Organizzata da PerlaRe, Associazione per la Retorica, in collaborazione con Università di Tor Vergata, Casa Circondariale di Roma Regina Coeli, Conferenza dei Rettori delle Università Italiane e con il patrocinio della Regione Lazio, l'iniziativa intendeva portare al centro dell'interesse la retorica, offrendo l'occasione di tornare a rifiettere sull'arte del parlare e dunque ragionare.

#### LE REGOLE DEL GIOCO

Semplici a dirsi, ecco quali erano le regole del gioco: due round da venti minuti per ogni squadra, una composta di detenuti e una di studenti, per sostenere prima una tesi e poi il suo opposto. L'argomento? I confini della legittima difesa: in Italia, al contrario degli Stati Uniti, la legge prevede che la legittima difesa sia simmetrica (non fare di più di quello che il malintenzionato stia facendo). Dunque, i partecipanti, forti di un periodo di training a cura dell'Associazione, hanno espresso le loro considerazioni attraverso un deciso esercizio di stile, prima a favore e poi contro l'uso della forza o delle armi per difesa.

I detenuti di Regina Coeli battono gli studenti di Tor Vergata (Sveva Alagna), **Corriere della Sera Innovazione**, 11 marzo 2016



L'arte di persuadere, Advertiser, marzo 2016, pp 74-79



## Parole di evasione, detenuti campioni di retorica - Rotocalco n. 10 del 9 marzo 2016

₩ ROTOCALCO



Sfida all'ultima parola nel carcere romano di Regina Coeli dove si è svolta un'inedita gara di retorica tra detenuti e studenti di Tor Vergata sul tema della legittima difesa. E la squadra galeotta supera le aspettative,

Parole di evasione, detenuti campioni di retorica – Rotocalco n. 10 del 9 marzo 2016, **Adn Kronos** 



#GuerradiParole, audio integrale della gara di retorica tra gli studenti di Tor Vergata e i detenuti di Regina Coeli del 5 marzo 2016, **Radio Radicale** 



Guerra di parole su Caterpillar, Rai, Radio 2, 8 marzo 2016

# Centinali di dialiti mai fatte, naxvi-truffa a Purma fatte, naxvi-truffa a Purma Anche il ministero è. Coerra alle caviglie nude. L'insospetta della morte e della morte e nocciare d'or si coore', sociale a con il m

# Sfida all'ultimo congiuntivo, galeotti battono universitari

Vittoria dei carcerati di Regina Coeli sfidati dagli studenti di Tor Vergata



FLAVIA AMABILI

18/08/00

Chi usa ancora la parola «affinché»? Per di più unita al congiuntivo perfettamente coniugato? Oppure parole come «altresi» o «diatriba»? Nel carcere di Regina Coeli le usano e, a colpi di vocaboli di alto spessore linguistico e di condizionali, congiuntivi e preposizioni, hanno battuto gli studenti dell'università di Tor Vergata. Sabato mattina la biblioteca del penitenziario romano ha ospitato la prima guerra di parole mai organizzata in Italia tra detenuti e ragazzi. Ci sono dei precedenti negli Stati Uniti, lo scorso settembre i giovani della rinomata Harvard, fino ad allora campioni nazionali di dibattito, sono stati pesantemente sconfitti da tre carcerati americani del penitenziario di Eastern New York.

Sfida all'ultimo congiuntivo, galeotti battono universitari, Vittoria dei carcerati di Regina Coeli sfidati dagli studenti di Tor Vergata (Flavia Amabile), La Stampa, 8 febbraio 2016 (versione web e cartacea)



07 margo 2016

Guerra di Parole nel Carcere Romano di Regina Coeli
Scritto da Chiara Maria Gargioli



Guerra di Parole al carcere Regina Coeli di Rom

Siete mai entrati in un carcere?

A me è successo qualche giorno fa în occasione della Guerra di Parole organizzata dall'Associazione Per La Retorica la cui presidentessa è Flavia Turpia, amica e moglie di un mio caro collega, e realizzata con la collaborazione dell'Università di Tor Vergata, la Crui, il Carcere Regina Coeli e il sostegno della Regione Lazio.

#### REGINA COELI, IL CARCERE

La Retorica e la linguistica sono due delle mie grandi passioni, così quando vengo a sapere di questa iniziativa sento che voglio sosteneria. Procediamo con ordine.

Al numero 29 di via della Lungara, con il Tevere che scorre a pochi metri, si trova il Carcere di Regina Coeli.

Un edificio antico risalente al 1654. Un palazzone marrone che spesso i romani guardino distratti blocciti al semaforo sul Jungotevere o affacciati dalla termazza del Gianicolo. Quando enti devi lasciare utuce casco, horse o celullari. Per un momento, non troppo breve, sei fuori dal

Quando entri devi lasciare tutto; casco, borse e cellulari. Per un momento, non troppo breve, sei fuori da mondo e sei Il in catene.

Vornesti catturare il senso di oppressione che semi attraversando ambienti privi di finestre, separati tra loro da porte di ferro a doppia o tripla mandata. Cerchi il cellulare per scattare una foto, per immortalare quell'attino ma nella tasca non trovi nulla. Devi affidare quei momenti e quelle sensazioni solo alla tua testa e al tuo cuore. Un esercizio che a lungo abbiamo dimenticato di svolgere. Un freddo corridolo ci conduce a una rotonda illuminata dall'alto da un lucernato. La statua della

Un freddo corridoto el conditor a una rotonda filturninata dall'alto da un lucernatio. La statua della Madonna ti si statglia davanti con le braccia aperte come a dire "che ei possiamo fure, siamo finiti qua". I miei occhi socrrono timorosi ai piani più alti ed è in quel momento che mi rendo conto di cosa sia un carocre.

Guerra di Parole nel Carcere Romano di Regina Coeli (Chiara Gargioli) **Tacco 12 cm**, 7 marzo 2016



Servizio su #GuerradiParole, **Tgr Radio Rai 1**, 6 marzo 2016 ore 8



Servizio su #GuerradiParole, **Tg 3 Rai Regione**, 5 marzo 2016 ore 19,30



Detenuti contro universitari: ma è #GuerradiParole (Carla Ardizzone), **skuola.net**, 24 febbraio 2016



the state of the s

00000

Oltre ad essere una esperienza punitiva, il carcere dovrebbe essere anche un periodo di rieducazione, in modo che dopo l'uscita dai penitenziario non si commettano più reati e si abbia qualche competenza spendibile nel mondo del lavoro.

Le attività di rieducazione dei detenuti, peraltro, dovrebbero partire già durante il periodo di detenzione, ed è noto che la situazione nelle carceri italiane sia difficile, dal punto di vista delle condizioni di vita e delle strutture a disposizione.

E nei prossimi giorni diventerà realtà un progetto di Innovazione sociale che mette insienne due gruppi di persone agli antipodi akuni detenuti del carcere di Regina Coeli a Roma e alcuni studenti dell'Università Tor Vergota di Roma si stideranno, infatti, in un duello di retorica nel quale dovranno argomentare le proprie tesi in maniera convincente e pacifica.

L'iniziativa è organizzata da <u>Perialit</u>e - l'associazione per la retorica fondata da Flavia
Trupia e Andrea Granelli, entrambi esperti di comunicazione - in collaborazione con la
Casa Circondarale di Roma Regina Coefi, l'Università Tor Vergata di Roma e la
Conferenza del Rettori delle Università italiane, e si svolgerà subato g marzo 2016 a
Roma al carcere di Regina Coefi, via della Lungara, 29, alle ore 10. Per assistere alla gara
bisogna scrivere, preferibilmente entro il 10 febbraio 2016, a info@periarctorica.lt
comunicando nome, cognome e data di nascita.

Tornare nella società dopo il carcere (Gabriele Caramellino), **Nòva 24, Il Sole 24 Ore**, 25 febbraio 2016

## ANSA Speciali

#### I detenuti sfidano gli universitari, ma è #Guerradiparole

Duello di retorica a Regina Coeli



Il carcere di Regina Coeli di Roma sarà teatro di un duello di retorica, il 5 marzo, che vedrà gli uni contro gli altri, detenuti e studenti. Scorrerà un fiume di parole sul tema della legittima difesa.

Come novelli Cicerone, dovranno cimentarsi nell'arte della persuasione dimostrando uniminata abilità con le parole. Un tempo, la retorica veniva considerata una vera e propria arma, capace di smuovere le masse e portare grande potere a chi la possiede.

#GUERRADIPAROLE - La squadra che più abile nel difendere la propria tesi con argomentazioni credibilir: bandito sbraitare o insultare. Un sofisticato esercizio di civiltà, che consiste nell'affermare le proprie ragioni solo con lo strumento pacifico della parola. Due round da venti minuti per mettere a tacere la squadra avversaria, grazie alle formidabili doti dell'eloquenza. Il tema? I confini della legittima difesa.

l detenuti sfidano gli studenti universitari, ma è #GuerradiParole. **Ansa**. 24 febbraio 2016



A Regina Coeli i detenuti sfidano gli studenti universitari a suon di retorica

di REDAZIONE

iznerii 22 febbrain 2016 - 17:34

Condividi

I detenuti di Regna Coeli sfidano gli studenti universitari a suon di retorica. Il duello sull'ane ciceroriano in calendario per il 5 marzo nel carcere romano, è organizzata da PerLaRe, Associazione Per La Retorica, inselme alla Crul, Conferenza dei Retori delle Università Italiane, alta Casa Circondariale di Roma Regina Coeli e all'Università di Tor Vergata.

#### I detenuti sfidano gli studenti

L'originale confronto dialettico ha l'oblettivo di premiare la squadra che è maggiormente in grado di diffendere la propria teali con argomentazioni credibili, senza perdiere la culma, similare o insulfara. Un soficiation asserzio di auto-controlo e di cultità, che consiste nal'infareme le reporire aggioni soli con lo strumento pacifico della perdia. I detenuti di Regina Costi e gii studenti, divisi in dua squadra, sono chiamata a sostenere postipori opposta che rigurardano uno tessos aggiornato di attualità. La giara ai svolgera in due round di 20 minutti ciascuno. Allo scudere del round le posizioni da sostenere al invertono. Il terma del ciatattio venera da ucconfri della legitima difeas. Sia i detenuti sia gia tutudenti venerano preparati allo "scontro" dall'associazione per la retorica. Le due squadre sceglieranno i loro portavoce, che il rappresentaziono nel dibattito del 5 marzo. Una giuria (composta cia un inquista, un attore, due giornalisti, un avvocato) decreterà la squadre vincifrice.

A Regina Coeli i detenuti sfidano gli studenti universitari a suon di retorica. **Il Secolo d'Italia**. 22 febbraio 2016

CORRIERE DELLA SERA

#### CORRIERE INNOVAZIONE NEWS

#### Studenti contro detenuti, una sfida a colpi di parole

niziativa promossa dalla Associazione per la Retorica; tra un mese nel carcere romano da un lato gli studenti di Tor Vergata, dall'altro una decina di carcerati

ti Sveva Alagna



Una sfida all'ultima parola tra i detenuti del carcere di Regina Coeli e gli allievi dell'università romana di Tor Vergata, impegnati il 5 marzo, proprio nel carcere di Trastevere, in un duello di retorica, organizzato da PerLaRe, Associazione Per La Retorica, in collaborazione con Conferenza dei Rettori delle Università Italiane, Casa Circondariale di Roma Regina Coeli e Università di Tor Vergata. "È guerra di parole", cos'accadrà precisamente?

Studenti contro detenuti, una sfida a colpi di parole (Sveva Alagna), Corriere della Sera Innovazione, 15 febbraio 2016



#### **GLI OBIETTIVI**

L'associazione, nata nell'aprile 2015, si è posta quattro obiettivi:

- 1. **contribuire** a portare nelle scuole l'interesse e lo studio della retorica e soprattutto le sue esercitazioni. Come osservava Pietro Cantore (XII secolo): «Nessuna verità può essere veramente capita e predicata con ardore se prima non sia stata masticata dai denti della disputa»;
- **2. costruire** un luogo su Internet dove organizzare, classificare e rendere disponibile

gratuitamente materiale di studio e documenti legati alla retorica;

- **3. inserire** lo studio della retorica nei corsi executive e negli MBA;
- 4. approfondire tre filoni di particolare attualità:
- > retorica e digitale;
- > cultura del dato e visual thinking;
- > intuizione e metodo abduttivo.

# I FONDATORI



Andrea Granelli e Flavia Trupia, fondatori di PerLaRe-Associazione Per La Retorica

#### LA CRISI DELLA RETORICA E IL NOSTRO PUNTO DI VISTA

L'arte di ragionare e di "bene dicendi" ha sempre fatto parte del "cursus honorum" della classe dirigente, a partire dalla formazione personale in vigore presso l'antichità greco-romana, passando per il sistema delle università nate nel Medioevo e sviluppatesi nel Rinascimento per arrivare ai metodi educativi dei Gesuiti e della loro "Ratio studiorum".

L'era moderna ha deciso, però, di buttarsi fideisticamente nelle braccia esclusive del metodo scientifico, arrivando a considerare le scienze umane non più come fondamento di ogni sapere ma come ambito specialistico.

Nei tempi più recenti anche a causa della crisi dei paradigmi e del metodo scientifico (Darwin, Freud, Heisenberg, Gödel, Popper eccetera), stiamo assistendo a una vera e propria rinascita della retorica: in Europa grazie alla teoria dell'argomentazione e, nel mondo anglosassone, grazie al "critical thinking".

La retorica e un'arma e un potere.

È l'arte di persuadere attraverso un discorso. Tuttavia, se la sua tecnica può asservire, la sua teoria può affrancare: soltanto conoscendo gli strumenti di quest'arte li si potrà padroneggiare invece di subirli, contrapporre all'opera di convincimento il pluralismo delle opinioni.

In un senso esteso, la retorica è l'uso umano dei simboli per comunicare, è la capacità di andare oltre il segno. Inoltre la retorica, come osservava Quintilliano, unisce in maniera intima lo stile e l'argomentazione; anzi un discorso è retorico nella misura in cui è chiuso e non parafrasabile.

Infine – ci ricorda Cicerone – il "perfetto" oratore possiede:

L'acume del dialettico, la profondità dei filosofi, l'abilità verbale dei poeti, la memoria dei giure-consulti, la voce dei tragici, il gesto dei migliori attori.

Dimostrare è il suo compito, intrattenere è il suo mezzo di seduzione, coinvolgere il suo trionfo.

# LA RETORICA È ARTE E METODO. E QUALCOSA DI PIÙ: È IL CUORE DELLA HUMANITAS

La retorica è un'arte – come testimonia l'espressione in greco antico "techné" – ed è ambigua:

- > perché designa sia un'abilità spontanea che una competenza acquisita con l'insegnamento.
- > perché designa tanto una semplice tecnica, quanto, all'opposto, ciò che nella creazione supera la tecnica e si deve esclusivamente al genio del creatore.

Il suo fine è produrre un impasto indissolubile fra "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. Insieme – e solo insieme – contribuiscono alla costruzione di un dire potente, capace di lasciare un segno nell'uditorio.

Solo la retorica può (ri)mettere al centro l'arte del dialogo, il cui fine non è ottenere ragione, ma capire, e soprattutto com-prendere le ragioni dell'altro – e in ultima istanza – conoscere meglio sia l'interlocutore che noi stessi.

In questo processo l'ascolto è centrale: non c'è comunicazione efficace senza un autentico ascolto dell'altro. Bisogna riportare in vita i valori dell'Umanesimo e riscoprire – grazie alla parola – l'humanitas, il senso diretto dell'uomo e della sua vita concreta nella società e nella città. La parola

come fondatrice dell'umanità ed elemento principale della costruzione della "civitas umana", in contrapposizione al formalismo scolastico medievale, vale a dire a una filosofia dell'astrazione che sembra dimenticare la presenza dell'uomo.

Cesare Vasoli

Si può vedere nella retorica un luogo vero della nostra humanitas, vale a dire di ciò che è permanente nell'uomo anche attraverso il modificarsi delle ragioni storiche: la retorica diviene allora una sorta di fondazione dell'uomo.

#### SFI PLINTI PER RII ANCIARE L'ARTE DEI DIRE



#### 1. LA RETORICA SERVE

La retorica serve a persuadere in modo pacifico attraverso le strumento della parola. Non aiuta solo a parlare in modo più efficace, ma anche a ragionare meglio e a comprendere i contesti, i problemi, le persone.

#### 2. LA RETORICA FA IMPARARE

La retorica è uno strumento indispensabile nell'insegnamento, perché permette di affianca-re, "docere" (insegnare), "movere" (coinvolgere), "delectare" (divertire). Senza questi tre elementi l'insegnamento è zoppo.

#### 3. LA RETORICA È NEUTRA

La retorica è una "téchne" e non è di per sé né positiva né negativa. È la persona, sulla base della sua etica, a decidere come farne uso.

#### 4. LA RETORICA È VACCINO

La conoscenza della retorica mette in condizione le persone di riconoscere e contrastare la demagogia e la manipolazione.

#### 5. LA RETORICA S'IMPARA

Pochissimi nascono grandi oratori, molti possono diventarlo, tutti possono imparare.

#### 6. LA RETORICA DIVENTA DIGITALE

Il canone della retorica è indispensabile nel web. L'"inventio" serve a costruire i contenuti; la "dispositio" a organizzarli; l'"elocutio" a renderli più coinvolgenti; la memoria a ordinare la propria conoscenza in forma digitale, avendola sempre a disposizione; l'"actio" rende più efficace la performance comunicativa.

#### IL SALE DELLA PAROLA: EVENTO DI LANCIO DI PERLARE





#### CIVITA, 22 aprile 2015

Relatori: Dino Amenduni, web strategist di Proforma; Paolo Boccardelli, direttore Luiss Business School; Federica Chiavaroli, senatrice; Andrea Granelli, co-fondatore di PerLaRe-



Associazione Per La Retorica; Ivan Lo Bello, presidente Unioncamere; Flavia Trupia, co-fondatrice di PerLaRe-Associazione Per La Retorica

#### **ALTRE INIZIATIVE**





MAXXI, 1 ottobre 2014

Relatori: Andrea Granelli, co-fondatore di PerLaRe-Associazione Per La Retorica; Giovanna Melandri, presidente della Fondazione Maxxi; Mauro Pallotta (Maupal), street artist; Marco Pinna, photo editor di "National Geographic;" France-



sco Sabatini, presidente onorario dell'Accademia della Crusca; Flavia Trupia, co-fondatrice di PerLaRe- Associazione Per La Retorica.

Moderatrice: Gabriella Facondo.

# ALTRE INIZIATIVE





LA PELANDA, 8 giugno 2014 Relatori: Andrea Ballarini, scrittore; Andrea Granelli, co-fondatore di PerLaRe-Associazione Per La Retorica;



Filippo La Porta, critico letterario; Flavia Trupia, co-fondatrice di PerLaRe-Associazione Per La Retorica.

### ALTRE INIZIATIVE

### GIOVEDÌ 15 MAGGIO 2014 / H.19.30

# MI SPEZZO MA NON MI SPIEGO

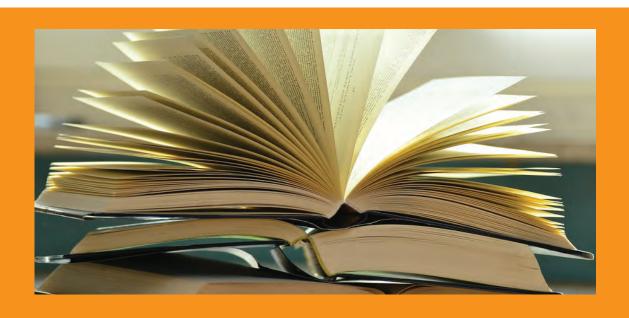
COME E PERCHÉ LA RETORICA PUÒ RIVELARSI UN AFFARE



**BEA CAFÈ** 15 maggio 2014 Relatori: Andrea Ballarini, scrittore; Andrea Granelli, co-fondatore di PerLaRe-Associazione Per La Retorica;



Flavia Trupia, co- fondatrice di PerLaRe-Associazione Per La Retorica.







### ANALISI DI GRANDI ORATORI CONTEMPORANEI

Alcuni discorsi colpiscono; altri, invece, generano solo un tiepido applauso di cortesia. Dov'è la differenza? Cosa rende un discorso potente? Certamente l'argomento, l'oratore, il luogo e il momento storico sono fattori rilevanti. Ma non basta, occorre altro per dare forza a un discorso. Occorre la retorica.

L'arte del dire non può essere liquidata come artificio ampolloso e manieristico. È, invece, una tecnica che permette di dare gambe e respiro a un'idea.

È la persuasione la sfida affascinante della retorica. Quell'istante magico in cui le parole diventano condivisione, emozione, voglia di agire, senso di appartenenza, comune sentire dell'uditorio. Non è magia nera, ma bianca, perché la parola è lo strumento della democrazia.

La retorica non è morta, non appartiene al passato. Fa parte della nostra vita quotidiana molto più di quanto immaginiamo: nelle nostre parole («è un secolo che non mi chiami»: ecco un'iperbole); nelle canzoni («Tu aria dai e mi uccidi / Tu come aria in vena sei»: qui c'è un ossimoro); nelle aziende («dobbiamo conquistare il mercato»: questa è una classica metafora); in tv («la colonnina di mercurio sale»: una metonìmia); in politica ("cerchiobottistismo": un neologismo).

Siamo tutti retori, consapevoli o inconsapevoli. Tuttavia, per essere buoni retori è necessaria la conoscenza dell'arte oratoria. Ciò non vale solo per i politici ma per tutti coloro che si trovano nella condizione di pronunciare discorsi, presentare relazioni, convincere o motivare i propri interlocutori, argomentare sulla validità di una tesi o di un pensiero.

Ecco allora un manuale che analizza le tecniche linguistiche utilizzate dai grandi oratori dei nostri giorni e ne svela i meccanismi di persuasione. Perché anche noi possiamo imparare a "lasciare il segno".

### LA RETORICA E IL MANAGEMENT

La retorica – oltre al suo contributo generale al miglioramento del ragionare e del comunicare – ha alcune specifiche applicazioni nel contesto aziendale. Permette infatti di:

- 1. cogliere gli indizi e "connettere i puntini", prefigurando il futuro che sta manifestandosi: il ruolo dell'abduzione/metis (dove intuito, psicologia e story telling si fondono in un unicum);
- **2.** utilizzare il "racconto del futuro" per presentare i piani di sviluppo, illustrare business idea e business plan;
- **3.** padroneggiare le tecniche durante le riunioni gestionali periodiche;
- **4.** possedere l'arte della negoziazione e della gestione delle "dispute" per motivare, sciogliere conflitti, creare consenso anche se non si posseggono leve (retributive, di status eccetera): il "confronto creativo" oltre la dialettica, che unisce approccio dialogico e psicagogia;
- 5. ripotenziare l'arte del naming (la funzione "adamitica" del nomoteta) e cioè dare il nome ad aziende, prodotti, servizi, e progetti, arricchendo di valore simbolico la loro componente materica e costruendo "storie" che li mettano al centro e coinvolgano i clienti;
- **6.** rigenerare (pragmaticamente) e cioè risemantizzare le parole chiave di una organiz-

zazione (qualità, crescita, innovazione, essere centrati sul cliente, sostenibilità) per riallineare i comportamenti dei suoi membri e usare con intelligenza il potere delle immagini (sintesi, correlazioni, intuizione e non semplice decorazione) per comprendere e convincere (visual thinking & visual communication).

Il rilancio della retorica può anche contribuire a ridare centralità alla figura del manager: la retorica è, infatti, lo strumento principale dei manager – soprattutto dei "general" manager: è dunque un'efficace metonimia per definire il mestiere del manager.

Charles De Gaulle, commentando cosa Aristotele potesse aver "insegnato" come precettore ad Alessandro il Grande, osservò:

La potenza dello spirito implica una diversità che non si trova nella pratica esclusiva del mestiere... La vera scuola del comando è nella cultura generale. Attraverso di essa, il pensiero è messo in grado di esercitarsi con ordine, di distinguere nelle cose l'essenziale dall'accessorio, di cogliere gli effetti e le interferenze, in definitiva di elevarsi al livello in cui gli insiemi si configurano nel loro complesso senza pregiudicare la percezione delle sfumature. Non si diventa un condottiero illustre se non si possiede il gusto e il sentimento del patrimonio dello spirito umano. In fondo alle vittorie di Alessandro, si ritrova sempre Aristotele.



RAI STORIA, L'Italia nella Guerra Fredda, aprile 2016 (con Paolo Mieli) Intervento di Flavia Trupia



SOCIOPATICI, RAI RADIO 2, II discorso di Bill Clinton sull'affaire Lewinsky, 17 agosto 2015 Intervento di Flavia Trupia



RAI 1, Italiani. De Gasperi, uomo del destino, 27 giugno 2015 Intervista a Flavia Trupia (di Giuditta di Chiara con Paolo Mieli)





### COMPETENZE

RETORICA/1. Una tecnologia della mente utile a imprese e manager

# Saper ragionare per saper dire

Con il critical thinking negli Usa e con la teoria dell'argomentazione in Europa, la retorica torna protagonista di un'epoca in cui saper ragionare per poter raccontare diventa una competenza strategica

di Antonio Dini

n'arte scomparsa: la "retorica", cioè l'arte del dire. Un'arte che è profiondamente legata alla nostra cultura (nasce a cavallo tra il mondo greco e romano) e ha come scopo la persuasione, cioè l'organizzazione del discorso al fine di arrivare a una conclusione condivisa. Al giorno d'oggè è stata tralasciata più che dimenticata, ma la retorica ritorna gruzie alla fondazione Perla Rec (Per La Retorica) presieduta da Flavia Trupia e Andrea Granelli. "L'Impresa" li ha incontrati, parlando con entrambi come se fossero un'unica voce.

### Perché una fondazione sulla retorica?

La nostra associazione nasce per dare nuova vita alla retorica. Oggi è considerata con una accezione negativa: si dice che uno usa la retorica per dire che non parla in modo schietto e onesto o che è un personaggio negativo. Maschera la mancanza di idee o l'opsicità di intenti. In realtà, la retorica è anche altro e vogliamo concentraci su questo. Qual è lo scopo?

Rendere il pensiero più forte. Comprendere meglio il contesto dove ci troviamo. Non è solo l'arte del dire, ma è anche l'arte del ragionare e capire meglio. E l'associazione non vuole essere certo un circolo di accademici, che si raccontano tra loro le teorie. Vogliamo piuttosto trovare il modo di parlare di qualcosa di vitale, agire in una società dove le cose agiscono.

Chi sono i vostri interlocutori naturali? A chi vi rivolgete?

Política, business e web. Spesso, oltretutto, questi tre mondi sono vicini: la politica e il web, il business e il web. La retorica, che noi vediamo ingiustamente trattata per i suoi aspetti negativi, cra una parola che nell'antichità valeva molto. Noi crediamo, in buona sostanza, che la retorica sia un'art e come tale un metodo e un prodotto della creatività umana. La potremmo definire una delle più importanti tecnologie dell'uomo. Ed è una tecnologia per buona parte Made in Italy.

A cosa può servire avvicinarsi alla vostra fondazione oggi?

Pensiamo al public speaking, allo storytelling, ma anche alla scienza. Da noi è stata accantonata a favore di un ipotetico discorso scientifico, ma in realrà è a causa del nostro provincialismo; negli Usa la retorica viene insegnata nelle università e si adopera tantissimo per interpretare la contemporaneità: serve al tempo stesso a comprendere e a convincere.

Contrasta con un approccio dettato dal metodo scientífico?

Il cosiddetto "metodo scientifico" oggi non è certamente superato, in alcuni campi funziona benissimo. Ma non in tutti. In diritto,



80 LIMPRESA N°5/2015

### CATERPILLAR, RAI RADIO 2, 22 aprile 2015 Collegamento in occasione della presentazione dell'associazione PerLaRe





### Nessuna novità nella comunicazione renziana

Pubblicato 8 14/11/2014 da Giulia Quaranta

La comunicazione, verbale e non, di Matteo Renzi è stata soggetta ad analisi e commenti sin dalla partecipazione dell'ex sindaco di Pirenze alle Primarie del 2012, in vota delle successive elezioni polisiche del 2013. Questo perché Renzi, oltre a rappresentare una figura noiva – o quasi – agli occhi degli elettori, si è guadagnato ampio spazio sui proscenio politico odierno grazie ad espressioni lessicali considerate di rottura, sintetizzabili con due verbi: "rottamare" a "anfaltare", la ginatevriter l'ilari Trupia sembra aver trovato il segerto del successio di queste espressioni: "È uno straniamento, una procedura che crea una percedione inedita nel linguaggio. È quanto succede prendendo in prestito l'espressione 'rottamare' dal mondo delle auto usate e trasportandola nel mondo della politica" ?.

Un tipo di comunicazione che non lascia niente al caso, questo è certo; ma, andando a trattare in maniera più esauriente la narrazione renziana, siamo proprio sicuri che essa sia cosi inprovativa e modierna?

L'aspetto più immediato della stessa è, senza dubbio, il frequente ricorso agli slogan, a partire dall'ormai famoso "cambia verso", che vorrebbe calcare le orme del "Yes, we can" obamiano. Già questo dovrebbe farci riflettere sui fatto che gli slogan sono sempre stati utilizzati in polica, in quanto semplici, sintetici, espressivi, facili de ricordere è da riportare sui ciornali.

Lo siogan e la formula e la política è, a suo modo, un prodotto. Binomio perfetto, dunque. Senza contare che gil siogan sono formulati ad hoc per una comunicazione immediata e non riflessiva, ad uso e costume delle "masse" e non del popolo.

Che non si penai solamente alla politica estera quando si parla di siogan, perché anche qualita ritaliana ne à ricchissima, da sempre. Basti pensare, per esempio, al "Libera Chiesa in Libera Stato" di Camillo Berso di Cavour, all'antisustrisco "W.V.E.R.D.1", al "proletari di totto il mondo, unitevil", inno mansista diffuso in Italia da Togitati, o agli innumerwoli motti politici di Benito Mussolini, come "credere obbedire combattero" o "vincere e vincereno". Non vic, dunque, motivo alcuno per ritenere questo approccio reclamistico da parte di Renzi come una novich.

Coai come l'informalità che caratterizza ogni sua esternazione pubblica, gilà stata introdotta anni or sono da Silivio Beriacconi. Ma, se à vero che l'allievo supera il maestro, Renzi trascende persino B. con il suo approccio populista e poco istituzionale, fatto di discorsi a braccio, prometite, date, espressioni ottimistiche è mani in tasco.

Il linguaggio renziano è, per tale motivo, motto semplice ed espressivo, e va a coprire un profito lessicale basco. Ciò non deve sorpremare posichi (potrer forta e di norma linguisticamente più debole ed è "elaborato per fer sembrare vere le menzogne, rispettabile l'omicidio e per dare sembianza di solidità al ventro "i. Il linguaggio politico è, inotive, quello con più debiti verso altri settori, giornalime prima di tutto. Ha, più che del giornalismo, il politichese renziano è imbevuto delle dinamiche comunicative proprie dell'universo televisivo, con tanto di pause e riestizioni, per assicuraria che l'asciotatoro abbito compresso a assimitato quanto dettina All'estrema semplicità Renzi agglunge qua e ilà apglicismi vari, come jobs-act o codi, dover questo imbarbarimento della narrazione politica fa parte di un più ampio paradigma di mere giovanilismo di facciata. E anche qua niente di nuovo: si pensi a termini quali spread, authority, bipartisan, che fanno parte del linguaggio politico-economico comune, e all'ormali celebre choosy della formero.

In realtà, non si può certo negare che Renzi -o chi per lui- sia un abile giocoliere verbale, incredibilmente persuasivo nel modo di porsi e di affrontare eventi, manifestazioni ed interviste riuscendo, con un tocco di Ironia e affabilità, e non prendersi mai completamente sul serio.

Ma se questa sua abilità mediatica si traduce in un pop-speaking troppo metodico e straordinariamente banale, c'è poco da railegrarsi. Si pensi, ad esempio, a dichiarazioni comet "non tramo ma non tremo", che rimanda al "mancaire e non marcice" mususoliamo, o, "vogilo un PD pensante e non pesante". In entrambi i casi viene utilizzata la paranomasia, figura retorica tanto cara al Premier, che consiste nell'accostare parole simili foneticamente ma non semanticamente.

Appare chiano che al politico fiorentino piace giocare con i chiano-scuri, facendo seguire alla negazione un ribaltamento positivo, oppure attuando contrasti trà concetti vecchi (queilli degli altri, "lore") e concetti nuovi (i suoi, "noi"). Ma questi giochi di parola sono molto antichi e, come ci insegna la semiologa Giovanna Cosenza, "esagerare con le figure retoriche rende non solo lezioso il discorso, ma lo svuota, lo fa appaire tanto più vacuo quante più figure usi. Specie se non sei un poeta. Specie se al giochi di suono e alle immagini non fai corrispondere contenut concreti, dettagliati, precisi, ne argomentazioni stringenti".

In ultimo, altro aspetto fondante della comunicazione verbale renziana è l'avere, più che un avversario, un vero e proprio nemico politico. Il Premier dichiara di non avere nemici politici, me il suo linguaggio lascia intendere tutt'altro: egli è sollto, infatti, fronteggiare Beppe Grillo con frecciatine ironiche, provocazioni e un ostentate atteggiamento di superiorità. Questo perché Renzi corteggia gli elettori del Movimento Cinque Stelle ma, senza addentrarci in discorsi squisitamente politici, non vi sembra che questo atteggiamento ostile verso il l'ader di una forza politica periodosa e/o scomoda, sia un qualcosa di già vissuto e ri-vissuto abbondantemente? Un eroe, per essere considerato tale, deve avere un nemico da cui quardersi. Un anti-eroe. E questo Renzi lo sa bene.

Nihil sub sole novum, mister Renzi.



ELZEVIRO

# Gli affari si fanno con retorica

L'impresa, il business il marketing hanno bisogno della nobile arte della parola. Ma senza dimenticare il ruolo della verità

di Alessandro Pagnini

uando due uova sono uguali, il consumatore preferisce l'uovo con una storia». Potrebbe essere questo il motto che compendia efficacemente i contenuti dell'interessante pamphlet di Andrea Granelli e Flavia Trupia, Retorica e business. Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale» (con postfazione di Ivan Lo Bello, Egea, pagg. VI-176, €19,00). L'impresa, il marketing, ogni tipo di negoziazione hanno bisogno di retorica, di capacità performative non solo basate su competenze specialistiche, ma sull'uso sapiente del linguaggio, sulla sua intrinseca creatività. I saperi standard e omologati, nell'era della conoscenza, aspettano di essere arricchiti dall'invenzione, sia pure un'invenzione normata dall'arte del ragionare corretto, dalle regole logiche dell'argomentazione, dal rispetto dei canoni della comunicazione (con la comunicazione digitale che reclama urgentemente l'apprendimento delle sue tecnichespecifiche). E qui il richiamo alla retori-ca non è... retorico, e diventa utilmente pedagogico e psicagogico. Si denuncia, in modo assolutamente condivisibile, l'abbandono dell'insegnamento delle arti liberali (logica, retorica, dialettica) nella formazione dei giovani; i quali non dovrebbero essere educati al lavoro, bensì al senso critico, alla vita, alla «ragion pratica», a essere cittadini del mondo prima che mestieranti. Lo hanno capito di recente a Harvard e al Mit, dopo che qualcuno aveva denunciato come Harvard aveva «distrutto» la retorica (J. Henrichs, «Why Harvard Destroyed Rhetoric», Harvard Magazine, 1995) e lo ha capito già dal 1998 il Learning Declaration Group, quando ha sancito ufficialmente che la capacità di «imparare a imparare» sarebbe stata la conoscenza critica del nostro secolo. In questa prospettiva, dunque, la retorica diventa strumento educativo per eccellenza. Retorica intesa non come bbellimento e compiacimento narcisistico della padronanza dell'eloquio, non come quello strumento di inganno che a Platone era sembrato dover denunciare nella sofistica, né come semplice tecnica di persuasione; bensi come quell'arte che per ogni argomento ci fa trovare ciò che

può risultare persuasivo (Aristotele), cor tutto quello che comporta di intreccio tri psicologia, etica e politica, e anche come «tecnologia della mente» (Roland Barhes), come metalinguaggio che ci consente di comprendere il funzionamento del linguaggio in situazione, e infine come «uno strumento interpretativo pe un'antropologia dell'uomo contemporaco» (per diria con Ezio Raimondi, citato nel libro, in termini che ripetono fedelmente la lettura che della Returoica aristotelica aveva dato Heidegger).

Personalmente sono profondamente simpatetico con l'eligio della retorica intonato nelle pagine di questo lavoro. Mi fa anche piacere riscontrarre il buon uso in figure straordinarie dell'imprenditoria recente: dall'Enrico Mattei maestro di umilità, di ottimismo e di pietà, all'Olivetti profeta ed epico, allo Steve Jobs che, un po' dada un no 'unu cineruadeva ete-

po' guru, ci persuadeva a essere nell'impresa «affamati» e «folli». Ho però qualche problema ad accettare la necessità di quel passaggio drastico dall'«informazione» all'«imfamazione» che gli autori predicano e che la

le per storytellers e mythmakers, dovrebbe aiutare a conseguire. Inostri autori si guardano bene dallo sposare le «retoriche del

retorica, fucina inesauribi-

ADV – STRATEGIE DI COMUNICAZIONE, Il mondo digitale e l'emergere della (neo) retorica, n. 5, giugno 2014

# La MONDO DIGITALE E L'EMERGERE DELLA (NEO) RETORICA La pervasività del digitale e il suo essere il principale strumento sia di produzione di contenuti sia di supporto alla comunicazione è oramai un futto assodato. Il digitale non è più diunque solo il lungo della proceduralitezzione, dell'untivazione, dell'uritarizzione, dell'uritarizione, dell'uritarizione, dell'uritarizione, dell'uritarizione, dell'uritarizione, dell'uritarizione di respectatione di sucio paradigmi espressivi. 4. AMOREA GRAMELAI O di digitale, da tompo, nen a l'insta più contrata di uritari dell'uritari dell'urit





ta ince à possegueur seu restruoire, un santantia de prodotti, servirà e march, ericchende de videre similario la loco congression matrico. La consequente matrico, centro colorologiani identificatione de la contra colorologiani identificatione de la coloro colorologiani identificatione de la coloroma de la coloro colorologiani identificatione de paralle character de regundadamental — e cioè rismunificate » la punte characte disconsistenza con qualità, eriorità, nicordiori, contrologiani al comportamenti del cool sembiri.

suamorii

8. usare con intelligenza il potere delle im-magini (sintesi, correlazioni, intuizione e non sempliare decorazione) per compren-dere e convincere (visual thining & visual communication).

Walte per EUIII

Il tera della recorica non è un tema solo da
grandi asimole. È una competenza tranvesale che tocca quasi qui ambito atiendale.
Peridaino ad compio l'arte di negoziare,
di difrimer i conflint, di travare punti di
accordio— que l'o memo di constanto—dove
le posizioni sembrano incencitaloli. Questa

Le tre regale d'era

Cos si dive fier per coglize le opportunité, (filipperts dall ractoria? Bisospa sinsuarimen rilinciare il terna oducativo e reporture 
de art ilberta il est purisolate il cosidorto 
tirés = grammatice, resoria e dialerta, 
a cenno del sistema didutica publicio, 
a cenno del sistema didutica publicio, 
a cenno del sistema didutica publicio 
con la sistema 
torrestivo massignaziolito con il sistema 
sorio regiore dila resolica quella publica di 
ampolissita, di unificialisti ine a se essa 
confinata. Nonostante l'incredible asserta 
delle arti liberta in dell'oducativo en 
trasta 
periside del XXI secolo, le redat formativo 
delle arti liberta in dell'oducativo en 
trasta 
delle arti liberta in dell'oducativo en 
trasta 
si sono già correndo ai ripari. Lo tresso 
de per gli impratera sognitario risi successo. Sere 
Jobs dunatte l'Apple Wockd Wide Developere Conference de 2010 neves altrasti
Non siamo soltanto un'azienda tecnolo-



### BLOG IL MESTIERE DI SCRIVERE, Cari manager, riscoprite Cicerone, 19 maggio 2014



### Cari manager, riscoprite Cicerone!



"La retorica, grazie all'uso delle figure, riesce a porre davanti agli occhi un mondo che ancora non c'à. Non solo. Lo ta Vivere, lo rende presente, ne fa cogliere i vantaggi e i limiti. Con un potere di ervision, une capacità quasi sciamanica, riesce a portare il pensiero verso il nuovo che, per definizione, nessuno ha ancora visto, ma che potrebbe essere la soluzione cercata per conquistare mercati, per aumentare la produttività, per salvare posti di lavoro."

È qui che l'antica arte della retorica si salda con l'innovazione e diventa una competenza sempre più necessaria nelle organizzazioni di oggi, da studiare come si faceva nella Magna Grecia, dove è nata, fino al Seicento, secolo in cui comincia la sua discesa, fino al revival di oggi. Andrea Granelli e Flavia Trupia lo raccomandano in un bel libro che ho letto nel fine settimana: Retorica e business. Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale, (Eh sì, ho postato e twittato meno, ma in compenso ho letto di più: cincischiare sui social significa spesso rubare tempo alle letture che richiedono tutta la nostra attenzione).

Lo sapevamo, ma il libro lo dice e lo argomenta molto bene: negli ultimi duemila anni non abbiamo inventato poi molto quanto ai fondamentali della comunicazione efficace, i cui obiettivi rimangono quelli enunciati dal principe dei retori latini, Cicerone: docere, mova delectare, insegnare, commuovere, divertire. Anche oggi, in piena a digitale. Senza emozioni non c'è impatto, né visione, né cambiamen Ma non possono esserci emozioni senza un vocabolario ricco e pien senso, capace di far vedere e trascinare anche con le sole parole. I senza una struttura studiata, sia al livello delle singole figure, sia al livello del discorso complessivo. Cose che hanno un effetto forte no solo su chi ascolta, guarda o legge, ma sugli stessi meccanismi e processi cognitivi dell'autore o dell'oratore. Le parole espandono il nostro mondo e il nostro pensiero.

Il libro non è un librone, ma nelle 150 pagine c'è tanto: una breve i intensa storia della retorica, un'analisi di alcuni passaggi di grandi comunicatori – Adriano Olivetti, Enrico Mattei Oscar Farinetti, Steve Jobs, Papa Francesco –, una rassegna di alcune situazioni di vita aziendale in cui applicare gli strumenti della retorica classica e un capitolo molto interessante sulle nuove forme che la retorica assum nel mondo digitale, soprattutto in relazione alle immagini.

È un libro limpido, convincente e assai ben scritto. Come molti altri ferma però alle soglie del "Che fare?", cui sono dedicate solo otto pagine finali. È un peccato, perché sono rimasta con molte domand curiosità. A meno che gli autori non abbiano intenzione, come mi auguro, di rispondere in un prossimo libro.

### Harvard Business Review

### La retorica in azienda: è viva e sta bene

di Joseph Sassoon \*

SE QUALCUNO MA IN MENTE che la retorica sia una disciplina vetusta, legata a mondi lontani e a terdiosi anni scolastici, leggendo questo libro di Andrea Granelli e Flavia Trupia dovrà necessariamentoricrodersi. Come gli autori dimostrano brillantemente, infatti, la retorica è quanto mai presente in numerosi ambiti della vita contemporanea, dalla politica alla cultura, all'informazione; ed è particolarmente viva nel mondo aziendale, in cui ha da svolgere un ruolo decisamente rilevante anche se spesso mai compresso e poco tenuto in conto.

Che in azienda prevalga uno stile comunicativo essenziale, senza svolazzi, dicono Granelli e Trupia, è un'illusione. Non solo, ma «se le aziende si limitassero a trasferire informazioni neutre il loro business correrebbe seri periodio. Ciò in quanto, a suo avviso. Il mondo aziendale e un mondo di verità soggettive, di proiezioni fallibili, che vanno sostenute nel libero confronto di opinioni specie quando ci si avventura sul terreno dell'innovazione. Difatti, i grandi imprenditori e i grandi manager sono da sompre straordinari affabulatori, in grado di raccontare e porre davanti agli occhi dei loro interiocutori un nuovo mondo possibile – nuove visioni dei mercati, dei prodotti, della tecnologie.

Per riuscire in tale compito, affermano gli autori, «occorre una smagliante arte narrativa, scidiamente impiantata su un ben congegnato armamentario retorico» capace di persuadere. E di persuasione in azienda
cib bisgino – per motivare le persence a impegnasi inell'attività quotidiana, a darvita a un nuovo progetto, a
porcorrere sentieri mai battuti. Su queste premesse, il volume sviluppa una ricca analisi di come l'universo
aziendate possa trarre oggi beneficio dal riscoprire la tecniche e i segreti argomentativi dei grandi retori
dell'antinità. Da chi d'è da impararezi La lista è lunga: Empedocie di Agrigento, Protagora, Isocrate, Gorgia,
da Lentini, Aristotale, e poi Marco Tullio Cicerone, Ognuno di questi giganti dell'are rotorica ha motto da dire
ai manager contemporanei. Ad esempio, è notevole la sintesi con la quale Cicerone, uno dei più formidabili
oratori e retori di tutti i tempi, suggeniva di mirare al tripiloe obtettivo di doceve, movere, delectore, insegnare,
commuovero, divertire. «La nola infatti – osservano Granelli e Trupia – è una temibile nemica; il freno a mano
della comprensione o dell'azione». Non sono poche le aziende nella quali diffondere questa semplice constataziono (che pud diventare anche strategia) avvebbe conseguenze dirompenti.

Di particolare interesse sono le pagine che gli autori dedicano al concetto e alla pratica dell'obduzione. Di che si tratta? L'abduzione è un metodo di organizzazione della conoscenza diverso dalla deduzione e dall'induzione, ben note ai manager. Come rilevano Granelli e Trupia, l'abduzione «parte da un'ipotesi, costruita con l'intuizione e suffragata con gli indizi raccolti, o cerca di creare una storia convincente». È in sostanza un meccanismo inferenziale basato su un insieme di logica e figure retoriche, integrato dalla sapienza narrativa. Per intenderci, si tratta dello stesso metodo con cui Sherlock Holmes riusciva a ricostruire la storia di un omicidio a partire da indizi minimali. Ma perché può essere utile al manager moderno? Perché se fino a ieri l'esperto di marketing poteva usare «strumenti come la statistica, adatta a gestire la scarsità dei dati, oggi la sfida è l'abbondanza, anzi gli eccessi e il rumore di fondo». In tali circostanze «serviranno sempre di più intuito e capacità abduttive per selezionaro e concentrarci sulle informazioni rilevanti». Da questo punto di vista, suggeriscono gli autori, diventa cruciale che l'uomo d'azienda faccia proprie le regole dello storytelling, e le utilizzi sapientemente nella costruzione di narrazioni ricche di senso. Nel libro non manca un ampio capitolo sulla trasformazione digitale, e la tesi dell'autore è che pure in quest'ambito proiettato sul futuro la retorica può essere di grande aiuto. Ciò vale particolarmente per gli strumenti digitali che hanno funzione comunicativa. La strada verso una "retorica del digitale" può ssere ad esempio studiata, secondo gliautori, ancora con le categorie di Cicerone dell'inventio (dove trovare e come usare gli "oggetti digitali"), della dispositio (come organizzare convincentemente tali oggetti digitali), dell'elocutio (come abbellire l'argomentazione grazie alle infinite forme del digitale), della memoria (como organizzare in digitale la propria conoscenza) e infine dell'actia (come rendere più efficace con la strumentazione digitale la propria performance comunicativa).

Il testo contiene capitoli molto validi e altri forse un po' affrettati (come l'analisi della costruziono discorsiva di Steve Johs). La sua coerneza interna è inottre messa a dura prova dalla quantità di rimanti poeti, letterati, filosofi, mitologi, linguisti, psicologi, semiologi, matenatici, uomini di scienza, politici, imprenditori – un elenco amplissimo che attraversa i secoli. Il filo dell'argomentazione ha poco a che vedere con la lucidità della scrittura anglosassone e molto con una visione narrativa della saggistica tipicamente europea. Ma la tesi di fondo proposta – il valore attuale della retorica nell'azienda contemporanca – regge alla prova e fa del libro una lettura degna dell'impegno mentale richiesto. 

O



### IL LIBRO

Andrea Granelli e Flavia Trupia, Retorica e business: Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale. Editore Egea, 2014, pag. 178, prezzo euro 19,00.

 Joseph Sassoon, sociologo della comunicazione, Partner di Alphabet Research e di OpenKnowledge.



Arte della comunicazione e leadership

Colloquio tra Andrea Granelli (autore per Egea – insieme a Flavia Trupia – del libro "Retorica e business", consulente, già AD Tin.it, responsabile R&D del gruppo Telecom Italia) e Salvatore Dimaggio (Corporate advisor, direttore MtM)

S.D.: Partirei dal corporate storytelling. In un'epoca dove i dati sono sovrabbondanti, un modo efficace di far emergere quelli che interessano all'azienda o istituzione o lobby è quello di incastonarli in una storia, che li renda vivi ed attraenti e che spinga il fruitore a notarli nel mucchio e preferirli. Parafrasando Quintiliano: laddove troppi tentano di docere et probare, delectare e movere sono il miglior viatico per conquistare un rapporto con il pubblico che si è scelto. Ma ciò non è esente da rischi: chi vuol convincere con una storia, deve poi incarnarla, viverla con coerenza, pena un'amara disillusione di chi sta cercando di persuadere.

A.G.: Le storie devo catturare l'attenzione, coinvolgere, trasformare chi le ascolta in protagonista che le vive. Questa vivacità e coinvolgimento devono però non essere fine a se stesse ma rispondere a un progetto più ampio e strategico e soprattutto aderire ad un imperativo etico. La retorica è un arte potente, ma va utilizzata con cautela e consapevolezza. Inoltre quando le informazioni sono troppe (big ...), non bastano le storie a darne il senso: bisogna sapere cogliere i segni, gli indizi ed eliminare il non necessario, rumore di fondo che può diventare assordante. Antoine de Saint-Exupéry ha osservato che un designer capisce di aver raggiunto la perfezione non quando non c'è più nulla da aggiungere, ma quando non rimane più nulla da togliere.

Solo dopo questa pulizia radicale si può seguire il suggerimento di Steve Jobs e "connettere i puntini", costruire la storia. Oggi - con la "retorica" dei big data - non è più vero che "informazione è potere" ma piuttosto che "il troppo stroppia". Il grande poeta Coleridge ha descritto con

# nòva

# Come sedurre nel digitale

Il linguaggio è diventato tecnologia che i manager devono dominare

### di Carlo Alberto Carnevale Maffè

In principio era il verbo. Aziendale, imprenditoriale, manageriale. E nella pienezza dei tempi, il verbo si fece tecnologia. E venne ad abitare in mezzo a noi, tra le nostre mani, nelle nostre tasche, perché potessimo contemplarne la grazia delle animazioni in infografica, e non più solo le antiche tavole (di Power Point).

Ci vuole un incipit giovanneo, corredato da un latinissimo si parva licet, per preparare i lettori all'affascinante viaggio interdisciplinare proposto da Andrea Granelli e Flavia Trupia in «Retorica e Business» (Egea, 2014). Per chi, come il vostro
umile recensore, sguazza da sempre nel
brodo primordiale della contaminazione
tra economia, tecnologia e filosofia (che a
ben guardare, sono solo tre facce dello
stesso Bitcoin...) questo libro è una leccornia intellettuale, un barattolone di Nutella
semantica dove naufragare dolcemente
dopo giornate spese sull'ultimo business
plan aziendale.

Granelli e Trupia prendono per mano il lettore come Virgilio e Beatrice in questo viaggio prima retrospettivo e poi prospettico nella storia della nobile arte della Retorica antica, e dei suoi discepoli moderni, da Mattei a Olivetti, da Jobs a Bergoglio.

Il tentativo, lodevole, del libro è riconciliare il mondo del management aziendale con le buone regole della retorica, di-



Retorica e business. Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale, di Andrea Granelli e Flavia Trupia, Egea, 19 euro (e-pub 10,99 euro)

mostrando con ricchezza, ampiezza e solidità di argomentazioni come, lungi dall'essere passata di moda, l'arte di «intuire, ragionare e sedurre» rimanga centrale, specie in questa frammentata era digitale. Senza la capacità di applicare, ciceronianamente, l'articolazione del discorso retorico al mondo digitale, la tecnologia rimane lingua ieratica, geroglifico incomprensible.

Laretorica è quindi moderna stele di Rosetta per tradurre il mondo dei numeri in immagini e concetti comprensibili a tutti. E soprattutto accattivanti e convincenti.

Il·libro ricorda a manager e imprenditoriche, parafrasando Wittgenstein, «i confini del nostro mercato sono i confini del nostro mercato sono i confini del nostro linguaggio». In altre parole: nessuno apprezza e quindi nessuno acquista o investe in ciò che non capisce, o peggio – che non lo appassiona. Altrimenti il rischio è che il digitale diventi moderna neolingua orwelliana, dove il mondo si rimpicciolisce non tanto per

ché si estende la Rete, ma perché si impoverisce il nostro linguaggio.

Granelli si toglie un paio di personalissimi sassolini dalle scarpe, quando impietosamente riporta il discorso integrale del manager di una nota azienda telefonica, lanciato in una "filippica" sui successi di Napole(t)one a Waterloo. Ma ancora di più quando fa giustizia di anni di neolingua consulenziale, laddove critica l'ingessatissimo manuale di stile comunicativo di una grande società di consulenza.

In un'ideale continuazione di questo lavoro, come peraltro ha segnalato Ivan Lo Bello nella sua postfazione, è auspicabile che venga trattato l'effetto economico di un'eccellente retorica digitale, come quello che ha saputo proporre Steve Jobs con l'immediatezza delle icone dell'iPhone, e quindi allargando il perimetro del mercato potenziale a miliardi di individui fino ad allora esclusi da un insuperabile digital divide culturale. Perché il linguaggio digitale è la vera lingua franca della modernità. Mentre la parola scritta è ancora nel territorio della sintassi a radici nazionali, il numero sposta le frontiere, come direbbe Bergoglio, e costruisce ponti globali perché è inclusivo e universale, e meno vincolato a culture localistiche

L'invito agli autori è quindi di proseguire a investigare il futuro dei codici di comunicazione con la nuova retorica visiva e non verbale, che ha grandi economie di scala di "reach & richness", come direbbero Evans & Wurster.

Ma l'invito più forte è a manager, imprenditori, start-upper, perché leggano questo bel libro, e lo applichino nella vita d'azienda, per un management che «odori di pecora» come il pastore di papa Francesco. Per me è già un "livre de chevet", da tenere sul comodino digitale del mio iPad.

© RIPRODUCTIONS RISERVAT



### Andrea Granelli, Flavia Trupia

### Le cinque regole della retorica per l'era digitale



Cicerone e Aristotele avevano elaborato un metodo pratico ed efficocissimo – il canone per costruire un ragionamento convincente. Questo metodo – ancora valido – va però riletto con le lenti del digitale

Pubblicato: settembre 22, 2014



(fata: Flickr - CC/Martin Fisch)

La retorica, l'arte del ragionare a cui Aristotele attribuiva la "facoltò di scoprire in ogni orgomento ciò che è in grado di persuadore" deve oggi essere adattata al mondo digitale, alle sue leggi, ai suoi ambienti, alle sue convenzioni, alla sua netiquette.

Per affrontare questa necessità in modo sistematico è utile riprendere l'articolazione del discorso retorico come la intendeva Cicerone, e adattare questo canone – il canone classico – all'universo digitale. Secondo Cicerone – che a era signitata all'opera libratorico del reterionium, erronamente a liu attributa – ogni atto comunicativo può essere civisco in cinque fasi specifiche – inventio, dispositio, electricia, memoria, actio – che ne candiscono i rementi saliente e a cui vengono associati metodi, tecniche, raccomandazioni, esempi, trabocchetti. È dunque necessario rileggere queste fasi per l'ambiente digitale. Vediamo frevemente – e con alcuni esempi – come potrebbe "suonare" il canone retorico ciceroniano riletto con la lente del digitale;



Andrea Granelli, Flavia Trupia

### Perché nell'era di Google serve l'inventio, l'arte dell'infosourcing di Aristotele



Pubblicato: novembre 27, 2014



(Foto: Flickr-CC/Mararie)

Iniziamo la nostra rilettura del canone classico della retorica e partiamo dall'inizio e cioè dall'inventio. È quella che gli antichi chiamavano ars inveniendi: trovare - ma talvolic costruire e quindi anche 'l'inventare' - inattoni elementar, gli elementa sui cui costruire il ragionamento, l'argomentazione:

L'inventio richiedeva l'utilizzo a man bassa delle credenze – i luoghi comuni accettati dai più – ma la sua dimensione creativa era legata alla irecra e "costrutore" di prove (sia quelle oggettive – estrinoche – da trovare, sia quelle intrinseche, costruite con abilità e perizia dall'oratore).

Questa dimensione creativa rinvia non tanto a un invenzione (degli argomenti) quanto a una scoperta: tutto esiste già, bisogna solo ritrovario: è una nozione più "estrattiva" che "creativa". Il che è corroborato dalla designazione di un "luogo" (la Rojoro), da cui si sossono estrarre gli argomenti e da cui essi vanno ripresi: l'inventio è dunque un percorso – la vio argumentorum.

È evidente quanto questo processo richiami l'utilizzo dei motori di ricerca e quanto la vio argumentorum possa – nell'ambiente digitale – trasformarsi in navigazione guidata dai risultati delle negle referenza delle negle

La Rete è infatti sempre di più il modo migliore per partire, per trovare informazioni e suggestioni. Ma non possiamo sempre fermaci ai primi risultati ... dobbiamo sempre dubitare dei primi risultati e verificare coerenze e fonti; ma soprattutto non usare come criterio di selezione dei dati la velocità e la comodità (a' distanza di click').

### LA CIVILTÀ CATTOLICA

# ANDREA GRANELLI - FLAVIA TRUPIA ETORICA E BUSINESS. INTUIRE, RAGIONARE, SEDURRE NELL'ERA DIGITALE Milano, Egea, 2014, 176, € 19,00.

Dal 1850 scriviamo di cultura, teologia, filosofia, storia, sociologia, economia, politica, seienze, letteratura, arte, cinema.

Leggere questo libro è un'esperienza che somiglia molto a un viaggio dentro una miniera di materiali preziosi: verrebbe voglia di caricare le citazioni, i racconti, le osservazioni che si incontrano in modo abbondante per portarli via. Si tratta di un testo sull'attualità della retorica, sulla sua importanza e sul suo impiego — talvolta inconsapevole — in azienda, sull'urgenza di riflettere sui suoi nuovi usi nel contesto dell'era digitale. Il rinnovato interesse per la retorica — che non è semplice abbellimento, ma tecnica organizzativa del sapere, capacità di suscitare interesse — è piuttosto recente: risale agli anni Cinquanta, con il *Trattato dell'argomentazione* di Perelman e Olbrechts-Tyteca (cfr p. 14).

Nel primo capitolo, «La retorica è viva e sta benone», Granelli e Trupia ricostruiscono la storia della retorica, rinvenendone opportunamente il punto di rottura, la crisi nella svalutazione del verosimile operata da Cartesio. Se due persone non sono d'accordo e non hanno evidenze per convincere l'interlocutore, se ne deve dedurre, secondo il filosofo francese, che sono entrambe in errore (cfr p. 11). In tal modo il verosimile viene espulso dalle conoscenze che possono definirsi tali. Eppure le conversazioni ordinarie, oltre che le discussioni relative a questioni etiche o religiose o estetiche, vertono per lo più sul verosimile. Da qui la necessità di recuperare l'arte di saper argomentare, non solo per convincere l'interlocutore, ma anche per persuaderlo, cioè per indurlo ad agire.

L'applicazione della retorica in campo aziendale è immediata: si va dalla necessità di convincere qualcuno a comprare un prodotto che non esiste ancora alla capacità di raccontare la storia che sta dietro un progetto, al ruolo del leader, che spinge il gruppo verso un'azione comune, fino all'ambito della convention per creare familiarità intorno all'azienda.

Forse per questo motivo anche gli AA. del libro scelgono, a loro volta, di rac-

# La nobile arte di persuadere

La «Retorica» di Aristotele: una tecnica per convincere un uditorio con buone ragioni ma evitando di scadere nella demagogia. Ecco perchè dovrebbe essere un riferimento nella formazione del buon cittadino

di Armando Massarenti

a Karobia di Armando e ancono ggi ano di giunto di primi di primi

### IL MEMORANDUM

From Endocratical legal in prime paginal for generalization for insertable productions and production for insertable productions.



### L'ARTE DELLA RETORICA

La retorica è un'arte che studia cosa c'è di persuasivo in ogni discorso, una tecnica che si avvale sia del buon uso delle emozioni sia di strumenti di tipo logico.

Detto ciò, ecco già bello e delineato, in poche sicure pennellate, un attualissimo programma per la scuola di oggi, che di queste competenze - sia a livello di chi insegna sia di chi apprende - avrebbe un enorme bisogno:

> per strutturare un discorso convincente, su qualunque argomento, è necessario innanzitutto saper ragionare correttamente; > dell'estrema importanza dell'apprendimento della retorica - insieme alla logica - nella formazione dei giovani scolari erano ben consapevoli i docenti italiani già nel Medioevo e ne erano convinti i Gesuiti che la insegnavano nei loro collegi.

Oggi che le giovani generazioni sono esposte più che mai alle conseguenze del caos affabulatorio e persuasivo della multimedialità... non si è ancora pensato seriamente a quanto gioverebbe alle nostre giovani menti la reintroduzione della Logica e della Retorica nel curriculum scolastico?

Armando Massarentl

### LA SCUOLA DI RETORICA

Propone ai giuristi una riflessione sul modo di scrivere e, in genere, di comunicare. E un metodo per ottenere maggiore efficacia nell'uso della lingua e della scrittura all'interno delle professioni legali. Chiarezza, concisione, linearità: sono questi gli obiettivi del corso tenuto da Gianrico Carofiglio.



### IL MASTER MEDIASET- SAN RAFFAELE

Nasce dalla collaborazione fra la Facoltà di Filosofia del San Raffaele, una delle più dinamiche e affermate sul piano nazionale e internazionale, e la piattaforma informativa di Mediaset, in particolare la rete allnews Tgcom24.

L'obiettivo è offrire strumenti al bisogno di comunicare efficacemente, cioè in modo chiaro e pronto ad affrontare le obiezioni, che si manifesta a più livelli nel mondo dell'impresa, nelle istituzioni, nella politica e in genere nelle professioni di impatto pubblico (insegnanti, avvocati, scienziati, manager, comunicatori). Sono previste:

- > lezioni frontali, tenute dai docenti della Facoltà (fra cui Massimo Cacciari, Andrea Tagliapietra, Matteo Motterlini, Roberto Mordacci)
- > seminari con giornalisti e professionisti di Mediaset (Paolo Liguori, Paolo Del Debbio, Mario Giordano, Alessandro Banfi, Davide Parenti)
- > incontri professionisti della politica (Giuliano Ferrara, Claudio Martelli)
- > esercitazioni negli studi Mediaset con l'uso del mezzo televisivo.

### IL PROTOCOLLO TRA MIUR E TED

TEN CONCEDENCE LANCIA ANCHE UN CONCODED

### Da Cicerone al «public speaking» L'oratoria entra nelle scuole d'Italia

Protocollo tra il Miur e Ted: insegnare l'arte retorica agli studenti delle superiori. Giannini: saper comunicare e valorizzare le proprie idee è uno strumento potentissimo

di Claudia Voltattorni (cvoltattorni@corriere.it)



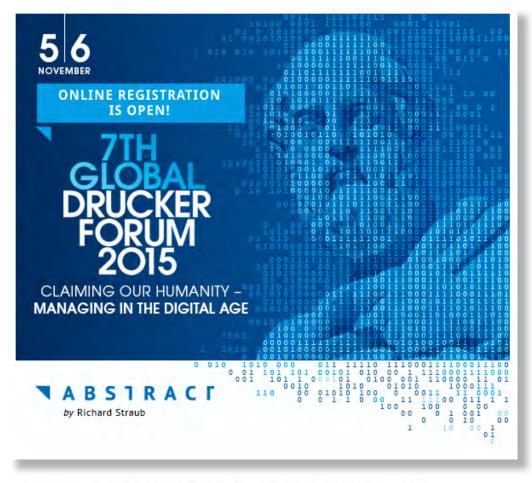


### HARVARD LAW SCHOOL





### **GLOBAL DRUCKER FORUM 2015**





We are becoming aware that the major questions regarding technology are not technical but human questions.

Peter Drucker, Technology and Soviety in the Twentieth Century, 1887

### INTEL TEACH PROGRAM

Intel® Teach Program

Designing Effective Projects

# Designing Effective Projects: Questioning The Socratic Questioning Technique

### The Socratic Questioning Technique

The Socratic approach to questioning is based on the practice of disciplined, thoughtful dialogue. Socrates, the early Greek philosopher/teacher, believed that disciplined practice of thoughtful questioning enabled the student to examine ideas logically and to determine the validity of those ideas. In this technique, the teacher professes ignorance of the topic in order to engage in dialogue with the students. With this "acting dumb," the student develops the fullest possible knowledge about the topic.

www.perlaretorica.it facebook.com/DiscorsiPotenti



trupia@professionistiliberi.it www.professionistiliberi.it



andrea.granelli@kanso.it www.agranelli.net • www.kanso.it