

Retorica e Business. Intuire, ragionare e sedurre nell'era digitale

autori, Andrea Granelli e Flavia Trupia

pubblicato da Egea/Bocconi

La retorica fa parte della nostra vita quotidiana, più di quanto immaginiamo: senza rendercene conto, usiamo metafore, similitudini e altre figure retoriche ogni volta che comunichiamo. Sfatati i luoghi comuni che la identificano con l'artificio, quest'arte si rivela oggi più che mai strumento prezioso a servizio dell'innovazione. Attraverso un uso consapevole dell'arte dell'argomentare e comunicare possiamo porre davanti agli occhi un mondo che ancora non c'è, sia esso il business model di una startup, la vision che dà forma al piano triennale di un'azienda consolidata, una nuova posizione lavorativa per cui stiamo cercando un candidato; possiamo negoziare con successo o illustrare al meglio i risultati raggiunti; possiamo emozionare e coinvolgere collaboratori e clienti; possiamo perfino far "parlare i luoghi" in cui lavoriamo. Un'immagine falsamente efficientista associa il mondo aziendale a uno stile comunicativo essenziale e senza orpelli, lontano dalla retorica e dalle sue malie argomentative. Da un lato tuttavia il parlare asciutto - se è con questo che identifichiamo lo stile aziendale - è esso stesso uno stile retorico, dall'altro non è vero che le aziende parlano in modo "nudo". I grandi imprenditori e i grandi manager di tutti i tempi sono stati grandi motivatori delle risorse umane, infallibili seduttori dei consumatori, potenti affabulatori degli azionisti, incredibili interpreti dei segnali deboli del proprio tempo. Soprattutto, sono stati in grado di far vedere ai loro interlocutori qualcosa che ancora non c'era. Mattei, Olivetti e Jobs insegnano. E oggi, con le nuove tecnologie a supporto della comunicazione, tutto ciò è ancora più vicino.