

Retorica e Business

Cos'hanno in comune Steve Jobs, Oscar Farinetti e papa Francesco? La capacità di "sedurre" con le parole. Lo spiegano *Andrea Granelli* e *Flavia Trupia* nel loro nuovo libro in cui l'arte di ciceroniana memoria viene collocata al centro dell'era digitale.



La retorica, arte del dire o, meglio, del ben ragionare, è viva e sta benone. È anzi uno strumento ancor oggi efficacissimo, persino nell'agguerrito mondo del business.

Enrico Mattei, Adriano Olivetti, Steve Jobs, Oscar Farinetti, ma anche papa Francesco, Angela Ahrendts e il consulente tipo alla McKinsey sono gli esempi che ce lo dimostrano, eredi di Cicerone e autentici campioni della retorica contemporanea.

Per essere ascoltati, per essere influenti e dunque convincenti, per sopravvivere e risolvere i problemi la retorica serve.

Andrea Granelli e **Flavia Trupia** in *Retorica e Business. Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale* raccontano come anche i casi aziendali diventano una forma di storytelling, la convention uno strumento per emozionare e spingere all'azione, il punto vendita un espediente per parlare tramite i luoghi, "mentre la manutenzione delle parole torna a vivificare i termini ormai logori dell'aziendalese", dicono.

Di fronte all'esplosione della multimedialità e della comunicazione digitale, tuttavia, competenza nella materia, pulizia nel ragionamento, chiarezza negli enunciati e dominio della lingua rischiano di apparire insufficienti.

Per gestire l'abbondanza dei segnali e il grande rumore di fondo occorre affiancare alla via logica (convincere razionalmente) e a quella psicologica (persuadere emotivamente) una terza via: quella creativa, basata sulla capacità di dare corpo a ipotesi soltanto intuitive.

Retorica e Business

Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale

A. Granelli, F. Trupia

Egea 2014

pp.184, € 19,00