



Andrea Granelli: **L'arte del dire nell'era digitale**

La pervasività del digitale e il suo essere il principale strumento sia di produzione di contenuti sia di supporto alla comunicazione è oramai un fatto assodato. Ma ciò non può semplicemente tradursi in una banale digitalizzazione delle comunicazioni tradizionali. Sempre più frequentemente, infatti, il digitale diventa occasione per un vero e proprio ripensamento dello stesso atto comunicativo, delle sue forme e dei suoi obiettivi. Già il famoso *Cluetrain Manifesto* – il noto pamphlet scritto nel 1999 da un gruppo di esperti di Internet – affermava in maniera chiara come oramai le regole del gioco della comunicazione fra aziende e i clienti fossero cambiate in modo radicale.

Un ripensamento dei flussi comunicativi per cogliere le opportunità di queste nuove tecnologie forza, quindi, a rivedere anche gli strumenti e le tecniche che producono i contenuti. Va quindi rianalizzata l'arte del dire – in altre parole la retorica – usando la lente del digitale. Per altro McLuhan ci ricorda sempre che "Il mezzo è il messaggio": il mezzo (digitale) condiziona fortemente i contenuti che veicola ed esso stesso diviene messaggio. Mandare un SMS, una mail, produrre e pubblicare un filmato su You Tube o scrivere "I like" su Facebook, sono atti comunicativi dove già la scelta di un certo ambiente rispetto ad un altro veicola un'informazione; inoltre l'ambiente scelto forza una specifica articolazione del messaggio, forzando regole sintattiche e semantiche e imponendo stili comunicativi.

La retorica – dunque – l'arte del dire a cui Aristotele attribuiva la "**facoltà di scoprire in ogni argomento ciò che è in grado di persuadere**" deve essere adattata al mondo digitale, alle sue leggi, ai suoi ambienti, alle sue convenzioni, alla sua netiquette.

Per affrontare questa necessità in modo sistematico può essere allora opportuno riprendere, per comodità, l'articolazione del discorso retorico come la intendeva Cicerone, e adattare questo canone – IL canone classico – alle comunicazioni digitali. Secondo Cicerone l'anatomia dell'atto comunicativo mette in luce cinque fasi specifiche, che noi rileggiamo qui per l'ambiente digitale:

- **inventio**: dove trovare e come usare gli "oggetti digitali" (non solo testo, ma anche immagini, suoni, animazioni, link, box di dialogo,) da usare per costruire il ragionamento;
- **dispositio**: come organizzare gli "oggetti digitali" in maniera efficace, cognitivamente semplice e soprattutto convincente;
- **elocutio**: come abbellire (ma non troppo) e rendere più attraente e coinvolgente la argomentazione e/o comunicazione grazie alle infinite forme del digitale;
- **memoria**: come organizzare "in digitale" la propria conoscenza e come richiamarla nel momento in cui serve, dando maggiore naturalezza alla comunicazione;
- **actio**: come rendere più efficace – grazie agli strumenti digitali – la performance comunicativa;

Il tema è naturalmente amplissimo e ad oggi poco esplorato ma di grande rilevanza. Andrà dunque affrontato in maniera sistematica, per arrivare a costruire una vera e propria "retorica per il digitale". Queste riflessioni – insieme ad altre – sono oggetto di una prossima



pubblicazione – che sto curando insieme a Flavia Trupia (consulente di comunicazione, esperta di retorica e autrice, per Franco Angeli, di “Discorsi potenti. Tecniche di persuasione per lasciare il segno”) – e che uscirà a primavera per i tipi di Egea, la casa editrice dell’Università Bocconi.

Vediamone brevemente qualche aspetto specifico, per capire come il digitale forza un’ampia rilettura (e aggiornamento) del canone classico della retorica.

Nel caso dell’inventio, la ricerca dei *topic* nel mondo digitale va indirizzata rispondendo a domande del tipo: dove trovare e come scegliere immagini effettivamente esplicative ? Quali fonti Internet sono attendibili ? Quanto è corretto utilizzare frammenti avulsi dal contesto (anche se provenienti da fonti attendibili) ? Come prelevare le informazioni senza rubarle (inconsapevolmente) ? etc...

Nel caso invece della *dispositio*, la sfida digitale comporta invece domande di questo tipo: come integrare testo e immagine ? Quale grado di ipertestualità mantenere in un testo ? Quale metafora utilizzare per la pagina web iniziale (la videata, la pagina infinita, la scrivania/Desk Top, il cruscotto, ...) ? Come limitare l'interferenza delle informazioni non pertinenti alla comunicazione che si sta costruendo (come ad esempio la pubblicità, i tasti di navigazione, i feedback tecnici, i messaggi di errore, ...) ? Come utilizzare con efficacia l'interazione dell'utente, senza dargli troppa autonomia ? Come (e se) usare – come sottofondo – musica, suoni, commenti sonori ? etc...

Il tema della memoria assume un significato ancora più particolare e articolato. Da una parte memoria e *actio* si fondono quando si creano oggetti che ricordano e propongono automaticamente un discorso o un’argomentazione, togliendo la necessità di avere il pronunciatore “In presenza”. Dall’altra la nostra memoria fisica è oggi messa a dura prova dal bombardamento informativo – vero e proprio *information overload*; per questo motivo richiede nuove tecniche per essere rafforzata ed essere in grado di saper conservare – senza sforzo – le informazioni che ci servono. È in questo ambito che diventa rilevante il tema dei contenitori digitali della nostra conoscenza, quelli che io chiamo i “sè digitali”.

Oltretutto non basta costruire una retorica per il digitale; sarà infatti sempre più necessario costruire anche una vera e propria **epistemologia della Rete** che si occupi dello studio dei fondamenti, dei limiti e della validità della conoscenza che si origina sulla Rete o che li si alimenta. Secondo Sergio Luzzatto, questa mancanza nell’insegnamento del digitale – che viene oltretutto chiamato in maniera ridicola “alfabetizzazione digitale” – è forse la carenza più clamorosa dell’offerta formativa tradizionale che guarda al mondo digitale. Egli osserva infatti che “nella lezione di italiano, qualunque professore di discreto livello insegna ai ragazzi un’elementare critica del testo. Nella lezione di fisica, qualunque professore insegna i requisiti minimi di un esperimento scientifico. Ma molto raramente vengono insegnati ai ragazzi i criteri fondamentali di una navigazione in Rete”. E cioè come cercare le cose, e dove trovarle. Come distinguere fra siti autorevoli, siti attendibili, siti eterogenei, siti pericolosi. Come appropriarsi dei tesori di internet senza rubarli.

novembre 2013