

CI SALVERÀ LA RETORICA?

La proliferazione delle notizie nel web, l'esplosione delle immagini, le fake news, il linguaggio del populismo o l'uso manipolativo dei dati richiedono nuove competenze interpretative. Nuove sì, ma allo stesso tempo antiche

Secondo la **Treccani**, scusate, per **retorica** si intende "**L'arte del parlare e dello scrivere in modo ornato ed efficace**. La retorica ha riacquisito uno spazio rilevante nella linguistica e nella critica letteraria contemporanea, come teoria dell'argomentazione e come analisi delle realizzazioni lessicali, grammaticali e stilistiche, di testi scritti o anche orali, e delle loro funzioni espressive".

Bastano queste poche parole per capire che **ci stiamo riferendo ad un caposaldo del sistema di relazione umana e della stessa intelligenza**. La sua evoluzione ed importanza sono sotto gli occhi di tutti. Ebbene, che valore assume oggi la retorica nella società del social e del condiviso a tutti i costi? Non è forse proprio in questa nuova dimensione che la retorica torna ad essere centrale per distinguersi e comunicare in modo più efficace e distintivo?

A queste semplici, ma complesse al tempo stesso, domande offrono una stimolante risposta **Andrea Granelli e Flavia Trupia**, nel loro ultimo scritto "**La retorica è viva e gode di ottima salute. Convincere, capire, vaccinarsi ai tempi del web**", edito da **FrancoAngeli**.



Concepita in passato, giustamente sottolineo, come **qualità del saper ben parlare ed argomentare**, dove l'autorevolezza del messaggio era avallata dalla qualità della costruzione logica e dai richiami del pensiero, nel mondo d'oggi, **dove guidano hashtag, brevità e superficialità** (mi sia permesso aggiungere, *ignoranza*) e il culto dell'essere immediatamente visibili e presenti, gli autori la riportano al centro dell'attenzione.

Non conta più solo il messaggio, ha importanza anche il modo con il quale io lo comunico e lo argomento. Se ci pensate, troppo spesso, le *value proposition* sono o troppo sofisticate o troppo articolate per essere afferrate e fatte proprie da mandrie di superficiali persone che in metrò guardano il display del proprio device mentre accanto potrebbero avere un terrorista imbottito di tritolo?

Eppure è con questi soggetti che **l'impresa deve relazionarsi**. Ecco allora che si avverte la necessità di una nuova retorica, fatta di parole e ritmi narrativi diversi, ma comunque in grado di far breccia su menti leggere e distratte.

Retorica, come sostengono gli autori, **è l'arte e la capacità di convincere qualcuno, di portarlo a modificare il suo giudizio e il comportamento conseguente**. In tutti i settori: il voto, l'economia, l'acquisto, la lettura, il consumo.

Capiamo quindi quanto importante sia allora riaffermare e possedere le skills necessarie ad avere nella propria struttura organizzativa un retore di qualità, un soggetto oratore o maestro di eloquenza. Da non confondersi, possibilmente, con un maniaco di protagonismo? ahimè razza ben conosciuta nel nostro mondo.