

LA RETORICA NON APPARTIENE AL PASSATO

Siete sommersi dalle troppe informazioni. Guardate tutti i giorni i principali giornali online, siete iscritti a una serie di newsletter che vi aggiornano sul vostro ambito professionale. Sui social seguite una serie di guru per rimanere al passo delle tendenze in campo digitale e lavorativo.

La verità è che non ci state capendo molto. Non riuscite a valutare se tutta l'informazione assorbita vi abbia fatto crescere personalmente o aiutato nel vostro lavoro. Anzi, questo sovraccarico informativo più che lasciarvi qualcosa ve l'ha tolto. Vi ha tolto la capacità di prestare attenzione e distinguere cosa è vero, cosa è falso e cosa solo verosimile.

Questo libro **La retorica è viva. E gode di ottima salute. Convincere, capire, vaccinarsi ai tempi del web** (di Andrea Granelli e Flavia Trupia, Franco Angeli editore) vi invita a fermarvi e tornare indietro di secoli. Non fraintendete, non si tratta di uno di quei testi scolastici rimasti imbalsamati a prendere polvere nelle vostre librerie dai tempi

delle superiori. Stiamo parlando di una riscoperta della retorica applicata al mondo del business attuale. Sì, perché senza accorgervene, la retorica è ancora viva e vegeta. Utilizzata dai leader aziendali per negoziare, convincere, risolvere conflitti. Oppure per illustrare i business plan, raccontare i futuri scenari possibili e ottenere il coinvolgimento dei propri collaboratori verso tali obiettivi. I leader capaci di sfruttare le tecniche retoriche sono anche quelli in grado di dare i nomi alle idee, ai prodotti e ai servizi arricchendoli di valore simbolico. Sanno inoltre usare il potere delle immagini e descrivere laddove la parola non arriva.

Ecco allora gli autori accompagnarci nei fondamenti della retorica antica adattandola all'uso moderno. Si co-

mincia dall'*Inventio*, ossia dalla capacità dell'oratore di raccogliere le idee, trovare le fonti e gli argomenti che lo sosterranno durante il suo discorso. Discorso che dovrà seguire le regole della *Dispositio*, della strutturazione affinché l'ascoltatore venga accompagnato, come in un viaggio, in questa opera di convincimento. Una volta definiti gli argomenti e la loro struttura di presentazione, ecco intervenire l'*Elocutio*, ossia la creazione di immagini suggestive nella mente dell'ascoltatore. Non solo argomentazione quindi, ma capacità di lasciare il segno nel

ricordo di chi ha ascoltato. Diamo per scontata la *Memoria*, ossia il fatto che l'oratore conosca i contenuti della sua presentazione e li ricordi senza dover leggere di continuo il materiale. Finiamo con l'*Actio*, ossia l'importanza dell'espressione corporea durante il discorso, se è vero che "noi comunichiamo per il 7% con le parole, per il 38% con il modo di dirle e per il 55% con le espressioni del volto e del corpo" allora l'importanza di questa tecnica retorica parla da sola.

Siete ancora convinti che il mondo del business, del management non abbia niente a che fare con questi retaggi letterari di un passato lontano? Leggete queste parole di Charles De Gaulle: «[...] 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». Esattamente quello che dovrebbe fare un manager.



Leggi e commenta le recensioni sul portale **Manageritalia** sotto la categoria **Management > Letture per manager**



www.manageritalia.it