

# La retorica: uno strumento prezioso anche per i manager

di Andrea Granelli | Lunedì, 04 Maggio 2015

L'arte di ragionare e di "*bene dicendi*" ha sempre fatto parte del *cursus honorum* della classe dirigente, a partire dalla formazione personale in vigore presso l'antichità greco-romana, passando per il sistema delle università nate nel Medio Evo e sviluppatasi nel Rinascimento per arrivare ai metodi educativi dei gesuiti e della loro *ratio studiorum*. L'era moderna ha deciso, però, di buttarsi fideisticamente nelle braccia esclusive del metodo scientifico, arrivando a considerare le scienze umane non più come fondamento di ogni sapere ma come ambito specialistico.

Nei tempi più recenti, però, anche a causa anche della crisi dei paradigmi e del metodo scientifico (Darwin, Freud, Heisenberg, Gödel, Popper, ...), stiamo assistendo a una vera e propria rinascita della retorica: in Europa grazie alla teoria dell'argomentazione e, nel mondo anglosassone, grazie al *critical thinking*.

Per questo motivo Flavia Trupia e il sottoscritto, insieme a un gruppo di amici, abbiamo deciso di creare **PerLaRe - Associazione Per La Retorica** ( [www.perlaretorica.it](http://www.perlaretorica.it) ) presentata a Roma il 22 aprile scorso. L'obiettivo dell'associazione è sfidante, pur nella sua apparente semplicità: contribuire al rilancio della retorica. Riteniamo infatti che solo la rimessa al centro dell'arte della parola, o meglio del ragionare, con le sue tecniche, le sue figure e le sue fallacie possa rigenerare l'arte del dialogo, il cui fine non è ottenere ragione, ma capire, e soprattutto comprendere le ragioni dell'altro e, in ultima istanza, conoscere meglio sia l'interlocutore che noi stessi.

La retorica è un'arma e un potere. È l'arte di persuadere attraverso il discorso ma, se la sua tecnica può asservire, la sua teoria può affrancare: soltanto conoscendo gli strumenti di quest'arte si potrà padroneggiarli invece di subirli, contrapporre all'opera di convinzione il pluralismo delle opinioni.

Inoltre, fra la dimostrazione scientifica o logica e l'ignoranza pura e semplice (che viene dominata con la violenza o la seduzione) esiste un intero ambito (quello del probabile, del plausibile, dell'opinabile), che è quello proprio dell'argomentazione, regno della retorica. In un senso esteso, la retorica è l'uso umano dei simboli per comunicare, è la capacità di andare oltre il segno.

C'è quindi non solo spazio, ma un vero e proprio bisogno di recuperare la retorica che – seguendo la visione di alcuni dei suoi protagonisti (in particolare Aristotele, Cicerone e Roland Barthes) – è

nei fatti la più importante tecnologia della mente di cui disponiamo. Per questo motivo sta diventando sempre di più una priorità per i manager: persuadere, illustrare progetti futuri, dirimere conflitti, motivare (senza leve), dare il nome a prodotti e a nuove aziende, anticipare fenomeni partendo da semplici indizi, estrarre significati da mole di dati apparentemente indifferenziati ...

La retorica non è infatti un semplice "integratore culturale", ma è l'arte di ragionare, dove la persuasione è un di cui, anche se molto importante; deve quindi far parte - anzi contribuire a costruire - la (nuova) cassetta degli attrezzi dei manager (sicuramente dei leader). Si tratta infatti della più importante "tecnologia della mente" che abbiamo a disposizione: due sono i suoi filoni principali di applicazione:

- Ragionare (comprendere, argomentare, intuire)
- Comunicare (persuadere/sedurre, motivare, negoziare)

La retorica non è dunque uno strumento astratto, un prezioso arcaismo, un rigurgito culturale. È uno strumento potente - forse LO strumento più potente di cui disponiamo che si applica - con successo - in moltissimi ambiti aziendali. Oltretutto - come ci ricordava il Cluetrain Manifesto - "I mercati sono conversazioni" e queste conversazioni sono sempre più frequentemente mediate e ridefinite dai media, dagli strumenti e dai linguaggi digitali. Uno dei temi del prossimo futuro sarà dunque rileggere la retorica con le lenti del digitale.

Il rilancio della retorica può contribuire a ridare centralità alla figura del manager, poiché la retorica è LO strumento principe dei manager - soprattutto del general manager.

Charles De Gaulle, commentando cosa Aristotele potesse aver "insegnato" come precettore ad Alessandro il grande, osservò: *«La potenza dello spirito implica una diversità che non si trova nella pratica esclusiva del mestiere ... 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. Non si diventa un condottiero illustre se non si possiede il gusto e il sentimento del patrimonio dello spirito umano. **In fondo alle vittorie di Alessandro, si ritrova sempre Aristotele».***