Andrea Granelli
Flavia Trupia

# LA RETORICA È VIVA. E GODE DI OTTIMA SALUTE

CONVINCERE,
CAPIRE, VACCINARSI
AI TEMPI DEL WEB

FrancoAngeli

LA SOCIETÀ
Saggi sugli aspetti rilevanti della contemporaneità

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati
possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page
al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Andrea Granelli
Flavia Trupia

# LA RETORICA È VIVA. E GODE DI OTTIMA SALUTE

## CONVINCERE, CAPIRE, VACCINARSI AI TEMPI DEL WEB

FrancoAngeli

Questo libro è il frutto di una serie di conversazioni tra gli autori, di letture singole e condivise e di iniziative realizzate con PerLaRe-Associazione Per La Retorica.

Andrea Granelli ha elaborato il capitolo 1 e i seguenti paragrafi: 2.2.2, dal 2.2.8 al 2.2.16; 2.3, 2.4, 2.5: 3.1, da 3.1.1 a 3.1.5; 3.4 e 3.5; 4.4 e dal 5.1 al 5.3. Flavia Trupia ha elaborato i paragrafi 2.1; dal 2.1.1 al 2.1.5; 2.2; 2.2.1; dal 2.2.3 al 2.2.7; 2.6; 3.2; 3.2.1; 3.2.2; 3.3; 3.3.1; 3.3.2; 3.3.3; da 4.1 a 4.3; da 4.3.1 a 4.3.9; 4.5; 5.4; 5.4.1; 5.5; 5.5.1; 5.5.2.

Gli autori ringraziano Rita Granelli per averli aiutati nella caccia
(per definizione sempre perdente) ai refusi.

*Grafica della copertina:* Alessandro Petrini

Copyright © 2019 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.*

# Indice

**Prefazione**,
di Toni Muzi Falconi pag. 9

**1. Qualcosa di nuovo, anzi di antico** » 11
1.1. Retorica è tradizione e innovazione » 11
1.2. Morte e rinascita della retorica » 13
1.3. La retorica del XXI secolo » 15

**2. Retorica è convincere** » 21
2.1. Il classico è un classico: strategie di ieri per comunicare oggi » 21
2.1.1. *Inventio*: a caccia di idee » 23
2.1.2. *Dispositio*: il discorso è un viaggio » 26
2.1.3. *Elocutio*: le luci del discorso » 30
2.1.4. *Memoria*: ancora necessaria? » 32
2.1.5. *Actio*: abbiamo un corpo, ricordiamocelo! » 33
2.2. Prendere in prestito dai grandi oratori » 36
2.2.1. La *captatio benevolentiae* di Alcide De Gasperi » 37
2.2.2. La mitragliatrice di Cicerone » 37
2.2.3. La metafora del tavolo di Sheryl Sandberg » 39
2.2.4. L'enumerazione di Francesco » 40
2.2.5. La sineddoche di Oprah Winfrey » 41
2.2.6. La simmetria dello youtuber Willwoosh » 42
2.2.7. Il linguaggio del corpo degli Obama » 43
2.2.8. L'*excipit* "*There is one more thing*" di Steve Jobs » 45
2.2.9. L'ipotiposi dei predicatori barocchi » 46
2.2.10. Il laconismo di Lincoln » 48

2.2.11. Le metafore da rapper di Francesco » 49
2.2.12. L'antica prosopopea in una lettera de *The Economist* » 50
2.2.13. Il parlar criptato della Camorra » 51
2.2.14. L'ossimoro di Aldo Moro » 54
2.2.15. L'etimologia di John Fitzgerald Kennedy » 55
2.2.16. *Rhetoric checking* per San Paolo » 57
2.3. Più TED per tutti » 58
2.4. Il *pitch* per fare la differenza » 63
2.5. Parlare del futuro » 65
2.6. Oratore sì, ma multimediale » 69

**3. Retorica è capire** » 75
3.1. Parole che sfondano » 75
3.1.1. Nomoteti contemporanei: Jeff Bezos e Matteo Renzi » 77
3.1.2. Parole magiche e atti linguistici » 79
3.1.3. Dare il nome alle persone: epiteti e pseudonimi » 81
3.1.4. Parole sporche » 83
3.1.5. Parolacce ed eufemismi » 84
3.2. Retorica è web e web è retorica » 85
3.2.1. Le figure nei social » 86
3.2.2. Dalla *tenzone* al *dissing* » 87
3.3. I mercati sono conversazioni retoriche » 89
3.3.1. Il *pathos* di Red Bull » 91
3.3.2. Lo straniamento della Crusca » 92
3.3.3. L'ironia delle pompe funebri Taffo » 93
3.4. Retorica e leadership » 93
3.5. Miseria e nobiltà dell'aziendalese » 96

**4. Retorica è vaccino** » 103
4.1. Confondere le acque » 104
4.2. Quando *doxa* batte *epistème* » 106
4.3. Dacci oggi la nostra fallacia quotidiana » 109
4.3.1. L'avvelenamento dell'*argumentum ad personam* » 109
4.3.2. Lo scivolo della brutta china » 110
4.3.3. I paraocchi della falsa dicotomia » 111
4.3.4. La pillola va giù con l'*argumentum ad zuccherinum* » 111
4.3.5. La rassicurazione dell'*argumentum ad judicium* » 112
4.3.6. *Reductio ad Hitlerum* e *ad radical chic* » 112
4.3.7. L'*ignoratio elenchi* per dettare l'agenda mediatica » 113
4.3.8. L'*autenticismo* dell'outsider » 113
4.3.9. Chi trova un nemico trova un tesoro » 113

4.4. Quando i numeri sono retorica » 115
4.5. Gestire aggressori e perditempo nel web » 121

**5. Retorica è cura** » 125
5.1. Connettere i puntini, *sense making* e guardare al futuro » 125
5.2. Negoziare e motivare » 134
5.3. Rigenerare parole » 141
5.4. La didattica ha fame di retorica » 144
5.4.1. Gli insegnanti sono retori » 144
5.5. Giochi retorici » 149
5.5.1. Dalla guerra di parole ai grandi processi della retorica » 151
5.5.2. Si cucina con quello che c'è nel frigo » 153

**Appendici** » 157

**Bibliografia** » 159

**Sitografia** » 165

# Prefazione

di Toni Muzi Falconi*

Da ragazzino a San Francisco nei primi anni Cinquanta del secolo scorso, alunno alle elementari e poi alle medie inferiori (ero figlio del console italiano), seguivo corsi obbligatori di *public speaking*. Oggi, tutti i partiti del nostro nuovo Parlamento hanno già presentato proposte di legge per reintrodurre l'educazione civica come materia obbligatoria nelle scuole di ogni ordine e grado con l'idea, questa sì!, trasversale che l'autorappresentazione pubblica del singolo sia consustanziale all'essere cittadini. Ben svegliati!

Un risveglio tardivo largamente sospetto e un'attenta lettura di questo stupefacente libro ne fa capire assai bene le motivazioni, nobili e meno nobili.

La rissa gigante della "conversazione di sé" che negli ultimi decenni ci ha tutti e ovunque sommersi, stimolata dalla – ma che non si esaurisce nella – Rete, ha fatto risorgere, dopo secoli di oblio e anche, diciamolo pure, di scherno collettivo da parte di molte scuole di pensiero, un'attenzione sul come argomentare, presentare, impostare un discorso (visivo, verbale e scritto): insomma la retorica (arte, disciplina e professione).

Se oggi sommiamo nel mondo comunicatori, relatori pubblici, giornalisti, educatori, leader e dirigenti di organizzazioni private, pubbliche e sociali… si fa fatica a trovare chi se ne rimanga in silenzio (comunque, quando voluto, di per sé prezioso strumento di comunicazione) e non dedichi una parte variabile del proprio tempo ad autorappresentarsi. Quindi *todos caballeros*.

Avendo chi scrive dedicato decenni e decine di articoli, libri, lezioni, consulenze e iniziative varie per sostenere, argomentare e convincere (da *vincere-cum*) gli altri – evidentemente con insufficienti abilità retoriche – che la comunicazione è sì importante ma è soltanto uno strumento, una modalità che le orga-

* Senior counsel Methodos.

nizzazioni (e le persone) accorte usano per governare i propri sistemi di relazioni con organizzazioni (o persone) che possono rallentare o accelerare il raggiungimento degli obiettivi perseguiti, migliorando così la qualità delle decisioni, mi trovo un po' a disagio nel sostenere, come altri fanno, che invece la comunicazione è tutto.

Ma l'annoso dilemma comunicazione/relazione nulla toglie all'incontrovertibile verità che la riscoperta della retorica è un fenomeno (spero culturale?) dirompente e di cui ciascuno deve prendere atto e misurarne le conseguenze.

A me pare consigliabile un approccio "situazionale", modulato secondo l'identità, la storia e la finalità di ciascuno (ripeto: organizzazione o persona), integrate con pochi principi "generici", tenendo sommamente conto delle applicazioni "specifiche" – culturali, istituzionali, economiche, politiche, socioculturali, religiose, ambientali e mediatiche – dei territori in cui si operi senza dimenticare le circostanze e le conseguenze della connettività globale in cui, volenti o nolenti, siamo immersi.

Per "generici" intendo, come per le molecole dei farmaci, principi sempre e comunque applicabili in qualsiasi esercizio retorico, purché applicati – a parità di peso gerarchico – nella consapevolezza di quali siano le condizioni specifiche dei territori in cui si agisce.

Nel caso, basandomi però soltanto sulle mie esperienze professionali e sulla lettura attenta e appassionata di queste pagine, direi che:

- è essenziale identificare bene gli interlocutori tenendo conto degli obiettivi che intendiamo perseguire;
- gli interlocutori così identificati vanno ascoltati con continuità e modalità differenziate, tenendo conto dei contenuti del dialogo con coloro le cui opinioni e i cui comportamenti possono influenzare sia la qualità degli obiettivi che la tempistica del loro raggiungimento;
- l'autenticità di qualsiasi argomento che si intende usare va meditata e verificata prima della sua espressione, così come vanno verificati anche gli argomenti proposti dagli altri soggetti della conversazione;
- il rispetto degli interlocutori, amici o nemici che siano, è la premessa della credibilità e la credibilità è la premessa di ogni risultato utile;
- non sempre è necessario farsi del male, ma se non cito una circostanza perché ritengo possa farmi male, devo rendere noto al mio interlocutore che il mio argomento non è, per quel che ne so, completo.

Per concludere: i miei complimenti a chi ha in mano queste pagine e i miei auguri affinché sia consapevole che leggendole diventerà una persona migliore.

# 1. Qualcosa di nuovo, anzi di antico

*Colui che per la prima volta ha lanciato all'avversario*
*una parola ingiuriosa invece che una freccia è stato il fondatore della civiltà*
(Sigmund Freud)[1]

## 1.1. Retorica è tradizione e innovazione

Che la retorica – nelle sue molteplici dimensioni – abbia riconquistato la sua centralità nella società, nella cultura, nel business e, gradualmente, anche nella formazione, è un fatto oramai acquisito.

Perfino la diffusione del digitale – anch'esso un linguaggio e quindi soggetto a una sua sintassi, grammatica… e retorica – non l'ha marginalizzata ma, anzi, sta contribuendo a una sua rinascita e rigenerazione. Il web ha rivestito il suo corpo antico con un abito moderno e adatto allo spirito del tempo. Il tema delle *fake news* e della verifica delle fonti, l'uso persuasivo – e talvolta manipolatorio – delle immagini, i neologismi della Rete grazie agli *hashtag*, il fenomeno ted.com sono solo alcuni esempi di come la retorica e il digitale abbiano interagito e si siano vicendevolmente ibridati e arricchiti.

Retorica e digitale, dunque, sono un esempio illuminante del dialogo possibile tra tradizione e innovazione; dialogo mai banale né schematizzabile. Se andiamo un poco più in profondità in questa dialettica, usando alcuni strumenti retorici, scopriamo quanto la dicotomia tra tradizione e innovazione sia solo

[1] Questa citazione mette in luce come la ricerca delle fonti possa essere articolata. Freud la riporta in *Meccanismo psichico dei fenomeni isterici*, anteponendovi la seguente affermazione: "come ha spiritosamente osservato un autore inglese". Approfondendo, si vede che la frase è del neurologo John Hughlings Jackson: "*It has been said that he who was the first to abuse his fellow-man instead of knocking out his brains without a word, laid thereby the basis of civilisation*" (On affections of speech from disease of the brain, 1878). In James Taylor (ed.), *Selected Writings of John Hughlings Jackson*, Vol. 2 (1932), 17. A conferma della correttezza dell'attribuzione e del collegamento fra i due autori Malcom Macmillan, in un suo recente libro, osserva: "*[Freud] then quoted another anonymous view that 'he who was the first to abuse his fellow-man instead of knocking out his brains without a word, laid thereby the basis of civilization' (J.H. Jackson 1879-1880). Freud repeated both of Jackson's points exactly in the lecture he gave on his and Breuer's new theory of hysteria (Freud 1893a)*" (Malcom Macmillan M., 1997, Freud Evaluated. The Completed Arc, The MIT Press, Cambridge – Massachusetts).

apparente. Prendendo in prestito per un momento l'etimologia, che Giorgio Agamben ha ribattezzato "archeologia delle parole" – l'analisi necessaria per scoprirne i significati reconditi, i sensi originari persi con le pratiche d'uso e la volgarizzazione – scopriamo aspetti inattesi di questo rapporto.

Il termine "tradizione" viene dal latino *tradere* e indica la consegna di qualcosa di importante (un ordine precostituito, un sistema preesistente), la cessione del suo possesso a un altro. Segnala dunque una continuità – nella cosa ceduta – ma pur sempre un cambiamento: il passaggio di proprietà e dunque l'adattamento del ceduto alle nuove condizioni. Per questo l'espressione indica lo slegarsi dal passato per prepararsi al futuro e non l'attaccamento nostalgico a un passato, riproposto così com'era per il presente e il futuro. Un'espressione etimologicamente vicina è anche *traduzione*, che viene dal latino *trans* e *ducere* e indica il portare oltre. Tradurre vuol dire dunque comprendere tutto quello che un testo dice e riportarlo con completezza ed efficacia in un'altra lingua, lontana magari nel tempo e nello spazio. Per Walter Benjamin "in ogni epoca bisogna combattere per impedire che la tradizione venga sopraffatta dal conformismo che cerca di soffocarla [...] una logica tradizionale di continuità e di cauta perturbazione". È il caso della traduzione che – se troppo legata alla tradizione (pensiamo alle traduzioni cosiddette letterali) – rischia di diventare una sottomissione intellettuale.

Ma esiste un terzo incomodo, che ci svela ulteriori significati legati alla parola *tradizione*: il tradimento. Osserva la psicoanalista e sociologa Ada Cortese che "quando la nuova regola o configurazione si afferma, il tradimento si trasforma in tradizione [...]. Proprio questo è il significato etimologico della tradizione: essa è la storia dei tradimenti passati". "Tradimento" (nell'italiano antico era *tradigione*) viene, come *tradizione*, dal latino *tradere* e quindi porta con sé il significato di consegnare. Gli scrittori ecclesiastici chiamavano traditore chi, per timore della morte, consegnava ai gentili qualche esemplare delle sacre scritture. Osserva sempre Ada Cortese che si compie tradimento "in nome di una nuova 'consegna', di un nuovo ordine, di un nuovo sistema. Esso sancisce dunque il dramma del passaggio dal vecchio al nuovo e quindi in sostanza l'eterno dramma del processo evolutivo. Il tradimento ha dunque sempre a che fare con l'abbandono da parte di un sistema di precedenti regole o configurazioni a favore della novità".

Inoltre ci ricorda Bernardo di Chartres – in un passo di Giovanni di Salisbury – che noi siamo come nani sulle spalle di giganti, così che "possiamo vedere più lontano di loro non a causa della nostra statura o dell'acutezza della nostra vista, ma perché, stando sulle loro spalle, stiamo più in alto di loro". Questi giganti che ci innalzano e ci permettono di guardare lontano altri non sono che i classici, coloro che ci hanno preceduti e che, con le loro conoscenze, hanno arricchito il nostro sapere. L'immagine viene usata per indicare la nostra dipendenza dai saperi degli antichi: ad esempio Isaac Newton – nella sua *Lettera a Robert Hooke*

del 15 febbraio 1876 – scrive: "Se ho visto oltre, è stando in piedi sulle spalle dei giganti". Come ha notato Umberto Eco, questo aforisma ha la forza di porre una questione anche nella nostra epoca: riconoscere il valore della tradizione con i suoi giganti ma, al contempo, prendersi la responsabilità di guardare oltre, lontano.

### 1.2. Morte e rinascita della retorica

Perché la retorica è stata così a lungo dimenticata, esclusa dalla tradizione, talvolta guardata con sospetto se non addirittura vituperata? Le ragioni sono molte e si intersecano con la storia della cultura, della politica, dell'istruzione. Può valere la pena chiarirne tre:

1. le alterne vicende della partecipazione attiva dei cittadini alla gestione della *res pubblica* e la conseguente artificializzazione dell'insegnamento retorico;
2. l'emergere – con Cartesio – del metodo scientifico e la sua progressiva sostituzione ai corsi di *buona eloquenza*; ciò ha anche determinato un crescente interesse verso i mestieri scientifici ed economici, a scapito della gestione della *res publica* e dell'arte oratoria;
3. il riemergere delle accuse di Platone (retorica = sofistica: arte mondana che vuole divertire, distrarre, piacere alla moltitudine e non si occupa del vero), unite alla cultura puritana espressa dal francese Petrus Ramus (1515-1572), che nel trivio (le tre arti liberali: grammatica, retorica e logica) aveva separato la retorica dalla logica, rendendola una disciplina legata al puro ornamento del discorso.

La scelta di richiamare tre motivazioni non dipende solo dalla loro rilevanza. È un espediente retorico, in un libro che parla di retorica. È una tecnica che i greci chiamavano *tricolon*. Da millenni, infatti, il tre è indicato come il numero magico per eccellenza, quasi un segno divino o infernale. Il *tricolon* indica una serie ternaria, come una triade di vocaboli o una sequenza di tre membri in una frase, coordinati da congiunzioni o per asindeto (coordinazione di termini o di proposizioni ottenuta senza congiunzioni coordinanti, ma per semplice giustapposizione). Talora questi elementi possono essere legati da parallelismi (identica disposizione delle parti del discorso ripetuta in diverse frasi o membri di frasi; usata per rafforzare concetti) e ripetizioni lessicali. Chi scrive di teatro sa che il tre è più drammatico del due; chi scrive commedie sa che il tre è più divertente del quattro e i retori sanno che il tre è più memorabile del sei e dell'otto. Chi ascolta non riesce a tenere a mente (nella memoria a breve) più di tre o quattro cose. Il tre è dunque il numero perfetto delle cose importanti da dire e ricordare: se è una cosa sola è indottrinamento; se sono due è un suggerimento incompleto; se sono quattro è già troppo.

Gli esempi sono numerosissimi: le tre medaglie di una gara, "*Veni vidi vici*", "*Liberté, égalité, fraternité*", "Nel nome del Padre, del Figlio e dello Spirito Santo", "Io sono la via, la verità e la vita", "Santo, santo, santo è il Signore", "Per Cristo, con Cristo e in Cristo".

Anche nelle citazioni c'è solo l'imbarazzo della scelta:

- "Onoriamo coloro che hanno camminato affinché noi potessimo correre. E noi dobbiamo correre cosicché i nostri figli possano spiccare il volo" (Barack Obama);
- "*How does it feel, how does it feel to be without a home? Like a complete unknown? Like a rolling stone?*" (Bob Dylan);
- "Oggi voglio raccontarvi tre storie della mia vita. Questo è tutto. Non una gran cosa. Solo tre storie […] negli ultimi 33 anni…" (Steve Jobs).

Il *tricolon*, infine, mette in luce un'altra delle caratteristiche tipiche della retorica, il suo agire spesso in silenzio, fra le righe, in modo subliminale.

Tornando alle nostre riflessioni sulla morte e rinascita della retorica, si sono nel frattempo manifestate nuove forze che hanno creato le condizioni per una sua riaffermazione.

Innanzitutto, come vedremo diffusamente, l'avvento dell'era digitale, che è caratterizzata da una "neo-oralità", dove ritorna centrale la presenza della parola.

In secondo luogo, la diffusione dell'*information overload* e dell'ipertrofia comunicativa. L'imponente sviluppo di informazioni, che ha moltiplicato le occasioni di esposizione a forme palesi e occulte di persuasione, richiede abilità e sensibilità per cogliere al volo la buona informazione e tecniche per interpretare la parte significativa nel non detto del testo.

Inoltre, è stata rilevante la crisi dei fondamenti delle scienze. In particolare la messa in discussione della validità assoluta del metodo scientifico *more geometrico*, con la conseguente progressiva presa di coscienza, nello spiegare il mondo, della inadeguatezza del modello neopositivista. Purtroppo – con l'aumentare delle nostre capacità tecnologiche – non è cresciuto il nostro dominio (sia dal punto di vista pratico che conoscitivo) dell'ambiente che ci circonda. Questa consapevolezza si è originata proprio all'interno del nucleo duro della scienza – biologia, fisica, chimica – e si è progressivamente estesa a molte altre discipline, per esempio la psicoanalisi e le scienze economiche. Ne è una testimonianza la varietà e importanza dei protagonisti di questo nuovo pensiero critico: Darwin, Freud, Heisenberg, Monod, Einstein, Gödel, Simon, Kahneman. Gli economisti – prendendo in prestito un'espressione usata nell'ambiente militare americano – incominciano a descrivere il contesto in cui ci muoviamo come caratterizzato da VUCA, acronimo che sta per *Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*. Il modello neopositivista, caratterizzato da un forte impianto logico formale, ha

mostrato i suoi limiti interpretativi e, nei fatti, ha contributo alla riabilitazione, nella stessa scienza, di strategie argomentative e retoriche.

Infine, la crisi delle ideologie ha riproposto la necessità di discutere più a fondo premesse e valori altrimenti acquisiti come scontati o non bisognosi di valutazione razionale e ha portato alla democratizzazione di molti processi decisionali. Come conseguenza di ciò, la discussione e la deliberazione basate su argomenti e contrapposizione di tesi hanno riconquistato la loro centralità.

Per questi motivi, molti studiosi stanno riunificando scienza e retorica in un unico *corpus*. Ad esempio Bruno Latour ha fondato una nuova disciplina – l'umanesimo scientifico – che "consiste nel seguire tutte le prove capaci o no di convincere, tutte le soluzioni ingegnose, i montaggi, le astuzie, le trovate e i trucchi grazie ai quali si finisce col rendere una prova evidente in modo da chiudere una discussione permettendo agli interlocutori di cambiare opinione sulla questione per la quale si erano incontrati". L'epistemologo francese non contrappone più la retorica e la dimostrazione, ma vede in esse due branche dell'eloquenza. Il punto di partenza è che "L'evidenza non è mai evidente – almeno all'inizio; l'indiscutibile è sempre discusso, almeno all'inizio".

Per Ezio Raimondi, la retorica è dunque un puro sapere antropologico:

> "L'uomo dialoga con l'altro, domanda chi è e contemporaneamente si interroga su se stesso, è sempre in monologo e in dialogo con se medesimo. E questo perché chi parla assume anche solo per un momento, anche senza volerlo, il punto di vista dell'altro e comincia a vedersi decentrato, avviando un'interrogazione anche su di sé […] diviene allora legittimo parlare di antropologia della retorica, ossia della retorica come un momento della dottrina dell'uomo e dei suoi comportamenti".

### 1.3. La retorica del XXI secolo

Ma dove si applica la retorica oggi? I campi sono numerosi. Ad esempio, nel mondo del business, è fondamentale in quanto i leader sono tali poiché:

- possiedono l'arte della negoziazione e della gestione delle dispute per motivare, sciogliere conflitti, creare consenso, anche quando non dispongono delle leve retributive o di status necessarie;
- sanno utilizzare la retorica del racconto del futuro, per presentare i piani di sviluppo, illustrare idee di business e *business plan*, su cui non c'è evidenza ma solo fiducia;
- riescono, prima degli altri, a cogliere gli indizi e a "connettere i puntini", prefigurando il futuro che sta manifestandosi;
- sono maestri nell'arte del *naming,* cioè creano le parole giuste per aziende, prodotti, servizi e progetti, arricchendo di valore simbolico la loro compo-

nente concreta e fattuale. Una pratica che i retori chiamano funzione *adamitica*: "Allora il Signore Dio plasmò dal suolo ogni sorta di animali selvatici e tutti gli uccelli del cielo e li condusse all'uomo, per vedere come li avrebbe chiamati: in qualunque modo l'uomo avesse chiamato ognuno degli esseri viventi, quello doveva essere il suo nome" (Gen. 2, 19);

- sono abili nel rigenerare i significati, ossia nel risemantizzare le parole "fondative" di un'organizzazione, per riallineare e ridare le priorità ai comportamenti dei suoi membri;
- sanno usare con intelligenza il potere delle immagini, per comprendere, convincere e descrivere ciò a cui la parola non arriva;
- padroneggiano con disinvoltura le tecniche per giustificarsi, quando non riescono a portare i risultati attesi.

Per usare ancora una volta l'argomentazione *ab auctoritate*, è utile richiamare Roger Fisher, William Ury e Bruce Patton che hanno sintetizzato in maniera molto efficace questa onnipresenza della retorica nella vita di tutti i giorni. I tre fondatori dell'Harvard Negotiation Project affermano: "Che ti piaccia o meno, ciascuno di noi è un negoziatore. La negoziazione è un aspetto della vita". Jean Racine, citato da Roland Barthes in *La retorica antica*, sostiene: "Basta ascoltare una lite tra le donne della condizione più vile: quale abbondanza nelle figure [retoriche]! Esse prodigano la metonimia, la catacresi, l'iperbole".

L'abilità retorica non serve solo a persuadere, negoziare, dirimere i conflitti, motivare, dare il nome alle cose… Serve anche a difenderci dagli inganni sempre in agguato e dalle fallacie sempre più frequenti nel dibattito pubblico. Osserva a questo proposito la filosofa Martha Nussbaum: "la tradizione occidentale dell'istruzione liberale crebbe nell'atmosfera libera della città-Stato greca e il suo scopo era di formare gli uomini a essere buoni cittadini e cioè 'cittadini socratici', ossia individui capaci di riflettere, criticare le abitudini e le tradizioni, e discutere insieme ai loro concittadini gli argomenti pro e contro una data decisione".

Le forme di inganno con la parola sono chiamate fallacie (ma anche i numeri non scherzano, lo vedremo nel prosieguo). Sono moltissime e possono assumere gli aspetti più vari e stupefacenti. La definizione comune di fallacia è un argomento che sembra corretto ma non lo è realmente. Una fallacia è dunque un errore argomentativo nascosto, di solito costruito ad arte per convincere un interlocutore. La tradizione ha tentato ripetutamente di identificare le forme generali di questi errori ingannevoli (errori che non sembrano errori): la studiosa Franca D'Agostini ne ha individuati un gran numero.

Le più insidiose assomigliano moltissimo alla verità – sono infatti mezze verità o quasi verità – e hanno proprietà mimetiche, si camuffano con citazioni autorevoli, con affermazioni genuine, con simil-dimostrazioni.

Inoltre il concetto di falso è troppo ampio per essere maneggiato con efficacia e va suddiviso – soprattutto quando si studia il rapporto tra verità e sfera pubblica – in tre categorie: *vero incompleto*, *finto* e *falso*. Questa suddivisione mette in luce altrettante cause di fragilità della verità, di cui si avvantaggia l'argomentatore fallace. Seguiamo Franca D'Agostini in una veloce disamina di queste tre tipologie di falsità.

Vero incompleto. "Le verità proposte in un pubblico confronto sono normalmente mezze verità, o verità incomplete. Il vero in senso forte e proprio si ottiene attraverso la completezza. Per esempio se dico: 'oggi piove', quel che dico può essere vero o falso: dipende dalla situazione in cui lo dico; se completo l'enunciato e dico: 'oggi, 20 giugno 2008 a Torino piove', allora ho prodotto un enunciato come si dice eterno, che sarà sempre vero se è vero, e sempre falso se è falso (nel caso specifico: è falso). Sono enunciati completi le verità logiche e matematiche. Ma le tesi che costituiscono oggetto del confronto pubblico non lo sono affatto, e perciò la loro verità deve essere specificata e argomentata. L'argomentatore fallace può avvantaggiarsi di questa circostanza in vario modo. Per esempio, approfittando di verità parziali per produrre argomenti con conclusioni false".

Finto. "Buona parte delle verità oggetto del dibattito pubblico riguardano una realtà costruita, che i tecnici definiscono realtà 2: cioè la realtà di cui ho notizia dagli altri, la realtà pubblica, fissata in documenti e testimonianze, e consensualmente stabilita. La realtà 2 costituisce un regime speciale, che alcuni definiscono il finto (ossia una combinazione di vero e falso), e il finto ha in molte occasioni un dominio incontrastato sul semplicemente-vero. In queste condizioni si determina anzitutto la non-verità per evidenza soppressa: fatti e circostanze sgradite vengono taciute, e si mette a tacere chi ne parla".

Falso. "La forza della realtà 2, accanto all'incompletezza della verità, incoraggia il comunicatore fallace a dire anche, per i suoi scopi, le più palesi e clamorose falsità. È questo certamente il risultato più interessante del nesso tra verità e sfera pubblica: non soltanto posso occultare in vario modo la non-verità di ciò che dico, posso dire mezze verità, e posso tacere e mettere a tacere le verità sgradevoli, ma posso anche, semplicemente, dire apertamente il falso, senza doverne temere le conseguenze".

Interessante, a questo proposito, è la classificazione dei gradi di verosimiglianza adottata da politifact.com, un sito che si occupa di verificare l'attendibilità di informazioni o affermazioni, riguardanti i politici statunitensi (attività chiamata *fact-checking* o *debunking* dagli addetti ai lavori). Il sito ha sviluppato una metodologia, chiamata *Truth-O-Meter*, per verificarne il grado di attendibilità. Riprendendo direttamente dal sito web:

- vero (*true*): la dichiarazione è esatta e non manca nulla di significativo;
- quasi vero (*mostly true*): l'affermazione è esatta ma necessita di chiarimenti o informazioni aggiuntive;

- semi vero (*half true*): l'affermazione è parzialmente vera ma trascura importanti dettagli o isola i fatti dal contesto;
- quasi falso (*mostly false*): l'affermazione contiene un elemento di verità ma ignora fatti critici che darebbero un'impressione diversa;
- falso (*false*): l'affermazione non è esatta;
- bugia (*pants on fire*): l'affermazione non è esatta ed è ridicola.

Come si vede, la verosimiglianza – vero oggetto della retorica – è un concetto con più facce che vanno comprese e riconosciute soprattutto quando si deve smascherare un ragionamento fallace.

Su questo argomento ha avuto molto successo di pubblico *L'arte di ottenere ragione esposta in 38 stratagemmi*, un libretto del filosofo Schopenhauer. Un prontuario per la gestione di un qualsiasi contraddittorio attraverso l'uso spregiudicato delle fallacie. L'elenco di questi 38 espedienti ingannevoli risulta un vero e proprio manuale d'uso. Andrebbe imparato a memoria da qualsiasi aspirante alla partecipazione di un dibattito. Chi possiede la conoscenza di questo repertorio di strategie avrà sempre la libertà di scegliere se usarle contro, per annichilire l'interlocutore, o usarle pro, per sventare le manovre di chi vorrebbe usarle a suo danno.

Questi sono solo alcuni dei motivi per i quali dobbiamo ristudiare la retorica e praticarla in modo consapevole. È dalla consapevolezza dei meccanismi retorici, dal loro uso naturale e integrato, sia con lo stile personale che con ciò che richiede il contesto in cui si agisce, che nasce il *decorum* tanto raccomandato da Cicerone nel *De Officiis*: "ciò che è decoroso è onesto e ciò che è onesto è decoroso; e la differenza che passa tra l'onestà e il decoro, è più facile a intendere che a spiegare […] le azioni […] disoneste offendono il decoro".

È nella sintesi e nell'equilibro – tra diversi strumenti, tra ciò che si è e ciò che viene richiesto, tra la cultura di chi parla e quella di chi ascolta – che si manifesta il grande retore che – sempre per Cicerone – era una sorta di superuomo: doveva infatti possedere – lo spiega nel *De Oratore* – "l'acume del dialettico, la profondità dei filosofi, l'abilità verbale dei poeti, la memoria dei giureconsulti, la voce dei tragici, il gesto dei migliori attori".

La complessità, il fascino e l'ubiquità della retorica richiedono quindi, quasi impongono, un metodo articolato e sfaccettato che oscilla continuamente dall'alto al basso, dalla teoria alla pratica, dalle questioni poste dalla cultura alta alle tecniche *praticone* richieste dalla quotidianità. Ed è questa la cifra del nostro libro. Un dialogo continuo e ibridante tra *topoi* e *supercazzole*, tra i giganti dell'antichità e le comparse della contemporaneità.

Come si perimetra allora questa retorica? Innanzitutto va tenuto presente che è una *techne*. Le competenze che univano regole e creatività erano considerate, nell'antica Grecia, vere e proprie forme d'arte. Inoltre l'espressione usata in greco antico per indicarle (*techne*) univa sia il metodo (la tecnica) sia il risultato

dell'applicazione di tale metodo (il prodotto artistico). Quando l'artista era eccellente, il suo prodotto (l'arte) superava il metodo stesso. Come ha sottolineato Olivier Reboul nella sua *Introduzione alla retorica*, il concetto di *techne* porta con sé un'ambiguità, che è pure doppia:

- "perché designa sia un'abilità spontanea che una competenza acquisita tramite l'insegnamento";
- "perché designa tanto una semplice tecnica, quanto all'opposto ciò che nella creazione supera la tecnica e si deve esclusivamente al genio del creatore".

La *techne* è quindi un impasto indissolubile di metodo generalizzabile e abilità individuale ed è pertanto irriducibile a regole e dettami.

Vista la ricchezza e articolazione dei suoi contenuti, ci facciamo aiutare dalla *paratassi*. Letteralmente significa "disporre accanto" e consiste nel costruire un periodo con frasi prevalentemente principali lasciandole autonome. Ecco dunque una lunga definizione paratattica con la quale abbiamo provato a includere ciò che per noi è rilevante nel *corpus* retorico. La retorica è dunque l'arte di ragionare e dialogare usando, soprattutto, l'ascolto e la parola: non è solo la principale tecnologia umana di cui disponiamo, ma anche una delle produzioni più alte dell'individualità artistica; una *techne*, dunque, che consente non solo di comunicare con chiarezza, persuadere e sedurre, ma anche di estrarre informazioni (da persone o fonti scritte) e scoprire le radici etimologiche profonde e i significati latenti delle parole, intuire-dialogare-collegare elementi (apparentemente) lontani e riassumere diversi punti di vista (connettendo i puntini), esercitare il pensiero critico (mettendo in luce debolezze argomentative, stereotipi e pregiudizi), dirimere conflitti, negoziare, dare il (giusto) nome alle cose e – infine – (lavorando sul *pathos*) motivare le persone, comprenderle nel profondo e curarle.