



ARTE ARCHITETTURA CULTURA CINEMA & SERIE TV MODA MUSICA CIBO&LOCALI VIAGGI PHOTOWAVE ECOWAVE

RECENSIONI

La centralità della retorica ai tempi del Web

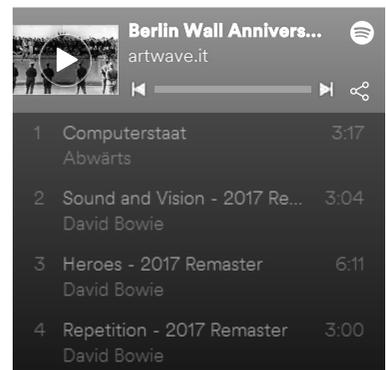


"La Retorica è viva. E gode di ottima salute" è il saggio di **Andrea Granelli** e **Flavia Trupia** che indaga la relazione tra la retorica e contesti digitali, sottolineandone la grande preminenza nel quotidiano

di Redazione - 21.11.2019

di **Ilaria Pennacchini**

Per lungo tempo **l'antica scienza del discorso è rimasta nell'oblio**, vittima dei mutamenti culturali e politici – come il fiorire delle discipline scientifiche a scapito di quelle umanistiche e la progressiva artificializzazione del suo insegnamento – e accusata di essere un superfluo ornamento del discorso. Ma a differenza di quanto si possa pensare, **oggi la retorica è viva e popola il mondo del web**. Il libro di **Andrea Granelli** e **Flavia Trupia** *La Retorica è viva. E gode di ottima salute*. *Convincere, capire, vaccinarsi ai tempi del web* svolge un'ampia analisi della retorica e del suo uso nel XXI secolo, indicando e raccomandando i modi attraverso i quali riconoscere e utilizzare in modo corretto i meccanismi e gli espedienti che la compongono.





Edizione FrancoAngeli, 2019, euro 23.

Con questo manuale il lettore si muove senza rischio di contagio tra i numerosi virus di cui spesso la comunicazione contemporanea è portatrice – dalla “intellettualmente debole fallacia dell'*argumentum ad populum* di molti discorsi politici, alle notizie incomplete o false reperibili su internet, le cosiddette **fake news**. Come scriveva **Roland Barthes** nel libro *La Retorica antica* citando **Jean Racine**: “Basta ascoltare una lite tra donne della condizione più vile: quale abbondanza nelle figure retoriche! Esse prodigano la metonimia, la cataresi, l’iperbole”. In effetti, la retorica è più presente nel quotidiano di quanto non sembri, ha solamente assunto nuove forme di espressione. La struttura di questa disciplina oggi è ancora la stessa di quella che inventarono gli antichi, e stabilendo un confronto continuo tra presente e passato il libro propone esempi concreti che ne confermano e ribadiscono la centralità nel mondo contemporaneo. Con l’avvento del web – che ha

Artnews

Resta sempre aggiornato e ricevi tutte le notizie più importanti della settimana!



Il Salotto di Artwave



Tutti gli episodi

I più letti

Questo mese Questa settimana



“Parasite” è il film più bello dell’anno



Nasce Muzing, l’app che invita a incontrarsi al museo



“Figli di nessuno Tour”: le foto della prima data romana di Fabrizio Moro



“Under Milano”: attimi di vita quotidiana nella metropolitana milanese

rivoluzionato i paradigmi della comunicazione – **vecchi e nuovi modelli dialogano costantemente e si ibridano al ritmo frenetico dello sviluppo tecnologico**, in una interazione che contribuisce alla “rinascita” e alla “rigenerazione” della retorica. E' così che nasce la cosiddetta “prosopopea dei rapper”, che le figure retoriche appaiono sui social sotto forma di *hashtag* e che la tenzone medievale approda nel *dissing* (da *disrespecting*, ovvero mancare di rispetto) – termine che si riferisce alla gara di insulti tra i musicisti hip hop.

Architettare un discorso è un'impresa che al giorno d'oggi mette in crisi molte persone, tra le quali i protagonisti del mondo del *business*, coloro che “rifiutano, anzi rifuggono dalle cosiddette conversazioni difficili”, ignorando l'influenza che una buona orazione può avere sull'opinione degli spettatori. La loro convinzione erronea, infatti, li induce a pensare che le scienze umanistiche siano meno produttive in termini economici di quelle scientifiche, quando in realtà è proprio grazie all'uso della parola che si concludono i negoziati, non con grafici e tabelle o con la cieca imposizione delle proprie idee. **Per essere ascoltato, l'oratore deve prima saper ascoltare.** La sua credibilità e autorevolezza dipendono in primo luogo da questo imperativo, oltre che dall'*ethos*, il “motore persuasivo” del discorso. Il narratore è quindi più importante della storia: lo sapevano anche i **Rolling Stones** che nella canzone *The singer, not the song* ripetono più volte che “è il cantante che conta, non la canzone”.

Il libro invita i futuri esperti di oratoria ad adottare un nuovo approccio nei confronti della “difficile” arte del parlare e dello scrivere, e propone numerosi esempi in cui essa si manifesta con successo in chiave moderna. E' il caso del **fenomeno TED**, “l'*agorà* digitale che ha rilanciato l'arte del discorso pubblico nell'era della Rete” – le cui conferenze contano più di un milione di visualizzazioni al giorno – o del grande seguito virtuale degli youtuber. Una lettura ricca di rimandi che racconta la **relazione tra la retorica e il digitale**, nel segno di un dialogo tra tradizione e innovazione, un dialogo “mai banale né schematizzabile”. Perché la retorica è convincere, è creare un'idea nelle menti di chi ascolta o legge, è capire il significato e il peso delle parole e, allo stesso tempo, è una precauzione che difende dal rischio di cadere nelle insidie del linguaggio e di chi lo manipola per il proprio, esclusivo interesse.

© riproduzione riservata



di Redazione



“Ricordati di alzare la testa”: attimi persi di bellezza

Stesso autore



“PFM canta De André”: l'omaggio a Faber tra...



Gli occhi dell'Asia: la fotografia...



Vespasiano, l'imperatore del Colosseo



Wave Market Fair torna nella capitale con l'...



Perché non possiamo dimenticarci di “...