

RETORICA E BUSINESS: TRUPIA E GRANELLI PRESENTANO IL LORO LIBRO A ROMA

Lunedì 12 Maggio 2014



ROMA\ aise\ - Si terrà giovedì 15 maggio alle 19.30 al Bea Cafè di Roma la presentazione del libro di Flavia Trupia e Andrea Granelli "Retorica e business. Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale", Egea (Bocconi) ed.

La retorica, arte del dire o, meglio, del ben ragionare, è viva e sta benone. È anzi uno strumento ancor oggi efficacissimo.

Enrico Mattei, Adriano Olivetti, Steve Jobs, Oscar Farinetti, ma anche papa Francesco, Angela Ahrendts e il consulente-tipo "alla McKinsey" sono gli esempi che ce lo dimostrano, eredi di Cicerone e autentici campioni della retorica contemporanea.

Così gli autori del libro descrivono i personaggi presi in esame: "Enrico Mattei, il presidente dell'Eni che ha sfidato le multinazionali del petrolio, misteriosamente scomparso, aveva

studiato poco, non conosceva la grammatica e faceva disperare i suoi collaboratori ma, in una tribuna politica dell'epoca, stupisce tutti con una metafora insolita: quella del gattino.

Adriano Olivetti (di nuovo famoso per la fiction Rai e per le citazioni di Renzi, ha inventato il primo calcolatore elettronico nell'anno in cui sono nati, dico nati, Steve Jobs e Bill Gates). Un uomo insolito. Parlava come un profeta. Una specie di Gesù dell'industria.

Steve Jobs (inventore degli oggetti della contemporanea venerazione). Un vero tecnico dell'arte del dire. Preciso e puntuale. Il re della figura retorica dell'enumerazione.

Oscar Farinetti (il re Mida italiano). Non azzecca un congiuntivo ma farebbe cambiare idea al più mulo dei muli. Al mulissimo.

Papa Francesco (che c'entra con il business? c'entra perché abbiamo preso in considerazione un discorso agli scrittori di Civiltà Cattolica, praticamente i suoi dipendenti). Tutti dicono: quanto parla bene! Noi spieghiamo perché.

Angela Ahrendts (manager di Burberry e, da giugno, di Apple). Bella e di successo. Riesce lasciare la sua impronta quando dimentica la maniera.

Il consulente McKinsey. È un ideal-tipo. L'azienda vorrebbe dare ai suoi manager un'impostazione generale valida per tutti, creando il manager ideale. Ci riesce? Non sembra.

Infine il web. Le aziende si sono buttate in questo nuovo universo, ma ancora arrancano. Perché mancano sempre le stesse vecchie cose: avere qualcosa da dire e saperlo dire con le parole giuste. In questo panorama, tornano al centro i tanto bistrattati umanisti".

Secondo Flavia Trupia e Andrea Granelli per essere ascoltati, per essere influenti e dunque convincenti, per sopravvivere e risolvere problemi: la retorica serve anche nel mondo del business.

I casi aziendali diventano una forma di storytelling, la convention uno strumento per emozionare e spingere all'azione, il punto vendita un espediente per parlare tramite i luoghi, mentre la manutenzione delle parole torna a vivificare i termini ormai logori dell'"aziendalese".

Gli autori Flavia Trupia e Andrea Granelli spiegano perché dovremmo tutti ricominciare a studiare la retorica e come questo strumento possa aiutarci a ragionare meglio e a spiegarci meglio. Perché, il modo migliore per dire una cosa è dirla. (aise)