

18 Marzo 2014

La retorica fa bene all'impresa In un volume teoria, pratica e casi concreti dell'arte del dire e del ragionare applicata all'azienda

La retorica nelle imprese serve ancora, anzi forse più di prima. Nell'era dell'efficienza, della tecnologia spinta, della razionalità e dell'efficacia dell'azione, il saper maneggiare bene l'arte del dire o del ben ragionare, è importante come saper fare di conto. E' questa l'idea che ha spinto Andrea Granelli (laurea in informatica e diploma in psichiatria, ma soprattutto una vasta esperienza nella comunicazione, innovazione e marketing di importanti gruppi aziendali), e Flavia Trupia (laureata in filosofia del linguaggio, consulente di comunicazione e ghostwriter oltre che docente alla Luiss Business School), a scrivere "Retorica e business": un ragionamento lungo circa 150 pagine dense ma facili di leggere.

Secondo i due autori, la retorica è "uno strumento ancor oggi efficacissimo, persino nell'agguerrito mondo del business". Granelli e Trupia dimostrano quanto pensano in due modi: prima con la teoria, poi con la pratica che si esplicita in una serie di storie di personaggi d'impresa e in alcune indicazioni operative.

Appaiono così nelle pagine di "Retorica e business" i casi importanti di Enrico Mattei (il "carrozone" che cambia la geopolitica), Adriano Olivetti (la Silicon Valley, prima della Silicon Valley), Steve Jobs (il potere sciamanico), ma anche di Oscar Farinetti (quando l'ottimismo è topos), Papa Francesco ("habemus comunicatorem") e Angela Ahrendts (la "spontaneità oltre la maniera"). Ognuno di essi può fornire uno spunto, un suggerimento provocatorio all'imprenditore o al manager che vogliono avvicinarsi consapevolmente alla retorica d'impresa.

Granelli e Trupia, poi, ragionano su alcuni aspetti della moderna gestione e cultura d'impresa. Secondo i due, 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'aziendale.

Tutto per arrivare ad una precisazione finale, essenziale e irrinunciabile: di fronte all'esplosione della multimedialità e della comunicazione digitale, competenza nella materia, pulizia nel ragionamento, chiarezza negli enunciati e dominio della lingua rischiano di non bastare. Per gestire l'abbondanza dei segnali e il grande rumore di fondo occorre affiancare alla via logica e a quella psicologica una terza via: quella creativa, basata sulla capacità di dare corpo a ipotesi soltanto intuitive. "Retorica e business" è un volume tutto da leggere, d'un fiato.

Retorica e business. Intuire ragionare sedurre nell'era digitale

Andrea Granelli, Flavia Trupia

EGEA, 2014



Andrea Granelli
Flavia Trupia

Retorica e business

Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale

Postazione di Ivan La Bella