

Il secondo capitolo, dedicato all'evoluzione dello Stato unitario fino ai giorni nostri, ripropone quanto già evidenziato in precedenza in merito all'evoluzione del divario Nord-Sud, che ha visto una sostanziale convergenza degli indicatori sociali a fronte del mantenimento di una significativa differenziazione negli indicatori economici e di reddito. Vengono però approfonditi i processi di modernizzazione, che possono essere accompagnati accettando la competizione e il coinvolgimento in una modernizzazione «attiva», ovvero subiti in un processo di modernizzazione «passiva». I dati e le riflessioni che vengono offerte, in materia di industrializzazione, istruzione, salute, sviluppo umano e civile, accompagnati da un ragionamento sulla mancata sconfitta della mafia, portano l'Autore a concludere che «la modernizzazione passiva ha mantenuto il sistema economico e sociale del Sud Italia più debole, anche quando vi è stata convergenza, rispetto a quello del Centro-Nord, e per questo più vulnerabile di fronte ad una situazione di crisi», soprattutto in una situazione nella quale i dati dimostrano come, nei confronti internazionali, l'Italia tutta ha cominciato ad indietreggiare.

Il terzo ed ultimo capitolo, dedicato ad una riflessione sul perché il Sud sia rimasto indietro, offre un serrato confronto con una pluralità di studi e di *pamphlet*, molti dei quali pubblicati in occasione del recente ricorrenza del centocinquantesimo dell'unità d'Italia, per arrivare alla conclusione che il Sud non ce l'ha fatta perché lo Stato italiano non ce l'ha fatta a realizzare un coerente processo di modernizzazione, sia per il mancato supporto delle classi dirigenti locali del Mezzogiorno, sia per la compromissione con il gruppo di potere che quel contesto esprimeva. Per concludere: «E la storia dell'Italia degli ultimi decenni, il declino sempre più evidente del paese, non solo economico ma anche istituzionale, civile. Ed anche le istituzioni politiche ed economiche del Nord hanno preso ad assomigliare sempre più a quelle del Mezzogiorno. Continuando così nei prossimi decenni il divario si potrebbe forse colmare, ma al ribasso, con il Nord che si avvicina al Mezzogiorno. Per allora si sarà creato un altro divario, ancora più profondo, tra l'Italia e i paesi avanzati».

(Roberto Galina)

Andrea Granelli e Flavia Trupia, *Retorica e Business. Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale*, Milano, Egea-Bocconi, 2014, pp. 176.

Retorica e *business* sono, all'apparenza almeno, termini tra loro inconciliabili. Il retore, lontani i temi in cui era considerato un artista e un artigiano della parola, è, nel migliore dei casi, una persona capace di sostenere gli argomenti più diversi a prescindere dal loro valore intrinseco; nei casi peggiori è un oratore ampolloso, quello che si definisce, con

termini evocativo di una qualche efficacia, un «trombone». È sufficiente un veloce raffronto «enciclopedico» per convincersi di quanto sia vera questa percezione, quando della parola retore viene scritto che «nell'uso comune si dice soltanto in tono spreghiativo di chi bada all'esteriorità dell'eloquenza parlando o scrivendo in maniera artificiosa e sonante, senza un serio impegno intellettuale, civile e morale» (Treccani.it).

Quanta distanza dallo stile del *businessman*, uomo di poche parole e molti fatti, legato a costi, risultati, valutazioni, linguaggio diretto. Poche storie, insomma.

Tutto questo all'apparenza, appunto. Ed è sufficiente il richiamo, iconico, a Steve Jobs ed al suo modo di presentare i prodotti Apple, o al suo famoso discorso di Stanford a ricordarcelo. Uno tra i capitani di azienda USA più emblematici utilizzava, insomma, la parola in maniera evidentemente retorica e organizzava i suoi discorsi ricorrendo a tecniche consolidate. Ma se il richiamo a Steve Jobs non basta è sufficiente aggiungere il riferimento al TED, un altro fenomeno globale che, in un incontro tra futuro e passato per molti versi imprevedibile, ha imposto la retorica nel mondo, apparentemente lontanissimo, delle nuove tecnologie dandogli nuova vita.

La verità è che mai come oggi il *business* ha bisogno della parola, mai come oggi lo «stare» sul mercato passa da come viene percepito un prodotto, dalla narrativa che c'è dietro di lui. Non è tutto qui, comunque. In un contesto globale in cui è cruciale trovare parole che «uniscano», la parola ha assunto nuova importanza sul piano interno all'azienda. Vengono, insomma, i manager carismatici, che fanno interagire le persone, che le fanno guardare alla propria attività con un senso di missione, che sanno negoziare in tutti i contesti: manager, insomma, che padroneggiano (in molti casi senza saperlo) tecniche essenziali di retorica. E che non sia un'ipotesi di scuola ma un fatto con basi di una certa solidità basta farsi un giro tra gli scaffali della sezione business di qualunque aeroporto internazionale in cui campeggiano titoli del tipo «Parla come il TED», «Come essere capi convincenti», «Vincere negoziando» *et similia*.

Proprio per questa sua «temporività» il volume di Granelli e Trupia è una lettura di grande interesse. Coglie, infatti, un fenomeno esistente anche se ancora in qualche modo «sottracciato» e lo fa emergere. Nel farlo, però, ha ben altro spessore rispetto a suoi ipotetici «concorrenti» e, cioè, a quella sterminata manualistica di cui nelle librerie degli aeroporti vediamo la punta dell'iceberg.

E la differenza del volume di Granelli e Trupia sta, essenzialmente, in tre cose.

La prima è una ricostruzione del rapporto tra retorica e *business* che passa attraverso l'analisi delle figure retoriche utilizzate nella comunicazione da alcune personalità tra cui spiccano Mattei e Olivetti sino a Papa Francesco. I loro discorsi sono sezionati, se ne capisce il punto caratterizzante, se ne traggono regole generali che possono essere adattate alle diverse situazioni nelle quali viene a trovarsi il lettore.

La seconda è la ricchezza delle citazioni e dei richiami storici e letterari, che oltre a scandirne la piacevolezza ne fanno anche un volume al quale attingere per ispirazione. Non solo usciamo dalla lettura sapendo cosa sia un enigma o una *landatio* e con una maggior familiarità con i tropi, ma abbiamo una panoramica di quello che sull'arte di comunicare e parlare hanno detto in molti: da Gorgia da Lentini in avanti. Per capirsi Trupia e Granelli non si limitano a consigliare la brevità ma lo fanno usando le parole del gesuita Baltasar Gracian y Morales: «brevità e grandia e giova di più: s'acquista in cortesia quel che si perde in lunghezza... fanno più effetto le quintessenze che le farragini». E così via per molti dei suggerimenti contenuti nello scritto.

La terza sono delle vere e proprie opzioni di *policy* con le quali si conclude il volume, che auspicano un nuovo incontro tra arti liberali e arti manageriali sul piano generale e, su un piano più propriamente personale, spingono a modificare i nostri comportamenti verso una maggiore abitudine lettura, una consuetudine alla scrittura, una più forte educazione al digitale (molto interessante il suggerimento del sito personale in cui ordinare le proprie attività).

Due brevi notazioni conclusive. La prima. Il volume sostiene che «L'arte del dire è al 100% made in Italy». Ora, in un tempo in cui narrazione e *storytelling* sono al centro della vita pubblica sarebbe interessante vedere questo volume – italiano al 100% – in quei *lounges* di aeroporti di cui si parlava prima. Sarebbe un bel segno vedere *businessmen* di culture diverse confrontarsi ad un «manuale colto» (e italiano) come questo. Insomma, mi sembra un volume per il quale pensare ad una traduzione. La seconda è promuoverne la lettura tra la classe politica. L'idea che sottende al volume quella di una retorica «sana», oltre che bella, e quindi fondata sui fatti e capace di convincere nel rispetto e nella comprensione delle idee altrui. Un'idea di retorica lontanissima da quella che, come ci ricorda la Treccani, si è affermata nell'uso comune. Mi sembra sarebbe un bell'avanzamento del nostro dibattito pubblico riappropriarsi di questa idea di argomentazione.

(G.P.M.)

Malcolm Gladwell, *David & Goliath: Underdog, Misfits and the Art of Battling Giants*, Penguin, 2013, pp. 305 (traduzione italiana *David e Golia: perché i piccoli sono più forti dei grandi*, Milano, Feltrinelli, 2014).

Cosa succede quando persone normali si scontrano con «giganti», e cioè con eventi con una forza evidentemente superiore, almeno in superficie, alle loro? Quali meccanismi possono attivarsi per ottenere quel miracoloso risultato che il giovane David ottenne, nel racconto biblico, contro il ben più quotato Golia? Bisogna giocare seguendo le regole o meno? Ed entro quali limiti è possibile farlo alla luce del risultato che c'è

di fronte? In che modo il potere, con tutta la sua forza, può essere effettivamente utilizzato con efficacia e dove, invece, il suo pieno dispiegarsi, la sua dimensione, sono degli *handicap*?

Sono queste alcune delle domande che guidano questo volume di Malcolm Gladwell che esplora le forme con cui *underdogs* se la sono cavata in situazioni più grandi di loro e che si articola, come alcuni dei suoi precedenti libri, secondo il modello dei *case studies*: da ognuno dei quali si traggono riflessioni e insegnamenti.

Ed ecco che la storia di Viveck Ranadive, l'informatico improvvisatosi allenatore di *basket* che ottenne risultati imprevedibili nelle serie giovanili cambiando completamente la tattica, ci insegna che modifiche radicali dei comportamenti spiazzano e per un certo tempo destabilizzano l'avversario.

La preside Teresa De Brito, e il suo perseguire un'organizzazione scolastica con classi di grandi dimensioni, ci insegnano che la vera base di un *performance* di qualità nell'insegnamento è anche funzione della varietà delle culture che si incontrano e che quindi non è detto che classi piccole diano rendimenti migliori.

La vicenda di Caroline Sack – appassionata sin dall'adolescenza alla biologia ma che non ce la fa a tenere i rimi della prestigiosa Brown University in cui è riuscita ad essere ammessa e lascia per questo la scienza – ci parla della preferibilità di andare in luoghi meno competitivi in alcuni casi, di compararsi a persone del proprio livello e non sempre di livello superiore. Il vantaggio, insomma, di scegliere un acquario in cui nuotare agevolmente, sentendosi un pesce adeguato. E qui, infatti, che c'è una libertà maggiore del singolo che, inevitabilmente, lo porterà ad avere migliori risultati.

I successi di David Boies – uno degli avvocati più noti degli Stati Uniti – ci introducono al concetto di *difficoltà desiderabili* per spiegare i successi delle persone apparentemente in difficoltà nella *struggle for life*. Il suo autismo gli ha reso, infatti, necessario sviluppare la memoria e questo è divenuto «il» suo vantaggio competitivo nel lavoro.

Il caso di Emil «Jay» Freireich, bambino colpito da tragedie e divenuto enarologo tra i più grandi specializzato nelle leucemie infantili, porta l'autore a stabilire il nesso tra episodi traumatici ed effetti formativi. Una relazione esplorata dagli studi statistici di Eisenstadt che individua il nesso tra personalità creative e innovatrici e traumi subiti nella loro infanzia.

Il contributo di uno dei più stretti collaboratori di Martin Luther King – Wyatt Walker – alla lotta per i diritti civili apre ancora altri scenari. Walker ebbe, infatti, l'intuizione di far marciare i pochi attivisti all'ora in cui le persone uscivano dal lavoro, dando così l'impressione di una folla molto maggiore e di inviare i ragazzi contro i cani lupo per ottenere uno *shock* sul piano della comunicazione che potesse all'attenzione di tutta l'America la violenza con cui l'autorità era gestita a Birmingham, in Alabama: giocare «di sponda» con il potere dell'altro, quindi, può servire ad ottenere risultati favorevoli.

Ed, infine, la storia di Wilma Desksen insegna che, anche allorché il dramma tocca il suo apice, come nel caso dell'omicidio di una figlia, la