

Alberto Gil

# PER UN'ARTE DI CONVINCERE "SOSTENIBILE"

La capacità di convincere è un'abilità molto apprezzata, ma sarebbe riduttivo considerarla semplicemente come un insieme di tecniche sganciate dalla persona dell'oratore. Ne parliamo con Alberto Gil, ordinario di linguistica all'Università di Saarlandes (Germania) e professore visitante della Facoltà di Comunicazione, autore del libro *L'arte di convincere*, del quale esistono versioni in tedesco, spagnolo e italiano.

**Viviamo nella società della persuasione. Tuttavia, paradossalmente, la retorica è scomparsa da molto tempo dall'insegnamento: dovrebbe tornare?**

Vorrei innanzitutto distinguere i verbi "persuadere" e "convincere". Il primo apre margini alla manipolazione, alla violenza o alla suggestione. Il secondo porta il destinatario del messaggio a mettere in moto la sua conoscenza e libertà. Se la persuasione non viene insegnata nelle scuole, bene. La persuasione è figlia della sofistica, per la quale tutto è permesso al fine di vincere la battaglia comunicativa. Purtroppo, viviamo in una società della persuasione, e quindi si perde la fiducia nella politica, nei media e, a volte, nella Chiesa. È urgente tornare alla buona retorica classica, come postulata da Socrate, che si basa sull'impegno per la verità e che supporta le parole con l'autenticità della persona. Questo sì che dovrebbe essere insegnato nelle scuole.

Nel *Faust* di Goethe il protagonista consiglia al suo discepolo Wagner, quando questo gli chiede come persuadere efficacemente: *Non l'otterrete se non lo sentite [...] Ve l'assicuro, / se non vi viene dal cuore, non s'imporrà al vostro / ascoltatore con sintonia di cuori.*

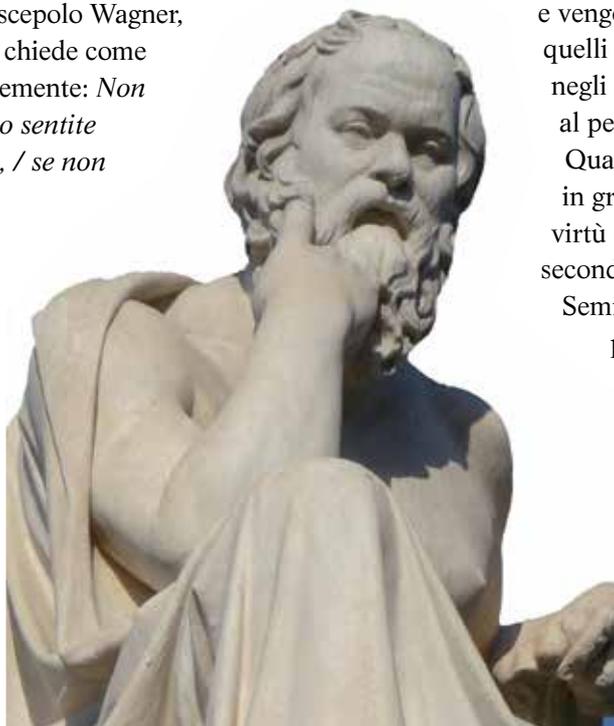
**Negli ultimi tempi, sembra che le emozioni giochino un**

**ruolo preponderante nel processo decisionale. Dove situare un buon punto di equilibrio tra razionalità e sentimenti?**

Il "sentire" di cui parla Faust è un'espressione della razionalità umana, in cui si coniugano insieme la comprensione, il libero arbitrio e, come un rafforzamento di entrambi, le emozioni e i sentimenti. L'armonia tra questi elementi è il segreto del buon oratore e, pertanto, del buon comunicatore. Il buon comunicatore non è uno "tsunami" linguistico, che travolge con argomenti e un linguaggio fluente. Parlare bene è, non di rado, saper rimanere in silenzio al momento giusto, attendere, padroneggiare – in una parola – gli impulsi emotivi che possono farmi dire tutto quello che so su un argomento appassionante per me, oppure avventarmi sopra l'altro per picchiarlo con le mie parole.

I buoni risultati retorici non sono di solito quelli che arrivano subito grazie alle grandi qualità retoriche dell'oratore. Questi vanno e vengono. I migliori risultati sono quelli che egli riesce a far sorgere negli ascoltatori quando dà spazio al pensare e all'agire liberamente. Quando uno sa moderarsi allora è in grado di esercitare l'empatia, la virtù fondamentale della retorica, secondo Walter Jens, fondatore del Seminario Generale di Retorica presso l'Università di Tubinga.

L'empatia permette all'oratore di "agganciarsi" cognitivamente ed emotivamente agli ascoltatori. Solo così potrà ottenere che le sue



parole raggiungano gli altri perché susciteranno pensieri ed emozioni proprie degli ascoltatori (la “sintonia di cuori”, di Faust). In questo senso interpreto la famosa frase del grande oratore romano sant’Agostino: “In te deve bruciare ciò che vuoi accendere negli altri”. Comunicare idee ed emozioni si ottiene con un’armonia di idee e di emozioni tra chi parla e chi ascolta. Non senza ragione, Hans Georg Gadamer dice che le migliori conversazioni sono quelle in cui gli interlocutori si avvicinano di più tra di loro.



in gran parte da discrepanze interne, lo spazio necessario dell’apparato fonico, così importante per una voce vigorosamente sana, è strettamente legato alla spazio vitale che offre una personalità aperta agli altri, ai progetti.

### **Quanto è importante la credibilità personale o istituzionale nell’arte di convincere gli altri?**

#### **Questa visione di una retorica che non si accontenta di risultati a breve termine ricorda un approccio di tipo ecologico, che sa vedere oltre il beneficio immediato.**

Una retorica vista dalla prospettiva di cui stiamo parlando è “sostenibile”, duratura e, infatti, “ecologica”. Di questa dimensione ecologica della retorica vorrei cogliere altre due qualità del buon oratore: responsabilità e ottimismo. È molto utile sapersi responsabili di ciò che diciamo. Aiuta notevolmente a misurare le parole, che possono ispirare gli altri oppure distruggerli moralmente.

È anche molto giusto supportare con la propria persona ciò che diciamo o, come indicato nella linguistica pragmatica, non parlare di quello di cui non si hanno prove sufficienti. Per quanto riguarda l’ottimismo, voglio risaltare solo un punto: il buon oratore non è soddisfatto con l’analisi di una situazione negativa, fornisce soluzioni, apre strade. Questo è fondamentale nella predicazione: andare a trovare gli ascoltatori ovunque si trovino e offrire loro soluzioni valide e attraenti.

#### **Questo fa sì che la preparazione diventi molto più complessa...**

Naturalmente, ma ne vale la pena. Con l’esempio della voce si può illustrare questa interrelazione tra natura e arte: gli esercizi di logopedia per ottenere un maggior volume e fermezza nella voce sono molto utili e consigliabili. Ma, alla fine, una voce bella e convincente sarà riflesso dell’armonia interiore di chi parla: le dissonanze fonetiche provengono

Aristotele propone tre strumenti di convinzione, il *Logos* (sapere ragionare), il *Pathos* (saper muovere opportunamente gli affetti dell’ascoltatore) e l’*Ethos* (convincere con l’autorità della persona). Il filosofo greco dà priorità a quest’ultimo. È logico, perché spesso riesce difficile per l’ascoltatore giudicare la verità di un fatto complicato o estraneo alla sua conoscenza; perciò si lascerà guidare dalla fiducia che gli merita l’interlocutore.

Aristotele dota l’oratore di qualità speciali per migliorare e rafforzare un buon *Ethos*. Queste sono: *Phronesis* (la sua prudenza), *Areté* (la sua eccellenza etica in base alle virtù) e *Eunoia* (che sintetizza la capacità di pensare bene degli altri e di volerli bene). Non posso sviluppare questi aspetti qui, ma si dire che prima di prendere la parola è molto sano, come si dice in tedesco, mettersi uno specchio di fronte e vedere se siamo in grado di guardare senza vergognarci (*sich ein Spiegel vorhalten*).

Parlare bene richiede prendere sul serio la propria vita. Naturalmente, questo serve, e molto, per le istituzioni verso cui gli ascoltatori sono ancora più critici che rispetto alle stesse persone. Dal punto di vista della dottrina retorica si può dire che la famosa *captatio benevolentiae*, vale a dire il cercare che il pubblico ci giudichi con bontà, non è tanto il risultato di tecniche – molto in voga nei trattati di retorica –, come il riflesso di una personalità convincente. Questo vale davvero la pena insegnarlo non solo nelle scuole, ma anche nelle università. Approfondire questa dimensione antropologica della retorica è ad esempio anche l’oggetto del Centro di Ricerca “Retorica e Antropologia”, attivo alla *Santa Croce*, e con il quale collaborano diverse università europee e americane. ■