

**Flavia Trupia**

# RETO-POLITICA. L'ARTE DEL DIRE NELLA COMUNICAZIONE DEI POLITICI

● **L'arte della parola è la vera discriminante nella comunicazione politica secondo Flavia Trupia. Laurea in filosofia del linguaggio, consulente di comunicazione, ghostwriter, docente. Ha pubblicato il libro *Discorsi potenti. Tecniche di persuasione per lasciare il segno* (Franco Angeli ed.). Il suo blog è <http://discorsipotenti.blogspot.it/> E' una blogger di Huffingtonpost.**

di **Flavia Trupia**

Per un punto passano infinite. Vero, quindi giusto. Per un punto passa una e una sola retta. Falso, sbagliato.

Se la stessa polarità valesse anche al di fuori delle scienze esatte, tutto sarebbe immensamente più semplice. Ma non è così.

La ricetta anticrisi è vera o falsa? Il foulard per coprire i capelli delle donne musulmane è giusto o sbagliato? È vero che le escort della politica sono informazione? Oppure è vero il contrario: sono gossip? L'inesistenza, nelle discipline umane, di una verità indiscussa porta al centro il tema della persuasione e di uno dei suoi strumenti principali: l'arte della parola. La politica ne è il regno e la retorica ne è regina. Lo sa bene Obama, tra i massimi oratori nei nostri giorni. Nei suoi discorsi non si limita a trasferire informazioni neutre. Perché è consapevole di non possedere una verità universale, ma di essere portatore di un punto di vista intorno al quale raccogliere consensi. E, allora, deve trovare argomentazioni, proporre figure che permettano alle parole di far vedere mondi e realtà, dare ritmo e respiro alle idee. Un esempio. Nel recente discorso della vittoria, il presidente Usa ha tradotto il proprio auspicio di unire il Paese servendosi di un triplo paradosso. Un espediente che appare in tre periodi che si susseguono con la stessa struttura, dando vita a un

tempo, a una frequenza, a un ritmo:

"Questo Paese gode di maggiore prosperità di ogni altra nazione, ma non è ciò che ci rende ricchi. Abbiamo l'esercito più potente della storia, ma non è ciò che ci rende forti. La nostra università, la nostra cultura sono l'invidia del mondo, ma non è ciò che porta il mondo sulle nostre coste. Ciò che rende grande l'America sono i legami che uniscono la più diversificata nazione del mondo, la convinzione di avere un destino comune [...]."

Anche Angela Merkel - la gelida Frau Merkel - non disdegna la retorica e le sue strategie. In un discorso tenuto al Congresso degli Stati Uniti, il 4 novembre 2009, allontana il possibile, micidiale "effetto freddo e noia", scaldando l'atmosfera attraverso la narrazione di vicende personali della sua infanzia vissuta nella Germania dell'Est. L'occasione è l'anniversario della caduta del Muro di Berlino e, di fronte a tutto il mondo, la Merkel parla di jeans:

"Che cosa guadaavo e che cosa leggevo? Quali erano le mie passioni? Ero conquistata dal sogno americano. L'opportunità per ognuno di avere successo, di farcela nella vita attraverso l'impegno personale. Come tanti altri adolescenti, ero conquistata da una certa marca di jeans che non si trovava nella Ddr e che mia zia dalla Germania Ovest mi mandava regolarmente."

Ma veniamo all'Italia. "Fini-

remo come la Grecia" vi dice qualcosa? Come abbiamo potuto constatare, il governo tecnico non ha abbassato il tasso di retorica. Le argomentazioni usate da Monti per descrivere la crisi, e far accettare agli italiani le conseguenti misure, sono state plumbee, tinte di tragedia:

"La riduzione del debito pubblico è un'esigenza totale. E ogni deviazione rischia di far sprofondare il Paese in un abisso, l'esempio della Grecia è vicino."

Un altro esempio di eloquenza made in Italy riguarda le primarie del centro-sinistra, che hanno appassionato i cittadini e i media nel novembre appena passato. In particolare, Renzi e Bersani - finiti al ballottaggio - hanno avuto modo di affermare il proprio stile oratorio: gli "effetti speciali", il primo; gli "effetti normali", il secondo.

Renzi, sempre combattivo e adrenalinico, ha puntato sul cavallo di battaglia della rottamazione. Un'interessante operazione linguistica, che porta a deformare il

linguaggio, inducendo a una percezione inedita. È quanto succede prendendo in prestito l'espressione "rottamare" dal mondo delle auto usate e trasportandola in quello della politica. Il termine contiene in sé una premessa sottintesa: ciò che è nuovo è buono, ciò che è vecchio è privo di valore. Una visione del mondo, un punto di vista che non viene messo in discussione ma viene affermato come doxa,

come opinione comune, condivisa da tutti anche se non lo è necessariamente.

Lo "stile giovane" di Renzi si è tradotto attraverso il ricorso sistematico a slogan come:

"Trovare lavoro perché si conosce qualcosa, non perché si conosce qualcuno."

A quanto pare il sindaco ha ben presente quella vecchia regola che indica nella ripetizione assillante la vera invenzione della pubblicità: la stessa frase, con le stesse parole, con la stessa espressione. Mille volte, senza pietà. Bersani, ha sfoderato invece il *linguaggio contadino* da perfetto brav'uomo, opponendo concretezza ai fuochi d'artificio del suo giovane collega. Alla promessa di Renzi di garantire 21 miliardi, 100 euro per tredici mensilità a tutti coloro che guadagnano meno di 2 mila euro al mese, Bersani replica:

"Io non prometto 20 miliardi l'anno prossimo, ecco lo dico subito così ci intendiamo. [...] Con cinque anni così alle spalle non se ne esce rapidamente."

Una normalità accentuata dal linguaggio terreno, rurale, decisamente lontano dal politichese delle convergenze parallele. Una scelta che dà il via libera alle parabole da fratellone maggiore che suonano familiari anche se non le si è mai ascoltate prima. Passerà alla storia: "C'è chi preferisce un passerotto in mano che un tacchino sul tetto." E, come abbiamo avuto modo di constatare, ha funzionato. Gli

effetti normali hanno vinto.  
La riflessione sulle potenzialità del dire riporta l'attenzione sul tema sempre attuale della persuasione e sull'etica degli strumenti che mette in campo. Tra questi la retorica. L'arte oratoria è magia nera o magia bianca? Veicolo di corruzione o strumento democratico per dare gambe a un'idea?  
La storia ci insegna che può essere l'una o l'altra cosa.  
La retorica è neutra. Sta a noi decidere come usarla.

