



UNIVERSITÀ
DI TRENTO

Facoltà di
Giurisprudenza

STUDIES ON ARGUMENTATION
& LEGAL PHILOSOPHY / 4

RAGIONI ED EMOZIONI
NELLA DECISIONE GIUDIZIALE

MAURIZIO MANZIN
FEDERICO PUPPO
SERENA TOMASI
(eds.)

2021



**UNIVERSITÀ
DI TRENTO**

**Facoltà di
Giurisprudenza**

QUADERNI DELLA FACOLTÀ DI GIURISPRUDENZA

50

2021

:

Al fine di garantire la qualità scientifica della Collana di cui fa parte, il presente volume è stato valutato e approvato da un *Referee* interno alla Facoltà a seguito di una procedura che ha garantito trasparenza di criteri valutativi, autonomia dei giudizi, anonimato reciproco del *Referee* nei confronti di Autori e Curatori.

PROPRIETÀ LETTERARIA RISERVATA

*Redazione a cura dell'Ufficio Pubblicazioni Scientifiche
dell'Università degli Studi di Trento*

© *Copyright 2021*
by Università degli Studi di Trento
Via Calepina 14 - 38122 Trento

ISBN 978-88-8443-939-0
ISSN 2284-2810

Libro in Open Access scaricabile gratuitamente dall'archivio IRIS -
Anagrafe della ricerca (<https://iris.unitn.it/>) con Creative Commons At-
tribuzione-Non commerciale-Non opere derivate 3.0 Italia License.

Maggiori informazioni circa la licenza all'URL:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/it/legalcode>

Marzo 2021

STUDIES ON ARGUMENTATION
& LEGAL PHILOSOPHY / 4

RAGIONI ED EMOZIONI
NELLA DECISIONE GIUDIZIALE

MAURIZIO MANZIN
FEDERICO PUPPO
SERENA TOMASI
(eds.)

Università degli Studi di Trento 2021

INDICE

	Pag.
Maurizio Manzin <i>Gran cosa non avere una mente? Il giudizio fra ragione e sentimenti</i>	1
Federico Puppo <i>Oltre la diarchia. Alcune riflessioni sul rapporto fra ragione ed emozioni. E sullo statuto di queste</i>	7
Gaetano Carlizzi <i>I principi del libero convincimento e del ragionevole dubbio nel processo penale</i>	19
Fabio Ciaramelli <i>Implacabilità della legge ed esigenza del diritto. A partire dall'Antigone di Sofocle</i>	35
Vito De Nardis <i>La prova: la ragionevolezza nei sentimenti. Semantica e diritto</i>	53
Sara Dellantonio, Luigi Pastore <i>Cognizione, affetti, giudizi: un resoconto problematico</i>	83
Francesca Delvecchio <i>Probatio vs praesumptio: il ritorno del giudice ventriloquo?</i>	103
Flora Di Donato <i>Il giudice emotivo. Note per una lettura interdisciplinare</i>	125
Andrea Favaro <i>Ruolo del giudizio nella 'in-venzione' del diritto</i>	139
Ida Ferrero <i>Formazione della prova ed emozioni del giudice in «The Children act»</i>	163
Mattia Garavaglia <i>Appunti e spunti su onere della prova e «comune sentire»</i>	181

	Pag.
Carlo Vittorio Giabardo <i>Il giudice e l'algoritmo (in difesa dell'umanità del giudicare)</i>	211
Gaetano Insolera <i>Legge ragione ed emozione nella giustizia penale</i>	235
Claudio Luzzati <i>"Ontologie". Teoria del diritto e retorica. Un'analisi strutturale sottile.....</i>	251
Umberto Manzo <i>Le decisioni giuridiche: dalla ragione all'emozione</i>	261
Riccardo Perona <i>Trascendere il conflitto. Spunti sul superamento dell'Antigone negli argomenti dell'Edipo a Colono.....</i>	289
Dorella Quarto <i>Tempi del processo e retorica colpevolista della giustizia mediatica</i>	321
Mario Riberi <i>«Chi opera il male è fatto della stessa carne di chi opera il bene». Il coinvolgimento emotivo del giudice nella narrativa di Franco Vegliani</i>	347
Alessandro Serpe <i>Façade legitimation? Argomentazione e decision making nell'on law and justice</i>	369
Serena Tomasi <i>Valori e limiti dello storytelling forense: il racconto tra persuasione e realtà.....</i>	387
Lorenzo Zoppellari <i>Tv Justiça, le alterazioni della retorica giudiziale. Il caso del supremo tribunale federale brasiliano.....</i>	407
<i>Notizie sugli Autori</i>	435

VALORI E LIMITI DELLO *STORYTELLING* FORENSE: IL RACCONTO TRA PERSUASIONE E REALTÀ

Serena Tomasi

SOMMARIO: 1. *Il recupero della retorica e i discorsi sulla persuasione.* 2. *Lo storytelling: le insidie della definizione.* 3. *I caratteri della narratologia forense.* 4. *Un esempio di storytelling forense.* 5. *La retorica dello storytelling.*

Abstract

The purpose of this essay is to free storytelling from the prejudice that disqualifies it as a mere practice of professional communicators, to show how the narrative activity of the storyteller is central to social life. After tracing the definition of storytelling, we intend to focus on its effectiveness, illustrating an application of forensic storytelling, to finally show the need to enhance narrative techniques as an expression of rhetoric. The analysis of storytelling will be conducted from a specifically rhetorical point of view, according to Aristotle's model for which there is no theory of argumentation separate from a theory of the study of narratives.

1. Il recupero della retorica e i discorsi sulla persuasione

Dopo gli studi pionieristici di Chaïm Perelman (1912-1984) sulla "nuova retorica", si è assistito ad un recupero positivo della retorica, non scevro dall'ambiguità che ha caratterizzato la storia di questa disciplina. La maggior parte delle teorie dell'argomentazione après Perelman resta, infatti, ancorata alla ragionevolezza declinando, nei suoi mi-

glieri esempi, la retorica come una «persuasione ragionevole»¹. Le formule di maggior successo elaborate da teorici dell'argomentazione hanno, infatti, enfatizzato la «via dialettica» come preminente in ambito sia teorico che pratico, relegando la retorica al rango di tecnica d'ornamento del discorso, quando non di stratagemma astuto per ottenere consenso (l'antica sofistica)². Questa è anche l'immagine della retorica che quotidianamente si incontra nel discorso dei media e della comunicazione, che diffondono un discorso facile sulla persuasione che non la distingue dalla manipolazione: si tratta di una visione riduttiva ed impoverita della retorica come luogo della seduzione e dell'inganno³. La svalutazione della retorica si fonda sulla convinzione che non abbia alcun rapporto con la verità e che sia riducibile ad un'abilità pratica, che «produce credenza senza sapere»⁴, cioè che fa credere qualcosa, ma che non mostra la verità di qualcosa. Tra i lusingatori contemporanei vi sono i retori dello *storytelling*⁵: la retorica dello *storytelling* è per lo più collocata nell'ambito del sapere dogmatico come uno strumento di so-

¹ L'espressione è tratta dal contributo di Andrea Rocci al volume dedicato all'educazione all'argomentazione, nel quale, ponendo la domanda sulla ragionevolezza della persuasione, il linguista esamina il ruolo della persuasione, da Aristotele alle teorie argomentative contemporanee, valorizzando il modello retorico aristotelico per il quale l'impegno persuasivo non solo non era disonorevole, ma anzi necessario e moralmente doveroso. A. ROCCI, *Ragionevolezza dell'impegno persuasivo*, in P. NANNI, E. RIGOTTI, C. WOLFSGRUBER, *Argomentare per un rapporto ragionevole con la realtà*, Milano, 2017, pp. 88-115.

² Per una disamina delle principali teorie argomentative contemporanee e delle loro applicazioni in ambito giuridico, v. S. TOMASI, *L'argomentazione giuridica dopo Perelman. Teorie, tecniche e casi pratici*, Roma, 2020.

³ Per un approfondimento sulla retorica e sulle sue connessioni con la moderna teoria dell'argomentazione, v. F. PIAZZA, *La Retorica di Aristotele. Introduzione alla lettura*, Roma, 2009; EAD., *Linguaggio persuasione e verità. La retorica nel Novecento*, Roma, 2004.

⁴ PLATONE, *Gorgia*, 454e.

⁵ Per una presentazione sistematica delle teorie della narrazione, v. S. CALABRESE, *La comunicazione narrativa. Dalla letteratura alla quotidianità*, Milano, 2010; G. FERRARO, *Teorie della narrazione. Dai racconti tradizionali all'odierno storytelling*, Roma, 2015; A. SMORTI, *Il pensiero narrativo: costruzione di storie e sviluppo della conoscenza sociale*, Firenze, 1994; ID., *Narrazioni*, Firenze, 2007; ID., *Raccontare per capire: perché narrare aiuta a pensare*, Bologna, 2018.

praffazione, il cui scopo primario non è la conoscenza, ma orientare il consenso dell'uditorio⁶.

Lo scopo di questo saggio è quello di liberare lo *storytelling* dal pregiudizio che lo squalifica come mera pratica dei comunicatori professionali, per mostrare come l'attività narrativa dello *storyteller* sia conaturata all'uomo ed il racconto sia centrale nella vita sociale.

Dopo aver tracciato la definizione di *storytelling*, intendiamo soffermarci sulla sua efficacia, illustrando un'applicazione di *storytelling* forense, per mostrare, infine, la necessità di valorizzare le tecniche narrative come espressione della *teche* retorica. L'analisi dello *storytelling* sarà condotta da un punto di vista specificamente retorico, secondo il modello di Aristotele per il quale non c'è una teoria dell'argomentazione separata da una teoria dello studio delle narrazioni, ma un'unica *teche* del discorso che mira alla persuasione.

2. *Lo storytelling: le insidie della definizione*

Il dizionario Treccani⁷, nel 2008, registrava questo termine tra i neologismi, facendone risalire la prima attestazione d'uso in Italia in ambito giornalistico, nel quotidiano *La Repubblica* del 4 settembre 1990. Il termine, da allora, ha subito un'evoluzione di senso che ha trasformato l'attività di raccontare o scrivere storie in una «narrazione scientificamente progettata»⁸, legando il narrare all'utilizzo consapevole e deliberato di strategie di consenso, anche psicologiche. Lo *storytelling*, nell'uso corrente, si identifica e confonde con un'operazione di management, messa a punto da professionisti che utilizzano le risorse del raccontare per far credere qualcosa per il proprio tornaconto, anche a discapito della verità.

⁶ Segnatamente, sullo *storytelling*: C. SALMON, *Storytelling: la fabbrica delle storie*, Roma, 2008; A. PERISSINOTTO, *Raccontare. Strategie e tecniche di storytelling*, Bari-Roma, 2020.

⁷ V. https://www.treccani.it/vocabolario/storytelling_%28Neologismi%29 (ultima visita: 30 dicembre 2020).

⁸ A. PERISSINOTTO, *Raccontare*, cit., p. 8.

Nel discorso dominante sulla persuasione dello *storytelling*, si consolida l'idea che l'unica funzione della retorica sia quella di fornire strumenti linguistici per ottenere successo anche mediante inganni ed equivoci. Lo *storyteller* è, infatti, un abile affabulatore, che non solo narra una storia (*fabula*), ma sviluppa un racconto fascinoso sulla base di fatti, in tutto o in parte, infondati, generando la convinzione in chi ascolta che sia verità. Questo rende l'affabulatore un soggetto piuttosto pericoloso, poiché non è la conoscenza ad orientare il suo comportamento, ma unicamente la platea cui rivolge le sue parole.

Secondo Alessandro Perissinotto, docente di *storytelling* all'Università di Torino, la causa di questa deriva di significato va ricercata anzitutto nel concetto di *story*⁹.

A livello lessicale, il *Cambridge Dictionary* distingue tre definizioni di *story*: «A) a description, either true or imagined, of a connected series of events; B) a report in a newspaper or on a news broadcast of something that has happened; C) a lie»¹⁰.

Ci sono, cioè, tanti tipi di storia: tra i significati propri della parola è compreso quello di menzogna, che richiama al racconto di storie fasulle. Le altre voci mettono invece in evidenza altri sensi di storia: come rappresentazione di una serie di eventi, connessi in rapporto causa ed effetto, unendo nella loro descrizione elementi reali e fittizi; oppure come resoconto di qualcosa che è accaduto, escludendo la finzione dalla rappresentazione dei fatti. Entrambe queste ulteriori definizioni sono incentrate sugli accadimenti, contemplando la possibilità che gli eventi narrati siano tratti dalla realtà o siano frutto di invenzione.

L'area semantica del termine è ampia ed include tanto il racconto menzognero, quanto quello di verità (c.d. *fiction storytelling*, *non-fiction storytelling*, *para-fiction storytelling*). Ciò che manca, però, in queste definizioni, è il riferimento al soggetto, sulla base della proprietà narrativa che «a dar vita e movimento al mondo narrativo sono quelle particolari entità che popolano e che in esso agiscono, i personaggi»¹¹. Senza i personaggi e le loro azioni, non abbiamo cioè una narrazione, ma un mero resoconto di eventi:

⁹ *Ibidem*, pp. 5-42.

¹⁰ V. <https://dictionary.cambridge.org> (ultima visita: 30 dicembre 2020).

¹¹ A. BERNARDELLI, *Che cos'è la narrazione*, Roma, 2019, p. 68.

Storia = resoconto (eventi)

Storia = narrazione (eventi + persone/personaggi)

La differenza tra storia e narrazione, tracciata in queste equazioni, è fondamentale poiché segna la differenza tra due diversi livelli: la storia raccontata e il discorso che la espone. Pur se la storia, cioè la vicenda cui fa riferimento rimane la stessa, vi è una narrazione solo con l'introduzione dell'elemento soggettivo, che esprime la percezione dei fatti narrati da parte delle persone. Per avere una narrazione, è necessaria questa combinazione: una storia da raccontare e una dimensione narrativa che include i personaggi e le componenti di quella storia.

Ciò introduce la distinzione fondamentale tra *fabula* e intreccio, cioè tra il piano della vicenda narrata e il piano del discorso narrativo che è sviluppato per esporla. Una stessa storia (la quale è generalmente indicata con il termine latino *fabula*) può essere messa in discorso in vari modi, a seconda delle scelte del narratore: cambiando l'ordine di esposizione, soffermandosi su alcuni aspetti, introducendo elementi fittizi. La distinzione tra *fabula* e intreccio è utile, purché la dualità non offuschi la relazione che li tiene assieme: la narrazione è, infatti, un atto complesso che comprende *fabula* e intreccio.

La distinzione dei rapporti tra *fabula* e intreccio è fondamentale, tenendo conto però di un'avvertenza: è improprio separare la storia enunciata dalle modalità di enunciazione, in quanto tutte le componenti concorrono al racconto. Guido Ferraro, nel suo saggio sulle teorie della narrazione¹², sostiene che il distacco tra *fabula* e intreccio sia all'origine della deriva di senso dello *storytelling* e, più in generale, di quella visione squalificata di narrazione. Nella prospettiva della costruzione narrativa, la vicenda e i modi della sua organizzazione espositiva non sono parti separate, ma fasi di un unico processo discorsivo. È proprio la perdita di questa consapevolezza, legata a ragioni storiche e culturali, che ha condotto a identificare la narrazione con la sola enunciazione e a ridurla ad una questione di stile. È stato Gérard Genette¹³, nel suo libro *Figure III. Discorso del racconto* del 1972, a catalogare gli espedienti

¹² G. FERRARO, *Teorie della narrazione*, cit., p. 17 e spec. pp. 235 ss.

¹³ G. GENETTE, *Figure III. Discorso del racconto*, Torino, 1976; ed. or. *Figures III*, Paris, 1972.

della costruzione narrativa, distinguendone alcuni componenti formali: ordine, che riguarda i modi di esposizione degli eventi con possibilità di inversioni, ritardi, anticipazioni; durata, che considera l'ampiezza espositiva degli eventi; frequenza, che utilizza la ripetizione di episodi narrativi; modo, che insiste sulla prospettiva e sulla focalizzazione degli eventi; voce, intesa come voce narrante, a seconda che il narratore assuma un punto di vista interno o esterno al fatto. Questa disamina ha contribuito a fondare l'idea, oggi largamente diffusa, che gli elementi cruciali della narrazione risiedono nei procedimenti di organizzazione espositiva, destinati a cambiare la percezione degli elementi in gioco e far comprendere gli eventi.

La distinzione tra la storia raccontata e i modi di esposizione porta ad una riduzione della narrazione come procedura di costruzione del racconto, perdendo così la realtà del narrare come atto complesso. Questa riduzione ha rappresentato un vero e proprio impoverimento in grado di giustificare, oggi, l'identificazione dello *storytelling* con la sola dimensione strategica del narrare.

La letteratura sullo *storytelling* è vastissima: il minimo comun denominatore di questi libri è quello di essere manuali operativi, scritti per insegnare a raccontare storie d'ogni genere e pensati per professionisti dei diversi settori civili. L'idea è quella di poter trasformare lo *storyteller* in un *leader* che detenga il controllo per mezzo delle parole¹⁴: in un mondo in cui le narrazioni sono pervasive e riguardano ogni ambito del vivere sociale, saper raccontare storie è una forma di potere e di azione sociale.

Christian Salmon, nel libro che più ha contribuito alla fama dello *storytelling*, definisce già nel titolo questa disciplina come «la machine à fabriquer des histoires et à former les esprits», e ne spiega l'efficacia:

Che vogliate condurre a buon fine un negoziato commerciale o far firmare un trattato di pace a due fazioni virali, lanciare un nuovo prodotto o far accettare a un gruppo di lavoratori un importante cambiamento, compreso il loro stesso licenziamento, concepire un videogioco 'serio' o curare i traumi di guerra dei soldati, lo *storytelling* è considerato come una panacea. È impiegato dagli educatori come metodo di insegnamento e dagli psicologi come tecnica per curare i traumi. Costituisce

¹⁴ V. G. FERRARO, *Teorie della narrazione*, cit., pp. 243-248.

una risposta alla crisi di senso nelle organizzazioni e un mezzo di propaganda, un meccanismo di coinvolgimento e uno strumento per tracciare profili psicologici, una tecnica di visualizzazione dell'informazione e una temibile arma di disinformazione¹⁵.

Da questa descrizione, incentrata sugli impieghi dello *storytelling*, emergono solo i suoi aspetti deteriori, sino a qualificarlo in senso riduttivo come uno strumento di controllo e finanche di propaganda.

Invero, secondo Guido Ferraro, il caso dello *storytelling* consentirebbe di recuperare la dimensione essenziale della narrazione come esperienza profonda e complessa che tiene in uno la storia e le modalità della sua costruzione. Lo *storytelling* accentua, infatti, il profilo dell'uso della costruzione narrativa: nell'ottica dello *storyteller*, è importante non solo come le storie sono fatte, ma come sono impiegate. La capacità di raccontare le storie non può essere limitata al piano del discorso, à la Genette, ma deve saper andare oltre per agire sull'uditorio e mutare la percezione delle cose da parte dei destinatari. Un esempio di questa linea di sviluppo è fornito in *Storytelling. Branding in Practice*¹⁶, che, applicando lo *storytelling* al marketing d'impresa, enuncia l'obiettivo dello *storyteller* nell'acquisire la capacità di trasformare un marchio, cioè un oggetto inanimato, in una storia personale: il racconto diviene la risorsa che cambia il marchio in qualcosa che è generato dall'azione delle persone. Proprio per questa ricerca relazionale, l'abilità del narratore non si esaurisce nel raccontare una storia, ma comporta sapere comunicare una storia e creare un collegamento con l'uditorio.

Il filone di studi legati allo *storytelling* approfondisce il rapporto tra piano del testo e piano del reale, collegando la storia ed il discorso, unendo chi narra e chi ascolta nello spazio narrato. La forza del racconto sta nella rappresentazione delle persone: «perché vi sia narrazione deve esserci almeno un personaggio che orienta la sua azione verso il superamento di almeno un ostacolo che lo separa dal suo obiettivo»¹⁷. Secondo i modelli di narratologia, la struttura minima della narrazione

¹⁵ C. SALMON, *Storytelling: la fabbrica delle storie*, cit., p. 13.

¹⁶ K. FOG, C. BUDTZ, P. MUNCH, S. BLANCHETTE, *Storytelling. Branding in Practice*, Berlin, 2010.

¹⁷ A. PERISSINOTTO, *Raccontare*, cit., p. 15.

si compone di quattro elementi: personaggio, azione, ostacolo, obiettivo¹⁸. La storia non è mai cioè una pura sequenza di eventi, ma implica almeno questi quattro pilastri fondamentali che trasformano qualcosa di astratto in un processo concreto, coinvolgendo il destinatario. Ogni storia origina sempre da un soggetto: senza soggetto possono esservi dati, informazioni, schemi ma non una storia. Le persone hanno motivazioni ed obiettivi da raggiungere, ostacoli da superare:

il termine obiettivo mette l'accento sulla intenzionalità e sui motivi dell'azione, raggiungere si focalizza sulla valenza dinamica della narrazione: una storia è sempre un "movimento"¹⁹.

Il racconto si presenta come un percorso per il raggiungimento di un obiettivo ed il superamento di un ostacolo rappresentato dall'azione di un antagonista. Soggetto e opponente non sono i personaggi, che hanno un'identità ben definita, ma sono alcuni dei ruoli narrativi secondo la teoria narratologica di Greimas. Ridotta alla sua formulazione più semplice, i vari ruoli narrativi (in totale sei, compresi gli Aiutanti che faciliteranno il compito di soggetto e oggetto) danno vita ad eventi diversi, in una successione tipica che prevede: un inizio, uno sviluppo e una fine.

All'inizio, un Soggetto desidera un Oggetto ed un Opponente vuole per sé quell'Oggetto o ostacolare il Soggetto; nello sviluppo, il Soggetto lotta contro l'Oggetto e, alla fine, il Soggetto ottiene l'oggetto oppure l'Opponente avrà la meglio. Questo è il programma narrativo principale che si rinviene in ogni storia, è il livello più generale che caratterizza ogni storia: ma, ciò che la rende unica è la specificità dei personaggi, degli avvenimenti e la capacità del narratore di collegare il piano del testo con quello della realtà.

Lo schema canonico della narrazione, proprio per il carattere esteso ad ogni tipo di storia narrativa, ci ricorda che lo *storytelling* non è un narrare professionale: è sbagliato ridurre lo *storytelling* ad un'attività svolta da professionisti.

¹⁸ A.J. GREIMAS, *Semantica strutturale*, Milano, 1968; ID., *Del senso*, Milano, 1974; ID., *Del senso 2. Narrativa, modalità, passioni*, Milano, 1984.

¹⁹ A. PERISSINOTTO, *Raccontare*, cit., p. 112.

Lo *storytelling* ha avuto, inoltre, il pregio di riportare in luce l'infinita gamma di usi sociali delle narrazioni: al di là del successo applicativo, cui lo *storytelling* può ambire, questa disciplina riconosce il metodo narrativo con una forma di comunicazione ordinaria e presenta un apparato di tecniche e strategie per coinvolgere il destinatario del racconto in qualsiasi contesto. Lo *storytelling* enfatizza il compito di far emozionare, trasmettere valori e farsi ricordare.

3. I caratteri della narratologia forense

L'ambito forense è uno dei contesti applicativi delle teorie narratologiche: lo scopo del processo è, in questo senso, quello di trasformare una realtà storica in una realtà giudicabile e la decisione in un giudizio comprensibile e plausibile²⁰.

Guglielmo Gullotta, nel suo saggio sulla persuasione forense²¹, mette in evidenza alcuni caratteri specifici dell'ambito processuale che possono condizionare l'applicazione delle strategie e delle tecniche dello *storytelling*.

La prima considerazione è che nel processo si mostra in azione un meccanismo narrativo che intreccia e confonde due storie: la storia, quella degli eventi e delle persone, si sviluppa, infatti, nella storia del processo, costituita da procedure e parti processuali. In questo intreccio vive la drammaturgia del processo, di cui prendiamo atto ogni volta che affermiamo che il processo non si fa, ma si 'celebra'. Durante lo svolgimento del rito processuale, il contesto è uno scenario in cui le persone diventano personaggi; gli eventi accadono in un determinato spazio la cui scenografia è costituita dall'aula del Tribunale, con una propria

²⁰ Sui caratteri del contesto processuale, v. M. MANZIN, *Argomentazione giuridica e retorica forense. Dieci riletture sul ragionamento processuale*, Torino 2014; M. MANZIN, F. PUPPO (a cura di), *Audiat et altera pars. Il contraddittorio fra principio e regola*, Milano, 2008; sulla complessità di un modello per il diritto, cfr. F. PUPPO, *Metodo, pluralismo, diritto. La scienza giuridica tra tendenze 'conservatrici' e 'innovatrici'*, Roma, 2013.

²¹ G. GULLOTTA, L. PUDDU, *La persuasione forense. Strategie e tattiche*, Milano, 2004.

estetica fatta di simboli, posizioni, arredi, abiti, formule e rituali. La storia dipende da come essa è rappresentata dagli attori: l'imputato, la persona offesa, i testimoni, il giudice, con i loro racconti, ricostruiscono la realtà in base alla conoscenza degli eventi che hanno, alla propria visione delle cose, allo stato d'animo e ai propri obiettivi strategici. I fatti del processo sono, in un certo modo, «negoziati» attraverso l'interazione degli operatori forensi: la storia che è raccontata nella realtà processuale è «negoziata»²² dalle condotte delle parti e dalle loro scelte. Il peso degli atteggiamenti delle parti 'in scena' è relevantissimo: implica un'operazione meta-cognitiva per prendere consapevolezza delle regole che accompagnano l'azione (regole comportamentali, cerimoniali, interpersonali, turni della conversazione, regole giuridiche) come se fossero un 'copione', e per gestire il contesto dell'interazione, controllando le impressioni e coordinando la propria azione con quella richiesta dal ruolo che si ricopre.

La prospettiva drammaturgia del processo ci consente di mettere in evidenza un altro aspetto peculiare della narrazione forense. La realtà processuale è composta da più livelli: la realtà di primo livello è quella fenomenica o fattuale, che riguarda cose e persone ed è verificabile, cioè direttamente sperimentabile e riproducibile; la realtà di secondo livello, quella sociale, è prodotta dall'uomo.

La realtà sociale è dunque una costruzione dei soggetti implicati nel rapporto che si sottraggono ad una verifica oggettiva: la nostra visione della realtà, lungi dall'essere necessariamente la vera immagine di ciò che esiste al di fuori di noi, viene determinata anche e soprattutto dai processi mentali attraverso i quali siamo arrivati a conoscerla²³.

Nella realtà sociale di secondo livello, le componenti soggettive condizionano la realtà di primo livello: a partire dallo stesso fenomeno, ognuno lo interpreta dalla propria prospettiva e in funzione del proprio interesse. In questo doppio binario consiste la complessità della narrazione forense: da un lato, la realtà fenomenica in processo non è verificabile empiricamente, dall'altro la rappresentazione dei fatti avviene

²² *Ibidem*, p. 33.

²³ *Ibidem*, p. 24.

necessariamente da parte di un soggetto e dipende, più che dalle caratteristiche della situazione fenomenica, dalla struttura cognitiva della persona.

Il fatto oggetto di giudizio è rappresentato nella realtà processuale non mediante esperimenti riproducibili, ma mediante discorsi su ciò che è accaduto. Si tratta di un'osservazione importante: va riconosciuta nel processo la centralità della dimensione narrativa poiché nella realtà processuale non accadono eventi, ma si sviluppano narrazioni (*people&events*). Il fatto processuale non è oggettivo o oggettivabile sulla base di un modello di conoscenza verificazionista, ma dipende dalla storia narrata.

In questa prospettiva, la teoria della narrazione offre un apporto allo studio degli impieghi operativi del narrare nell'esperienza processuale grazie ad un ricco apparato di tecniche che consentono di misurare il grado di narratività del discorso, rilevare le connessioni narrative e comprendere l'organizzazione narrativa.

4. *Un esempio di storytelling forense*

Dopo aver constatato che il tema dell'espressione narrativa e dello *storytelling* si presenta come centrale anche nel contesto processuale, cerchiamo di comprendere per quale ragione i metodi narrativi sono forme efficaci di comunicazioni e analizziamo alcune tecniche dello *storytelling* per raccontare il fatto processuale.

Per fare del buon *storytelling* forense occorrono gli stessi strumenti che sono necessari per scrivere buoni testi letterari o sceneggiature: la differenza è che, nella non-fiction, lo *storyteller* non inventa trama o personaggi. La non-fiction solleva il narratore dall'onere di usare la fantasia, ma lo obbliga ad essere fedele ai fatti e ad essere avvincente. La forza del racconto sta nella sua capacità di coinvolgere il destinatario: «la narrazione è un testo che ti prende per mano e che ti accompagna fino alla fine»²⁴.

²⁴ A. PERISSINOTTO, *Raccontare*, cit., p. 33.

Secondo la semiotica greimasiana, accanto ai personaggi ci sono valori che ne motivano le azioni e ne determinano gli obiettivi. La peculiarità delle storie, affinché il destinatario ne sia coinvolto, è quella di non nutrirsi solo di concetti astratti: nelle storie non c'è l'amicizia allo stato puro, ma ci sono gli amici, non c'è la giustizia in senso astratto, ma persone che agiscono in modo coerente al principio della giustizia.

La narrazione genera oggetti di valore e nel farlo reifica i valori prodotti dai gruppi sociali. Il testo narrativo dà concretezza all'astrazione del valore trasformandolo in un oggetto o in un processo descrivibile in termini concreti (la tristezza astratta descritta attraverso la concretezza di una lacrima sulla guancia, la solidarietà astratta attraverso una mano tesa a una persona caduta)²⁵.

La narrazione trasforma qualcosa di astratto in qualcosa di definito e tangibile nel caso concreto: lo *storyteller*, per essere efficace, acquisisce la capacità di dare concretezza alle narrazioni. In questo movimento, dall'astratto al concreto, il racconto rende chiari e comprensibili i valori in gioco, e facilita la memorizzazione di personaggi e persone.

In ambito forense, poiché la realtà processuale è complessa e, per quanto sopra detto, accostabile al dramma teatrale, il racconto deve entrare in empatia delle parti processuali, ma anche essere comprensibile nella realtà sociale. Lo *storytelling* aiuta, quindi, a trovare il modo di esprimere e a comunicare meglio, trasformando le astratte architetture giuridiche in fatti umani.

Cerchiamo adesso di comprendere come questo processo di trasformazione dall'astratto al concreto si manifesti sotto il profilo semiotico. In particolare, ci occupiamo dell'esordio del discorso processuale.

Poiché la fabula è già forgiata dalla realtà, lo *storyteller* forense deve intervenire sull'intreccio e, in particolare, sulle disgiunzioni cognitive tra il narratore e i destinatari della narrazione.

L'avvocato deve comunicare al giudice la propria prospettiva su quel caso processuale: come quando qualcuno ci chiede di parlare di un film, si parte dal riferire i fatti e poi i temi trattati, così l'avvocato inizia con l'enunciare i fatti.

²⁵ *Ibidem*, p. 35.

L'inizio del racconto processuale non si presenta semplicemente come lo stato in cui le cose si trovavano prima dello svolgersi dei fatti, ma anche come il luogo in cui viene presentato il tema da trattare. La trama del caso in giudizio, come accade per quella del film, non è solo un riassunto fatto a posteriori, dopo aver fruito della storia, ma è anche la scaletta con cui si dà forma ad una nuova storia.

La scelta dell'ordine in cui abbiamo disposto i fatti e la differenza rispetto all'ordine in cui in natura sono occorsi dipendono da ragioni di vario genere: estetiche, compositive e cognitive. L'estetica richiama l'attenzione al piacere della narrazione, che è rivolta a qualcuno, il quale deve essere disposto ad accogliere il racconto. Le narrazioni avvengono in luoghi e tempi diversi, animate da diverse persone: gli sforzi compositivi sono volti a combinare i diversi profili che ci costringono a continui movimenti di avanti-indietro nel tempo e nello spazio. Infine, ricorrono ragioni cognitive perché lo *storyteller* sa che «un racconto è una specie di 'commedia degli equivoci': se tutti sapessero tutto, non ci sarebbe storia»²⁶(p. 56).

Come si vede, la disposizione si presenta al tempo stesso narrativa e argomentativa, senza che sia possibile separare un tipo di logica dall'altro.

Nei paragrafi precedenti abbiamo affermato che, sulla scorta di Greimas, tutte le storie si basano su un identico programma narrativo: il motore di ogni storia è una contesa per un Oggetto di valore; il Soggetto opera per congiungersi con tale Oggetto, l'Antagonista per opporsi a tale congiunzione; il finale potrà essere lieto o tragico a seconda che il Soggetto abbia raggiunto il suo obiettivo. Se mettiamo in parallelo questa struttura con la logica argomentativa *topic/focus*, notiamo che le due prospettive teoriche possono integrarsi e completarsi.

In ambito narratologico, il *topic* corrisponde tipicamente al punto di partenza del discorso, mentre il *focus* corrisponde a ciò che viene posto al centro dell'attenzione. Il *topic* coincide con quanto già si conosce ed è accaduto prima del processo; il *focus*, con ciò che costituirà l'apporto specifico della realtà processuale, il tema problematico su cui si intende prendere parola nel giudizio.

²⁶ *Ibidem*, p. 56.

Una forma di rappresentazione della struttura *topic/focus* consiste nella c.d. normalizzazione ed è mutuata dalla pedagogia infantile²⁷. L'adulto segnala al bambino qualcosa che appare singolare, esprimendo la sua curiosità con espressioni come: "Ma guarda cos'è questo", per poi annullare la singolarità e riportare l'ignoto a ciò che si conosce e 'normalizzare' l'evento. La tecnica della normalizzazione della struttura *topic/focus* consiste nel rappresentare gli eventi in modo avvincente, per ricondurli a casi più familiari: si tratta di un andamento narratologico che consente non solo di trasformare l'astratto in concreto, ma anche di normalizzare gli eventi nell'ambito di categorie conosciute. La normalizzazione riduce lo scarto differenziale tra il narratore e i destinatari e ricompono la rottura dell'equilibrio iniziale generata dall'Oggetto su cui verte la contesa, riconducendo le dichiarazioni sull'Oggetto ad una struttura comprensibile e plausibile.

L'idea fondamentale, sottesa a questa strategia, è narrativizzare dei valori ed iscriverli in una prospettiva soggettiva, in un contesto comune, riducendo il distacco tra quello che è accaduto nella realtà e la soluzione. La normalizzazione è una strategia che si presta ad essere applicata al contesto processuale poiché facilita la focalizzazione del tema sulla sussumibilità o meno di una fattispecie in un certo istituto. Lo *storytelling* suggerisce una particolare modalità di organizzazione del discorso sul fatto come punto di inizio dell'oratoria forense: anzitutto, il racconto sul fatto deve essere composto alla fine, solo dopo aver fruito e compreso la storia degli eventi; inoltre, per accrescere l'efficacia, il setting della narrazione dovrà rappresentare i fatti in modo interessante e mostrare la loro 'normalità' giuridica, cioè saper ricondurre la peculiarità del caso nell'ambito di categorie condivise.

5. La retorica dello storytelling

In questo contributo abbiamo cercato di valorizzare lo *storytelling* per la sua rilevanza sul piano dell'azione sociale. Abbiamo cercato di evidenziare che occorre prendere le distanze da un discorso facile sulla

²⁷ G. FERRARO, *Teorie della narrazione*, cit., spc. pp. 189-193.

persuasione, che riduce questa disciplina ad un narrare professionale, prerogativa di esperti del settore che sappiano utilizzare abilità argomentative, psicologiche, filmiche, narratologiche e così condizionare le menti e raggiungere obiettivi di successo. Lo *storytelling* è una disciplina che, riportando l'attenzione alla storia, alla modalità di costruzione e anche al suo impiego, coglie una dimensione più profonda e più ampia dell'esperienza, per la quale è possibile ricomporre il flusso degli eventi in una organizzazione narrativa. Questo vale per ogni livello delle nostre pratiche sociali: anche per il diritto, ove le parti, agendo ciascuna nel proprio ruolo, disegnano un racconto di natura sociale e giuridica.

Secondo il linguista Andrea Rocci²⁸, all'origine di tutti i fraintendimenti sullo *storytelling* c'è un atteggiamento "sospettoso e arcigno" verso la persuasione. La visione dominante, che associa lo *storytelling* principalmente alla menzogna e alla disinformazione, sarebbe determinata da un'immagine squalificata della persuasione e della retorica.

Nella retorica classica, il tentativo di persuadere evocava sempre una situazione dialogica e la possibilità del disaccordo (...). Oggi la retorica dello *storytelling* non costruisce il suo destinatario come un antagonista dialettico, a piuttosto come un co-enunciatore, un autore di *fan fiction* che può contribuire ad allargare la storia e a farla sua. È una retorica che favorisce la partecipazione, non l'esame critico. Un'argomentazione è volta a difendere una certa visione del mondo: essa presuppone che l'accordo tra gli interlocutori si ferma ad un certo punto e che, da lì in poi, la corrispondenza tra le parole e le cose debba essere costruita. Una storia ci invita ad abitare un mondo, non a metterlo in questione. Se non ci piace, al massimo, possiamo raccontare un'altra storia. Tutti abbiamo diritto alla nostra storia. La domanda stessa sulla verità tende a scomparire: non ci si chiede tanto se una storia è vero oppure no, quanto piuttosto se mi rappresenta, se mi include o esclude²⁹.

Questo passaggio non esprime giudizi negativi sulle pratiche narrative, ma lascia intendere che il fenomeno dello *storytelling* possa essere stigmatizzato e finanche demonizzato. Alla base di questo modo di intendere lo *storytelling*, c'è la tendenza a tenere separati gli aspetti argomentativi da quelli stilistici e a distinguere, così, una persuasione

²⁸ A. ROCCI, *Ragionevolezza dell'impegno persuasivo*, cit., spc. pp. 98-102.

²⁹ *Ibidem*, p. 99.

buona, che è bene sapere padroneggiare, e una persuasione cattiva, la manipolazione, di cui poter essere vittime. Questa visione, che contrappone una retorica cattiva ad una retorica buona, conduce in realtà all'annullamento stesso della retorica. È questa la tesi sviluppata da Francesca Piazza nel suo saggio sulla storia della retorica³⁰, per la quale lo sdoppiamento risale a Platone ed è espressione del rifiuto per la retorica *tout court*.

La proposizione dell'alternativa tra retorica, come luogo dell'inganno, e retorica come mezzo di comunicazione della verità, si trova tematizzata nei dialoghi del *Gorgia* e del *Fedro*, ove la retorica è considerata come una forma di sapere insegnabile, ridotta ad un'abilità pratica, che mira a produrre piacere, non conoscenza³¹. La svalutazione della retorica è legata alla parcellizzazione del sistema retorico e alla progressiva riduzione della retorica alla sola *elocutio*, privandola di qualunque valore epistemologico³². La storia della retorica è contrassegnata da questa riduzione che ha prodotto la convinzione che solo la dialettica è la via per una concezione dialogica della verità, mentre la retorica è usata per ingannare e confondere le idee.

Il sospetto per lo *storytelling* fa parte cioè di un topos diffuso, nel quale è radicato il pregiudizio proprio del razionalismo moderno che rifiuta la retorica e, con essa, il discorso come strumento che deforma e occulta la realtà.

Crediamo che per comprendere a pieno lo *storytelling* e la sua efficacia occorra recuperare la prospettiva aristotelica, che mette al riparo da qualsiasi facile ottimismo poiché esclude la possibilità di una teoria che assicuri il successo in ogni circostanza.

Nel modello del libro terzo della *Retorica* di Aristotele, i profili stilistici della *lexis* (*elocutio*) e della *taxis* (*dispositio*) sono il naturale

³⁰ F. PIAZZA, *Linguaggio persuasione e verità*, cit., p. 22; così anche B. CASSIN, *L'effet sophistique*, Paris, 1995, p. 415, ove sintetizzava l'esito dello sdoppiamento retorico così: «due retoriche nessun retorica».

³¹ Ci riferiamo per la ricostruzione della storia della retorica a: F. PIAZZA, *Linguaggio, persuasione e verità*, cit., spc. pp. 19 ss.

³² V. anche F. PUPPO, *Retorica. Il diritto al servizio della verità*, in A. ANDRONICO, T. GRECO, F. MACIOCE (a cura di), *Dimensioni del diritto*, Torino, 2019.

completamento dei profili argomentativi del discorso³³: è reso evidente che il comportamento linguistico non è qualcosa che si aggiunge al contenuto formatosi con analisi precedenti, perché «la persuasione è un tratto interno al parlare e non un suo effetto collaterale»³⁴.

Osserva Francesca Piazza, nella sua introduzione alla *Retorica* di Aristotele, che «la *lexis* non ha una funzione puramente esornativa, non è l'elemento seduttivo contrapposto a quello argomentativo, ma una delle componenti che contribuiscono dall'interno alla persuasività dell'argomento»³⁵. L'errore consiste nell'opporre l'argomentazione al piacere: se la persuasione si realizza è perché l'argomentazione piace e il piacere si ottiene argomentando. La *lexis* svolge, dunque, una funzione fondamentale poiché riguarda l'ascoltatore, al punto che ogni scelta lessicale, sintattica e pragmatica è già una mossa argomentativa. «Nel discorso il che cosa non è mai del tutto indipendente dal come e il come è già in una certa misura un che cosa»³⁶: così la filosofa palermitana, sulla base di un'attenta rilettura delle fonti aristoteliche, spiega l'inseparabilità della *lexis* e dalla *taxis* dalle altre fasi dell'argomentazione retorica.

La narrazione contribuisce, dunque, alla persuasività dell'argomentazione: sebbene gli avvenimenti siano dati e non dipendano da chi parla, una narrazione ben costruita ha la funzione di rendere credibili i fatti narrati. La centralità della dimensione narrativa sembra consistere in questo: nella capacità di legare i fatti, di dare un ordine e di dotare di senso (c.d. semiotizzazione dell'esperienza)³⁷.

L'organizzazione narrativa non sta negli eventi, ma nelle modalità in cui gli eventi sono elaborati in storie: ricorrere alle tecniche e alle stra-

³³ Per un'analisi più dettagliata delle fasi del sistema retorico, v. F. PIAZZA, *La Retorica di Aristotele*, cit.; sulla *elocutio*, v. F. LO PIPARO, *Il corpo vivente della lexis e le sue parti. Annotazioni sulla linguistica di Aristotele*, in *Historie Epistémologie Langage*, XXI, I, pp. 119-123.

³⁴ Così F. PIAZZA, *Linguaggio persuasione e verità*, cit., p. 10.

³⁵ F. PIAZZA, *La Retorica di Aristotele*, cit., p. 140.

³⁶ *Ibidem*, p. 141.

³⁷ Sulla semiotizzazione dell'esperienza mediante la forma narrativa, v. G. FERRARO, *Teorie della narrazione*, cit., p. 38.

tegie dello *storytelling* non è dunque un'operazione disdicevole, ma necessaria per persuadere il proprio ascoltatore.

Vale a dire: si può essere persuasivi, senza per questo diventare manipolatori della realtà.

Bibliografia

- BERNARDELLI A., *Che cos'è la narrazione*, Roma, 2019
- CALABRESE S., *La comunicazione narrativa. Dalla letteratura alla quotidianità*, Milano, 2010
- CASSIN B., *L'effet sophistique*, Paris, 1995
- FERRARO G., *Teorie della narrazione. Dai racconti tradizionali all'odierno storytelling*, Roma, 2015
- FOG K. ET AL., *Storytelling. Branding in Practice*, Berlin, 2010
- GENETTE G., *Figure III. Discorso del racconto*, Torino, 1976; ed. or. *Figures III*, Paris, 1972
- GREIMAS A.J., *Semantica strutturale*, Milano, 1968
- GREIMAS A.J., *Del senso*, Milano, 1974
- GREIMAS A.J., *Del senso 2. Narrativa, modalità, passioni*, Milano, 1984
- GULLOTTA G., PUDDU L., *La persuasione forense. Strategie e tattiche*, Milano, 2004
- LO PIPARO F., *Il corpo vivente della lexis e le sue parti. Annotazioni sulla linguistica di Aristotele*, in *Historie Epistémologie Langage*, XXI, I, pp. 119-123
- MANZIN M., *Argomentazione giuridica e retorica forense. Dieci riletture sul ragionamento processuale*, Torino, 2014
- MANZIN M., PUPPO F. (a cura di), *Audiatur et altera pars. Il contraddittorio fra principio e regola*, Milano, 2008
- PERISSINOTTO A., *Raccontare. Strategie e tecniche di storytelling*, Bari-Roma, 2020
- PIAZZA F., *Linguaggio persuasione e verità. La retorica nel Novecento*, Roma, 2004
- PIAZZA F., *La Retorica di Aristotele. Introduzione alla lettura*, Roma, 2009
- PUPPO F., *Metodo, pluralismo, diritto. La scienza giuridica tra tendenze 'conservatrici' e 'innovatrici'*, Roma, 2013
- PUPPO F., *Retorica. Il diritto al servizio della verità*, in A. ANDRONICO, T. GRECO, F. MACIOCE (a cura di), *Dimensioni del diritto*, Torino, 2019

- ROCCI A., *Ragionevolezza dell'impegno persuasivo*, in P. NANNI, E. RIGOTTI, C. WOLFSGRUBER, *Argomentare per un rapporto ragionevole con la realtà*, Milano, 2017, pp. 88-115
- SALMON C., *Storytelling: la fabbrica delle storie*, Roma, 2008
- SMORTI A., *Il pensiero narrativo: costruzione di storie e sviluppo della conoscenza sociale*, Firenze, 1994
- SMORTI A., *Narrazioni*, Firenze, 2007
- SMORTI A., *Raccontare per capire: perché narrare aiuta a pensare*, Bologna, 2018
- TOMASI S., *L'argomentazione giuridica dopo Perelman. Teorie, tecniche e casi pratici*, Roma, 2020