Storytelling. Fame di destino. Quali nuovi racconti politici?

Maria Cattini | 25/03/2013 | Qua e la'

di *Maria Cattini*, Linkiesta.it - Veniamo da un lungo periodo, che ci ha eccitati e polarizzati. Pro o contro. Sulla scena politica si sono susseguiti e si stanno affastellando diversi racconti. Ne abbiamo parlato con *Andrea Fontana*, Presidente dell'Osservatorio Italiano di Corporate Storytelling presso l'Università degli Studi di Pavia.

«Fino a poco fa, **un istrione, amato e odiato**, capace di interpretare più copioni; senza dubbio calato nel ruolo di jolly piglia tutto, all'interno di una trama prima comica e via via melodrammatica. Il jolly ci parlava, fin troppo forse e ci ammaestrava. Senza dubbio ci seduceva. E ci raccontava che andava: "tutto bene"».
«Poi improvvisamente l' "**economical trhiller**". Arriva un gruppo di "professori" e un esercito di economisti, banchieri, che spazza via con una mano le vecchie carte. La trama di questo nuovo racconto collettivo diventa la tragedia, a cui bisogna porre rimedio con una serie di misure impopolari e drastiche, dal "tutto bene" si passa al "stiamo per fallire". Tendenzialmente il "professore" non parla, si imbarazza, gli da fastidio, si vede... se parla lo fa per noi, per dare "compiti" (sgraditi), ma può perché ha dalla sua parte la legge e l'autorità morale oltre che politica».
«In mezzo a questo passaggio isterico, un terzo racconto: quello del **ribelle anti-politico** che coagula intorno a sé scontento, aggressività, rabbia. Che urla, sbraita, offende, umilia e promette. E che oggi siede in parlamento insieme a un ulteriore racconto, quello di Bersani, che pare in carenza di racconto e alla ricerca di alleanze».
Tutti confusi.
Siamo ormai in campagna elettorale permanente. All'interno di **un assedio narrativo costante**.
Nei prossimi mesi accadrà di tutto, scongiurando si spera, Cipro. Saranno mesi duri: economicamente, socialmente, politicamente. Per Andrea Fontana, «avremo bisogno di storie politiche credibili. Non arroganti, non arrabbiate, non confuse, non ondivaghe e tentennanti».
Storie certo affidabili ma che ci facciano anche guardare oltre e che ci restituiscano il nostro futuro. «Storie coerenti (tra promesse e azioni), che ci facciano tornare la voglia di sognare e che sappiano infondere fiducia in mezzo alla più grave crisi dell'ultimo secolo».
Storie di perché che ci aiutino a capire e a decidere cosa fare, storie che sappiano darci una spiegazione degli eventi che stanno accadendo nel mondo: perché adesso? A cosa servono i sacrifici che impoveriscono noi e le nostre famiglie? Per la crisi. Quale crisi? Chi l'ha provocata, quali sono le vie d'uscita? che tipo di strumenti politici, sociali e imprenditoriali si vorranno attivare?
«Insomma le donne e gli uomini politici, che vorranno di nuovo il nostro voto, anche solo la nostra attenzione, - conclude l'esperto di storytelling- dovranno nei prossimi mesi tornare a fare politica, sottraendo la *supremazia narrativa* all'immaginario tecno-finanziario, e attivando delle narrazioni che sappiano spiegarci il passato, motivarci il presente e presentarci di futuro. Che sappiano condividere e farci partecipare a una destinazione comune. Quale sarà il destino dei nostri figli? Quale sarà il destino dei nostri anziani? Quale sarà il destino dei nostri operai e dei nostri imprenditori?**Abbiamo *fame di destino* o come dice il nostro Presidente Napolitano**, in un articolo apparso sul Corriere della Sera il 7 settembre 2012: "i politici devono ritrovare la loro missione" e con essi i loro popoli elettori. Altrimenti rimarremo soffocati nello spread e non sapremo mai chi altri avremmo potuto essere o cosa altro avremmo potuto fare. Non sapremo mai quale destino avremmo potuto vivere al di là dell'oblio economico».
****

Andrea Fontana, storytelling expert, docente universitario, imprenditore. Presidente dell'Osservatorio Italiano di Corporate Storytelling presso l'Università degli Studi di Pavia. Insegna "Storytelling e narrazione d`Impresa" all`Università degli Studi di Pavia. Autore di numerosi testi di cultura manageriale e comunicazione d'impresa, ha scritto il primo manuale italiano sul corporate storytelling - *Manuale di Storytelling*, edito da Etas, con cui ha pubblicato anche *Storytelling Kit. 99 esercizi per il pronto intervento narrativo.* Direttore della collana editoriale Storyline, prima collana dedicata alle scienze della narrazione, che ha fondato e lanciato insieme all'editore Lupetti nel 2012. Managing Director e fondatore di Storyfactory, prima società italiana nel campo della consulenza narrativa d'impresa.