



IL NOSTRO ESPERTO
UN GRANDE SOCIOLOGO
FIRMA MILLIONAIRE

*Francesco Morace, sociologo, presidente di Future Concept Lab e FCL do Brasil. Docente alla Domus Academy, alla Sole240re Business School e al Politecnico di Milano, lavora da oltre 30 anni nell'ambito della ricerca sociale e di mercato. Ha appena pubblicato il suo libro *Crescita felice*. Ogni mese, in questa pagina, presenta i trend su cui puntare. INFO: www.futureconceptlab.com



Comunicare diventerà sempre più un'arte e non una tecnica di persuasione

Storytelling sempre e comunque

Raccontare, raccontarsi, narrare, parlarsi. In futuro la narritività sarà sempre più centrale, perché la qualità della vita sempre più dipenderà dalla qualità delle relazioni. Comunicare tornerà a essere un'arte, non più una tecnica di semplice persuasione: lo storyteller diventerà una figura professionale centrale con mille possibili declinazioni. Non solo scrittori o giornalisti, ma storyteller per immagini e suoni, nelle aule delle scuole o nei social network, nelle forme video o in quelle del cantastorie sul territorio. Tutto sarà nuovamente riconosciuto e raccontato.

L'identità di ciascuno tornerà a essere modellata nel racconto di sé e degli altri, perché l'essere umano è comunicativo e nessun suo comportamento sfugge a questa legge. La dimensione comunicativa ruota attorno a un bisogno di trovare nell'altro il proprio riconoscimento. Per anni invece la comunicazione ha confuso la propria mission con l'esigenza di imporre nuovi prodotti. Comunicare quindi non è parlare, ma parlarsi, come spiega Eugenio Borgna nel suo saggio che si intitola proprio *Parlarsi*, che ci ricorda che comunicare è donare, rendere comune, condiviso da altri ciò che è proprio, disponendosi a propria volta a ricevere dall'altro. Dirsi è darsi, in un movimento mai unidirezionale, ma circolare, reciproco. È questo un orizzonte per nuovi mestieri (editori e writer in tutte le forme) e professioni che dovranno misurarsi con l'arte del racconto.



RACCONTAMI UNA STORIA

Nel maggio 2015 la catena americana di ristoranti Tex-

Mex Chipotle ha avviato una campagna tutta incentrata sul racconto letterario. Per la prima volta una catena di fast food si assume delle responsabilità editoriali, creando contenuti letterari originali. L'ideatore del progetto è il noto scrittore Jonathan Safran Foer. Frequentatore abituale di Chipotle, Foer lamentava l'assenza di qualcosa da leggere nell'attesa della preparazione del cibo o durante il pasto. Così ha proposto a Steve Eills, Ceo di Chipotle, di utilizzare bicchieri e sacchetti per brevi testi di qualità, capaci di intrattenere e far riflettere. Il nome dell'operazione è diventato Cultivating Thought. La lista dei 20 personaggi coinvolti è notevole: il premio Nobel Toni Morrison, il premio Pulitzer Sheri Fink, il giornalista del *New York Times* Michael Lewis, ma anche Malcolm Gladwell, Paulo Coelho, Neil Gaiman e Walter Isaacson. Gli oggetti del ristorante sono solo il punto di partenza per la lettura, che prosegue poi con video e interviste su www.cultivatingthought.com