

Andrea Bettini e Francesco Gavatorta

# #NEW PERSONAL STORYTELLING

Idee e regole  
per la narrazione di sé



**FrancoAngeli**

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



# **Professioni Digitali**

## **Le professioni di domani, raccontate dai protagonisti di oggi**

*Direzione di Alberto Maestri*

Il paradigma digitale ha aperto opportunità straordinarie, per chiunque. Innovazione, dati, omni-canalità sono solo alcune delle keyword alla base di questa profonda rivoluzione: per i professionisti di oggi e domani diventa fondamentale rimanere aggiornati e competenti in uno scenario così dinamico, fluido, stimolante. In questo contesto Professioni Digitali propone una collezione di guide pratiche raccontate dai protagonisti di oggi: autori che hanno saputo fare la differenza nel proprio settore diventando fonte di ispirazione per tanti. Una Collana dedicata a consulenti, freelancer, professionisti che desiderano aggiornare le proprie competenze e a quanti hanno da poco intrapreso la via del digitale. Libri agili, pratici e concreti, ricchi di consigli, casi studio, testimonianze e contributi di grandi esperti nazionali e internazionali, pensati per approfondire competenze specifiche e le metodologie più innovative.

Il dialogo continua su...

 [blog.francoangeli.it/professionidigitali](http://blog.francoangeli.it/professionidigitali)

 FrancoAngeliDigitale



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Andrea Bettini, Francesco Gavatorta

# #NEW PERSONAL STORYTELLING

Idee e regole per la narrazione del sé

Prefazione di Matteo Pogliani

○ ○ ○ ○ ● **FrancoAngeli**

Progetto grafico della copertina: Gianni Camusso  
In copertina: © Shutterstock

1a edizione. Copyright © 2020 by FrancoAngeli srl, Milano, Italy

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

# Indice

<b>Prefazione</b> , di <i>Matteo Pogliani</i>	pag.	9
<b>Introduzione. Dove ci eravamo lasciati</b>	»	13
<b>1. Perché oggi è importante raccontarsi (e farlo bene)</b>	»	17
1. Quando la destinazione non è più così certa	»	18
2. Non solo competenze	»	24
3. Dal CV alle storie	»	30
4. Un metodo trasversale	»	35
5. Dal singolo protagonista al racconto collettivo	»	41
6. Partiamo dai banchi di scuola	»	45
<i>Luca Vignaga: dal CV dell' avere, alla storia dell' essere</i>	»	48
<b>2. Da dove partiamo? Da noi stessi</b>	»	54
1. Il concetto di esperienza	»	55
2. Immagini riflesse	»	59

3. Siamo fatti della stessa sostanza dei sogni	pag.	62
4. Vero o falso?	»	66
5. Ogni giorno come un nuovo capitolo	»	68
6. Editori di se stessi	»	73
<i>Ernesto Bellisario: Diritto 2.0 ossia la legge, la tecnologia e la sua narrazione</i>	»	76
<b>3. Metriche e meccanismi della narrazione del sé</b>	»	79
1. Benjamin e l'esperienza che si fa narrazione	»	80
2. Le regole della narrazione autobiografica	»	87
► <i>I benefici della narrazione del sé: intervista a Giovanna Verde</i>	»	93
3. Incroci: costruire un equilibrio narrativo fra aspetti personali e vita professionale	»	98
<i>Barbara Olivieri: un architetto che lavora con gli ingegneri</i>	»	108
<b>4. Costruire la propria storia</b>	»	113
1. I tre livelli di maturità del "personal storyteller"	»	114
2. Gli strumenti per raccontarsi: storyworld, schema di applicazione, regole e sistemi	»	120
3. Privato/pubblico: quali sono i confini da non superare	»	139
► <i>Raccontarsi come vantaggio competitivo: intervista a Laura Todisco</i>	»	146
<b>5. Storie e medium</b>	»	150
1. Piccolo focus sul digital	»	152



<b>6. Esperienze di personal storyteller “sul campo”</b>	pag.	158
▶ <i>Raccontando lo sport (e se stessi): intervista a Riccardo Cucchi</i>	»	159
▶ <i>Il racconto del proprio lavoro: intervista a Mariangela Pira</i>	»	164
▶ <i>Quando il racconto nasce da una passione: intervista a Raffaele Ferraro</i>	»	167
▶ <i>Distinguersi avendo qualcosa da dire: intervista a Filippo Ongaro</i>	»	171
▶ <i>Raccontarsi per creare una community vera: intervista a Marta Perego</i>	»	176
<b>Conclusioni. Le 4 regole + 1 del New Personal Storytelling</b>	»	181
<b>Bibliografia</b>	»	191



## Prefazione

*di Matteo Pogliani*

Pensando al tema del **personal branding**, o meglio **storytelling**, e a come introdurlo in questa prefazione non posso non partire dall'origine del rapporto e della conoscenza con uno degli autori, Francesco Gavatorta. Un ricordo che non è fine a se stesso, ma che delinea in modo netto l'evoluzione del racconto di sé e dell'impatto che questo ha avuto (e può avere) su di noi e sui professionisti che intraprendono tale via (sempre ormai sia questione realmente di scelta). Anche io, da bravo storyteller, preferisco infatti partire da una storia, lasciando i tecnicismi ai due bravi autori.

Il primo contatto con Francesco è arrivato nel 2014 in quella fucina di giovani comunicatori digitali che è stato **Ninja Marketing**, *dojo* che ha visto formarsi, direttamente e indirettamente, gran parte della nostra generazione professionale, quella che il digitale non l'ha potuto studiare sui banchi, ma ha dovuto auto-apprendere attingendo proprio a quel digitale stesso e agli esempi esteri. Chi scriveva in Ninja lo faceva per passione, ma soprattutto per *scelta*: nessun compenso, nessun possibile futuro impiego e, per contraltare, un impegno rilevante, specialmente a livello di studio per gli articoli e qualità richiesta degli stessi. Perché farlo quindi? Perché non investire quel tempo in

altre attività, magari in un proprio blog personale, canale *owned* sui cui poter, forse un giorno, monetizzare quell'ingente lavoro?

Ai tempi, probabilmente, nessuno di noi riusciva a darsi una risposta compiuta o, più correttamente, a strutturarla e palesarla, perché in realtà un motivo c'era e aveva un peso che solo dopo anni molti di noi hanno potuto comprendere: personal branding.

Quell'esperienza, parlo per me, ha infatti avuto il grande merito non solo di fare crescere le mie competenze e capacità, soprattutto di scrittura e divulgazione, ma ancor di più di dare una svolta al mio posizionamento, facendo leva su elementi come reputazione e autorevolezza. Ninja è stata parte, rilevante, di un insieme di attività più ampie, capaci di darmi riconoscibilità, di far sì che il mio nome e la mia figura, a livello professionale, fossero riconoscibili e apprezzate, aprendomi porte e palesandomi occasioni che altrimenti non avrei avuto. I miei libri, i corsi, gli speech agli eventi e persino questa prefazione sono diretta conseguenza di ciò, così come i clienti arrivati, intercettati e convinti, in primis, dallo scenario positivo e autorevole che trovavano online e che io avevo costruito.

Sapientemente? Probabilmente no. Forse ai tempi io, Francesco e gli altri non avevamo infatti la consapevolezza e l'attitudine "strategica" per parlare di personal branding e per strutturare un piano d'azione ponderato. Noi, il personal branding, *lo facevamo e basta*, lo creavamo post dopo post, articolo dopo articolo, evento dopo evento, senza retorica e filosofia, ma con l'intuizione che quella fosse la via per differenziarsi e trovare il nostro posto in uno scenario in divenire, ogni giorno più complesso e affollato.

I "dots" li abbiamo connessi molto dopo, trovandoci dinanzi una costellazione fatta di know-how, trust e networking che per la quasi totalità di noi ha significato una spinta professionale senza paragoni, una costellazione che tuttora è parte di noi e ci porta vantaggio. Una *value*

*proposition* concreta, lontana da teoria e sole parole, perché modellata sulla nostra attività online e su ciò che abbiamo saputo raccontare e offrire agli utenti. Devo essere sincero, gran parte delle entrate, dei contatti e della rete professionale che sono oggi perno delle attività mia e, conseguentemente, di Openbox sono in gran parte derivazione di quel periodo e di quell'inconsapevole, poco strategico, ma redditizio progetto di racconto e posizionamento professionale.

Ma ogni esperienza è figlia del suo tempo e del contesto dove si forma. Il mondo del lavoro, e in particolare lo scenario digitale, sono profondamente evoluti da quel periodo. La presenza online di ognuno di noi ha assunto un ruolo decisivo, diventando rilevante tanto quanto la nostra vita offline, o meglio, diventandone parte integrante senza se e senza ma. Una differenziazione che non ha infatti più alcun senso di esistere: quello che facciamo online condiziona la vita reale (e viceversa), costringendo ognuno di noi a una necessaria presa di coscienza sul nostro modo di raccontarci sui media digitali. Proprio come nell'*effetto butterfly* (cit. "Il battito d'ali di una farfalla può provocare un uragano dall'altra parte del mondo"), una semplice e minima azione sui social, come postare una foto o un'affermazione fuori luogo, può portare a conseguenze dal peso ben più rilevante come la perdita di un impiego. Ciò che c'è online su di noi parla per noi e, nel bene e nel male, ci definisce, divenendo elemento da valutare e analizzare. Una parte di noi che non può quindi essere lasciata al caso.

Se infatti a me e Francesco è bastato scegliere di curare il nostro brand personale, oggi non solo non basta scegliere, ma probabilmente quella possibilità di scelta non esiste neanche più. Fare personal branding e raccontarsi al meglio è un atto dovuto e, per certi versi, preteso dalla società in cui viviamo, quella stessa società che vive sempre di più l'ingerenza dell'**economia dell'influenza** e la forza degli opinion leader online (Instagramer, Youtuber, TikToker so-

lo per citarne alcuni), diventati riferimento tanto quanto i mass media “classici” per gli utenti, ma capaci rispetto a essi di generare maggior impatto e spingere all’azione. Non deve stupirci, è la nostra realtà, quella che vede il diventare influencer la professione più desiderata dai giovanissimi<sup>1</sup>.

Se non basta la scelta, nell’aumentata complessità dello scenario odierno, non può neanche esserlo attivarsi privi di una reale strategia, esponendosi ai colpi, rilevanti, dell’improvvisazione. Sì, perché la mancata pianificazione non rischia solo di privarci di valore e opportunità, ma soprattutto di danneggiarci, lasciando segni che in molti casi diventano indelebili vista la perpetua memoria dell’online.

Il volume che vi apprestate a leggere vuole essere una risposta a tutto questo, preparandovi e dando quella direzione al vostro brand personale che io e Francesco ai tempi abbiamo dovuto costruire da soli. Un percorso chiaro e strutturato sull’oggi, arricchito in questa nuova edizione delle esperienze e dei cambiamenti di questi anni.

Andrea e Francesco vogliono unire i **dots** per voi e con *New Personal Storytelling* ci riescono appieno.

<sup>1</sup> Il 71% degli intervistati secondo una ricerca della klaus davi & Co.

## **Introduzione**

### **Dove ci eravamo lasciati**

Quando, tre anni fa, abbiamo iniziato a ragionare su questo libro, ci siamo trovati davanti a un bivio: quale sarebbe stato il modo migliore per parlare in una forma efficace e anche innovativa di narrazione autobiografica? In che modo avremmo potuto dare un vero valore aggiunto a voi lettori, alla ricerca di idee, formule e anche suggerimenti per costruire la vostra storia?

Era una sfida diversa e anche affascinante, perché dovevamo parlare per certi versi di qualcosa di estremamente prezioso e importante: la capacità di “farsi” narrazione, restituendo la propria esperienza sotto forma di racconto strutturato e, possibilmente, arricchente.

Il legame con l’ambito professionale, distintivo dei volumi della prestigiosa collana di cui questo volume fa parte, era un quid in più di difficoltà. Andati in stampa con il miglior lavoro che potevamo realizzare, abbiamo osservato come voi lettori abbiate accolto il testo, facendo nostri ogni considerazione, complimento e anche critica. Soprattutto le critiche, che ci sono state e che è giusto prendere da riferimento quando si vuole fare un percorso di miglioramento e di crescita.

Per questo, il punto di partenza per questa nuova edizione sono state proprio le vostre impressioni: perché non

potevamo parlare di *storie personali* senza partire da quelle uniche e individuali che sono state condivise con noi.

Nella prima edizione eravamo partiti da un concetto base: ogni persona è un insieme di media. Ognuno di noi può configurarsi come una piattaforma di contenuti che raccontano qualcosa. Il bug è pensare che quei contenuti possano nascere solo dall'intuito, dalla spinta creativa, se vogliamo dall'idea che tutto possa essere detto partendo dall'assunto che sia "vero".

Non è così: la progettazione è determinante per il successo di un progetto narrativo, a maggior ragione se questo è di natura autobiografica. Dobbiamo esser consapevoli che tutto ciò che creiamo, rispetto al racconto di sé, dovrebbe essere immesso in un contesto armonico, in cui l'Autore (ognuno di noi!) abbia il pieno controllo dello storyworld personale.

Ciò che ci siamo ripromessi di fare in questa nuova edizione è di guidare il lettore in questo percorso di progettazione, offrendo più strumenti pratici e meno teorici. Un esercizio utile anche per noi, che ci siamo trovati davanti alla necessità di isolare delle matrici di senso utili e semplici da impiegare, partendo da principi molto complessi. Un modo, quindi, per dare una forma a quel "medium" che concettualmente abbiamo individuato come la giusta metafora per pensare all'individuo e alla sua sfera narrativa: un universo ricco di storie, ma anche di sfaccettature, di difficoltà e di ostacoli da superare. Raccontarsi infatti è una sfida complessa, molto più di quanto possa essere trasferire, attraverso una narrazione, un messaggio promozionale o di marca: non tutti sono pronti, e non tutti sono in grado di definire il perimetro e i limiti di quest'azione.

Il risultato è un percorso che comincia da alcune storie e approcci teorici per giungere a una serie di modellizzazioni molto puntuali e pratiche, accompagnate da pareri ed esperienze qualificate, che si concentrano sia sulla dimensione intima e personale sia su quella strutturata e com-



plexa del lavoro, passando dalle risorse umane, alla crescita professionale e agli obiettivi di carriera che un professionista può porsi.

A fare da *fil rouge* per tutta la trattazione una serie di esercizi, che potete considerare come opzionali ma che vi suggeriamo di considerare in caso vogliate provare a “giocare” con la vostra storia, o magari sentiate la necessità di scaricare a terra un progetto più articolato di narrazione autobiografica.

Pensiamo che con questa formula si sia messo a sistema il dialogo continuo che a partire dall’uscita della prima edizione si era alimentato: durante le presentazioni, i webinar, lo storytour che ci ha visti impegnati all’Università Ca’ Foscari, da H-Farm e al CUOA, oltre ovviamente ai tanti contatti nati grazie ai social network. In tutti questi frammenti, la community nata attorno al libro ci ha permesso di tornare al punto in cui ci eravamo lasciati e ritrovare il filo della nostra trattazione. Il risultato di questo ritorno e delle riflessioni che sono nate sono nelle pagine che seguono.

La speranza è che possiate ritrovare quelle sensazioni positive che ci hanno accompagnato nei mesi di lavoro, studio e approfondimento che abbiamo vissuto per migliorare quanto era stato fatto.

Forse, leggendo quest’introduzione vi starete chiedendo il perché abbiamo deciso di raccontarvi tutto questo.

La risposta è semplice: perché questo è un libro che parla di persone, prima di tutto. Parla di ognuno di noi e di voi, e di come ciò che si vive possa diventare la più bella storia che potrete raccontare. Per spiegare quindi perché siamo tornati qui, su queste pagine per completare ciò che abbiamo cominciato tre anni fa, non potevamo che scegliere di partire dal nostro vissuto, dall’esperienza di autori che cercano di migliorarsi, da questi mesi in cui, insieme al nostro editore e al direttore della collana Alberto Maestri, abbiamo ragionato su che cosa si potesse fare per rida-

re linfa a un libro che è stato anche un po' dialogo, un po' scoperta.

Ci eravamo lasciati tre anni fa concludendo l'ultima pagina con l'augurio che la lista delle regole per il personal storyteller potesse allungarsi grazie ai vostri contributi. È proprio così che è andata: grazie a tutto ciò che abbiamo vissuto insieme a voi, abbiamo potuto migliorare ciò che è stato fatto. E il risultato lo state tenendo fra le mani ora.

Prima di entrare nel vivo, non possiamo quindi esimerci dal ringraziarvi. Questo nuovo testo è dedicato a tutti voi. Con l'occasione, ringraziamo anche i tanti professionisti e amici che ci hanno supportato in questa nuova avventura: tutti i contributi inediti che troverete nel testo sono stati basilari per permetterci di ragionare al meglio sui contenuti del libro e verificarne la bontà.

Ma ora basta. È tempo di cominciare a parlare di come raccontarsi.

Buona lettura!

## 1. Perché oggi è importante raccontarsi (e farlo bene)

La lingua italiana è straordinaria. Ci sono alcune parole che racchiudono un significato e nello stesso tempo un valore non indifferente. Prendiamo il termine “storia”. Alcuni lo riconduranno ad accadimenti che il tempo ha archiviato in un passato lontano. Altri alla magia del racconto. Altri ancora a una materia di scuola amata oppure odiata. In tutto questo, *La storia siamo noi*. Così cantava Francesco De Gregori, innescando emozioni e ricordi, a testimonianza del fatto che, comunque, senza dei protagonisti una storia non può esistere.

C'è un passaggio ulteriore da fare. Che cosa succede se attualizziamo la storia al presente o se addirittura la proiettiamo al futuro? Un giorno un professore di filosofia chiese ai suoi alunni di dare una definizione di cosa fosse la Storia. La gran parte di coloro che presero la parola fece ricondurre il termine a tutto ciò che era già accaduto. La risposta di per sé era corretta, se non fosse che il professore aggiunse un dettaglio che fece riflettere l'intera sua classe.

“E se vi dicessi che in questo preciso istante voi state facendo la Storia? Vi dirò di più. Ogni azione che compirete da questo momento in poi andrà a costruire il futuro”. Tralasciando considerazioni puramente personali legate alla costruzione del proprio destino, il dettaglio introdotto andava

oltre la variabile temporale. Spostava il focus dal tempo al fare o, meglio ancora, agganciava l'azione a un protagonista.

In quella classe successe qualcosa d'importante quel giorno. Da allora, quei ragazzi hanno sempre custodito con affetto quell'episodio e, oggi, alcuni di loro che hanno intrapreso un lavoro legato alla narrazione non possono non vedere in ogni persona una storia. Non si tratta di una forma di veggenza o l'incauto tentativo di un improvvisato indovino. Piuttosto, è la consapevolezza di voler ricondurre a elementi specifici l'effettiva materia della quale sono fatte le storie. Essi sono: persone, valori ed emozioni. Capite bene che questa "materializzazione" della storia non può trovare una limitazione tra ciò che si fa e ciò che si è. Tutto ciò diventa un tutt'uno. È così che nell'era della totale certezza dell'incertezza non si può scindere il lavoro dalla persona. In un mondo in cui è cambiato il lavoro è cambiato pure il modo di essere lavoratori; tutto ciò non è detto che sia negativo, perché può essere un nuovo modo di interpretare il presente per anticipare il futuro. La nostra storia inizia proprio da qui.

## **1. Quando la destinazione non è più così certa**

*Federico aveva compiuto 18 anni da un mese. Da tre si era diplomato. Da una settimana lavorava in banca. Quel 60 impresso sul suo diploma di ragioneria aveva sortito i desiderati effetti. Le parole dei genitori "troverai subito un posto di lavoro" si rivelarono concrete. Era l'anno 1990, l'Italia si apprestava ad accogliere i suoi mondiali di calcio e tutto procedeva senza intoppi, anche nella vita di Federico. La linea del tempo della sua esistenza, come quella di tanti suoi coetanei, era scandita da tappe certe. Il passo immediatamente successivo per Federico sarebbe stato la trasformazione del suo contratto da tempo determinato a indeterminato (un proforma), dopodiché la car-*

*riera all'interno del suo gruppo bancario sarebbe potuta iniziare. Il percorso era tracciato, si trattava solo di seguirne le indicazioni. Era un po' come un viaggio in treno. Si sapeva da dove si partiva. Si sapeva dove si sarebbe arrivati. Le fermate erano annunciate e al massimo, come nella migliore tradizione ferroviaria italiana, ci sarebbe stato qualche ritardo. Ma a destinazione c'era la certezza di arrivarci. In modo parallelo sarebbe proseguita anche la vita personale di Federico. Non era una regola e nemmeno la correlazione era scientificamente provata, però la tranquillità lavorativa gli avrebbe permesso di "mettere su famiglia" negli anni successivi.*

*In questo scenario, per alcuni scontato, ciò che emergeva era quella certa facilità nella messa in moto della macchina che portava un ragazzo in tempi brevi dai banchi di scuola alle scrivanie d'ufficio. Anche per Federico era stato così. Un pezzo di carta. La compilazione di un curriculum. Il colloquio con il responsabile del personale e, infine, una camicia e una cravatta, che andavano a sostituire la T-shirt con l'immagine di Vasco e la scritta "Liberi liberi", indossata fino a qualche settimana prima. "Les jeux sont faits", avrebbe esclamato il croupier alla roulette. L'esternazione di Federico non si conosce. Magari non sarà stata di completa felicità, però di una certa soddisfazione sicuramente. In fondo ciò per il quale aveva studiato, non si sa nemmeno quanto per scelta sua e quanto per quella della famiglia, lo aveva portato a trovare un lavoro. Un lavoro "sicuro".*

La storia di Federico, come quella di tanti suoi coetanei, è la storia di una realtà che non esiste più. I più nostalgici potranno rimpiangerla. Alcuni quarantenni potranno mostrarne le medaglie, molti altri le cicatrici (l'epilogo non è stato così lieto per tutti). I più giovani, quelli che i 18 anni li hanno oggi, forse ne sentiranno parlare, comunque sia non li riguarda. Il tavolo da gioco è cambiato. Le