



Call for Contributions

"CAPITALI NARRATIVI: CUSTODIRE L'EREDITÀ, GENERARE IL FUTURO"

IL CONTESTO: PROGETTO GRIOT

Questa *Call* nasce all'interno dell'esperienza di **GRIOT (Gruppo Ricerca Imprese Opere Testi)**, un progetto promosso da *The Economy of Francesco*, *Polo Lionello Bonfanti* e *Kaleidon*. Un cantiere di ricerca-azione in cui imprenditori, manager, comunicatori, animatori di comunità, artisti e studenti lavorano sulle storie come **sistema operativo culturale delle imprese**, un patrimonio invisibile necessario a fondarne l'identità e a guidarne le azioni oltre la logica del profitto.

VISIONE E OBIETTIVI

Le imprese non vivono di soli capitali finanziari o tecnologici. Esiste un patrimonio invisibile, spesso trascurato, che determina la loro capacità di durare nel tempo: il **capitale narrativo**. Questo capitale non va confuso con il marketing o il semplice *storytelling* aziendale. È un *munus*, un "dono dei padri", composto da storie, miti, scritti e canti che fondano l'identità collettiva, attivano le motivazioni intrinseche e selezionano chi ne farà parte.

Tuttavia, come ogni organismo vivente, il capitale narrativo invecchia e affronta cicli critici. Molte Organizzazioni a Movimento Ideale (OMI) si trovano oggi a fronteggiare una "carestia narrativa": le storie di fondazione che ieri incantavano e attiravano, oggi rischiano di apparire mute, fredde o incomprensibili alle nuove generazioni. Questa *Call* invita comunicatori, manager e membri di comunità d'impresa a esplorare come impedire che l'ideale si trasformi in ideologia, come gestire la "sindrome parassitaria" e come permettere alle narrazioni di morire come semi per portare nuovo frutto, evitando la trappola della "mummificazione"

AMBITI DI RICERCA (TRACKS) Invitiamo contributi, analisi di casi aziendali e testimonianze sui seguenti temi:

1. La "Sindrome parassitaria" nelle imprese e nelle organizzazioni

Nella fase fondativa, il capitale narrativo è abbondante e genera crescita. Tuttavia, più grande è la ricchezza narrativa iniziale, più forte è il rischio che l'impresa inizi a vivere di rendita, consumando le storie del passato senza generarne di nuove.

- *Spunti*: Come riconoscere la "maledizione delle risorse" narrative in azienda? Come riattivare la produzione di nuovo capitale quando ci si è adagiati sull'eredità dei fondatori?

2. Tra "Pietro" e "Paolo": il conflitto generativo

Per sopravvivere, il capitale narrativo deve essere aggiornato. Non basta la fedeltà alla tradizione istituzionale ("Pietro"); serve il contributo innovativo, a volte conflittuale, dei nuovi carismi ("Paolo") che salvano l'organizzazione dall'obsolescenza e dall'ideologia.

- *Spunti*: Come gestire la tensione tra la fedeltà al fondatore e la necessità di "tradirne" la lettera per salvarne lo spirito? Chi sono i "Paolo" che portano innovazione narrativa nelle imprese di oggi?

3. Artisti, poeti e la biodiversità contro l'ideologia

Le organizzazioni tendono spesso a volere intellettuali e creativi "allineati", ma solo la biodiversità narrativa e la creatività libera degli artisti possono salvare la comunità dalla sclerosi ideologica e dalla rigidità.

- *Spunti*: Come valorizzare le voci dissonanti in azienda? Come evitare che la comunicazione diventi mera propaganda interna?

4. Grano e zizzania: la forza della normalità

Spesso le organizzazioni cercano di costruire la propria narrazione solo sugli eventi straordinari o i "miracoli" della fondazione. Ma il capitale narrativo generativo si trova spesso nelle storie ordinarie, dove "grano e zizzania" crescono insieme, e non nella ricerca di una purezza artificiale.

- *Spunti*: Come recuperare il valore della fragilità e della quotidianità nelle narrazioni d'impresa? Come evitare la creazione di miti di perfezione che allontanano le persone?

5. Oltre la "finta autenticità": la crisi dell'età adulta

Quando l'entusiasmo della fase di start-up o di fondazione svanisce, il rischio è generare "finta autenticità", dove si recita un copione organizzativo senza più crederci veramente.

- *Spunti*: Come narrare la crisi aziendale o associativa non come fallimento ma come passaggio verso un'età adulta? Come evitare che le narrazioni diventino maschere?

TIPOLOGIE DI CONTRIBUTO AMMESSE

GRIOT intende essere un laboratorio di linguaggi. Pertanto incoraggiamo la produzione di formati ibridi e creativi:

- **Case history aziendali**: racconti di esperienze dirette di gestione del passaggio generazionale o di crisi narrative in imprese e organizzazioni.

- **Materiali multimediali**: video, podcast, reportage fotografici o performance artistiche che documentino o interpretino il tema del capitale narrativo nelle organizzazioni d'impresa.

DESTINATARI La call è aperta a imprenditori, manager, comunicatori, animatori di comunità, artisti e studenti che desiderano contribuire alla definizione del ruolo delle narrazioni nell'economia.

SCADENZA E INVIO 31 marzo 2026

Le proposte (abstract o descrizione del progetto multimediale) devono essere inviate a info@edicspa.com

L'INCONTRO: DALLA SCRITTURA ALLA VITA

Poiché il capitale narrativo non è solo inchiostro su carta ma è, prima di tutto, relazione e incontro di volti, la proposta di GRIOT non si esaurisce nell'invio del contributo. Tutti gli autori e i contributori avranno l'occasione di ritrovarsi il **24 aprile** presso il **Polo Lionello Bonfanti** per una **Giornata di studio e confronto**. Sarà un momento di "biodiversità narrativa" in cui, insieme ai membri del **Comitato scientifico di GRIOT**, potremo trasformare la ricerca individuale in un'esperienza di intelligenza collettiva.

“Quello che accadde dopo, è una storia così strana, da non potersi credere, e ve la racconterò in quest'altri capitoli” (C. Collodi, Pinocchio, 1883)