

La ricerca è fatta di storie. Proviamo a raccontarle

Eventi | Progettazione, organizzazione, scrittura, comunicazione



FRANCESCA SCIANITTI | La Ricerca è fatta di Storie, Padova 16 ottobre 2019

Eventi per il pubblico | *INDICE*



- **PARTE A.** | *Contesto e rassegna*
Eventi: perché, come e con quali obiettivi
- **PARTE B.** | *Who, Where, What (and How)*
Immaginare, progettare, comunicare
- **PARTE C.** | *Struttura dei contenuti*
Organizzare il racconto, scrivere
- **PARTE D.** | *Aspetti organizzativi*
Location, partner, contratti, service tecnico

PARTE A. | Contesto e rassegna| *che cosa fa “evento”*



- ✦ *Un luogo: teatro, scuola, laboratorio, sezione, pub*
- ✦ *Protagonisti: scienziati e/o altri esperti*
- ✦ *Pubblico: invitato, di passaggio, scuole*
- ✦ *Contenuto: dialogo con ev. contributi video e altro*

A| Eventi per il pubblico | *Chi lo chiede*



+ LA SOCIETÀ CIVILE

- Possibilità di incontrare i protagonisti,
- Entrare nei luoghi della ricerca
- Immergersi nelle immagini e nelle idee della fisica
- Capire (e non solo venire a conoscenza)

+ ISTITUZIONI E ALTRE “CULTURE”

- L'Europa chiede il coinvolgimento del territorio in progetti e conferenze
- Necessario dialogo tra scienza e altre culture (arte, letteratura, altro)

A| Eventi per il pubblico | Per chi e per cosa



+ CON IL PUBBLICO

- Raccontiamo chi siamo e che siamo bravi, ma il nostro obiettivo è catturare l'**INTERESSE** del pubblico, non essere autoreferenziali.

+ PER COINVOLGERE - PE

- vogliamo instaurare un **dialogo**, non “trasmettere” contenuti. Possiamo anche disinteressarci di colmare il gap di conoscenza (senza ignorarlo).
- *Questioni di linguaggio: equazioni, plot e schemi tecnici*
- *Esaustività e autoreferenzialità vs. rinuncia*
- *Per il pubblico non per i colleghi*

Un buon/cattivo esempio | Discutendo di extraterrestri [The Big Bang Theory]



<https://youtu.be/F5XZqaJfOig>

A| Eventi per il pubblico | Obiettivi



OBIETTIVI

- Generare consapevolezza e offrire strumenti per la partecipazione pubblica alla **COSTRUZIONE** della conoscenza e alle scelte in materia di ricerca.
- Lasciar trasparire con sobrietà la nostra eccellenza. Il **BRAND** (per noi l'INFN, la sua comunità le sue infrastrutture) è il contenitore non il contenuto.

A| Eventi | Strategia vs. opportunità



- L'Ufficio Comunicazione dell'INFN risponde a una **STRATEGIA CENTRALE**, che persegue obiettivi di *public engagement*, *branding*, *media impact*, rapporti con altri enti, istituzioni, aziende. La strategia è concordata con il presidente e la giunta.
- Le sezioni locali rispondono a una **STRATEGIA LOCALE** che risponde alle specificità della sezione, del territorio, delle iniziative culturali locali. La strategia è concordata con:
 - la CC3M e il direttore se gli eventi sono di impatto nazionale
 - il direttore se gli eventi sono di impatto locale.

+ **OBIETTIVI, STRUMENTI e BUDGET**
Sono necessariamente diversi

A| Eventi Locali | Rassegna



- Open Day
- Notte dei Ricercatori
- Aperitivi scientifici
- Laboratori ludico-scientifici nelle scuole primarie e secondarie
- Presentazioni pubbliche con “contenitore” (Pint of Science, Festival della scienza, FameLab ...)
- Evento pubblico in occasione di conferenze scientifiche
- Festival organizzati dalla sezione

A| Eventi per il pubblico | Il potere del palco



- Valore partecipativo della comunicazione “**LIVE**” : incontrare e interagire con i protagonista
- Potere del teatro: “**TI RACCONTO**” : cornice di luci, musica, immagini e voci
- Terreno per sperimentare strumenti di comunicazione **INNOVATIVI**
- Occasione per legare l’immagine dell’ente a **TESTIMONIAL**

Conferenze spettacolo | Perché?



La **narrazione** è quanto di più vicino all'esperienza diretta del conoscere

L'**arte** come strumento di indagine consente di mettere in luce connessioni inusuali tra gli elementi della realtà

Arte e narrazione, insieme, possono essere un forte motore di percezione e comprensione delle idee



Rassegna Eventi | UC 2011 - 2019

ANNUNCI di
scoperte

CONFERENZE
SPETTACOLO su
fisica e cosmologia

DIALOGHI
INTERCULTURALI
(economia
letteratura, filosofia,
altre scienze)

EVENTI
COLLATERALI alle
mostre

2011	Numeri di visitatori:	
●	LO STRANO MONDO DI LHC (Milano)	600
●	PIÙ VELOCI DELLA LUCE? ALLA RICERCA DI CONFERME SUI NEUTRINI DEL GRAN SASSO (Roma)	-
●	QUANTI DI SALUTE. FISICA QUANTISTICA E MEDICINA: UNIVERSI PARALLELI (Roma)	-

●	2012	ESPLORATORI DELL'INVISIBILE (Catania)	700
●	IL TEMPO CAMBIA (Bologna)	200	
●	LO SHOW DELL'UNIVERSO (Napoli)	1000	
●	DAL BOSONE DI HIGGS AL PRINCIPIO ANTROPICO (Modena)	1000	

●	2013	L'ENERGIA DEL VUOTO (Bologna)	200
●	QUELLO CHE NON SO (Genova)	400	
●	IL SENTIMENTO DEL BOSONE (Carpi)	1200	

●	2014	QUELLO CHE NON SO (Pistoia)	800
●	INTORNO A MEET LHC (Genova)	500	
●	POLVERE DI STELLE (Sassuolo)	900	
●	LO SPETTACOLO DELLA SCIENZA (Bologna)	350	

●	2015	IL GUSTO UNIVERSO (Trento)	450
●	QUELLO CHE NON SO (Roma)	700	
●	TEMPO DELLA FISICA (Modena)	3000	
●	IL GUSTO UNIVERSO (Milano)	250	

●	2016	EINSTEIN AVEVA RAGIONE (Roma)	700
●	MACCHINE PER SCOPRIRE (Roma)	1.000	
●	RACCONTO COSMICO (Roma, Genova)	2.000	
●	L'UNIVERSO NON È PIÙ COME QUELLO DI UNA VOLTA (Civitanova Marche)	900	
●	L'UNIVERSO È SERVITO (L'Aquila)	150	
●	AGONISMO (Sassuolo)	1.000	

2019

Racconto Cosmico
(gennaio, marzo, aprile)

Di Arte e di Scienza
(febbraio)

Fisiche, femminile
plurale (aprile)

Spazio al tempo (aprile)

L'Universo in una
scatola (agosto,
ottobre)

●	2017	THE JACKAL & THE PRESIDENTS (Roma)	800
●	CONOSCERE L'UNIVERSO, ESPLORARE IL CORPO UMANO (Roma)	600	
●	UNIVERSO, TEMPO ZERO (Venezia)	600	
●	SPACE, TIME, GRAVITY (Genova)	1.100	

●	2018	RACCONTO COSMICO (Torino)	1.100
●	IL GUSTO DELL'UNIVERSO (Roma)	150	
●	DI ARTE E DI SCIENZA (Napoli)	900	
●	LIGHTS & WAVES Rhapsody (Roma)	800	
●	DIVAGAZIONI COSMICHE (Roma)	700	



INFN

B| Who, Where, What (and How) | Immaginare e progettare l'evento



Tre scelte da fare prima di definire i contenuti:

TARGET, CONTESTO, CONTENUTO



B| Who | Target



- **Età** anagrafica/scolare/culturale
- **Tipologia** +o- esperto/generico/politici/industriali/colleghi/altre culture
- **Consistenza** con quante persone sto parlando?
- **Omogeneità** un insieme/una somma di insiemi/un gruppo disomogeneo
- **Interesse di partenza** pubblico spontaneo, invitato, forzato (studenti portati dall'insegnante)

B| Where | Contesto



- Festival
 - Mi allineo a un tema e a uno stile
- Conferenza scientifica
 - Obiettivo definito: tema della conferenza
- Open day
 - Detto io le regole. Mi racconto come voglio
- Evento Contenitore
 - Famelab, Pint of science, Notte della Ricerca: dialogo con altre discipline

B| What | Contenuto



- Racconto la mia storia - la costruisco io
 - Seminario a tema – ne ho la padronanza
 - Spiego una scoperta - ne sono testimone
 - Presento un'infrastruttura - è casa mia
 - Dialogo sul senso della ricerca - il mio mestiere
- **PERSONALIZZO**: sono **protagonista** del racconto

B| How| Un intreccio di linguaggi possibili



- **PAROLE** Danno sostanza alla trama del racconto.
Coinvolgono emotivamente. Creano partecipazione e immedesimazione
- **LETTURE** Favoriscono suggestioni e intuizioni.
Calvino, Borges, Buzzati, Queneau...
- **VIDEO E ANIMAZIONI** Contribuiscono alla rappresentazione delle idee
- **ARTISTI** Traducono le idee in suoni e immagini.
Musica, recitazione, giocoleria, illustrazione
- **MUSICA** Sospende, dà ritmo, contribuisce a definire lo stile.
Jazz, pop, classica, musicale/vocale
- **COLLEGAMENTI ESTERNI** Avvicinano attività e luoghi spesso considerati estranei o inaccessibili
Laboratori INFN/ altri

B| How ... much | Budget



■ ALTO

- ✓ do spazio al **TEATRO** (luogo, audio, luci, proiezioni, regia, registrazione, artisti e conduttore noto). 10-30 keuro

■ MEDIO

- ✓ rinuncio ad artisti e conduttore famoso, alla regia. Per la registrazione (chiedo aiuto al CNAF), non rinuncio al **LUOGO**, all'audio, alle luci e alle proiezioni. Coinvolgo fisici noti al pubblico. 5-10 keuro

■ BASSO

- ✓ rinuncio al resto ma non alla **STORIA** e mai a un buon impianto audio. 0-1 keuro

B| Organizzare| Il quadro di riferimento



- **M**ESSAGGIO. Che cosa comunico
→ *scoperte, esperimenti e obiettivi, idee, persone, programmi di ricerca e strategie*
- **O**BIETTIVO. Che cosa voglio che resti
→ *curiosità, divertimento, conoscenze, consapevolezza, interesse*
- **P**UBBLICO. A chi mi rivolgo
→ *età, livello di interesse/konoscenze, ruolo*
- **S**TILE. L'immagine e la forma
→ *titolo e sottotitolo, locandina, i contenitori della comunicazione*
- **C**OMUNICAZIONE. Devo farlo sapere
→ *promozione, dialogo con il pubblico in sala o in remoto, valorizzazione*

M. O. P. S.

condizionano i contenuti

C *non si deve perdere per strada*

B | Il quadro di riferimento | Esempi



■ MESSAGGIO (TEMA)

- ✧ Il valore culturale della ricerca scientifica
- ✧ La scoperta delle onde gravitazionali
- ✧ L'impatto socio-economico della ricerca di base
- ✧ l'INFN: una comunità che ha fatto dell'eccellenza la sua missione
- ✧ La fisica dell'Universo
- ✧ La materia oscura, l'ultima frontiera
- ✧ Il rapporto tra arte e scienza

■ OBIETTIVO .

- ✧ Elevare il livello di conoscenza scientifica del pubblico
- ✧ Dare al pubblico strumenti utili a prendere parte alle decisioni in materia di ricerca
- ✧ Abbattere la credibilità delle *fakenew*
- ✧ Generare interesse e curiosità per la scienza divertendo

■ PUBBLICO.

- ✧ Generico
- ✧ Ragazzi/Bambini
- ✧ Decisori politici/ economici
- ✧ Altri scienziati

■ STILE.

- ✧ Sobrio → Elegante
- ✧ Divertente → Ironico
- ✧ Evocativo → Teatrale
- ✧ Didascalico → Narrativo

B | Precisare il contenitore | luoghi/persona



- ✦ CORNICE ORGANIZZATIVA E DI CONTENUTO
- ✦ IL LUOGO: DOVE SI VA IN SCENA
- ✦ CAPIENZA: CONSISTENZA DEL TARGET
- ✦ PARTNER COINVOLTI: QUANTE E QUALI VOCI PREVEDO

B|Circoscrivere il tema| scegliere un titolo



- ✦ EVOCA con immagini, ironia, idee, citazioni letterarie, giochi di parole
- ✦ RACCONTA il contenuto dell'evento
- ✦ INVITA il pubblico
- ✦ DEFINISCE lo stile

IL SOTTOTITOLO (sempre utile quando possibile)
esplicita il contenuto e contribuisce a definire lo stile

Spazio al tempo |

Tutto quello che non avete mai osato chiedere sull'universo

Tre classiche domande sull'universo:

Presente. Dove siamo?

Passato. Come ci siamo arrivati?

Futuro. Dove andremo?



STAGIONI DELLE ARTI

Musica per Roma
FONDAZIONE

AUDITORIUM PARCO DELLA MUSICA

PROGRAMMAZIONE PRODUZIONI SCOPRI L'AUDITORIUM LA FONDAZIONE ORGANIZZA DA NOI SANTA CECILIA

CONFERENZA SPETTACOLO

SPAZIO AL TEMPO

TUTTO QUELLO CHE NON AVETE MAI OSATO
CHIEDERE SULL'UNIVERSO

VEN 12 APR | O 21:00 | SALA SINOPOLI

B|Il titolo | Un esempio



SPAZIO AL TEMPO

Tutto quello che non avete mai osato chiedere sull'Universo

- ✦ EVOCA l'”ingresso” del tempo (un'immagine)
- ✦ RACCONTA il Big Bang, l'evoluzione dell'Universo
- ✦ INVITA un pubblico generico giovane e adulto (non bambini se non particolarmente curiosi), interessato a questioni fondamentali
- ✦ DEFINISCE uno stile informale e colloquiale

B | Svolgere il tema | Struttura dei contenuti



- **STORIA** Messaggio + Obiettivo
 - ✓ *lasciare al pubblico una storia aumenta la probabilità di essere ricordati e compresi*
- **ATTORI** I protagonisti
 - ✓ *sceglierli se possibile, intervistarli in ogni caso, concordare argomenti e tempi*
- **NARRAZIONE** Come la racconto (nel rispetto degli obiettivi)
 - ✓ *intrattenimento, collegamenti con laboratori o persone, letture, animazioni e video*
- **MODERAZIONE** Il guardiano dei tempi, del ritmo e dello stile
 - ✓ *noto o meno noto, se c'è che sia un professionista*
- **EQUILIBRI** Di forza, di genere e di appeal/notorietà
 - ✓ *valutare ruoli, prevedere quando possibile l'equilibrio di genere*
- **REGIA** Il ritmo e i tempi
 - ✓ *tempi, domande (e hints di risposta), contributi video (con audio o di copertura), lo stile*

B|Comunicazione visiva| L'immagine



CONTENUTO

Immagine/i
Titolo
Persone
Informazioni utili
No autoreferenzialità

STILE

Immagine, titolo, caratteri,
contenuti artistici,
rappresentazioni della fisica

B|Comunicazione visiva | La locandina



- Elementi per la locandina
- Sigle evento (inizio, ingresso pubblico, colophon)
- Immagini “tappo”
- Immagini “scenografia”
- Video di lancio?
- Inviti mail o cartoline

B|Abstract| L'evento in poche righe



CONFERENZA-SPETTACOLO

RACCONTO COSMICO. *SPAZIO, MATERIA E GRAVITÀ NELL'EVOLUZIONE DELL'UNIVERSO*

UN EVENTO A CURA DELL'ISTITUTO NAZIONALE DI FISICA NUCLEARE

(**STILE** →) Parole, musica e immagini per un viaggio nei più affascinanti misteri della fisica contemporanea. È il “Racconto Cosmico”, un’occasione per ripercorrere (**SOGGETTO** →) l’intera evoluzione dell’universo, grazie al dialogo tra (**PROTAGONISTI** →) tre scienziati d’eccellenza: Fernando Ferroni e Antonio Masiero, rispettivamente presidente e vicepresidente dell’Istituto Nazionale di Fisica Nucleare, e Viviana Fafone, ricercatrice della collaborazione internazionale VIRGO, protagonista delle più recenti (**CONTENUTO** →) rivelazioni di onde gravitazionali da buchi neri o stelle di neutrini. (**PERSONAGGIO** →) Guidati dal brio e dalla curiosità di Neri Marcorè, il racconto dei protagonisti ripercorre la storia del cosmo, (**ARTISTI** →) alternandosi alla voce narrante dell’attrice Maria Giulia Scarcella, alle animazioni disegnate dal vignettista Luca Ralli, e al piano jazz di Umberto Petrin. (**CONTENUTO** →) Il viaggio si snoda attraverso i concetti e i misteri più affascinanti sulla natura del cosmo: dalla materia oscura alle altissime energie delle particelle accelerate nei grandi acceleratori, dai neutrini ai buchi neri, dalla relatività di Einstein alle onde gravitazionali, fino alla straordinaria finestra aperta sull’universo dalla loro recente scoperta.

(1100 battute)

B|Abstract| L'evento in poche righe



CONFERENZA-SPETTACOLO

LIGHTS AND WAVES RHAPSODY. RACCONTO IN MUSICA A TRE VOCI

UN EVENTO A CURA DELL'ISTITUTO NAZIONALE DI FISICA NUCLEARE, DELL'AGENZIA SPAZIALE ITALIANA, CON IL CONTRIBUTO DELL'ISTITUTO NAZIONALE DI ASTROFISICA

(**SOGGETTO** →) Il racconto è quello della più straordinaria scoperta in fisica degli ultimi 100 anni: la prima rivelazione di onde gravitazionali emesse dalla fusione di stelle di neutroni, avvenuta in perfetta sinergia tra strumenti molto diversi tra loro. Una scoperta che ha cambiato l'immagine del nostro universo. (**STILE** →) In un'alternanza non casuale di parole e musica, la narrazione in due atti è affidata ai protagonisti della scoperta: (**PROTAGONISTI** →) fisici d'eccezione che grazie a strumenti, tecnologie e conoscenze diverse, hanno ricomposto l'immagine (**CONTENUTO** →) di un evento cosmico straordinario, descrivendone nel dettaglio le caratteristiche e aprendo la nuova era dell'astronomia multimessaggera. (**ARTISTI** →) Il contributo musicale alla narrazione partecipa alla coralità del messaggio. Alternandosi alla voce degli scienziati, la musica del trio jazz e dell'Orchestra Aperta, restituisce l'immagine del contributo specifico e al tempo stesso sinergico di tre modi di indagare l'universo: (**CONTENUTO** →) quello della fisica fondamentale, con i rivelatori per onde gravitazionali, quello dell'astrofisica, con i rivelatori di segnali elettromagnetici da sorgenti cosmiche, e quello degli strumenti in orbita nello spazio. (**1100 battute**)

B | Progettare la Comunicazione



■ Prima: **INFORMARE E PROMUOVERE**

- ❖ Post e promozione Facebook
- ❖ Affissioni, inserzioni su riviste e mensili/settimanali di spettacoli
- ❖ Articoli sulla stampa locale
- ❖ Inviti istituzionali e media

■ Durante: **COINVOLGERE**

- ❖ Domande in sala
- ❖ Diretta Facebook. Streaming
- ❖ Post Fb e Twitter
- ❖ Strumenti per il coinvolgimento e la valutazione del gradimento

■ Dopo: **VALORIZZARE**

- ❖ News a conclusione (affluenza, commenti, altro)
- ❖ Interviste
- ❖ Registrazione e pubblicazione dell'evento su Youtube/altro

GAZZETTA DI REGGIO

Nei EVENT

Reggio Emilia Correggio Guastalla Scandiano Montecchio Emilia

Reggio » Tempo-Libero

Dai buchi neri ai neutrini Neri Marcorè porta in scena il "Racconto Cosmico"



B | Promuovere | La pubblicità ... gratuita



- ❖ NON esiste
- ❖ Se esiste è concessa gratuitamente dal comune
- ❖ Oppure è uno spazio già precedentemente acquistato da un ente partner: opzione da indagare sempre

MA ESISTE IL NOSTRO SPAZIO PUBBLICO

- ✓ Sito
- ✓ Social
- ✓ Università

B | Promuovere | Mailing list

- ✓ Immaginate i pubblici che volete raggiungere per fargli sapere del vostro evento (es: ragazzi, istituzioni, università)
- ✓ Preparate messaggi “mirati”, adattati al pubblico e leggeri (pochi mega)
- ✓ Identificate degli *hub* a cui chiedere di diffondere l’informazione e assicuratevi che lo facciano

QUANDO?

Almeno **2** invii: **Lancio e rinforzo**
15 giorni prima e 1 settimana prima

The logo for INFN (Istituto Nazionale di Fisica Nucleare) is displayed in blue text with a stylized blue arc above it.

B | Promuovere | Ufficio Stampa



Valutare il contesto dell'evento: nazionale/locale/regionale

- ❖ **NAZIONALE**: informare U. Com INFN + U. Stampa altri partner (università): notizia o nota stampa condivisa + social INFN + sito/i locale/i + social locali
- ❖ **LOCALE**: notizia per il sito locale insieme ad altri partner (università), se presenti + social locali

SEMPRE: preparare un breve testo con Titolo, data, luogo, costo biglietto. Max 10 righe di spiegazione evento se possibile + immagine attinente da inviare ai partner coinvolti e uffici stampa almeno 1 settimana prima

B | Promuovere | Canali Social



Definire una **PROGRAMMAZIONE**

1. #Hashtag
2. Canali
3. Tempi
4. Budget
5. Opportunità [*partner, vip, pubblico*]

PARTE C. | Organizzare i contenuti



- **SCRIPT**
 - La struttura della storia
- **DIALOGO**
 - Domande/risposte/monologhi
- **CONTRIBUTI VIDEO**
 - Contributi video con audio
 - Collegamenti esterni
- **NARRAZIONE VISIVA**
 - Immagini e contributi video senza audio
 - Performance artistiche
- **NARRAZIONE SONORA**
 - Reading
 - Musica

C | Scrivere



■ SCRIPT

- Scrivo la mia storia:
 - ❖ Sequenza dei contenuti (anche per titoli)
 - ❖ Divido in atti (3?)
 - ❖ Scrivo un gli abstract di ogni parte (schema di sequenza)

■ DIALOGO

- Introduco le domande (se possibile immagino il linguaggio di chi modera)
 - ❖ Tempo 75' → 25' per atto → 8 -10 domande (2'-3' per risposta)
 - ❖ Distribuisco in base al numero degli speaker
- Cenni di risposta tenendo conto della sequenza logica (non anticipo e non mi ripeto) (parole chiave)
- Piccoli monologhi come contributi didascalici, di “riordino dei contenuti” (max 4').

■ ELEMENTI NARRATIVI

- Contributi video, animazioni, collegamenti: supportano e rafforzano la sequenza logica (3').
- Contributi artistici - letture, musica, performance: sono sospensioni (5'- 8'). Separano gli atti.

C | Scaletta | I tempi e la storia



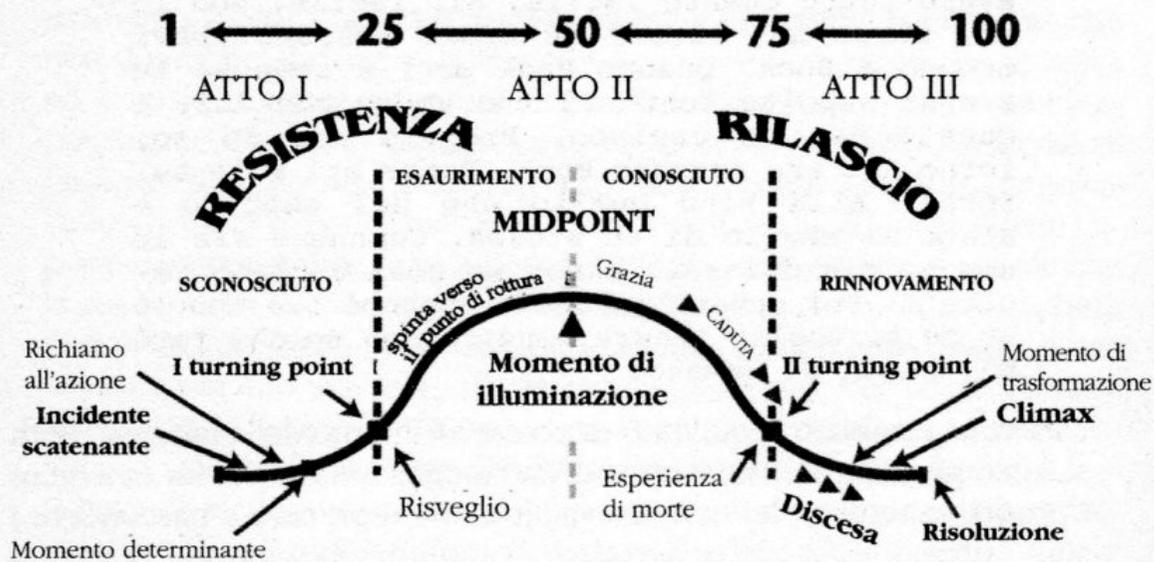
- L'evento segue uno **SCHEMA NARRATIVO** elementare (4 momenti → 3 intervalli)
 - Situazione iniziale
 - Crisi-confitto
 - Evoluzione (il viaggio dell'eroe)
 - Soluzione della crisi
- La storia emerge dal **DIALOGO TRA LINGUAGGI**:
 - Dialoghi
 - Immagini (+ video)
 - Testi (letture)
 - Performance artistiche
- Le necessarie **IMPROVVISAZIONI** poggiano su uno schema definito

C | La storia | Perché tre atti? (in libertà)

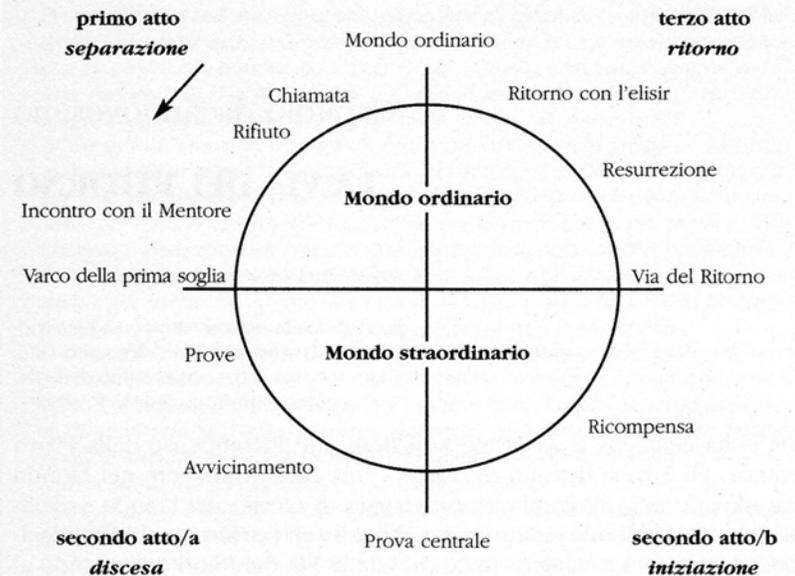


Scegliamo la classica **struttura narrativa**

ARCO DI TRASFORMAZIONE



Il viaggio dell'Eroe



C | Un esempio | Racconto Cosmico

Spazio, Materia e Gravità nell'evoluzione dell'universo



- Dialoghi
- Animazioni
- Letture
- Musica



2016: Roma, Genova
2018: Torino, Bergamo
2019: Correggio (RE),
Boretto (RE), Baveno (CO)

C | Racconto Cosmico | Lo Storyboard

ATTO 1: SPAZIO *Situazione iniziale*

- Scoperta del Bosone di Higgs
- Universo “visibile”/il Modello Standard
- Osservazioni astronomiche/LHC

ATTO 2: MATERIA *Crisi*

- Esistenza della Materia Oscura
- Universo “oscuro” fatto soprattutto di qualcosa la cui natura è sconosciuta
- Laboratori sotterranei/Telescopi/Satelliti/LHC

ATTO 3: GRAVITÀ *Risoluzione della crisi*

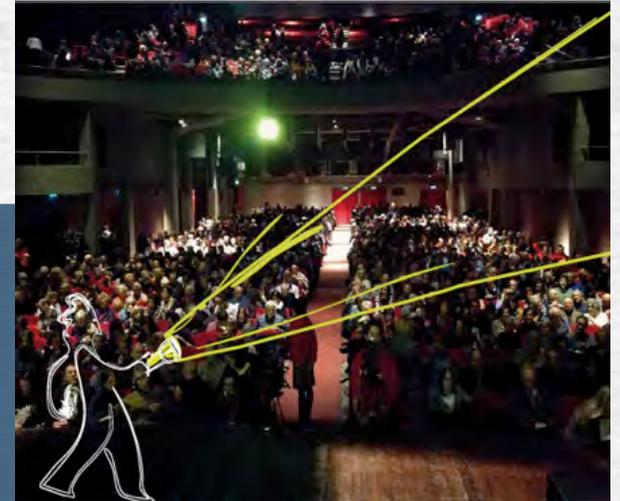
- Onde gravitazionali
- Universo “vivo”
- Astronomia multimessenger

CARTOON

- **SPAZIO**: LHC come macchina del tempo per risalire al Big Bang.
- **MATERIA**: dal Big Bang alla scomparsa dell'antimateria. Evidenze di una parte oscura del cosmo: materia ed energia oscura.
- **GRAVITÀ**: una nuova descrizione dell'universo. lo spaziotempo. Buchi neri e onde gravitazionali.

LETTURE

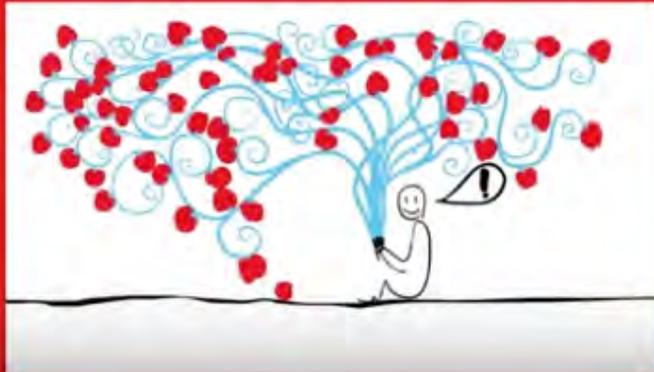
- Borges: “l'Aleph” universo complesso e multiforme
- Buzzati: “I sette messaggeri” il senso dell'esplorazione



C | Racconto Cosmico | il trailer



Racconto cosmico
Spazio, materia e gravità
nell'evoluzione dell'universo
spettacolo conferenza ideato da
Istituto Nazionale di Fisica Nucleare,
Ufficio Comunicazione



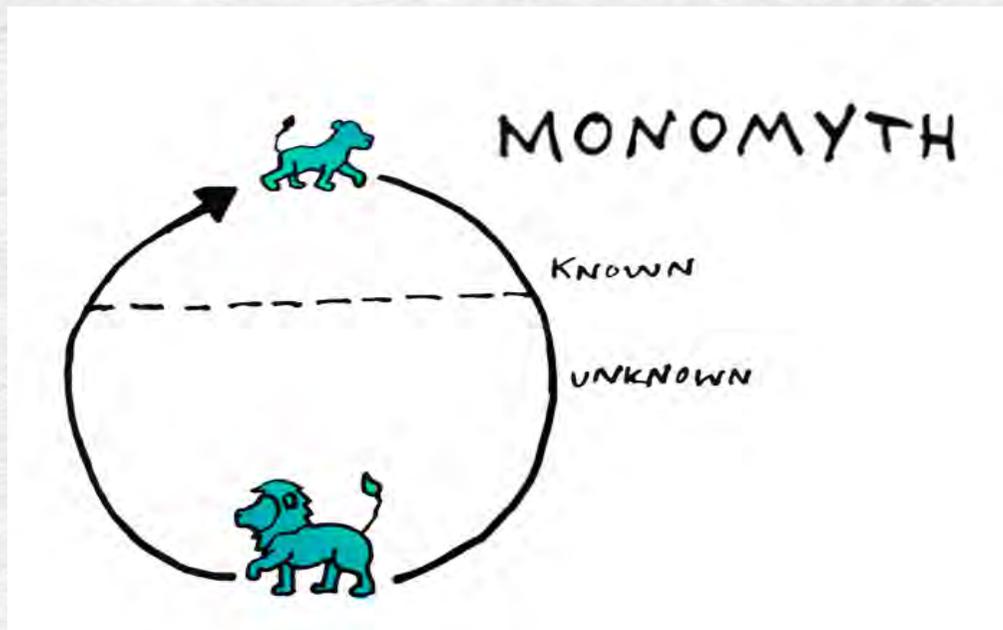
<https://youtu.be/kHcCc3k9KK0>

C | Scaletta | *Dettiamo i tempi*

- Durata complessiva (90 min)
- Divisione in “Atti” (25’)
- Il tempo delle risposte (2-3’)
- Il tempo dei video (3’)
- Il tempo del moderatore (intro/conclusione/domande) (10’-15’)
- Il tempo degli artisti (musica/letture/performance) (5’-8’)
- Il tempo della regia (se sono previste riprese live)
- Equilibrio tra i dialoganti
- Equilibrio dialogo/altri contributi
- Scaletta: check dei tempi ogni 10-15’



C | Schemi narrativi | Qualche esempio



È la più classica struttura narrativa.

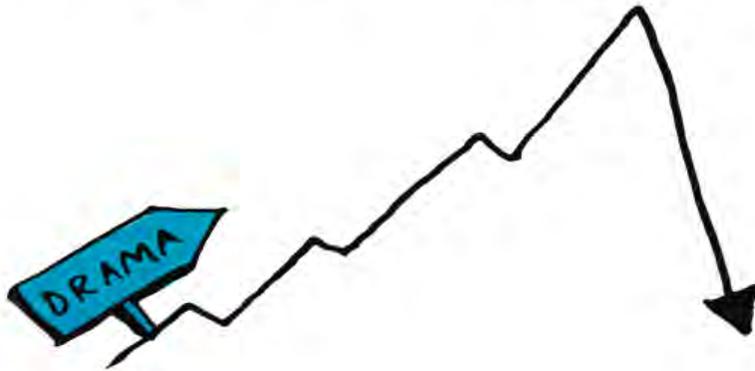
Prevede:

- Uno scenario iniziale e uno scenario finale modificato
- Un viaggio “eroico” con superamento di ostacoli
- L’acquisizione di nuova conoscenza

Utile per:

- Raccontare un viaggio, un’avventura
- Evidenziare gli aspetti positivi dell’esplorare
- Descrivere le fasi di un cambiamento di scenario

THE MOUNTAIN



Utile per:

- Raccontare come si sono affrontate alcune sfide
- Far crescere progressivamente la tensione
- Concludere il racconto in modo soddisfacente

Esempi:

- L'evoluzione di una scoperta passata/ L'instaurarsi di un'idea, di un paradigma condiviso
- Un'avventura di ricerca in corso, un'attesa di scoperta
- Una progressione positiva: dai costi della ricerca alle ricadute sul bene pubblico

NESTED LOOPS



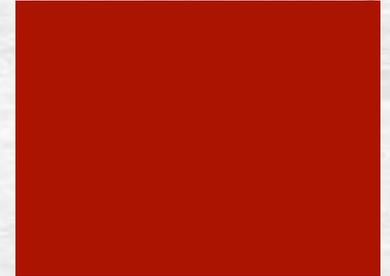
Esempi:

- Il tipico racconto retto da testimonianze
- La dimostrazione graduale della sostenibilità di un'idea
- Il racconto dal punto di vista del protagonista

Utile per:

- Spiegare le motivazioni/il processo che porta a una certa idea
- Usare analogie per spiegare un'idea centrale
- Mostrare come si è venuti a conoscenza di qualcosa

SPARKLINES



Utile per:

- Tenere viva l'attenzione del pubblico
- Generare attesa e tensione
- Dare ritmo senza perdere il filo di una sequenza

Esempi:

- Viaggi nel tempo: possibilità vs. impossibilità
- Che cos'è la materia oscura: Ipotesi ed evidenze vs. esperimenti/Noto vs ignoto
- Storia di LHC: dalle strategie/aspettative iniziali ai cambi di percorso (sequenza temporale rigida).

IN MEDIAS RES



Esempi:

- LHC è il luogo più freddo dell'universo
- Einstein è l'inconsapevole inventore del GPS
- L'onda gravitazionale del 2015 è stata emessa a una distanza di oltre un miliardo di anni luce

Utile quando il racconto ha uno sviluppo ben definito per:

- Catturare l'attenzione dal primo istante
- Tenere il pubblico sospeso in attesa di una spiegazione
- Focalizzare l'attenzione su un momento cruciale della tua storia

Un OTTIMO ESEMPIO: <https://youtu.be/e8pTSqeJluQ>

FALSE START



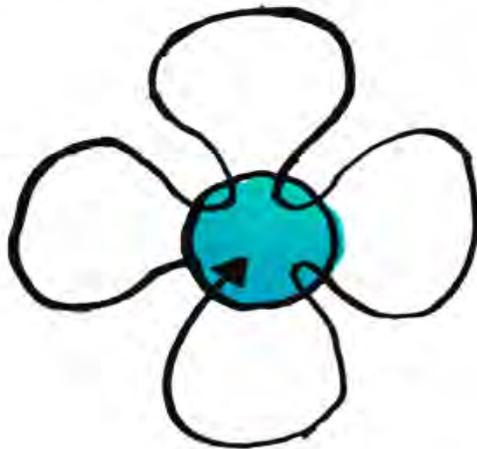
Utile per:

- Demolire aspettative e preconcetti
- Mostrare i vantaggi di un approccio flessibile
- Catturare l'attenzione del pubblico

Esempi - partiamo con la negazione della tesi o da una tesi "forte":

- Sappiamo con certezza che da qualche parte esistono gli alieni
- Non siamo mai stati sulla Luna
- L'universo è destinato a una lenta morte fredda

PETAL STRUCTURE



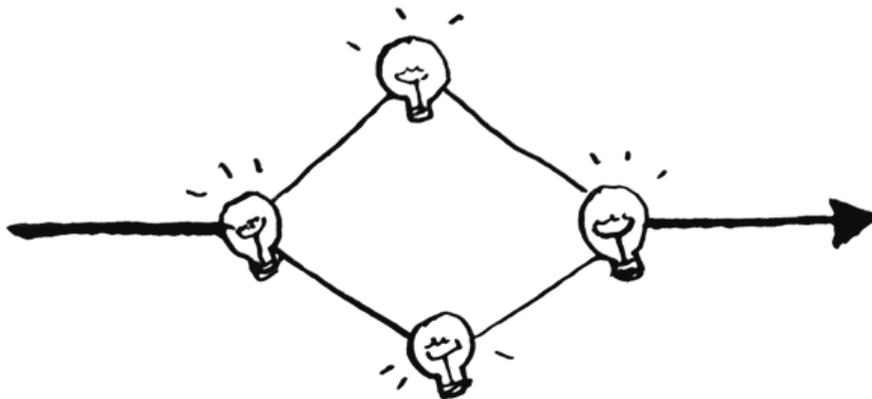
Utile per:

- Descrivere le connessioni tra i fili di una storia o di un processo
- Mostrare come diversi scenari si ricollegano a un'unica idea
- Consentire a più oratori di dialogare intorno a un tema guida

Esempi:

- Innovazione e ricerca: fisica e medicina/beni culturali/calcolo/materiali
- Astronomia contemporanea: diversi approcci per indagare l'universo. GW/neutrini/gamma/ottico
- Universo oscuro: dialogo tra esponenti di INFN, ASI e INAF

CONVERGING IDEAS



Esempi:

- Nascita della fisica moderna e suoi protagonisti
- Nascita della fisica delle particelle: raggi cosmici vs. fisica del nucleo.
- I successi di LHC. CERN, INFN, Europa, Aziende

Utile per:

- Mostrare che lo sviluppo di un'idea non è opera di una sola mente geniale
- Descrivere in dettaglio lo sviluppo di un momento della storia
- Mostrare come si sono formate relazioni strette tra soggetti o istituzioni

PARTE D. | Organizzare



- ✓ Proposta dell'evento nell'ambito di un'iniziativa/festival
- ✓ Scelta della location e contratto (scambio costi/profitti)
- ✓ Direzione tecnica e service tecnico (palco, audio, luci, proiezioni, regia ...)
- ✓ Testi di presentazione e comunicazione su cataloghi e programmi (foto e bio)
- ✓ Grafica: Locandina, affissioni, inserzioni, programma di sala
- ✓ Comunicazione media, social, promozionale
- ✓ Scelta e interviste ai protagonisti, moderatore, artisti: condivisione scaletta
- ✓ Contratto agli artisti + spese viaggio, vitto alloggio, piccole spese (transfer)
- ✓ Accordi con le amministrazioni locali (e USR per coinvolgimento scuole)
- ✓ Prenotazioni/biglietteria. Inviti interni, gratuità, riservati
- ✓ Biglietti a pagamento SI/NO
- ✓ Accordi di *Sponsorship*

D. | Logistica | La location



- Scelta del luogo (interno/esterno/piazza/festival)
- Contratto d'uso (produzione esterna/interna, co-produzione)
- Valutazione servizi (guardiania, biglietteria, sicurezza)
- Valutazione capienza vs. pubblico atteso
- Scheda tecnica
- Service e direzione tecnica

D. | Comunicazione | *Programma evento*



- Testo di presentazione
- Comunicato stampa, news
- Testi per post e evento facebook
- Comunicazione su cataloghi e programmi
 - ✓ Biografie protagonisti
 - ✓ Autorizzazioni foto artisti
- Testi per inserzioni
- Programma di sala
- Inviti

D. | Ingaggi | *Contratti con gli artisti*



- Artisti e moderatore:
 - ✓ Contratto
 - ✓ Contributi artistici ex-Enpals (agibilità). Il ruolo dell'AGENZIA
 - ✓ Spese viaggio, vitto alloggio, piccole spese (transfer)
 - ✓ Se giornalista contrattualmente legato a una testata: collaborazione.
 - ✓ Diritti video (in caso di pubblicazione della registrazione)

- Fisici e altri esperti
 - ✓ Ospitalità
 - ✓ Missioni
 - ✓ Nessun compenso (salvo rarissime eccezioni)

D. | Il moderatore | *un professionista ... e solo se serve davvero*



- Segue la scaletta. Evita anticipazioni o ripetizioni
- Improvvisa stando nei tempi
- E' dalla parte del pubblico
- Definisce lo stile
- Dà il ritmo

D. | **Contenuto** | *Scaletta*

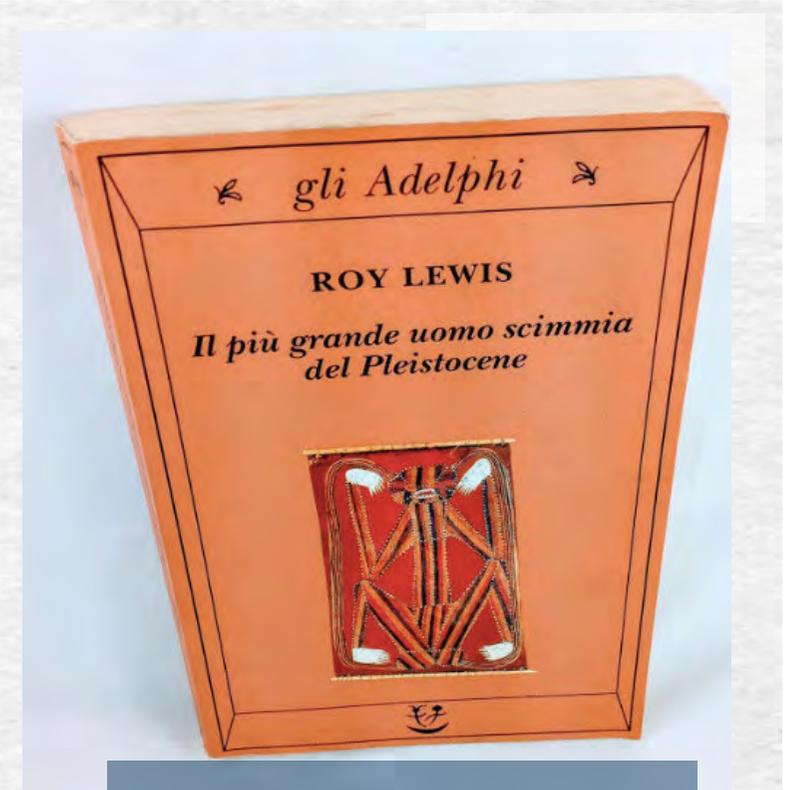


- ✓ Interviste ai protagonisti e definizione domande (e risposte)
- ✓ Scelta/preparazione dei contributi video (testi, immagini, montaggio, speakeraggio)
- ✓ Definizione contributi artistici (cosa e chi)
- ✓ Condivisione contenuti con gli artisti
- ✓ Scelta delle letture (se). Selezione degli estratti
- ✓ Bozza e condivisione scaletta. Affinamento.
- ✓ Scaletta video coperture (archivio immagini e video per la regia)
- ✓ Scaletta tecnica (per tecnico luci/video/fonico/regia): secca, senza dettaglio contenuti

D. | La scelta delle letture | Il caso di “Di Arte e di Scienza”

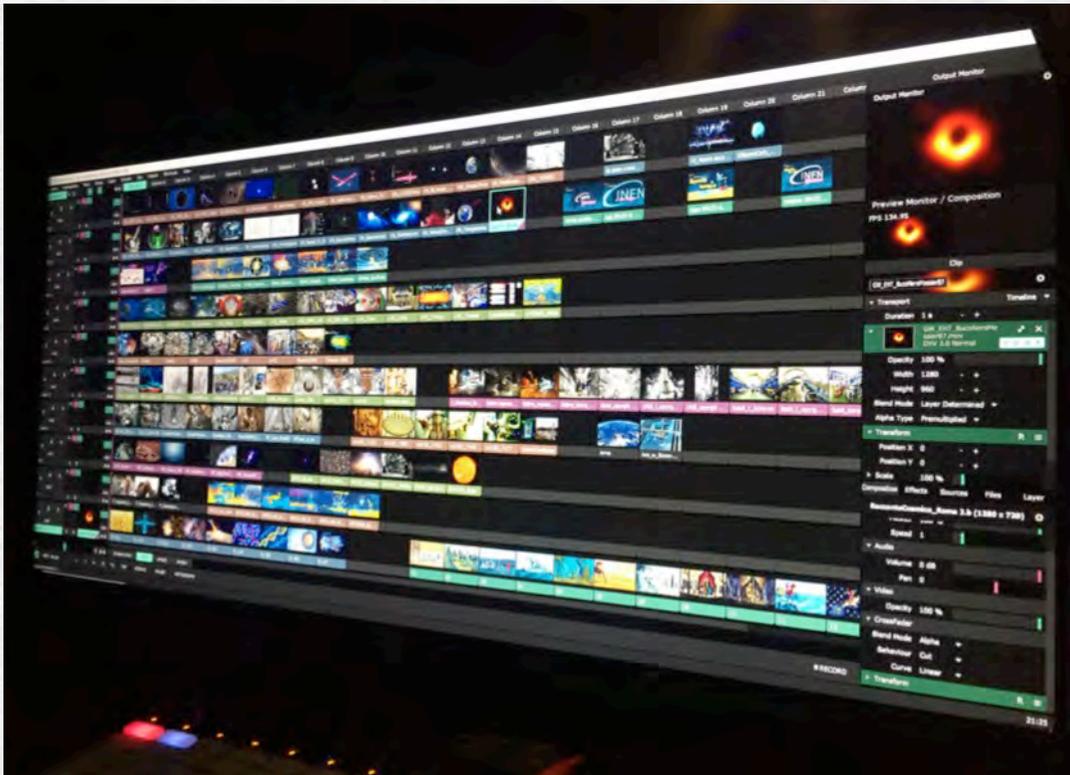


http://server11.infn.it/video/multimedia/arte-e-scienza-2018/Main_Page.html



- EVOLUZIONE.
- ARTE
- CULTURA

D. | Regia | Le coperture video



- Libreria di video coperture in scaletta (se possibile) o divisi per argomento, da lanciare all'occorrenza
- Montato di immagini, riprese video dei laboratori/ esperimenti, ricercatori al lavoro, facili schemi o grafiche di supporto
- Animazioni

D. | Service tecnico | tutto deve funzionare



➤ PALCO

- pedane, sedie/poltrone, leggio

➤ SCENA

- luci, audio, proiezioni, regia video, microfoni

➤ SERVIZI

- streaming, traduzione, registrazione

- Coordinamento **DIREZIONE TECNICA**: personale interno

C | Idee per la valutazione |

Adeguare l'impatto sul pubblico



	Apprezzamento	Conoscenze	Interesse	Immagine
Narrazione	Coinvolgimento	Comprensione del Linguaggio	Il percorso della ricerca	INFN
Contenuti	Racconto	Comprensione delle idee (pre/post)	Fisica/Scienze (pre/post)	Ricerca di base
Persone	Attori principali	Consapevolezza in fatto di politica della ricerca	Carriere scientifiche	Professione fisico

