
La Comunicazione Naturalistica

per operatori Naturalistici e T.A.M.

Michele Pregliasco

Inutile sapere le cose
senza saperle trasmettere

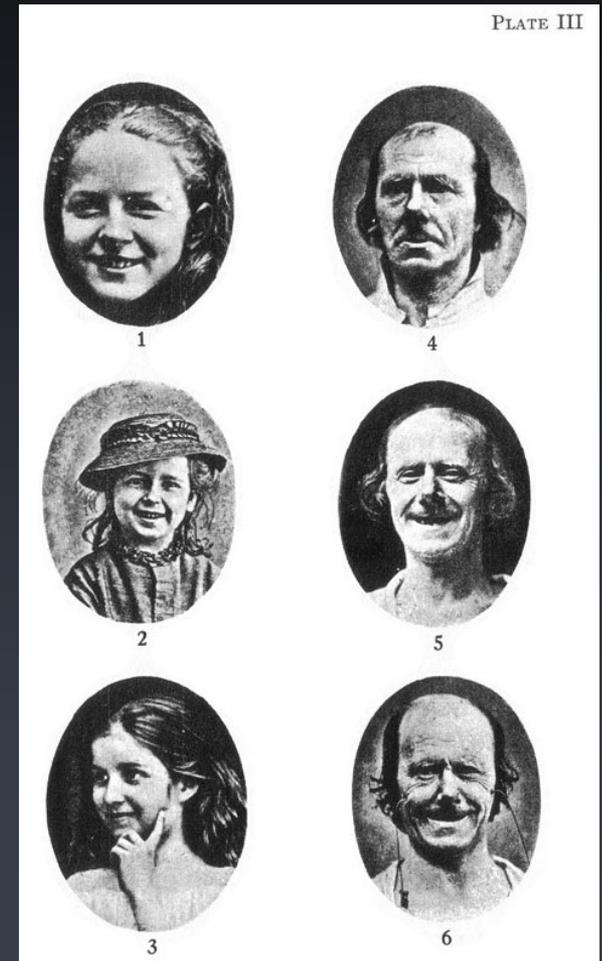
Capitolo I

I. Chi siamo ?

II. Fidarsi delle emozioni

III. Didattica verso divulgazione

IV. L'economia del discorso



Chi è il mio pubblico ?

Chi siamo ?

Perché lo fa?

- Per **divertirsi**
(dimensione ludica)
- Per **imparare** qualcosa di nuovo
(valore culturale)
- Per **difendere** l'ambiente
(valore culturale)



Chi siamo ?

Il mix per l' O.N.

- **(lo scienziato)**

“conosco già tutto”

Professore
Appassionato
Fotografo naturalista

- **(lo sportivo)**

“andiamo che è tardi”

Escursionista
Socio C.A.I.
Appassionato della
montagna

- **(sono qui per caso)**

*“Sono stanco, a che ora si
mangia” ?*

Gita fuori porta
Turista
Scolaresche



Chi siamo ?

Il mix per l'operatore T.A.M.

- (l'ambientalista)
“il mondo è una riserva integrale”
- (Il menefreghista)
“non mi interessa”
- (Il proprietario)
“mi arrecano danno”
- (Ambientalisti a parole)



Gestire le conflittualità

Chi siamo ?

Ad ogni età ?

- **Bambini**
- **Adolescenti**
- **Adulti**
- **Anziani**



Chi sono io ?

Chi siamo ?

Perché lo faccio ?



Chi siamo ?

In quale luogo svolgo l'attività ?

- Escursione
- Conferenza
- Media



Chi siamo ?

Cultura e comunicazione ?

Conoscenza
dell' argomento



Specialista

Cultura
Universitaria

Cultura di base

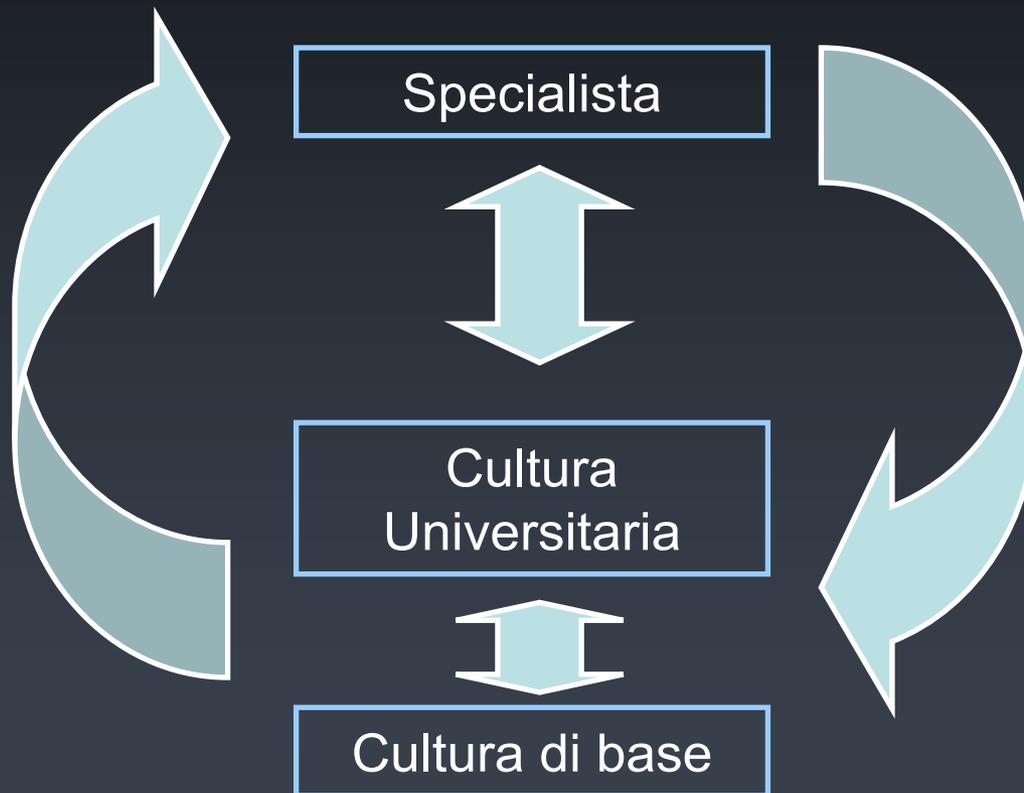
Comunicare e
Relazionarsi con il pubblico



Chi siamo ?

Comunicare è il nostro mestiere

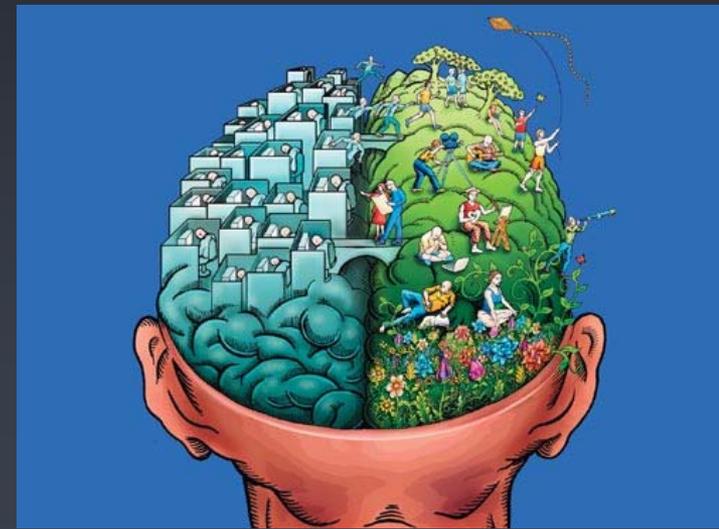
COMUNICARE



Come faccio a **comunicare** con il pubblico ?

Capitolo II

- I. Chi siamo ?
- II. **Fidarsi delle emozioni**
- III. Didattica verso divulgazione
- IV. L'economia del discorso



Fidarsi delle emozioni

Conquistare l'attenzione



La gente non ci ricorderà per quello che abbiamo detto o fatto, ma per come l'abbiamo fatta **emozionare**



Fidarsi delle emozioni

Usare la emozioni

- Coltivare la **curiosità** e l'**appagamento** della scoperta.
- **Paure, imbarazzo e aspettative.**
- Imparare **giocando, stimolare la competizione.**
- **Trasferire** le proprie emozioni positive.
- Creare il **clima** tra i partecipanti



Fidarsi delle emozioni

Coltivare la curiosità: i luoghi



- Sintesi valore estetico, ludico e scientifico .
- Fenomeni facilmente visibili
- Facilmente accessibili
- Toccare, annusare, assaggiare



Coltivare la curiosità: le immagini



- Usate immagini ben fatte
- Che illustrino chiaramente il fenomeno.
- Suscitare emozioni
- Attenzione alle immagini ambigue.



Fidarsi delle emozioni

Le immagini servono anche sul campo



Per comunicare valgono
più di 1000 parole





- **S**piega mostrando e non mostrare senza spiegare.
- **P**rima di parlare lasciare ammirare.
- **P**arlare poco e dire quanto basta
- **A**limentare/soddisfare la curiosità
- **A**ttenti a cosa fate e dite



Fidarsi delle emozioni

Creare il clima, giocare.



Abbiamo catturato l'attenzione del pubblico,
e ora ?

Capitolo III

- I. Chi siamo ?
- II. Fidarsi delle emozioni
- III. Didattica verso divulgazione
- IV. L'economia del discorso





La lezione cattedratica frontale

- Comunicazione **verticale**, no dialogo, incentrata sugli insegnamenti e non sugli studenti.
- Nozioni e linguaggio distanti dall'**esperienza** quotidiana
- **Motivazione**: dovere, sollecitazione del docente, voto, promozione, attestato, laurea.



La **didattica** è adatta al nostro pubblico ?

Didattica verso divulgazione

Didattica / divulgazione

Scopo della didattica è **insegnare** (colmare le lacune culturali).

Scopo della divulgazione è **incuriosire**.





Verso la divulgazione scientifica

1. Per dovere
2. Rigorosità
3. Insegnamenti
4. Nozioni

Didattica → **Divulgazione**

1. Ludica
2. Emozionalità
3. Audience
4. Narrazione





Verso la divulgazione scientifica

Lo studente si deve
interessare alla scienza

Lo studente impara
il linguaggio della scienza

Didattica → Divulgazione

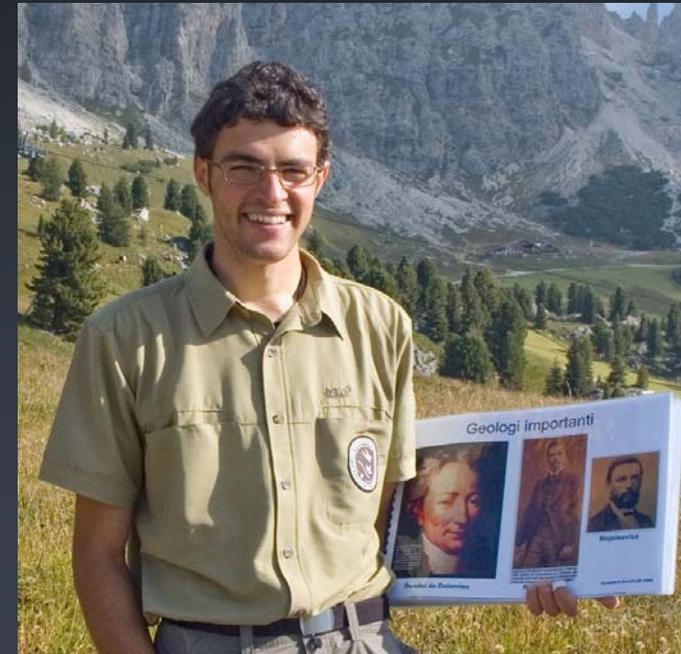
La scienza cerca di rendersi
interessante agli occhi del pubblico.

La scienza parla il linguaggio del
pubblico

La cassetta degli attrezzi di un buon divulgatore

Capitolo IV

- I. Chi siamo ?
- II. Fidarsi delle emozioni
- III. Didattica verso divulgazione
- IV. L'economia del discorso**



Narrare

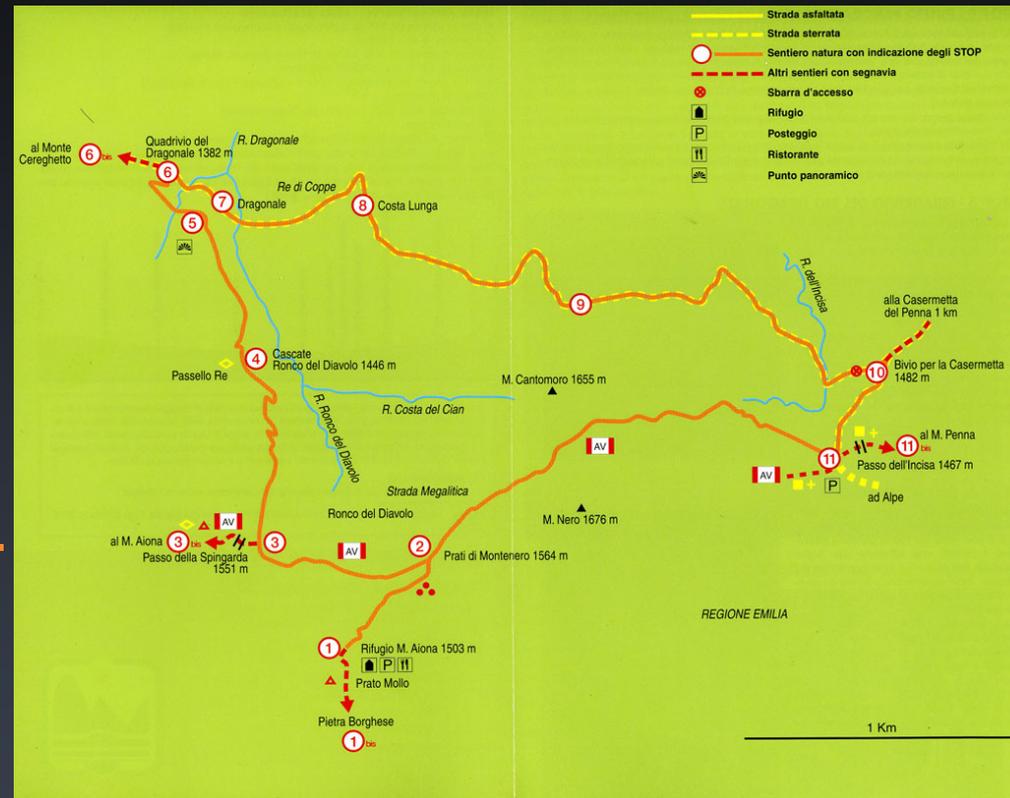
- **Narrazione di una storia**

- Personaggi,
- ambientazione,
- tempo,
- filo conduttore

- **Storie ma non Romanzi...**

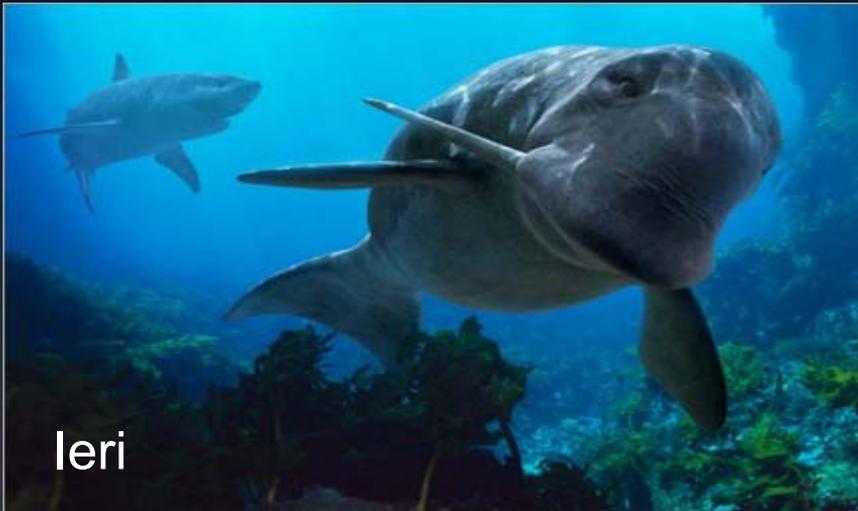
(aneddoti, storie brevi, curiosità, tagliare il superfluo).

- **Percorsi tematici:** (storie a puntate, itinerari tematici).



L' economia del discorso

L'Orazione classica



Ieri



Oggi

ESORDIO

NARRAZIONE

CONCLUSIONE

Il peso delle tre parti non è lo stesso

La piramide rovesciata



Prima colpire l'attenzione

+ Interessanti

ATTACCO E CUORE

Dettagli cruciali

Dettagli importanti

Meno importanti

Si puo' tagliare...

Si taglia...

- interessanti



L' economia del discorso

Il chiaro-scuro



Problema
Domanda
Dubbio

Soluzione
Risposta
Chiarimento

La comunicazione in breve



- **Narrazione di una storia**
 - Personaggi, ambientazione, tempo, filo conduttore
- **Spiegare e semplificare**
 - Ma lanciare una “piccola” sfida mentale
 - Piramide rovesciata (al cuore del problema)
 - Esempi e metafore (presi dal quotidiano)
- **Mostrare**
 - Spiega mostrando, e non mostrare senza spiegare.
 - Usare i sensi: osservare, toccare, annusare, assaggiare.
- **Tenere conto del tempo/spazio a disposizione**

} tenere alta
l'**attenzione**

Stili di comunicazione.



- **Narrazione di una storia**
 - Personaggi, ambientazione, tempo, filo conduttore
- **Interagire con il pubblico**
 - Stimolare le domande
 - Fare domande
 - Giochi, quiz
- **Interagire con l'ambiente**
 - Esperimenti
 - Toccare, annusare, assaggiare

Non improvvisare ,pensarci prima



- **Pubblico**
 - chi è ?
 - cosa sa già ?
 - cosa vuol sapere ?
- **Opportunità** dei temi trattati
 - valenza emotiva e interesse per il pubblico
 - importanza
 - comprensibilità
- **Curare l'economia del discorso**
 - elaborare una strategia
 - tagliare i dati superflui

Approfondimenti

Comunicare la scienza G.Carrada

www.digilands.it

Grazie per l'attenzione

FINE