

**GLI STRUMENTI PER FAR  
EMERGERE UN TESORO  
SOMMERSO:  
SPUNTI DI IDEE**

**EDUCAZIONE E  
COMUNICAZIONE  
AMBIENTALE**

Manuela D'Amen  
[manuela.damen@msn.com](mailto:manuela.damen@msn.com)



Parco del Mincio

## Finding the plot in science storytelling in hopes of enhancing science communication

Susana Martinez-Conde<sup>a,b,c,1</sup> and Stephen L. Macknik<sup>a,b,c</sup>

Like the proverbial tree falling in a forest with no one around to hear it, science discoveries cannot have an impact unless people learn about them. The act of communication is part and parcel of doing research. And in an era increasingly defined by open access, crowdfunding, and citizen science endeavors, there is a growing demand for researchers to communicate their findings not just within their field—via institutional seminars, conference presentations, and peer-reviewed publications—but to general audiences as well. One of our main endeavors as scientists then, must be to present discoveries about which the public will care.

example, a skeptical audience to accept the science of climate change.

Recent work indicates that storytelling and narrative can help communicate science to nonexperts (2), within the wider context of “framing” as an important feature of public outreach. Creative writing—and fictional storytelling—offer clues on how to improve our odds of science communication success. Pursuing such strategies can help tackle what continues to be a monumental science communications challenge.

As noted in a recent National Academy of Sciences (NAS) report on the state-of-the-art of science com-

RENDIAMO  
SOCIAL  
L'ESPERIENZA

# Digital Storytelling

Inventare un **#EVENTO** per raccogliere twitts o post di Instagram



**Lo storytelling** sarà basato in gran parte sui contenuti prodotti dai partecipanti stessi e diffuso sui diversi canali web del Parco e su you-tube

Possono essere introdotti contenuti didattici e links per aumentare la quantità di contenuti

**RENDIAMO  
SOCIAL  
L'ESPERIENZA**

# Digital Storytelling

**Comunicazione ambientale**

**Accesso più semplice a  
concetti astratti e complessi**

**Effetti di amplificazione**

**Carattere gratificante  
per i partecipanti: condivisione a  
loro volta**

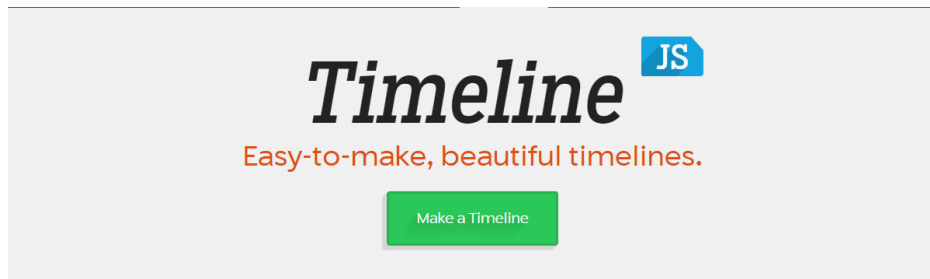
RENDIAMO  
SOCIAL  
L'ESPERIENZA

# Digital Storytelling



strumenti free sul web

<https://timeline.knightlab.com//>



Per raccogliere i contenuti di qualsiasi tema possa essere reso in ordine cronologico

***ES: la storia del Parco, di un progetto, di una serie di incontri***

RENDIAMO  
SOCIAL  
L'ESPERIENZA

# Digital Storytelling



strumenti free sul web

<https://storymap.knilab.com/>



Per raccogliere i contenuti di qualsiasi tema possa essere rappresentato su una mappa

***ES. emergenze naturalistiche del parco, una escursione con diverse tappe***

RENDIAMO  
SOCIAL  
L'ESPERIENZA

# Digital Storytelling

**strumenti free sul web**



Strumento «multimediale» per eccellenza:  
Youtube, Facebook, Twitter, Flickr, Instagram,  
Google e intervallare le caselle di testo con  
contenuti assolutamente vari

Es: ISTAT <https://storify.com/istat>



**USARE MEZZI DI  
COMUNICAZIONE  
DI SUCCESSO**

# La potenza delle immagini e dei video

4 Miliardi di video visti ogni giorno su  
YouTube, è diventato la PRIMA piattaforma  
video MONDIALE



YouTube



USARE MEZZI DI  
COMUNICAZIONE  
DI SUCCESSO

# La potenza delle immagini e dei video



**TED**  
Ed

<https://www.youtube.com/user/TEDEducation>

Insegnamento capovolto:  
le lezioni sono in rete e gli allievi le seguono a casa, poi in classe lavorano su quanto hanno appreso, con l'insegnante come tutor. Qui **a ogni video è associato un pacchetto didattico** con quiz

USARE MEZZI DI  
COMUNICAZIONE  
DI SUCCESSO

# La potenza delle immagini e dei video



<https://www.youtube.com/user/minutephysics>

i disegni animati in time lapse

**USARE MEZZI DI  
COMUNICAZIONE  
DI SUCCESSO**

# La potenza delle immagini e dei video



<https://www.youtube.com/user/inaftv>

**IL CANALE DELL'ISTITUTO ITALIANO DI  
ASTROFISICA**

*consiglio:*

*vedere i filmati più visti dell'argomento che interessa (filtro per numero di visualizzazioni) per capire lo stile che va per la maggiore*

**USARE MEZZI DI  
COMUNICAZIONE  
DI SUCCESSO**

# **I FESTIVAL sono strumenti che funzionano tantissimo**

***Bioblitz***

***La notte dei  
ricercatori***

***Invasioni  
digitali***

***Festival della  
scienza***

**LA SCIENZA  
INTERESSA  
MA A KMO**

# **Cerchiamo alleati tra le testate locali**

**Gli spunti dalla cronaca – soprattutto  
locale, sono importanti per farsi  
leggere**

**WHO**

**WHERE**

**WHEN**

**WHAT**

**WHY**

**LA SCIENZA  
INTERESSA  
MA A KMO**

## **Cerchiamo alleati tra le testate locali**

**Gli spunti dalla cronaca – soprattutto  
locale, sono importanti per farsi  
leggere**



**GLI EVENTI DI EDUCAZIONE AMBIENTALE  
POSSONO RISPONDERE ALLE 5W**

***ma aggiungendo i contenuti***

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Manuela D'Amen  
[manuela.damen@msn.com](mailto:manuela.damen@msn.com)



Parco del Mincio