

Raccontare SCI*C, la scuola in comunicazione della chimica del GI Diffusione della Cultura Chimica

RICETTA PER UNA COMUNICAZIONE SCI*C

A Rimini la prima scuola italiana in comunicazione della Chimica

Mescolate 27 allievi desiderosi di imparare a comunicare la scienza, aggiungete 5 comunicatori d'eccezione,^[i] metteteli in un'aula per 10 ore mantenendoli sospesi tra lezioni frontali, discussioni, esercitazioni e giochi di ruolo, catalizzate le loro reazioni con l'entusiasmo dei membri del consiglio direttivo del Gruppo Interdivisionale per la Diffusione della Cultura Chimica^[ii] (GI Cultura) della Società Chimica Italiana (SCI): otterrete una campionatura di divulgatori da inoculare in tutte le sezioni regionali della SCI per avviare la transizione verso un'era di empatia per la Chimica grazie alla comprensione della sua valenza centrale nella vita di tutti i giorni.

[Questa è SCI*C. la prima scuola SCI in comunicazione della chimica!](#) [1]



Questo è successo a Rimini il 24 e il 25 novembre 2019 con il supporto di *Royal Society of Chemistry sezione Italia*, delle Divisioni SCI di Didattica della Chimica e di Chimica Ambientale e dei Beni Culturali oltre che del Gruppo Senior e di lavoro "Etica della Chimica". Le Sezioni SCI di Basilicata, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte-Valle-d'Aosta, Puglia, Toscana, Trentino-Alto-Adige/Südtirol e Veneto hanno voluto sostenere la partecipazione di un loro Socio, consapevoli che avrebbero innescato una reazione a catena capace di far permeare nei rispettivi territori nuovi strumenti di comunicazione per potenziare l'immagine della chimica.

Alla SCI*C si è imparato che si possono organizzare sessioni poster via Twitter e che si possono organizzare *happy-hours* scientifiche (ma ricordate che già i Romani dicevano "*in vino veritas*" e Sigmund Freud riteneva l'etanolo "il solvente del superego"). È anche stato svelato che la gente ha superato i brutti ricordi di Seveso e Bhopal, e che il grande pubblico ha una visione positiva della Chimica, almeno nel Regno Unito [\[iii\]](#).

SCI*C ha dato un'ampia visione delle capacità di comunicazione che deve avere il chimico, partendo dai media tradizionali, sempre meno comprati e più assoggettati alla pubblicità, talvolta gridati e fragili alle "bufale", ma sempre più interpenetrati con i nuovi media. Chi volesse scrivere di scienza, deve rassegnarsi ad essere *multi-tasking* spaziando dal quotidiano, al periodico, al libro, ai *social*.

D'altra parte, oggi il valore globale della ricerca è paragonabile al PIL italiano e gli scienziati devono saperne rendere conto ai finanziatori industriali (che valgono circa i 2/3) e alla popolazione sapendo adattare il proprio linguaggio a quello della gente, dei politici la rappresenta, dei burocrati e dei capitani d'industria.

Nel comunicare la scienza, quindi anche la chimica, c'è una transizione in atto che può essere riassunta in due aforismi: *public understandig of the science* -> *understanding public of the science*.

Non si può prescindere dai nuovi media, che siano YouTube, Facebook o Instagram (e lasciamo stare TicToc che spopola tra i più giovani), qui c'è ancora tanto spazio per una comunicazione scientifica rapida semplice, accattivante ed efficace. Con i nuovi media permanentemente in mano, le figure dei *producers* e dei *consumers* non sono più distinte e ci si può trasformare in "*prosumers*". Chiunque può crearsi una reputazione nella rete, ma deve stare attento a non rovinarsela. La reputazione è la base, la tecnica e la strategia sono gli strumenti per fare diventare virali i propri messaggi^[iv],^[v]. Nei nuovi media diventa importante l'immagine del comunicatore^[vi], come viene presentata e incorniciata^[vii], non ci si può più nascondere dietro un foglio di carta^[viii].

L'immagine diventa essenziale quando si sale sul palco del teatro, per scoprire che chimica arte filosofia e teatro non sono poi così lontane.

Non si deve trascurare l'immagine neanche se si comunica nell'impresa o per l'impresa, qui però la strategia non è più legata ai *like* ma ai *budget*, al calendario e alle dinamiche aziendali. L'interlocutore ha poco tempo e tante cose per la testa e se vi concede quindici minuti il massimo dell'attenzione sarà nei primi cinque. Non è detto che sia un tecnico ma capisce bene il mercato, il vantaggio competitivo, i rischi di progetto, l'impiego di risorse umane o strumentali, e il *pay back time*. Ci si deve preparare a seconda che si voglia andare su mercati *business-to-business* o *business-to-consumers*, si deve interagire con i rami aziendali che fanno il *pricing*, scegliere *make-or-buy*, predisporre le *check-list* e pensare al *worst-case-scenario*. Se poi il progetto viene approvato si entra nel *loop plan-do-check-change*, insomma: vita dura anche in azienda (e soprattutto: quanto ingelse!) per il chimico che deve fare comunicazione!

Si chiude poi con gli angeli finanziatori, quali che siano: Unione Europea e sue disarticolazioni varie, ministeri, enti o fondazioni. Qui ci si torna a nascondere dietro le carte che devono essere curate perché saranno l'immagine del progetto, e torna buona la reputazione del *principal investigator* (un po' com'era per lo *YouTuber*), qui si deve capire a fondo un bando e non un pubblico, lo stato dell'arte oltre più che il mercato, ma il piano del rischio c'è ancora e si deve scrivere un piano di comunicazione e *public engagement*, riproponendo in primi argomenti di questo resoconto e richiudendo il cerchio di SCI*C, la prima scuola di comunicazione della chimica della SCI che, visto il successo, tornerà il prossimo anno, con nuove forme e nuovi contenuti.

#scicultura #SCIC2019

Alberto Zanelli



Società Chimica Italiana
Gruppo Interdivisionale
Diffusione Cultura Chimica

[i] Pietro Greco, chimico giornalista scientifico e scrittore, direttore della rivista *Scienza&Società* e codirettore di *Scienzainrete*.; Ruggero Rollini, chimico *YouTuber* su chimica dell'ambiente e sostenibilità, tra l'altro con il format *La Scienza Sul Divano*, ora studente al master di comunicazione della scienza a Trieste; Giovanni Morelli, chimico computazionale presiede l'*Associazione SiamoSapiens* che racconta di chimica, filosofia, letteratura e musica.; Chiara Franzini Cappelletti, chimico Industriale e master in Management e Lean, fondatrice delle società di consulenza InnoChem Service; Diana Pozzoli, vicedirettore dell'Area Ricerca Scientifica e Trasferimento Tecnologico presso Fondazione Cariplo.

[ii] Sara Tortorella, Stefano Cinti, Valeria Costantino, Valentina Domenici, Luigi Falciola, Adriano Intiso, Elena Lenci, Alberto Zanelli.

[iii] Royal Society of Chemistry, *Public attitude to chemistry*. <https://www.rsc.org/campaigning-outreach/campaigning/public-attitudes-ch...> [2] accessed November 28^h, **2019**.

[iv] <https://www.youtube.com/user/virtushade96> [3]

[v] <https://www.youtube.com/user/dariobressanini> [4]

[vi] <https://www.youtube.com/user/physicswoman> [5]

[vii] <https://www.youtube.com/user/1veritasium> [6]

[viii] https://www.instagram.com/segugio_molecolare/?hl=it [7]

Source URL: <https://www.soc.chim.it/it/gruppi/cultura/news/raccontarescic>

Links:

- [1] <https://www.soc.chim.it/it/gruppi/cultura/scic>
- [2] <https://www.rsc.org/campaigning-outreach/campaigning/public-attitudes-chemistry;>
- [3] <https://www.youtube.com/user/virtushade96>
- [4] <https://www.youtube.com/user/dariobressanini>
- [5] <https://www.youtube.com/user/physicswoman>
- [6] <https://www.youtube.com/user/1veritasium>
- [7] https://www.instagram.com/segugio_molecolare/?hl=it