

PIANO DI COMUNICAZIONE

2021

Strategie e iniziative della
Scuola Normale Superiore

SCUOLA
NORMALE
SUPERIORE



CONSUNTIVO 2020	6
Tempi duri	
La Normale alla prova della pandemia	6
La Normale e l’accreditamento ANVUR	7
La Normale e l’ascensore sociale	8
OBIETTIVI E AZIONI 2021	12
Le politiche istituzionali	
Rafforzamento del ruolo della Commissione Terza Missione	12
L’integrazione fra le sedi	12
Un ambiente bilingue	13
Una cultura nuova e diffusa della comunicazione della ricerca	18
Per una divulgazione nuova	18
Una formazione diffusa alla cultura della comunicazione, condivisione e co-progettazione della ricerca: il Public Engagement	19
Valorizzazione dei contenuti digitali e della comunicazione su web della ricerca	20
Rafforzamento della <i>community alumni</i>	21
Attività in collaborazione e in rete con altri enti e istituzioni	21
Il ruolo degli allievi	24
Il Gruppo di Lavoro TM degli Allievi	24
Iniziative consolidate	25
Nuovi inizi	26
Strumenti e canali di comunicazione	20
Il nuovo sito web	30
Una nuova <i>policy</i> per i <i>social networks</i>	31
Priorità tematiche di comunicazione	34



CONSUNTIVO 2020

Tempi duri

La Normale alla prova della pandemia

Lo scoppio, nel mese di marzo del 2020, della pandemia da coronavirus, con le relative norme sanitarie adottate dai governi centrale e locali, ha provocato un vero e proprio terremoto nel panorama delle società di tutto il pianeta, comportando conseguenze a breve, medio e lungo termine per individui, comunità, istituzioni. La Normale non è stata certo esente dai mutamenti drammatici imposti dal nuovo scenario, e anche il settore della Terza Missione e della comunicazione è stato sottoposto a sollecitazioni inedite, che hanno colpito in particolare alcuni campi di azione consolidati e hanno aperto prospettive inattese in altri ambiti.

Il settore che ha maggiormente sofferto è stato lo spettacolo dal vivo: la Normale si è trovata nella necessità di cancellare la restante parte della stagione 2019/20 dei *Concerti della Normale*, e ridurre la programmazione della nuova stagione per l'ultimo scorcio del 2020 a due concerti, di cui soltanto il primo (tenuto in occasione dell'inaugurazione dell'anno accademico, il 18 ottobre) dal vivo. Anche le iniziative teatrali previste per il 2020 a cura del Gruppo Teatrale della Normale e di FACt – Festival of Academic Theatre sono state sospese, così come le iniziative in presenza de *Le Letture della Normale*, che nel 2020 avrebbero dovuto celebrare l'opera di Gianni Rodari nel centesimo anniversario dalla nascita.

Tutte le iniziative di disseminazione dei risultati della ricerca (convegni, conferenze, *workshops*) hanno subito una battuta d'arresto, almeno per la primavera e l'estate 2020: nella seconda metà dell'anno, pur se a scartamento ridotto, l'attività è ripresa, unicamente *online* (compreso il simposio di inizio anno accademico, organizzato quest'anno il 9 dicembre, in occasione del centenario della nascita del Presidente Carlo Azeglio Ciampi).

Anche il settore della collaborazione con le scuole secondarie ha fatto segnare diverse difficoltà: i corsi di aggiornamento per insegnanti organizzati dalla SNS in collaborazione con la Fondazione Linnei per la Scuola sono stati sospesi, e riprenderanno – in modalità *online* – soltanto nei primi mesi del 2021; i corsi di orientamento universitario rivolti a studenti e studentesse dell'ultimo biennio delle scuole superiori hanno subito significative variazioni, passando a una modalità *online* che ha concesso di tenere ugualmente i corsi ma ha compromesso quasi completamente l'aspetto di relazione umana che è da sempre il tassello determinante dei corsi (inoltre, per via della diversa forma di erogazione dei corsi e della chiusura delle segreterie delle scuole secondarie, il numero di candidature ricevute si è ridotto considerevolmente).

Tuttavia, anche grazie all'apporto della Commissione Terza Missione (d'ora in avanti, Commissione TM), insediatasi all'inizio del 2020 per volontà del Senato Accademico della SNS (vd. sotto), la Normale ha reagito molto presto alle mutate condizioni di erogazione e fruizione di iniziative di comunicazione e di TM, varando, in piena emergenza, almeno tre iniziative nuove o rinnovate:

- *La Normale da te*: un vasto contenitore di conferenze, lezioni, incontri *online* diffusi gratuitamente su tutti i canali della SNS (sito web, canali *social*, *mailing lists*, etc.). L'iniziativa è nata in prima battuta come metodo per valorizzare contenuti d'archivio di alto profilo (ed è andata infatti di pari passo con un'operazione di mappatura delle molte migliaia di contenuti multimediali che la SNS ha prodotto negli ultimi anni), ma ha poi ampliato il suo raggio, portando fin dalle prime settimane alla produzione di contenuti divulgativi nuovi e originali, spesso (ma non necessariamente) legati alla più stringente attualità: fra questi, incontri sulla matematica del contagio, sul Meccanismo Europeo di Stabilità, sul rapporto fra comunicazione e *fake news*, su *contact tracing* alla vigilia del lancio dell'app Immuni, su corruzione e sanità, etc. L'iniziativa ha permesso di sperimentare anche forme parzialmente nuove di comunicazione, come video direttamente in inglese e sottotitolati, per raggiungere fette di pubblico nuove (p. es., l'intervista su virus ed evoluzione con David Quammen). Sempre in questo quadro, il Servizio Comunicazione e Relazioni Esterne (d'ora in avanti, SCR) ha dato supporto fattivo nel coordinamento, nella pianificazione e nella realizzazione di contenuti divulgativi *online* non istituzionali, da parte di laboratori (p. es., l'iniziativa #QuindiciMinutiCon a cura del Laboratorio di Storia, Archeologia, Epigrafia e Tradizione dell'Antico) e di gruppi di ricerca (p. es., il Seminario Permanente di

Filosofia e Politica). Le iniziative de *La Normale da te* sono state comunicate con cadenza settimanale tramite una *newsletter* inviata a migliaia di contatti.

- *Le Letture della Normale – a distanza*: nell'impossibilità di tenere *Le Letture* in presenza, la SNS ha lanciato, a solo una settimana dal primo provvedimento di *lockdown* nazionale in Italia, una ingente lettura collettiva *online* del *Decameron* di Giovanni Boccaccio (*L'allegria brigata*). L'iniziativa, durata circa due mesi, ha coinvolto oltre 400 lettori e lettrici da tutta Italia e da diverse parti del mondo. Due o tre dirette *social* e YouTube al giorno, per un totale di oltre 150 video, migliaia di ore di girato e migliaia di spettatori "ingaggiati". La lettura *online* ha concesso anche di curare un *side-project*, la realizzazione di un album musicale originale dedicato al *Decameron*: dieci tracce affidate ad alcuni fra gli artisti più interessanti della scena indipendente italiana (fra questi, Giancane, Alessandro Fiori, Frida Bollani Magoni e Petra Magoni), che hanno messo in musica le dieci canzoni che concludevano ciascuna giornata di racconto.
- *La Normale a scuola*: una iniziativa imponente di didattica a distanza nelle scuole secondarie di tutta Italia, cui la Normale ha voluto testimoniare la sua vicinanza e il suo sostegno concreto. Tramite la piattaforma di DaD della SNS (Google Meet) sono state erogate 273 lezioni da parte di oltre 30 membri dello staff docente e di ricerca SNS, per un pubblico virtuale di circa 240 tra studenti e docenti per lezione, su 12 discipline e oltre 70 argomenti. L'iniziativa ha avuto un successo inatteso, superando i 45.000 utenti raggiunti in poco più di un mese e mezzo di programmazione (fine aprile-inizio giugno). A questi vanno aggiunte le oltre 12.000 visualizzazioni in pochi mesi per le registrazioni delle lezioni, editate e messe a disposizione delle scuole su una *playlist* YouTube non pubblica. Per decisione della Commissione TM e del Direttore della Scuola, l'iniziativa è stata inserita fra le attività istituzionali della SNS, e il primo dicembre 2020 ha avviato la seconda stagione, con più di 200 lezioni per un pubblico potenziale di oltre 50.000 persone, fra dicembre 2020 e maggio 2021. In meno di un anno di vita, *La Normale a scuola* è la più grande iniziativa di divulgazione e di lavoro con le scuole secondarie della storia della Normale. *La Normale a scuola* è stata candidata per il premio divulgazione scientifica 2020 dell'Accademia Pontaniana.

Molte di queste iniziative hanno impegnato moltissime forze (ideative, organizzative e realizzative) alla SNS, che hanno lavorato con grande coesione (dalla direzione alla componente docente, dallo staff di ricerca al personale TA, sino agli allievi e le allieve), e hanno creato un'offerta nuova, che certamente non ha sostituito per qualità le molte iniziative in presenza che da sempre caratterizzano l'impegno della SNS per la comunicazione e la divulgazione, ma che ne hanno arricchito il bacino, aiutandola a ripensare parte della sua missione, e a riposizionarsi con maggiore decisione e maggiore chiarezza su alcuni settori strategici fondamentali.

La Normale e l'accreditamento ANVUR

In un periodo di cambiamenti repentini e di attività frenetica, la SNS è stata anche chiamata a impostare una vasta riflessione su se stessa e sui cardini della sua missione. Nel mese di novembre 2020, infatti, la Normale ha ricevuto la visita della CEVS (Commissione di Esperti per la Valutazione delle Scuole Superiori), presieduta da Roberto Battiston e interamente composta da membri stranieri, per l'accreditamento iniziale previsto dalle procedure ANVUR. La visita, che si è tenuta interamente *online*, ha richiesto un duplice sforzo alla Scuola, anche sul piano della comunicazione e della TM: uno sforzo organizzativo, per tradurre il più possibile in materiali multimediali tutti gli aspetti che una visita in persona avrebbe potuto mettere in luce (dalle strutture della Scuola al funzionamento dei laboratori, dai collegi ai centri di supporto); e uno sforzo di analisi e ideazione. La TM è stata sin dall'inizio indicata dal comitato di esperti come uno dei settori cruciali per lo sviluppo e il mantenimento di un'istituzione così peculiare come la SNS, e alla Scuola è stato chiesto di indicare una visione di ampio respiro sul proprio impegno nel *public engagement* (d'ora in avanti, PE), nella comunicazione e nella divulgazione, con uno sguardo al passato, uno al presente e uno al futuro, nel delineare uno scenario credibile e delle strategie di sviluppo sostenibili per i prossimi anni.

Il lavoro di preparazione per l'intervista della CEVS ha dato così a tutte le componenti della Scuola la possibilità di prendere coscienza del ruolo che osservatori italiani e internazionali assegnano alla Normale e dei punti di forza e

di debolezza delle strategie, generali e specifiche, sulla TM. La Scuola nella sua interezza è uscita dalla visita CEVS rinfrancata sul lavoro svolto sin qui nei settori di competenza della TM; e tuttavia ha anche potuto focalizzare in modo più chiaro le sfide strategiche che l'attendono nel prossimo quinquennio. Alcune saranno discusse più avanti (*La Normale e l'ascensore sociale*); in generale, è emersa la necessità di aumentare il coordinamento strategico all'interno della Scuola, per rendere l'offerta delle attività di comunicazione, di PE e di TM più coerente e più organica alla missione e alle esigenze della SNS. La Scuola dovrà focalizzare meglio le caratteristiche del micro-contesto e del macro-contesto in cui opera, per rafforzare e ridefinire dove occorre la sua presenza strategica, anche alla luce di una riflessione più solida sulla propria missione.

La visita della CEVS ha inoltre messo in luce l'esigenza di comunicare meglio e in modo più efficace sia all'interno della comunità della Scuola che all'esterno: molte iniziative arrivano all'orecchio dei *targets* cui sono più specificamente indicate, ma non all'orecchio del grande pubblico e dei media nazionali, che garantiscono una copertura ancora insufficiente a molte delle eccellenze della SNS. Parte del problema è stato individuato nella natura specifica dei settori disciplinari in cui la Scuola opera, negli ultimi tempi sempre meno *appealing* ai grandi media rispetto ad altri settori disciplinari, come per esempio quello delle scienze applicate. Occorre tuttavia fare uno sforzo maggiore per guadagnare una copertura più alta, e riaffermare anche nel discorso pubblico nazionale il valore civile di molto del lavoro svolto in Normale.

È possibile inoltre lavorare di più e meglio sul settore *marketing, branding e merchandising*: nonostante alcune primissime proposte, la Scuola non si è ancora dotata di un sistema di promozione del proprio logo tramite la produzione e la rivendita su scala pubblica di *gadgets* e oggetti di *merchandising*.

La Normale e l'ascensore sociale

Il 2020 è stato anche un anno di riflessione sul macro-contesto in cui la Normale opera, e sull'influsso che questo ha sulla missione fondamentale della Scuola Normale, la promozione del talento e l'abbattimento delle barriere socio-economiche nel raggiungimento di un'educazione di alto o altissimo livello. Le riflessioni sono state avviate in seno all'Advisory Board della SNS, e sono state un punto cruciale nelle discussioni con il *panel* della CEVS; infine, nel suo messaggio per l'inaugurazione dell'anno accademico (9 dicembre 2020), il Direttore Ambrosio ha ripreso i fili della riflessione, aprendo anche sulla stampa nazionale un momento di confronto pubblico.

In uno scenario terremotato da crisi sanitaria e crisi socio-economica, il ruolo di molte delle discipline impartite alla SNS rischia di subire colpi gravi (la tendenza, impostasi a partire dalla crisi del 2008, è già osservabile), a vantaggio di discipline considerate più immediatamente 'spendibili', e pertanto più sostenibili su medio-lungo termine anche da studenti e studentesse di estrazione sociale più bassa. Il compito di promozione sociale fondamentale per la vita della Normale è messo e sarà messo sempre più in discussione da una società dove le disuguaglianze aumentano, e dove il capitale culturale e, in parte, quello economico determinano, a monte, opportunità di apprendimento e di formazione nettamente impari. D'altro canto, il ruolo specifico della SNS come istituzione di promozione del talento la colloca al termine della filiera della formazione, quando ormai gli effetti di disuguaglianze e pregiudizi (si pensi alle *women in STEM*, o più in generale all'accesso nettamente inferiore di persone di genere femminile all'alta educazione e alla carriera accademica, o ancora alle differenze di capitale culturale e alle loro conseguenze nell'accesso a percorsi di formazione di eccellenza) hanno già ampiamente agito. Sembra esistere dunque un iato, o un potenziale conflitto, fra la missione della promozione del talento su sola base di merito e la missione di promozione sociale. Naturalmente, questi campanelli d'allarme suonano anche – e forse soprattutto – sul versante della comunicazione e della TM: il settore che, appunto, esplicita e definisce il compito di promozione sociale di istituzioni come la Normale. Va detto che i dati sono ancora troppo scarsi per dipingere un quadro chiaro, e in modo particolare per determinare quali siano limiti strutturali della SNS e quali siano invece problemi di portata molto più ampia, che la Normale si limita per così dire a fotografare. Per prima cosa, dunque, la Normale ha avviato già a partire da quest'anno una campagna di monitoraggio più strutturata: a partire dai corsi di orientamento universitario (che fotografano la generazione immediatamente pre-universitaria, in una porzione altamente significativa, quella che ottiene risultati scolastici più elevati), la Normale ha aperto una fase di raccolta di dati, che coinvolgerà anche l'accesso al corso ordinario e al corso di perfezionamento e che condurrà nei prossimi anni a un'immagine più chiara di alcuni *trends* fondamentali. Le prime azioni di monitoraggio sui corsi di orientamento 2017-19 hanno già dato risultati di grande interesse:

- si segnala una sostanziale parità di genere nell'accesso ai corsi (con anzi un vantaggio per le candidate di genere femminile), un dato ben lontano dalla forte disparità di genere al momento, soltanto un anno più tardi, degli esami di ammissione: su questo fenomeno sembrano dunque incidere fattori decisionali e motivazionali su cui le indagini dovranno soffermarsi più approfonditamente;
- si rileva una sproporzione nettissima, a vantaggio dei partecipanti ai corsi, nel capitale culturale dei genitori rispetto alla media nazionale e financo europea: già in questa fase, più del 50% dei partecipanti ha genitori con laurea o formazione post-laurea;
- si osserva una tendenza più pronunciata della media nazionale nell'interesse verso le discipline impartite in Normale, ma al tempo stesso un tasso molto elevato, nell'ultimo anno prima dell'iscrizione all'università, di variazione rispetto agli interessi dichiarati prima di accedere ai corsi di orientamento, di nuovo a vantaggio di quelle discipline considerate più 'spendibili' (ingegneria, medicina, economia).

Questo lavoro di monitoraggio andrà esteso e integrato con quello già avviato dal Comitato Unico di Garanzia (CUG) della Scuola Normale, per produrre una prima immagine del collocamento della Normale su alcuni dei fenomeni sociali e culturali più rilevanti degli ultimi anni. Nel frattempo, per quanto di competenza del SCR e della Commissione TM, la Scuola potrà avviare una riflessione su nuove iniziative di promozione sociale con l'obiettivo di affrontare alcuni dei problemi più vistosi (*gender gap*, disparità nel capitale culturale, etc.). Il fine principale deve essere l'espansione della base raggiunta dalla Normale (nelle famiglie, nelle scuole, fra i più giovani): si potranno valutare campagne pubblicitarie nazionali, una presenza più attenta e strutturata sui *social networks* (vd. sotto), un ampliamento delle offerte di PE. Molta parte dell'offerta di PE della SNS ha già una natura fortemente democratica e una finalità più o meno apertamente di promozione sociale. Si potrà però incrementare lo sforzo, con due caveat: le iniziative dovranno avere scala nazionale e dovranno essere virtualmente aperte a tutti, per evitare che attività volte ad abbattere le disuguaglianze non finiscano per generarne di nuove.



OBIETTIVI E AZIONI 2021

Le politiche istituzionali

Rafforzamento del ruolo della Commissione Terza Missione

All'inizio del 2020 si è formata in Normale, per volontà esplicita del Senato Accademico della SNS, una commissione di docenti preposta al monitoraggio, al coordinamento e alla supervisione delle attività di TM della Scuola, con particolare attenzione alle iniziative relative alla produzione di beni pubblici, con focus su PE e comunicazione. La Commissione Terza Missione, insediatasi nel febbraio 2020, riferisce al Direttore e lo affianca nella programmazione; è presieduta dal delegato del Direttore alla Terza Missione (Mario Piazza), ed è composta da docenti in rappresentanza delle tre Classi. Dall'ottobre 2020, la Commissione TM è aperta anche alla componente allieva, con la presenza del coordinatore del Gruppo di lavoro degli allievi per la TM (vd. sotto) e del coordinatore del Forum degli Allievi. A partire dall'inizio del 2021, siederanno formalmente nella Commissione anche i referenti amministrativi per le due sedi della Scuola, Pisa e Firenze.

Scopo principale della Commissione è quello di fungere da collegamento fra le componenti della Scuola e la struttura decisionale che approva e organizza le iniziative di TM. L'obiettivo a breve termine è quello di dare maggiore organicità e una programmazione di più ampio respiro, anche temporale, all'offerta nei settori di PE e comunicazione della Scuola, coinvolgendo in modo più ampio e più continuo tutti i membri della comunità della SNS. Sul medio e lungo periodo, l'obiettivo della Commissione è fungere da vero e proprio snodo strategico della TM alla Scuola, tramite un monitoraggio costante delle iniziative di maggiore impatto e tradizione, una valutazione più condivisa e organica delle proposte per nuove attività, una sensibilizzazione collettiva – a livello politico e a livello scientifico – dell'importanza della TM e della comunicazione dei risultati della ricerca.

Stabilire le priorità, condividere gli obiettivi, definire una strategia organica, monitorare i risultati: questi sono i compiti principali della Commissione TM, che ha cominciato a esercitarli in riferimento ad alcune iniziative tradizionali e ad alcune iniziative nuove della SNS. D'accordo con il Direttore, la Commissione ha sovrinteso alla programmazione dei corsi di orientamento 2020; ha monitorato gli esiti de *La Normale a scuola*, indicato le linee guida per la nuova stagione e ne ha coordinato la programmazione; ha stabilito i primi criteri per una ristrutturazione dell'offerta di divulgazione e comunicazione della ricerca; tramite il suo Presidente, ha sovrinteso al processo politico di formazione del Gruppo di lavoro degli allievi per la TM.

Nel 2021, la Commissione sarà chiamata a continuare questo triplice lavoro, rivolto al passato, al presente e al futuro: sarà sua cura concludere la revisione delle principali attività di TM e fornire un'ipotesi organica di offerta 'stabile', anche recependo molti degli spunti provenienti dai profondi cambiamenti verificatisi nel 2020; a questa visione generale andrà affiancato un lavoro di coordinamento e supervisione per tutte le attività istituzionali di TM e comunicazione.

L'integrazione fra le sedi

Al momento della fusione fra SNS e SUM, la Normale ha valutato che per evidenti ragioni logistiche fosse opportuno che le due sedi della Scuola, Pisa e Firenze, avessero una gestione non completamente centralizzata, ma due amministrazioni almeno parzialmente parallele, benché naturalmente sottostanti a una direzione politica e amministrativa unica. Anche per l'organizzazione di iniziative di TM è stato applicato il principio dell'amministrazione parallela.

Questo tipo di separazione è ben motivato da ragioni logistiche oltre che da ragioni accademiche; una totale autonomia delle due sedi in materia di TM può tuttavia produrre alcuni svantaggi, cui la Scuola intende ovviare nel corso del 2021. In particolare, la Scuola è stata negli ultimi anni molto poco attiva a Firenze con iniziative relative ai due settori disciplinari ospitati a Pisa (discipline umanistiche e scienze pure), a fronte di un'attività ormai avviata nel settore delle scienze politico-sociali (si pensi p. es. alla grande visibilità del rapporto annuale su corruzione e criminalità redatto in collaborazione fra SNS e Regione Toscana). Questo è particolarmente penalizzante per la Scuola, per almeno due ragioni: Firenze è una piazza di grande interesse, per dimensioni e visibilità, e offre spazi e

opportunità maggiori rispetto a Pisa (che evidenzia alcuni limiti endemici, come p. es. la limitatezza di spazi idonei per spettacoli dal vivo); Firenze ospita moltissime istituzioni culturali di alto livello, con cui la Scuola ha rapporti scientifici consolidati, che però sono raramente sfruttati per l'organizzazione congiunta di iniziative di divulgazione e di PE.

Il lavoro di integrazione, anche multi-disciplinare, fra le sedi è già stato avviato in ambito scientifico tramite la creazione dell'Istituto di Studi Avanzati "C.A. Ciampi", il centro di ricerca interclasse della Scuola Normale. Nel 2021, la Scuola intende proseguire l'opera di integrazione anche nel settore della TM, avviando alcune piccole sperimentazioni e alcuni primi contatti con altri soggetti. Il lavoro dovrà essere di natura duplice: non solo di tipo ideativo-organizzativo, ma anche (e in prima battuta soprattutto) di tipo istituzionale. Per prima cosa, infatti, è necessario che la Scuola si apra al dialogo e al confronto con gli *stakeholders* locali di interesse: la loro collaborazione consentirà un primo aiuto a stabilirsi nel panorama, molto ricco e diversificato, dell'offerta culturale della città di Firenze, consentendoci auspicabilmente di poter disporre di alcuni spazi aggiuntivi rispetto a quelli di cui già la Normale dispone (Palazzo Strozzi e, a partire dal 2021, Palazzo Vegni). Ai soggetti che vorrà provare a coinvolgere (musei, biblioteche, università, centri di ricerca, teatri), la Normale dovrà proporre una *partnership* su proposte concrete, per l'organizzazione di prime iniziative pilota. Tre potrebbero essere i primi terreni su cui avviare alcune collaborazioni: il settimo centenario dantesco (alcune delle iniziative di divulgazione previste a Pisa potrebbero essere ospitate a Firenze; e la SNS fa parte del comitato organizzativo di 700 Dante Firenze); i *Concerti della Normale* (alcuni degli appuntamenti della stagione potrebbero trovare ospitalità in spazi fiorentini, per garantire spazi numericamente più idonei e un coinvolgimento maggiore della componente allieva, docente e TA della SNS residente a Firenze); l'arte contemporanea (a partire da un rafforzamento dei rapporti con la Fondazione Palazzo Strozzi per alcune iniziative di divulgazione congiunte).

Va tenuto presente che la Scuola ha già in essere un importante rapporto di collaborazione didattica con l'Università di Firenze, con la quale offre la partecipazione ai due anni conclusivi di corso ordinario in Scienze politico-sociali. I rapporti con UniFi si estendono anche alla TM: si pensi alla partecipazione ormai di lunga data di SNS e UniFi alla cordata delle università toscane per *Bright – La notte europea dei ricercatori e delle ricercatrici in Toscana* (cordata che a partire dal 2020 è guidata proprio da UniFi). Questi rapporti meritano di essere approfonditi e rafforzati, a partire da una collaborazione più ampia e fattiva nel settore della TM.

Naturalmente, una maggiore integrazione fra le due sedi (e le rispettive comunità) è propedeutica a una presenza più forte della TM della SNS a Firenze: in vista di questo obiettivo, la Commissione TM ospiterà in modo stabile rappresentanti amministrativi della sede fiorentina, e allievi e allieve della Classe di Scienze politico-sociali sono già membri attivi del Gruppo di lavoro allievi per la TM.

Un ambiente bilingue

Nel corso del 2020, nuove e più forti sollecitazioni sono venute dalla componente allieva della Scuola perché la Normale si dotasse di un ambiente completamente bilingue. L'ampliamento dell'offerta didattica e della base di reclutamento che la SNS ha varato in particolare da alcuni anni ha comportato un forte arricchimento delle provenienze di allievi e docenti. Questo impegna la Scuola a rendere tutto il suo ambiente – e quindi tutte le sue comunicazioni istituzionali – effettivamente bilingui. Ferma restando l'importanza dell'italiano come lingua istituzionale (che gli studenti e le studentesse stranieri sono invitati e aiutati ad apprendere), è tuttavia emersa con tutta la sua forza la necessità di dare seguito al lavoro di internazionalizzazione della Scuola, introducendo l'inglese – e dove necessario anche altre lingue – in molti degli aspetti della vita della SNS.

Una specifica commissione di allievi ha inviato al Direttore, che l'ha condiviso con tutta la comunità della SNS, un elenco di prime proposte di riforma, e il 2021 segnerà l'inizio di questa nuova fase. Il SCR sarà naturalmente coinvolto da questa riforma: in quanto co-responsabile della comunicazione istituzionale e del sito web della Scuola, il SCR – già dotato di una collaboratrice madrelingua inglese – avrà la responsabilità non solo di affiancare sempre una versione inglese alle sue comunicazioni, ma anche di ideare nuovi metodi per rendere effettivamente bilingui anche i molti momenti istituzionali della vita della Scuola: per esempio, la prolusione del Direttore per l'inizio dell'anno accademico, tutti i discorsi del Direttore di rilievo per la comunità della SNS, alcune cerimonie istituzionali, etc. Anche se non previsto fra le proposte avanzate dalla commissione per il bilinguismo, questo sforzo potrà interessare anche gli eventi di TM organizzati dalla Scuola.

Anche in questo caso, l'italiano appare quanto mai importante come prima lingua: poiché l'obiettivo primario è il coinvolgimento diretto di un pubblico più ampio possibile, l'uso dell'italiano come lingua principale della quasi totalità degli eventi di divulgazione, comunicazione e PE è essenziale. Tuttavia, sono altrettanto utili l'organizzazione di eventi e la creazione di contenuti originariamente in inglese o in altre lingue straniere (grazie alla partecipazione di ospiti stranieri): anzitutto, per un coinvolgimento maggiore di tutte le componenti della Scuola, e in secondo luogo per raggiungere un pubblico (potenzialmente di grande importanza per la Scuola) altrimenti bloccato dalla barriera linguistica. In questa direzione andranno, nel corso del 2021, alcune sperimentazioni a cura del Gruppo di lavoro degli allievi per la TM, con particolare attenzione alla Classe di scienze politico-sociali: eventi pensati originariamente in inglese e resi fruibili anche a un pubblico italiano grazie a sottotitoli e/o traduzioni conseguenti.



OBIETTIVI E AZIONI 2021

Una cultura nuova e diffusa della comunicazione della ricerca

Per una divulgazione nuova

Per molte istituzioni universitarie e culturali nel mondo, la pandemia del 2020 ha rappresentato un'occasione irripetibile. Il passaggio integrale e repentino dall'organizzazione di eventi in presenza all'organizzazione di soli eventi a distanza ha permesso di abbattere i costi e di dare una visibilità insperata a eventi di comunicazione dei risultati della ricerca altrimenti confinati a un pubblico di poche unità. Se anche il 2021 dovesse portare in dote il superamento integrale, o parziale, dello stato di emergenza sanitaria, è dunque evidente che metodi, obiettivi e principi della divulgazione e della TM da parte delle università subiranno significative innovazioni. La Scuola Normale dovrà farsi trovare pronta, e dovrà, soprattutto, valutare con attenzione e senza preconcetti il *trade-off*: non tutti i cambiamenti imposti in questi mesi hanno infatti l'impatto nettamente positivo che una prima analisi può aver attribuito loro. In particolare, è illusorio pensare che un passaggio anche solo parziale alla modalità *online* comporti risparmi significativi: al contrario, potrebbe richiedere investimenti anche superiori – non soltanto in termini di equipaggiamenti e strutture, ma anche, e soprattutto, di creazione e diffusione di contenuti originali e appetibili per una fruizione a distanza.

È intanto opportuno distinguere molto chiaramente le iniziative di comunicazione dei risultati della ricerca e le iniziative direttamente pensate per la divulgazione e il PE. Le prime (conferenze, convegni, etc.) hanno un *target* primario di addetti ai lavori, e raggiungono la divulgazione soltanto come risultato secondario e per così dire collaterale. Esse hanno dunque l'obiettivo primario di mettere in contatto la comunità scientifica, aprendo la discussione a studiosi e studiose di tutto il mondo. In questi casi, anche se il rapporto diretto e in presenza è senz'altro preferibile, almeno una modalità mista di partecipazione si dimostra vantaggiosa sotto molti punti di vista, semplificando anche la disseminazione a un pubblico potenziale di interessati (operazione che, peraltro, la SNS svolge già da molti anni, riprendendo e rendendo disponibili online sui suoi canali YouTube tutti gli eventi di disseminazione della ricerca che si tengono fra le sue mura).

Osservazioni diverse valgono invece per le iniziative direttamente pensate per la divulgazione e il PE. Nonostante molte tecniche digitali siano ora disponibili anche su scala piuttosto diffusa, l'“ingaggio” di un pubblico ampio necessita di una base di partenza *live*, di un contatto umano. Questo risulterà tanto più importante nei mesi che segneranno la progressiva uscita dalla situazione di emergenza sanitaria: bombardati come siamo da iniziative solo *online* e costretti a rinunciare interamente ad alcune forme fondamentali di fruizione e di produzione – cinema, musica e spettacolo dal vivo, etc. –, è facilmente prevedibile che affronteremo una forte contro-tendenza, con un aumento sostenuto della domanda per eventi in presenza (fanno fede in questo senso l'adesione entusiastica riscontrata dai pochi eventi in presenza organizzati dalla SNS nel 2020 e l'altrettanto forte consenso avuto dalla proposta di rinvio di alcuni eventi istituzionali, con l'obiettivo di tenerli in presenza nel futuro prossimo). Come nel caso della didattica – con cui la TM e il PE hanno diversi aspetti di comunicazione in comune –, è ormai appurato che anche per la TM le modalità di fruizione a distanza sono quasi sempre surrogati meno efficaci e meno capaci di creare fidelizzazione e comunicazione. La Scuola dovrà dunque riportare, non appena possibile e prudente, le sue iniziative convertite emergenzialmente in modalità *online* alla modalità tradizionale, riposizionando quanto prima il *budget* necessario: corsi di orientamento universitario, *Concerti della Normale*, eventi istituzionali, spettacoli e festival teatrali, conferenze, incontri e festival divulgativi dovranno tutti ritornare non appena possibile alla consueta modalità di organizzazione. Questo richiederà alla Scuola la capacità di elaborare rapidamente protocolli di sicurezza efficaci, in grado di essere rigorosi e sufficientemente duttili allo stesso tempo. In questo compito, la Scuola può certamente dotarsi di nuovi sistemi informatici, come peraltro sta già facendo in collaborazione con l'Area Strategie Digitali, per esempio mettendo a punto sistemi di prenotazione e di monitoraggio delle presenze automatici, semplici e rapidi da gestire, tanto per gli organizzatori quanto per gli utenti.

Naturalmente, non tutte le modifiche che la Scuola, come molti altri soggetti, è stata obbligata a introdurre nel corso del 2020 sono surrogati meno efficaci dell'originale: in alcuni casi, anzi, l'implementazione di strumenti digitali ha potenziato – anziché depotenziare – alcune iniziative della Scuola, specialmente nel senso di un ampliamento del pubblico potenziale.

Alcune di queste iniziative, nate direttamente *online*, andranno rivalutate una volta che l'emergenza sanitaria sarà definitivamente superata: *La Normale a scuola*, per esempio, trae tutta la sua forza dal raggio di azione straordinariamente ampio garantito dalla modalità *online*, e dal rapporto fra costo dell'iniziativa (pari a zero, per la parte logistica e pubblicitaria) e la base raggiunta; ma quando la didattica tornerà per la gran parte o unicamente in presenza, occorrerà rivalutare la fattibilità e il successo di una diffusione a distanza. Altre iniziative, invece, potranno trarre sicuro vantaggio da una modalità di erogazione solo *online*, o al massimo mista: i corsi di formazione per insegnanti, per esempio, potrebbero ampliare enormemente la platea di insegnanti cui sono rivolti (al momento, la modalità in presenza restringe obbligatoriamente il campo ai soli insegnanti in grado di raggiungere Pisa nel pomeriggio di giornate lavorative), a patto però di introdurre strumenti informatici in grado di accertare l'effettiva presenza, una partecipazione e un dialogo attenti e attivi.

Anche gli eventi di divulgazione (conferenze, lezioni speciali, *Venerdì del Direttore*, etc.) possono trarre vantaggi dalla modalità di erogazione *online*, anche se per la verità molti di questi eventi, che si svolgono in presenza a Pisa, sono già diffusi, in diretta o in differita, sui canali della SNS. Semmai, i mesi della pandemia hanno dimostrato che la Normale può costruire anche un ciclo di *outreach* pensato unicamente per la diffusione e la fruizione *online*: conversazioni pre-registrate, opportunamente editate dal team video e pubblicate in circostanze specifiche. Si tratta di un settore di grande fascino, e di grande interesse: specialmente laddove si riesca a garantire un collegamento forte con l'attualità, eventi *online* (interviste a protagonisti, letture e spiegazioni accattivanti e aggiornate, approfondimenti o contestualizzazioni) possono avere grande risonanza, e fare da traino alle altre attività di divulgazione e TM della Scuola. La SNS stessa ne ha avuto più di una prova: si pensi al grande successo della lezione del cosmologo Andrea Ferrara sulla prima immagine di un buco nero, tenuta a Pisa e trasmessa in diretta *online*, a solo una settimana dalla diffusione dell'immagine, o all'altrettanto ampia risonanza della conversazione con David Quammen su virus, evoluzione e vaccini, trasmessa all'inizio della campagna vaccinale contro il coronavirus. Si tratta tuttavia di un'attività molto dispendiosa, da molti punti di vista (ideativo, organizzativo, creativo, redazionale, pubblicitario). Specialmente in una fase in cui fioriscono contenuti video auto-prodotti (registrazioni di conversazioni su piattaforme online, ricondivise facilmente su *social networks* e altri canali), a fare la differenza, evitando omologazione, concorrenza e inflazione, è la qualità dei contenuti e della loro forma. Occorre l'attenzione sempre vigile di una redazione, in grado di focalizzare e programmare grandi temi di interesse pubblico, oltre che di variare improvvisamente e rapidamente la programmazione in casi eccezionali; occorre la capacità attrattiva verso *speakers* di fama e valore riconosciuti, per avere la certezza di prodotti di qualità e di sicuro *appeal*; occorre la complicità costante di tutto il personale didattico e di ricerca della SNS, per un apporto scientifico continuo e per la creazione di rapporti di collaborazione con altri soggetti culturali in Italia e all'estero; occorre il lavoro – spesso complesso – di un team video dedicato; se l'evento non è in italiano, occorre anche il lavoro redazionale di traduzione dei contenuti (un'operazione che non può avvenire unicamente in modo automatizzato); occorre un investimento anche economico nella promozione dei nuovi contenuti, per metterli davvero all'attenzione di un pubblico vasto, grazie anche al coinvolgimento di *social media* e giornali, tramite, se necessario, inserzioni anche non gratuite.

La diffusione di contenuti è, oggi, senz'altro uno degli strumenti più forti per avere una presenza attiva e ben visibile su molti dei canali pubblicitari più importanti; tuttavia, essa non può limitarsi a una pur sacrosanta valorizzazione di contenuti già esistenti. Al contrario, deve tradursi in una produzione costante e attenta di nuovi contenuti che, come detto, richiede necessariamente importanti investimenti, di capitale ideativo, umano ed economico, da parte della SNS.

Una formazione diffusa alla cultura della comunicazione, condivisione e co-progettazione della ricerca: il Public Engagement

Nel mese di dicembre del 2020, il Segretario Generale ha approvato una proposta di progetto per l'utilizzo del fondo di premialità del personale TA della SNS dal titolo *TM e Outreach: la cultura della comunicazione della ricerca per la Scuola Normale*. Obiettivo principale del progetto, che avrà decorso a partire dal 2021 e coinvolgerà sei membri del personale TA appartenenti al Servizio Comunicazione e Relazioni esterne, alla Didattica, alla Ricerca e alla Formazione, è la diffusione di una maggiore cultura della comunicazione della ricerca all'interno della SNS, in tutte le sue dimensioni, metodologie, strumenti e sfaccettature.

L'importanza della comunicazione della ricerca a ogni livello è ormai sancita non soltanto dall'attenzione crescente che alla TM è dedicata in ambito di valutazione – nazionale e internazionale – dell'università, ma anche e soprattutto dal posizionamento che università e centri di ricerca hanno oggi all'interno delle società. Un ruolo ambiguo, e pertanto foriero di rischi: la ricerca assume oggi una rilevanza sempre maggiore in moltissimi ambiti della vita di ciascuno, e la complessità scientifica di molte questioni di rilievo generale determina invariabilmente un diverso accesso (e una diversa accessibilità) alle notizie e ai processi decisionali alla base della cittadinanza. D'altro canto, crescente complessità significa anche, in porzioni della società sempre più vaste, crescente diffidenza, verso chi svolge lavoro di ricerca e verso i prodotti della ricerca. È dunque di importanza vitale, per le università e, più in generale, per le società contemporanee, che chi svolge attività di ricerca e di didattica universitaria voglia e sappia comunicare in modo efficace: non si tratta più di un orpello, o di un'attività di volontariato, ma di una delle missioni fondamentali delle università. Perché sia efficace, poi, la comunicazione deve superare la logica unidirezionale che fino a questo momento l'ha contraddistinta, per configurarsi come processo bi- o multi-direzionale, in grado di coinvolgere i pubblici di riferimento in una dinamica di co-costruzione e co-progettazione dei percorsi di conoscenza.

Per queste ragioni, anche la Scuola Normale deve dotarsi di un'offerta formativa specifica riguardante la TM, rivolta a tutte le componenti della Scuola. L'obiettivo è duplice. *In primis*, diffondere una maggiore consapevolezza dell'importanza e dell'utilità della TM: occorre accrescere la sensibilità collettiva circa il ruolo decisivo della TM, all'interno come all'esterno della comunità della Normale. *In secundis*, mettere a disposizione di tutte le componenti della Scuola una conoscenza puntuale dei mezzi necessari per una comunicazione e un confronto efficace con il pubblico o i pubblici a cui si intende rivolgersi. La fase attuale mostra quanti danni possa provocare una comunicazione sbagliata, o anche semplicemente meno che ottimale, tanto nel linguaggio, quanto nei contenuti, quanto nella forma. Parlare, raccontare o spiegare bene sono qualità essenziali, che possono essere apprese; ma non sono più sufficienti per raggiungere in modo efficace un pubblico vasto. Sono ormai disponibili competenze molto specifiche in molti settori (dall'uso e manipolazione delle immagini alla creazione di video, dalla produzione di presentazioni d'effetto alla gestione di strumenti di registrazione, etc.): in molti casi, possedere alcune di queste competenze può essere determinante, per produrre contenuti nuovi in prima persona, o per relazionarsi in modo più proficuo con figure di intermediazione tecnica.

Il progetto darà quindi il via a una fase di formazione gratuita e specificamente tagliata per ciascuna delle componenti della Scuola, da quella docente a quella di ricerca, dal personale TA agli allievi, anche grazie alla collaborazione con il Gruppo di Lavoro degli Allievi per la TM e alla Commissione TM.

Nel rafforzamento del posizionamento strategico del PE all'interno della SNS potrà giocare un ruolo importante l'adesione alla rete APENet (della quale è prevista l'evoluzione in associazione, di cui la Scuola sarà tra i promotori), sia sul fronte della collaborazione istituzionale con gli altri Atenei e enti di ricerca aderenti anche in ottica di co-progettazione e condivisione di best practices, sia sul fronte di un supporto per la diffusione all'interno della SNS di una cultura del PE attraverso la progettazione dei percorsi formativi.

Valorizzazione dei contenuti digitali e della comunicazione su web della ricerca

La Scuola Normale ha prodotto, e produce pressoché quotidianamente, in grande quantità oggetti digitali che sono a tutti gli effetti prodotti della ricerca e patrimonio culturale. Archivi e collezioni digitali, video, foto, presentazioni, vengono archiviati e resi in gran parte disponibili a una fruizione pubblica, *online*, senza tuttavia essere inquadrati in un piano coerente e strategico di gestione e valorizzazione. Tra gli obiettivi di valorizzazione della ricerca della SNS, oltre alla produzione di contenuti nuovi, occorre prevederne quindi anche uno – strategico e dedicato – per tutti i materiali e contenuti di cui la SNS già dispone e di cui è necessario favorire l'accessibilità e la consultazione. In particolare questo obiettivo si declinerà secondo le seguenti direttrici:

- 1 - Realizzazione di un sito web che valorizzi e racconti la ricerca della SNS a un pubblico non accademico (blog della ricerca). In particolare il sito dovrà raccogliere e promuovere i contenuti digitali (video, interviste, infografiche, testi) già prodotti dalla Scuola Normale (sottofondendoli a post-produzione), a cui si affiancheranno nuovi contenuti creati ad hoc.

- 2 - Selezione e post-produzione dei contenuti digitali esistenti, creando anche a partire da questi nuovi contenuti (brevi video, infografiche, meme).
- 3 - Elaborazione di una strategia SEO e di comunicazione coordinata sui canali social della Scuola Normale – Youtube, Facebook, Instagram Twitter – (promozione, creazione di campagne, produzione di podcast).

Rafforzamento della community alumni

Secondo quanto previsto dal piano programmatico SNS, una delle priorità strategiche del mandato della Direzione è quella di rivitalizzare i rapporti con la comunità degli *alumni* per farne un asse portante della valorizzazione dell'immagine della Scuola.

Il rapporto con gli *alumni* è stato gestito negli anni su un duplice versante: l'Associazione Normalisti, che raccoglie allievi, ex allievi, docenti e ricercatori della SNS in un'unica comunità e ne cura i rapporti, e il Servizio Placement della Scuola, che con la prima si interfaccia per il monitoraggio delle carriere degli alumni e per la valorizzazione del loro *network* in funzione di supporto alle carriere degli studenti in uscita. I rapporti tra queste due realtà sono adesso in una fase di riprogettazione che possa assicurare un salto di qualità anche in funzione degli obiettivi strategici della SNS (Ob. 4: Posizionamento internazionale della Scuola e sviluppo del *network Alumni*): in particolare, dovrà essere la SNS direttamente a farsi carico della raccolta, aggiornamento e valorizzazione dei contatti con gli ex allievi, anche in considerazione del fatto che l'Associazione non ha risorse né finanziarie né di personale per assicurare una continuità e uno sforzo di gestione che vada oltre le iniziative estemporanee che vengono occasionalmente organizzate. L'Associazione potrà stringere eventualmente rapporti più stretti con l'Associazione Amici in funzione di braccio operativo per le attività di fund raising rivolto agli *alumni*, di cui la SNS dovrà comunque sempre assumere un ruolo di coordinamento. Questo comporterà anche un cambiamento sostanziale della sua natura: da luogo e strumento sostanzialmente di socialità a, anche, realtà di supporto della SNS e della sua progettualità. Allo stato attuale, anche con il coinvolgimento dell'Associazione Normalisti il servizio placement ha iniziato ad implementare un servizio di *mentoring*: ex allievi hanno dato la loro disponibilità a fornire supporto di orientamento per inserimento lavorativo in contesti prevalentemente non accademici. Ex allievi inseriti in contesti non accademici sono stati anche il primo punto di contatto per avviare interlocuzioni con aziende e enti in funzione di placement. Ex allievi sono stati coinvolti anche nell'organizzazione di incontri pubblici su temi di orientamento professionale o su temi di attualità in funzione dei loro interessi e del loro ruolo professionale.

Il servizio ha avviato inoltre la strutturazione di una piattaforma *online* per la gestione della community degli ex allievi (Hivebrite): la modalità virtuale faciliterà il riavvicinamento e il contatto con i molti ex allievi sparsi in diversi Paesi del mondo e sarà implementata tra la fine del 2020 e i primi mesi del 2021.

In questo modo la community degli *alumni* potrà farsi ambasciatrice dell'immagine e dei valori della SNS in Italia e nel contesto internazionale, in contesti accademici ed extra-accademici e potrà configurarsi come partner progettuale anche con finalità di *fundraising*.

Attività in collaborazione e in rete con altri enti e istituzioni

Nel 2021 la SNS sarà impegnata nell'organizzazione di alcune iniziative ed eventi di diffusione, valorizzazione e visibilità della ricerca organizzati in collaborazione con altri soggetti del territorio. Si tratta in alcuni casi di iniziative ormai consolidate: tra queste Internet Festival, in programma a ottobre, e la Notte dei Ricercatori (Bright Night), in programma il 27 settembre.

Una nuova iniziativa verrà poi realizzata quest'anno: si tratta di Famelab, che per la prima volta avrà a Pisa una delle sedi di preselezione. Si tratta dell'edizione italiana di un format nato in UK per promuovere la cultura della comunicazione scientifica attraverso speech brevi e accattivanti (<https://famelab-italy.it/>) in vista della finale internazionale in programma in Inghilterra.

L'obiettivo è coinvolgere in maniera sempre più capillare in queste e altre iniziative allievi e allieve, ricercatori e ricercatrici e docenti della SNS, anche in conseguenza della diffusione di una cultura e di una sensibilità maggiori verso la comunicazione delle ricerche di cui sono artefici e protagonisti.



OBIETTIVI E AZIONI 2021

Il ruolo degli allievi

Il Gruppo di Lavoro TM degli Allievi

Nell'ottobre 2020, nel rispetto di una delle azioni programmate nella PRO3 2019-2021, il Senato Accademico della SNS ha approvato la costituzione formale di un Gruppo di lavoro degli allievi per la Terza Missione, aperto ad allievi e *alumni* della SNS, per affiancare il SCR e la Commissione TM nell'ideazione, nell'organizzazione e nella realizzazione di iniziative di TM e PE.

In più occasioni, allievi e allieve della SNS hanno fatto presente l'esigenza che la Scuola consenta una maggiore apertura a esperienze parallele a quelle scientifiche e accademiche, e a interventi diretti della componente allieva nel contesto esterno alla Scuola (la realtà cittadina e non solo). La necessità di maggiore apertura manifestata da allievi e allieve può essere tradotta in un concetto ormai classico nella letteratura, quello di *outreach*: tra le missioni dell'università deve essere fatta rientrare la capacità di *reach out*, di uscire dal proprio perimetro e aprirsi al contesto esterno.

Una parte significativa delle iniziative di TM della SNS è stata ideata, promossa e in alcuni casi realizzata direttamente e spontaneamente da allievi e allieve della Scuola. La Normale ha accolto spesso le proposte dei propri studenti, all'occorrenza finanziandole e supportandole da un punto di vista organizzativo e/o scientifico. Così, in questi anni gli allievi si sono fatti promotori di alcune iniziative di successo, che sono ormai parte integrante dell'offerta della Normale alla città e non solo. Tutte queste sono azioni di impatto sociale, che si sono via via imposte in modo estemporaneo grazie all'ideazione di singoli allievi e previa approvazione della Direzione della Scuola, ma ora costituiscono un nucleo coerente di attività, che rispondono piuttosto bene ad alcuni criteri della valutazione della qualità dell'università: si tratta di iniziative di PE originali nel panorama italiano e non solo, e in molti casi affiancano all'azione di divulgazione una attività di ricerca e di riflessione metodologica; coinvolgono *partners* pubblici e privati, locali e nazionali; incrementano l'impatto della Scuola sul territorio, generando innovazione sociale tramite la cultura, e aumentano la conoscenza della Scuola e delle sue strutture da parte di un *target* potenzialmente interessante per la SNS (studenti e studentesse di scuola superiore; studenti e studentesse di università italiane e straniere).

D'altro canto, il coinvolgimento diretto della componente studentesca nelle iniziative di divulgazione comincia a essere riconosciuto dalla letteratura più aggiornata sulla TM dell'università, e l'accento comincia a essere posto anche su progetti *student-led* e sulla centralità degli allievi. Non ultimo, progetti di questo tipo hanno anche rilevanza in termini di *empowered peer education*, laddove l'impegno nei confronti dei pari implica l'acquisizione di competenze relazionali e interpersonali importanti tanto in termini di acquisizione di utili competenze trasversali quanto di promozione del benessere psicologico in generale. La Scuola sostiene quindi l'importanza e la necessità di istituzionalizzare il contributo di allievi e allieve, anche per riconoscere e retribuire il loro contributo ideativo e organizzativo.

Poter contare su una struttura *student-led* per le attività di TM potrà avere rilevanza anche in termini di orientamento alla scelta professionale e di *placement*: le allieve e gli allievi coinvolti avrebbero la possibilità di fare esperienze professionalizzanti, imparando a lavorare per progetti, a interagire con soggetti diversi e ad acquisire o sviluppare capacità e competenze almeno parzialmente diverse da quelle richieste in ambito accademico. Da queste esperienze è possibile maturare maggiore consapevolezza di sé e dei propri obiettivi personali e professionali, eventualmente con il supporto delle opportunità di *career counselling* offerte dalla Scuola nell'ambito delle attività di *placement*. L'impegno in attività differenti da quelle abituali, riconosciuto e valorizzato dalla Scuola stessa, aiuterebbe peraltro a vivere in maniera meno totalizzante l'esperienza della Normale e a mantenere quel contatto con la realtà che in certi casi viene percepito come molto limitato, a scapito del proprio equilibrio e benessere personale. Infine, la presenza e la collaborazione di *alumni* permetterà alla Scuola di coinvolgere proattivamente ex allievi ed ex allieve, mantenendo rapporti fattivi di collaborazione.

In ottica di condivisione e di partecipazione dell'intera comunità della SNS e della componente degli *alumni* alla programmazione di queste iniziative, la Scuola ha dunque formato un Gruppo di Lavoro di allievi e allieve del corso

ordinario e di perfezionamento, ex allievi ed ex allieve per la produzione di beni pubblici, con l'obiettivo di offrire organicità, continuità e ulteriore slancio nella programmazione e nel coordinamento di tutte le attività di TM degli allievi. Il Gruppo di Lavoro ha l'obiettivo di realizzare annualmente un nucleo di iniziative di produzione di beni pubblici e PE dal forte impatto sociale, con particolare attenzione al linguaggio teatrale nelle sue possibili interazioni con i settori di studio della SNS. Le iniziative del Gruppo di Lavoro dovranno generare innovazione e inclusione sociali tramite la diffusione della cultura e interessare *audiences* diversificate. Le attività dovranno avere un carattere innovativo ed essere in grado di sperimentare, e all'occasione ibridare, linguaggi diversi. La programmazione delle attività dovrà risultare coerente, secondo alcune linee di sviluppo ritenute più vantaggiose. Le attività dovranno essere affiancate, se possibile, da azioni di approfondimento scientifico e/o metodologico, a cura del personale e delle strutture di ricerca di riferimento dentro la Scuola.

Compito del Gruppo di Lavoro sarà anche cercare il massimo coinvolgimento possibile, a livello ideativo e a livello organizzativo, da parte di tutta la componente allieva della SNS (corso ordinario e corso di perfezionamento; Classe di Lettere e Filosofia, Classe di Scienze e Classe di Scienze Politico-sociali; sede di Pisa e sede di Firenze).

Il Gruppo di Lavoro definirà annualmente, coordinandosi con SCR, la Commissione TM e le altre strutture di riferimento della Scuola, gli obiettivi e le iniziative specifiche. Il Gruppo di Lavoro ha a disposizione un proprio *budget*, ricavato dal *budget* generale del SCR e definito ogni anno in collaborazione con il SCR e le altre strutture della Scuola. In armonia con l'azione del SCR e della Commissione TM, il Gruppo mantiene autonomia nella definizione di obiettivi e strumenti per le iniziative di propria competenza.

Il Gruppo di Lavoro è coordinato da un coordinatore, che fa da tramite tra la componente allieva e le strutture amministrative e scientifiche di riferimento e, a questo fine, siede nella Commissione TM, insieme a un secondo rappresentante della componente allieva della SNS, il coordinatore del Forum degli Allievi.

Il Gruppo di Lavoro potrà anche coordinare eventuali altre azioni di finanziamento di iniziative degli allievi e delle allieve, oltre a iniziative di formazione alla TM rivolte alla componente allieva della SNS.

Iniziative consolidate

Fra le iniziative cui lavorerà il Gruppo di Lavoro degli Allievi per la TM nel corso del 2021 si trovano alcune iniziative consolidate:

- *Le Letture della Normale*: nel 2021, le *Letture* saranno il punto di caduta e di raccolta delle iniziative dantesche curate dalla SNS per il settimo centenario. Tutte le iniziative (raggruppate attorno al titolo generale *L'alta fantasia. Dante 2021*) graviteranno attorno alla lettura collettiva della *Commedia* organizzata nel settembre 2021, e coinvolgeranno tanto Pisa quanto Firenze. Fra gli eventi già in programma: una collaborazione con Rai Radio 3 e la Compagnia Lombardi Tiezzi per la pubblicazione di un programma radiofonico dedicato alle versioni dialettali della *Commedia*; la realizzazione di un album musicale originale dedicato alla *Vita nova*. Le iniziative coinvolgeranno, se reso possibile dalle norme sanitarie vigenti e dalla collaborazione del Ministero di Grazia e Giustizia, alcuni detenuti della casa circondariale "Don Bosco" di Pisa, membri del laboratorio teatrale diretto dai "Sacchi di Sabbia", cui partecipa anche il Gruppo Teatrale della SNS.
- *I Cerchioni di Dante*: anch'essi dedicati alla *Commedia*, arrivano al terzo anno di sperimentazione. La lettura della *Commedia* condivisa fra allievi e allieve della SNS e allievi e allieve a rischio dispersione scolastica dell'IPSIA Pacinotti di Pontedera si terrà, sino a diverse indicazioni, in regime di DAD; entro settembre, si spera di poter organizzare una visita guidata degli Uffizi. I ragazzi e le ragazze dei *Cerchioni* saranno protagonisti de *L'alta fantasia* con una lettura collettiva dedicata.
- *FACT - Festival of Academic Theatre*: giunto alla sua terza edizione, il Festival del Teatro Accademico porterà a Pisa, per la conferenza sullo stato dell'arte del teatro universitario e per la rassegna di spettacoli, alcune delle più importanti compagnie teatrali universitarie d'Europa e non solo. Il 2021 sarà anche l'anno di *StEPS - Scuola di Teatro Pisa-Spezia*, con la produzione della prima drammaturgia originale a cura del collettivo di FACT.

Nuovi inizi

Al fianco di queste iniziative consolidate, il Gruppo di Lavoro avvierà alcune nuove iniziative sperimentali:

- Un ciclo di incontri a cura degli allievi della Classe di scienze politico-sociali: gli incontri saranno in inglese con sottotitoli, e affronteranno alcuni temi di stringente attualità politica e sociale. Sperimenteranno metodi di diffusione nuovi, concentrandosi sui *social networks*.
- Podcast a cura degli allievi: L'assemblea del Forum degli Allievi ha avanzato la proposta di avviare un progetto in collaborazione con l'Associazione degli Allievi della Scuola Superiore Sant'Anna. Il piano prevede l'apertura di un canale podcast del Forum e dell'Associazione sulle principali piattaforme *online*. L'obiettivo è offrire uno spazio di comunicazione innovativo, che possa raggiungere un pubblico più vario all'interno e all'esterno alle due Scuole. Il progetto prevede la registrazione e la diffusione di episodi di podcast realizzati dagli Allievi su temi di divulgazione e di pubblico interesse. La Scuola, tramite il Gruppo di Lavoro, finanzierà l'acquisto di materiali per la registrazione, che potranno essere utilizzati nell'ambito di possibili nuove collaborazioni radiofoniche da valutare.
- Bando di finanziamento: il Gruppo di Lavoro, insieme al SCR e alla Commissione TM, emanerà un bando di finanziamento per nuove proposte di iniziative di TM e PE a cura degli allievi e delle allieve della SNS. Il bando costituisce una rilevante novità nel panorama delle attività di TM della SNS, e fungerà da vettore di ulteriore inclusione e coinvolgimento della componente allievi nella vita e nella comunicazione istituzionale della Scuola, oltre che di *student empowerment*.
- Opportunità di formazione: in collaborazione con i referenti del progetto di formazione alla comunicazione alla ricerca (vd. sopra) e in collegamento al bando di finanziamento per nuove iniziative di TM degli allievi, il Gruppo di Lavoro favorirà l'avvio di momenti di formazione trasversale dedicati ad allievi e allieve, su temi generali o su specifiche esigenze emerse dall'attività di TM curata dagli allievi. Obiettivo di medio-lungo termine è arrivare a incardinare queste opportunità di formazione nel *curriculum* formale dei normalisti e delle normaliste, valorizzando la formazione alla comunicazione della ricerca come attività didattica a tutti gli effetti.



OBIETTIVI E AZIONI 2021

Strumenti e canali di comunicazione

Il nuovo sito web

Il 2020 è stato anche un anno decisivo per la transizione al nuovo sito web della SNS, che sarà implementato nei primi mesi del 2021.

D'accordo con il Direttore e con il suo delegato alla TM e di concerto con l'Area Strategie Digitali della Scuola, il SCR ha sovrinteso al lavoro di organizzazione del materiale svolto dall'azienda incaricata di rinnovare il sito web. Questo lavoro ha significato: dare indicazioni generali e vincolanti sui principali assi strategici del nuovo sito (disposizione dei materiali, aspetto grafico, principali *tools*); svolgere un lavoro redazionale di revisione e traduzione di tutti i contenuti (questo lavoro proseguirà nelle prime settimane del 2021); offrire un coordinamento generale, fungendo da collegamento fra l'azienda esterna e tutti gli uffici della SNS, recependone esigenze e suggerimenti e comunicando indicazioni generali per la revisione e la riorganizzazione dei materiali; coinvolgere la comunità della Scuola (componente allieva, TA, di ricerca, docente) in test specifici per valutare l'accessibilità della nuova tassonomia.

I principali obiettivi che si propone la riorganizzazione del sito web della SNS sono:

- Miglioramento della veste grafica; miglioramento della tassonomia e dell'accessibilità dei contenuti principali;
- Miglioramento del funzionamento dei sistemi di ricerca interni al sito;
- Miglioramento dell'integrazione fra il sito web e i sistemi gestionali SNS (SERSE, Ugov, etc.);
- Miglioramento del bilinguismo del sito, che si vuole completo;
- revisione del complesso informativo della Scuola, alla luce dei molteplici cambiamenti intercorsi rispetto alla precedente versione del sito (in termini di: struttura interna all'amministrazione SNS, sviluppo dell'offerta formativa, articolazione delle strutture di ricerca, programmazione di iniziative di TM);
- Offerta complessiva e specifica nelle tre missioni fondamentali della Scuola;
- esposizione delle attività della SNS in un'ottica che privilegi la comunicazione e narrazione efficace secondo l'interesse anche potenziale del pubblico interno ed esterno, subordinando a questa la logica per servizi e strutture organizzative
- Risposta alle indicazioni esterne, anche per quanto riguarda i processi di accreditamento, valutazione e garanzia della *performance*).

Come sempre, la sfida più complessa è la creazione di un portale che risulti *user-friendly* a categorie di utenti anche molto dissimili fra loro: gli utenti interni (e anche in questo caso occorre tenere in considerazione esigenze e funzionalità anche molto diverse fra le diverse componenti della Scuola); utenti esterni occasionali alla ricerca di informazioni generali; utenti esterni che si vuole 'ingaggiare' maggiormente tramite iniziative, e quindi informazioni, specifiche (p. es., docenti di scuole secondarie, aziende, esponenti dei media, etc.); utenti esterni interessati a ricostruire, tramite la strutturazione del sito, il funzionamento amministrativo, politico e scientifico della Scuola. È scontato dire che esigenze anche considerevolmente diverse generano strutture e tassonomie considerevolmente diverse. Per questo, si è cercato di semplificare il reperimento di informazioni tramite l'inserimento di un mega-menu (utile a tutte le categorie di utenti), l'inserimento di *cards* esplicative specificamente dedicate ad alcuni argomenti più complessi, l'inserimento di pagine per *target* dedicate agli utenti interni e contenenti diverse *utilities* direttamente accessibili. La *home page* si aprirà con uno *slider* più dinamico e pervasivo dell'attuale, che consentirà di comunicare in modo più diretto ed efficace le notizie e le iniziative di maggiore attualità e interesse della Scuola. Il 2021 sarà l'anno del passaggio al nuovo sito web. Questo richiederà che il coinvolgimento delle varie strutture della Scuola si traduca in una redazione diffusa, con diversi gradi di accessibilità, coordinata da una redazione centrale in capo al SCR; richiederà inoltre un periodo di convivenza fra il vecchio sito web e il nuovo sito web, per

consentire agli utenti interni di familiarizzare con la nuova struttura e avere il tempo di recepire indicazioni e suggerimenti prima del definitivo *switch-off*.

Una nuova policy per i social networks

I *social networks* rappresentano ormai da molti anni uno strumento formidabile di comunicazione e promozione. Nel tempo, le loro prestazioni sono considerevolmente aumentate, ed essi costituiscono ora un ambiente virtuale molto variegato e in grado di offrire funzionalità molto efficaci in campi numerosi. Ciò fa sì che la presenza su almeno alcune delle piattaforme *social* più diffuse sia un obbligo per le istituzioni – che possono utilizzare i propri profili per comunicare in modo più diretto ed efficace con i propri membri e con i propri utenti esterni, ma anche sfruttare la propria presenza *social* a fini pubblicitari –; allo stesso tempo, però, è anche obbligatoria una presenza ben regolamentata, tanto nei principi generali quanto nelle linee editoriali specifiche. Nuove professionalità e nuove competenze si sono sviluppate attorno all'utilizzo corretto dei *social networks*, e anche nel settore della formazione universitaria, nazionale e internazionale, sono ormai disponibili ottimi esempi di pratiche virtuose. È dunque ormai tempo che la SNS si doti di una *policy* generale e di una linea editoriale più precisa nella gestione dei suoi *social networks*.

Al momento, la SNS dispone di account attivi e aggiornati regolarmente su Facebook, Twitter, Instagram e LinkedIn. Si tratta di piattaforme molto diverse, rivolte a *targets* – e dunque preposte al raggiungimento di obiettivi – diversi. Per ciascuna di queste piattaforme si devono dunque stilare una *policy* e un piano editoriale almeno in parte diversi.

Le principali linee generali che i piani editoriali potranno avere sono:

- una razionalizzazione dei contenuti, secondo alcuni modelli e formati da consolidare;
- una differenziazione delle tipologie di contenuto in base alle diverse funzionalità delle piattaforme (p. es., definire una chiara differenza fra Instagram e Facebook, anche sulla base della capacità di rilanciare link e video del secondo);
- la destinazione di ciascuna piattaforma a *targets* più specifici;
- la valutazione della possibilità di avviare la sponsorizzazione di alcuni contenuti considerati di rilievo (in chiave di divulgazione e/o in chiave di promozione);
- una definizione delle politiche di rilancio di contenuti collegati alla SNS ma non prodotti dalla SNS;
- una definizione delle politiche di risposta a messaggi ricevuti alle caselle dei profili della SNS;
- una maggiore e più chiara integrazione fra i profili istituzionali della SNS e i profili di centri di supporto, laboratori, gruppi di ricerca o iniziative legati alla SNS, e se necessario la definizione condivisa di linee di condotta generali;
- una definizione della lingua o delle lingue in cui parlino i profili istituzionali della SNS.

Questo lavoro di ripensamento, benché guidato dal SCR che ha in carico la gestione della comunicazione *social* istituzionale della SNS, dovrà coinvolgere tutte le componenti della Scuola, che dei profili *social* SNS sono uno dei *targets* principali.



OBIETTIVI E AZIONI 2021

Priorità tematiche di comunicazione

- 1 - Valorizzare il corso di laurea specialistica presso la sede di Firenze della SNS, anche attraverso forme di collaborazione più stringenti con UNIFI, attraverso campagne di comunicazione su sito istituzionale, *social networks* e stampa e attraverso contatti mirati con candidati orientamento anni precedenti e scuole superiori della rete SNS.
- 2 - Promuovere a livello internazionale dell'offerta PhD della SNS con focus su Paesi di interesse prioritario (max 3/4) partendo da una indagine sull'attrattività della Scuola (motivi che hanno portato i nostri candidati stranieri ma anche gli allievi stranieri attualmente iscritti ad uno dei corsi PhD della SNS e gli ex allievi stranieri andando a ritroso fino agli allievi entrati in SNS nel 2014) e più in generale da una analisi dei fattori condizionanti della scelta dell'Ateneo e del Paese dove compiere gli studi di dottorato.
- 3 - Riportare al centro della comunicazione sulla specificità della SNS, accanto alla promozione del talento e della vocazione allo studio e alla ricerca anche come approccio metodologico, la assoluta gratuità del percorso di studi: la SNS è la punta più avanzata di un sistema di diritto allo studio che valorizza il merito e asseconda la libertà della scelta universitaria al di là di ogni forma di condizionamento materiale.
- 4 - Dedicare un'attenzione particolare al tema della parità di genere come valore nelle carriere umanistiche e scientifiche cercando di elaborare strategie occasioni per contrastare gli stereotipi di genere e favorire un maggior numero di candidature femminili al corso ordinario.
- 5 - Elaborare strategie e messaggi di comunicazione mirati al coinvolgimento degli *alumni*: in una prima fase come destinatari per ricostruire una rete di rapporti e una vera e propria community, in una seconda fase coinvolgendoli essi stessi come protagonisti e ambasciatori verso l'esterno dei valori e delle specificità del percorso formativo SNS sia in Italia che all'estero, sia in contesti accademici che extra accademici, anche con finalità di *fundraising*.
- 6 - Porre le basi per attività organiche e strutturate di *fundraising* su attività e progetti specifici della SNS (progetti di ricerca di impatto sociale, attività di TM, etc.).
- 7 - Valorizzare il patrimonio archivistico e bibliotecario, la storia della SNS, le attività di ricerca ma anche le peculiarità della vita della Scuola, i percorsi di *alumni* attraverso la progettazione e realizzazione di serie di pillole video da pubblicare sul canale YouTube e da promuovere attraverso i social network: in via sperimentale si tratta di una strada che abbiamo iniziato a percorrere in occasione della visita di accreditamento (per la quale, a causa della modalità interamente online in cui si è svolta, abbiamo prodotto una serie di piccoli video per cercare di restituire almeno in parte le peculiarità della Scuola che con assoluta evidenza sarebbero emerse attraverso una visita in loco) e della Bright Night virtuale che si è tenuta il 27 novembre scorso.
- 8 - Rafforzare il ruolo della SNS come istituzione di alta cultura nazionale, sviluppando anche sul fronte delle iniziative di TM e PE la collaborazione già attiva a livello editoriale con il progetto INCIPIT con INSR, Museo Galileo, Fondazione Collegio San Carlo di Modena, Fondazione Feltrinelli, Fondazione Gramsci, IISS e avviando una interlocuzione istituzionale con AICI (Associazione delle Istituzioni di Cultura Italiane - <https://aici.it/>)

