

# **Emergenze ambientali e sociali: nuovi modelli di comunicazione visiva**

Strategie operative per la diffusione e divulgazione  
della cultura di protezione civile

*a cura di*

M. E. Ruggiero, M. Malagugini, R. Torti



*Rappresentazione e comunicazione*

8

*Collana diretta da:*

Maria Linda Falcidieno  
*(Università di Genova)*

*Comitato scientifico:*

Maria Linda Falcidieno  
*(Università di Genova)*

Vito Cardone  
*(Università di Salerno - Presidente Unione Italiana per il Disegno)*

Jörg Schröder  
*(Università di Hannover - Germania)*

Angela Garcia Codoner  
*(Università Politecnica di Valencia - Spagna)*

Pilar Chias  
*(Università di Alcalà - Spagna)*

Enrica Bistagnino  
*(Università di Genova)*

Giovanni Galli  
*(Università di Genova)*

**Emergenze ambientali e sociali:  
nuovi modelli di comunicazione visiva**  
Strategie operative per la diffusione e divulgazione  
della cultura di protezione civile

*a cura di*

M. E. Ruggiero, M. Malagugini, R. Torti

*I testi qui esposti sono il risultato di una interazione tra differenti progetti di ricerca, a partire dal 2015 con la collaborazione tra il dipartimento Architettura e Design e Protezione Civile del Comune di Genova, concretizzata nell'avvicendamento di contratti di ricerca. Approfondimenti relativi agli aspetti di videografica e comunicazione in ambito sociale sono stati svolti nell'ambito di un assegno di ricerca cofinanziato dall'Ateneo genovese. Infine le riflessioni in itinere su quanto elaborato, nelle diverse accezioni, sono state condivise, diffuse e divulgate in occasione di convegni, seminari e numeri monografici di riviste scientifiche.*

 **UPI** *Il presente volume è stato sottoposto a doppia peer-review secondo i criteri stabiliti dal protocollo UPI*  
UNIVERSITY PRESS ITALIANE *Capitoli 1, 2, 3, 4*

© 2019 GUP

Gli autori rimangono a disposizione per gli eventuali diritti sulle immagini pubblicate. I diritti d'autore verranno tutelati a norma di legge.

Riproduzione vietata, tutti i diritti riservati dalla legge sul diritto d'autore

Realizzazione Editoriale

**GENOVA UNIVERSITY PRESS**

Piazza della Nunziata, 6 - 16124 Genova

Tel. 010 20951558

Fax 010 20951552

e-mail: ce-press@liste.unige.it

e-mail: labgup@arch.unige.it

<http://gup.unige.it>

ISBN 978-88-94943-41-2 (versione a stampa)



(versione eBook)

ISBN 978-88-94943-42-9 (versione eBook)

Finito di stampare aprile 2019

## INDICE

<b>Presentazione: motivazioni e scelte di un progetto innovativo</b> <i>a cura di Francesca Bellenzier</i>	11
<b>Quali obiettivi per le nuove strategie di protezione civile</b> <i>a cura di Maria Gabriella Fontanesi</i>	15
<b>Divulgazione di cultura di protezione civile nelle scuole</b> <i>a cura di Rossana Monti</i>	21
<b>La comunicazione sociale: origini e modelli per il raggiungimento di obiettivi conoscitivi ed educativi</b> <i>a cura di Maria Linda Falcidieno</i>	29
<b>I CAPITOLO</b>	
<b>Registri comunicativi e continuità espressiva</b> <i>Maria Elisabetta Ruggiero</i>	
Il contesto genovese: paesaggio e società	43
Interlocutori e culture	45
Contesti formali	45
Comunicazioni urbane	46
Comunicazioni cartacee	49
Eventi e videografica come processi inclusivi per l'apprendimento	50
Le azioni di protezione civile come sistema complesso: narrazione e comunicazione	54

## **II CAPITOLO**

### **Immagini e narrazione: l'ideazione di un linguaggio**

*Massimo Malagugini*

Una questione di immagine	59
Riferimenti visivi	61
Scelte cromatiche	68
Definizione di una immagine e nuove visioni	71

## **III CAPITOLO**

### **Social media e protezione civile**

*Ruggero Torti*

Esigenze dei nuovi vettori	75
Scelte strategiche in ambito digitale	76
Nuove frontiere	78

## **VI CAPITOLO**

### **Il progetto "Cultura di protezione civile in pillole": conoscere il territorio, percepire i rischi, sviluppare la resilienza**

*Antonella Primi - Fabrizio Bracco*

Genesi e sviluppo del progetto	87
Scelta dei contenuti e articolazione delle "Pillole"	89
Comunicazione testuale e destinatari	92
Le parole e lo storytelling	94

## **Conclusioni**

*a cura di Maria Linda Falcidieno*

101

## **Appendice**

Repertorio figurativo della produzione relativa ai progetti sviluppati	105
--	-----

## **Bibliografia**

136

## **Presentazione: motivazioni e scelte di un progetto innovativo**

Quando sono arrivata alla direzione della Protezione Civile del Comune di Genova, nel giugno 2015, il manifesto in pubblicazione per la campagna sul rischio alluvione era molto accattivante, colorato, incisivo. Però, da una successiva ricerca condotta dal dAD su un campione che comprendeva tutte le fasce di età comprese tra le scuole elementari ed i pensionati, risultò che la maggior parte delle persone intervistate non sapeva dire da CHI fosse stato elaborato.

In altre parole: il messaggio era chiaro, ma non sapevano chi stesse parlando.

Di conseguenza, ragionandone con i nostri interlocutori del dAD, abbiamo deciso di elaborare un vero e proprio “brand” per la Protezione Civile comunale, qualcosa che ci rendesse riconoscibili al primo sguardo, “come la Coca Cola”, e questo perché, se come istituzione vogliamo diventare credibili, dobbiamo prima di tutto essere riconosciuti.

L’idea era: se durante tutto l’anno produciamo materiale, sia cartaceo che in formato elettronico, che parli alle persone delle diverse tipologie di rischio e dei corretti comportamenti da adottare nelle varie situazioni, quando poi saremo in emergenza sarà più facile che i cittadini sappiano riconoscere da chi provengono le informazioni, e quindi a quali di esse prestare attenzione, su chi fare affidamento.

Anche la modalità con cui “raccontare” i concetti che volevamo trasmettere è stata frutto di questa elaborazione: doveva essere alla portata di chiunque, ma non banale, intuitiva ma anche completa, e sempre con lo stesso schema: un vero e proprio percorso, secondo una precisa logica, con un “prima”, un “mentre”, un “dopo”, come accade nella realtà. Sono nate così le campagne sui rischi incendio di interfaccia, alluvione, nivologico; sono state elaborate con lo stesso metodo numerose brochures su altre tipologie di rischio, pubblicate sia in cartaceo che sul nostro sito, oltre che la cartellonistica relativa ad alcuni rischi.

Personalmente, sono molto contenta dell’opportunità di collaborare con gli architetti del dAD in modo creativo, divertente e produttivo, in uno scambio sempre proficuo, uniti dall’intento comune di comunicare con la cittadinanza nel modo più efficace possibile.

Un ringraziamento a tutto lo staff, sia della Direzione Protezione Civile che del dAD, per l’impegno e l’entusiasmo; un ringraziamento speciale da parte mia alla professoressa Maria Linda Falcidieno, per la sua estrema disponibilità, la sua pazienza, la sua eleganza e sensibilità nell’espone il proprio pensiero, la sua determinazione.

Genova, aprile 2019

**Francesca Bellenzier**

*Direttore Protezione Civile del Comune di Genova*



# **III CAPITOLO**

**Social media  
e protezione civile**

PROVA DI  
PROTEZIONE  
CIVILE  
DALLE ORE 9



## **Esigenze dei nuovi vettori**

La comunicazione delle emergenze da parte di Protezione Civile del Comune di Genova negli ultimi anni è stata gestita anche attraverso nuovi vettori comunicativi che si sono affiancati, senza sostituirli, ai tradizionali mezzi di diffusione delle informazioni. Le pubblicazioni, i manifesti e i *depliants*, dialogano oggi in perfetta armonia con le più recenti iniziative comunicative finalizzate perlopiù all'organizzazione di bandi come "Street Art" e di progetti per le scuole e per il "Festival della Scienza". Anche l'utilizzo dei principali social media quali a esempio Facebook e Telegram rientra nelle esigenze di Protezione Civile di individuazione di nuove metodologie di comunicazione delle emergenze capaci di coinvolgere un pubblico sempre più ampio e attento alla tutela dell'integrità sia della vita propria e altrui, sia degli insediamenti e dell'ambiente in cui vive.

Prima di affrontare i temi legati alla ricerca di innovative scelte strategiche di comunicazione in ambito digitale è d'obbligo ricordare che Protezione Civile del Comune di Genova –da sempre attenta alle nuove frontiere di divulgazione delle informazioni al servizio e a protezione della comunità– in questi ultimi anni si è fregiata di lodevoli iniziative volte alla prevenzione del rischio e alla sensibilizzazione dei cittadini. Tra queste va senza dubbio citato il progetto "Sicurezza senza confini" caratterizzato dall'obiettivo di diffondere la cultura di protezione civile nelle scuole di ogni ordine e grado, promuovendo –attraverso pubblicazioni multilingue– la conoscenza della fragilità del proprio territorio, dei sistemi di allertamento e la consapevolezza dei possibili rischi ambientali annessi. Le nuove generazioni vengono così accompagnate verso la cultura della sicurezza e la comprensione dei comportamenti corretti da adottare in caso di fenomeni naturali o eventi meteorologici avversi non solo grazie alla pubblicazione di un opuscolo informativo tradotto in sette lingue (albanese, arabo, dari, francese, inglese, rumeno, spagnolo e dialetto genovese), distribuito nelle scuole e pub-

blicato on line sul sito del Comune di Genova, ma anche grazie a campagne di informazioni annuali diffuse attraverso manifesti di grande efficacia comunicativa inerenti l'attività di prevenzione rischi ambientali quali: alluvione, neve e incendi boschivi.

Inoltre, la diffusione della guida "Volontariato spontaneo" e dei dépliant legati al nuovo sistema di allerte e ai rischi quali: incidenti industriali, incendi di interfaccia, mareggiata, alluvione, neve, frana, terremoto, vento, disagio fisiologico, insieme al concorso "Street Art, siamo tutti protezione civile" e ai laboratori presenti durante il Festival della Scienza "Acchiappa il Segno!" e "Allerta! Il tempo delle emergenze", oltre a coinvolgere la comunità facendola diventare parte attiva del Sistema di Protezione Civile, favorendo anch'esse ulteriormente la conoscenza e la consapevolezza sulle fragilità e sui rischi presenti nel proprio territorio, contribuisce anche al come e dove informarsi in caso di eventi e sulla collaborazione dei cittadini con i soccorritori.

Per un migliore funzionamento dell'organizzazione, Protezione Civile necessita quindi di un più ampio coinvolgimento tra le istituzioni e i Cittadini, i quali grazie a un comportamento più resiliente alle emergenze assumono la veste di veri "attori protagonisti". Questo fondamentale rapporto di interazione, aggregazione e coinvolgimento sociale richiede l'utilizzo di innovativi mezzi di comunicazione: i social media, capaci di veicolare la trasmissione delle informazioni in tempo reale a un pubblico sempre più ampio. L'esigenza quindi di Protezione Civile del Comune di Genova di ricercare nuovi vettori comunicativi ricade non solo nelle lodevoli iniziative sopraccitate, ma anche nell'adozione di un sistema linguistico-visivo sempre più integrato e complesso tipico dei social, veri e propri strumenti di comunicazione da intendersi non come occasione di semplice evasione, bensì nella loro peculiare funzione di strumenti di comunicazione e partecipazione alla società contemporanea.

## **Scelte strategiche in ambito digitale**

In questa società dell'informazione in cui sono sempre più frequenti la sinergia, il collegamento e la multimedialità, ogni individuo deve essere in grado di acquisire l'informazione attraverso la comunicazione e gli innovativi vettori che la rendono concretamente disponibile e costituiscono una fondamentale risorsa in continuo sviluppo tecnologico, capace di creare una infinita serie di relazioni e combinazioni. Facile comprendere come questi nuovi strumenti digitali stiano rivoluzionando le scelte strategiche di comunicazione da parte di enti e aziende pubbliche in costante aggiornamento. Il cambiamento è visibile sia nell'utilizzo degli strumenti quotidiani di lavoro, sia nei tempi e nel linguaggio utilizzato nel dialogo diretto e costante con i cittadini.

Comunicare attraverso il web, i social network e le chat necessita di *skills* e professionalità specifiche capaci di relazionarsi con le differenti regole, i molteplici linguaggi e le varie modalità di interazione; saper scrivere non è l'unico requisito necessario, ma è indispensabile il saper scrivere per il web, per le piattaforme

social e per la messaggistica istantanea per condividere al meglio contenuti testuali, immagini, audio e video.

Oggi siamo davanti a un radicale cambiamento nel modo in cui la gente legge e apprende le informazioni e ne condivide i contenuti; oggi l'utente dei social media da comune fruitore delle informazioni diventa "editore".

A differenza dei metodi di comunicazione tradizionale, i cittadini attraverso le modalità di comunicazione pubblica via web e social network creano delle vere e proprie interazioni tra persone, quasi a costruire una sorta di sentimento condiviso. L'incisività di comunicazione, la velocità e l'ampia diffusione dei contenuti sono i punti di forza del linguaggio dei social media in generale.

Per comprendere le ragioni del sorprendente successo dei social media ormai impiegati in vari campi dalla vita quotidiana alla cultura, bisogna tornare indietro alla metà degli anni '90 e partire dalla diffusione dei siti web che ha permesso alle istituzioni e ai singoli utenti di conquistare uno spazio in rete pubblicando un proprio sito. Avere un sito internet però implica l'acquisto di uno spazio web all'interno del quale inserire i contenuti, oltre l'acquisto di un dominio identificativo del sito stesso e l'utilizzo di hardware e software per l'inserimento dei contenuti. Nel Duemila, per ovviare alle problematiche legate alla gestione dei siti internet, si ha l'introduzione di piattaforme gratuite che attraverso una semplice registrazione con username e password permettevano e permettono tutt'ora di pubblicare contenuti di testo – blog –, contenuti video attraverso YouTube, oppure fotografie grazie a Flickr. Questa gestione delle piattaforme digitali porta alla nascita delle piattaforme specializzate che si possono articolare in due macro-categorie di social media: le reti sociali e i microblogging. Tra i microblogging più diffusi troviamo "Twitter" che permette di "postare" messaggi molto concisi come un sms e "Tumblr" che permette all'utente di creare un blog con testi, immagini, fotografie, video, musica in maniera estremamente semplificata e facile quanto mandare un sms.

Le reti sociali più comunemente definite social network come "Facebook", "LinkedIn" sono delle piattaforme che alle funzioni di microblogging inseriscono ulteriori funzionalità aggiuntive, quali l'inserimento di immagini, foto, video, fino alla realtà aumentata. I social media sono diventati così nel giro di pochi anni da semplici piattaforme ludiche e di divertimento a utili e potenti strumenti in grado di creare un contatto diretto e immediato con i cittadini.

Il Comune di Genova è stato pioniere nell'uso dei social media, fin dal 2009 ha costruito un apparato di comunicazione web molto esteso, mettendo al centro la formazione e la collaborazione tra i vari uffici e i referenti. Inizialmente con l'attivazione di un profilo Myspace, il Comune avvicinava i giovani alla Pubblica Amministrazione cercandoli nella "piazza" virtuale che popolavano per poi dirottare l'attenzione sulle piattaforme Youtube e Facebook, attraverso canali alimentati da contenuti legati agli eventi, alla cultura e alle questioni istituzionali, gestiti anche secondo le necessità delle nuove generazioni.

Comunicare in digitale significa diffondere i contenuti in maniera immediata, chiara e partecipata attraverso l'utilizzo delle potenzialità delle nuove tecnologie

e la radicale riorganizzazione del lavoro. Un uso appropriato e consapevole dei social media e di tutti i nuovi strumenti di comunicazione permette –come nel caso di Protezione Civile del Comune di Genova– di sviluppare servizi, di garantire la propria presenza sulle piattaforme web, social, chat e facilitare la comunicazione attraverso l'*instant messaging* della piattaforma "Telegram".

Telegram è un'applicazione di messaggistica semplice, veloce, affidabile e gratuita, basata su canali per diffondere messaggi pubblici a un pubblico illimitato o per inviare messaggi, documenti, foto, video e file musicali a gruppi fino a 100.000 membri. Grazie a Telegram la Protezione Civile del Comune di Genova ha così attivato un nuovo servizio di messaggistica istantanea che permette a tutti i cittadini che lo desiderano di ricevere in tempo reale su smartphone, tablet o PC, tutti gli avvisi legati alle emergenze, compresi i messaggi di allerta e le notizie legate alle attività di Protezione Civile.

La procedura per visualizzare i canali di Protezione Civile del Comune di Genova è semplice e immediata, poiché, una volta scaricata l'App Telegram sul proprio smartphone e cercato il canale @ProtCivComuneGe, basta cliccare sulla dicitura "Unisciti". Terminata la procedura gli utenti riceveranno gli aggiornamenti e resteranno informati sulle emergenze legate al territorio attraverso un messaggio istantaneo. Velocità e semplicità sono la base della divulgazione e condivisione delle informazioni attraverso social e chat in grado di avvicinare le istituzioni e i cittadini tramite un dialogo quotidiano.

Oggi gli strumenti messi a disposizione dalle tecnologie digitali e dal web rendono la comunicazione, anche tra gli Enti come Protezione Civile e i cittadini, in continua evoluzione, per soddisfare i requisiti principali dell'immediatezza e della condivisione. Nell'epoca in cui si condivide tutto ricopre infatti una fondamentale importanza il dialogo tra i diversi enti istituzionali e tra questi e i cittadini. L'obiettivo risiede nel portare la Pubblica Amministrazione ad un sostanziale rinnovamento, anche attraverso l'utilizzo dei social network intesi come veri e propri sportelli virtuali per il cittadino.

In definitiva i social, le chat e le innumerevoli opportunità del web costituiscono gli strumenti indispensabili e riconosciuti di servizio pubblico utili a dare informazioni e a fornire servizi. Sono una grande occasione per una nuova comunicazione pubblica al servizio degli utenti, basata sul concetto di rapporto diretto e velocità di soluzione.

## **Nuove frontiere**

La collaborazione con le scuole di ogni ordine e grado –con particolare riferimento ai plessi scolastici situati in zone a rischio esondazione e incendi di interfaccia– per Protezione Civile assume un significato particolarmente importante in quanto permette di informare gli alunni sulla fragilità del proprio territorio e sui potenziali rischi ambientali. Diffondere quindi i corretti comportamenti di autoprotezione attraverso una serie di consolidati eventi formativi condotti dal personale strutturato e dai volontari assume un significato speciale, in quanto

favorisce la formazione di una comunità consapevole, capace di comprendere le fragilità e i rischi presenti sul proprio territorio e affrontare le avversità per limitarne i danni, attraverso la conoscenza dei corretti comportamenti di auto-protezione.

Alle interessanti iniziative fino a ora maturate e divulgate nei plessi scolastici, quali la creazione e la distribuzione del libretto "Niente Paura", il divertente gioco "S.T.A.I." e l'interattivo dvd "Le Scatole di Zoe", si affianca l'ideazione e la realizzazione grafica del progetto "Cultura di protezione civile in pillole", promosso dalla Direzione Protezione Civile, in collaborazione con il Dipartimento Architettura e Design e il Dipartimento di Scienza della Formazione dell'Università di Genova. Le "Pillole" in questione rientrano nella scelta strategica di comunicazione innovativa finalizzata alla divulgazione delle attività svolte, attraverso la visione di brevi video che l'insegnante propone agli studenti distinti per fasce di età: 6-8, 9-12, 13-14 anni. I *frame* che costituiscono le "Pillole" riprendono scene di vita quotidiana di due protagonisti caratterizzati dalla stessa età del target al quale si fa riferimento e che vivono in prima persona alcune situazioni capaci di condurli alla scoperta delle sfaccettature degli eventi atmosferici, delle rispettive conseguenze e dei corretti comportamenti da adottare nelle differenti circostanze. Inoltre, nei video-racconti sono presenti specifici termini che l'insegnante spiegherà attraverso alcuni brevi incisi.

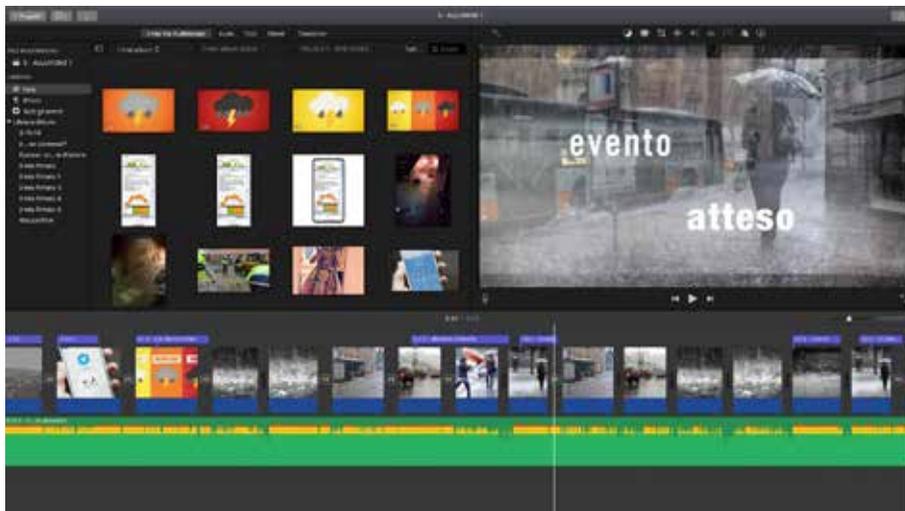
Il linguaggio grafico adottato nelle "Pillole" varia in base ai differenti target di riferimento, spaziando dall'illustrazione estremamente semplificata per i più piccoli, a un disegno fumettistico per la fascia intermedia, fino ad arrivare a una sequenza di immagini fotografiche per il target più adulto.

Per quanto concerne invece la scelta strumentale, necessita soffermare l'attenzione sull'utilizzo sinergico di una molteplicità di software per la realizzazione dei video in questione, in quanto dall'acquisizione digitale dei disegni realizzati a mano, al montaggio video delle immagini, degli effetti di transizione, dei testi e della musica di sottofondo, si passa per l'elaborazione digitale di fotoritocco delle singole immagini o parti di esse. Per la fascia d'età dai 13 ai 14 anni sono stati usati prevalentemente comuni software di *editing* video e *slideshow* capaci di combinare foto e videoclip con effetti creativi e filtri in grado di trasformarli in veri e propri mini video; per le due fasce di età più giovani è stato fondamentale l'utilizzo dell'innovativo software americano "Doodly", un versatile programma caratterizzato da un'interfaccia *drag-and-drop* nato per la creazione di filmati grazie all'utilizzo di immagini di lavagne in ardesia, bianche o trasparenti come sfondo, sulle quali viene data la possibilità di veder disegnare in maniera più o meno precisa e fedele i propri elaborati grafici dal movimento continuo di una mano. La scelta del tipo di supporto, del colore della mano o del tipo di gesso o pantone, oltre ai possibili effetti di transizione tra una scena e l'altra e la durata di ogni singolo disegno o scritta, rende questo software particolarmente adatto alla creazione di video didattici di grande impatto comunicativo, capace non solo di attirare la curiosità, ma di mantenere alta l'attenzione.

Il programma è caratterizzato da migliaia di disegni "preconfezionati" e da numerose tracce audio messe a disposizione per la creazione delle differenti scene

caratterizzanti il filmato finale, ma il punto di forza risiede nel poter aggiungere ulteriori file audio e importare nuovi disegni personalizzati e font.

In conclusione, la possibilità di poter creare una libreria personale di disegni raffiguranti intere ambientazioni interne ed esterne, oggetti e personaggi legati da un linguaggio grafico comune –come è stato fatto per la realizzazione del caso in oggetto– permette la progettazione di un format esportabile e adattabile alle necessità caratterizzanti i diversi luoghi e le differenti situazioni. Divulgare quindi le informazioni tramite un video come metodo di rappresentazione visiva non solo rende le presentazioni più coinvolgenti dei tradizionali sistemi di comunicazione, ma permette ai giovani spettatori di imparare, anche abituandosi a riflettere guardando e creando così consapevolezza critica, necessaria nella cultura contemporanea in massima parte proprio fondata sulle immagini.



Interfaccia utente del software *editing* video e *slideshow* utilizzato per combinare foto e videoclip con gli effetti creativi delle transizioni, dei testi e dei sottofondi musicali.

## PROTEZIONE CIVILE

Cultura di Protezione Civile  
... in pillole



## ALLUVIONE

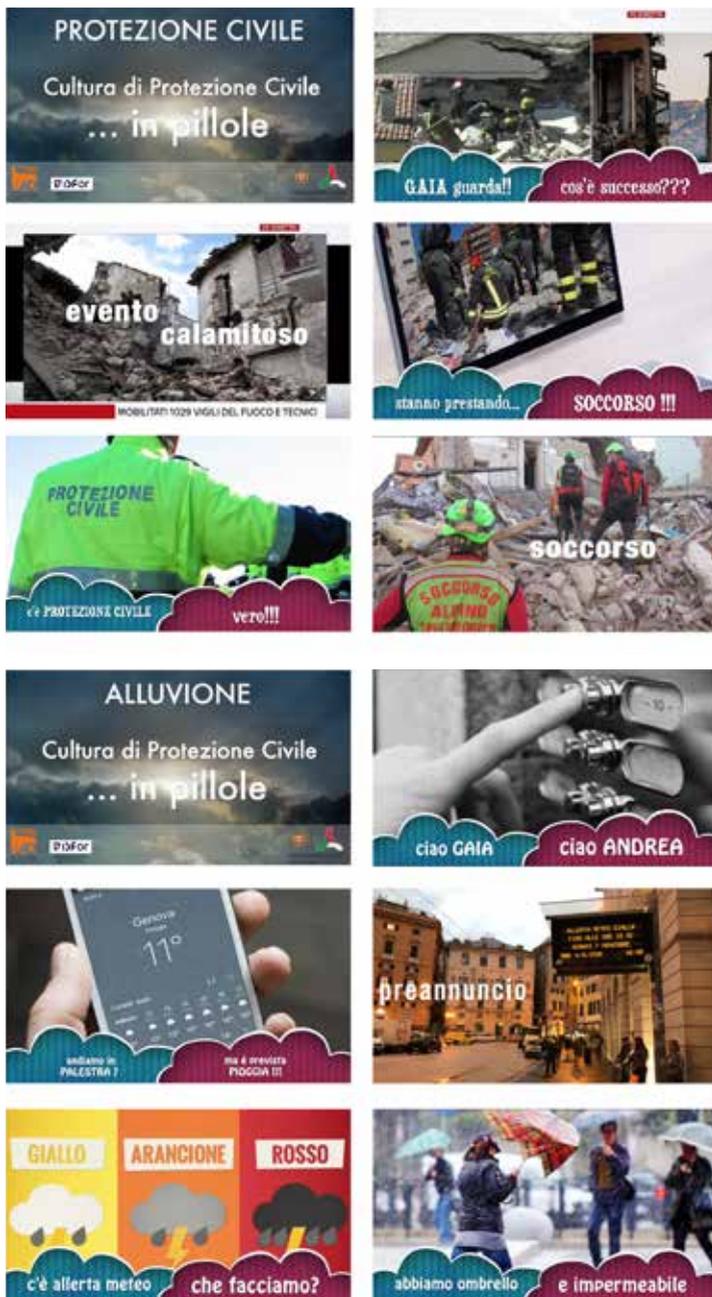
Cultura di Protezione Civile  
... in pillole



Alcuni frame di una sequenza video inerente un'ideazione narrativa sostanzialmente viva realizzata con un linguaggio grafico adatto ai bambini compresi nella fascia di età 6-8 anni caratterizzato da immagini prevalentemente bidimensionali, da un contesto semplificato e dalla particolarità che i personaggi adulti vengono raffigurati da un punto di vista "a misura di bambino".



Fotogrammi relativi a una sequenza video caratterizzata da un linguaggio grafico rivolto a un target di età tra i 9 e i 12 anni dove i disegni a carattere fumettistico sono frutto di sintesi grafiche capaci di rendere il contesto leggibile come reale.



Ideazione narrativa costituita da un linguaggio fotografico e realistico realizzata per la fascia di età dei più grandi compresa tra i 13 e i 14 anni, nella quale le immagini riprendono scene di vita quotidiana: dalla scoperta degli eventi atmosferici, alle loro conseguenze per giungere ai corretti comportamenti da adottare nelle differenti circostanze.



## Bibliografia

- AA.VV., *Le torri costiere dell'Imperiese*, Graphic Sector, 2009
- AA.VV., *Riflesso Emergency* - Magazine sulla Cultura delle Emergenze, Ass. Media Eventi, 2018
- BISTAGNINO E.; CASTELLANO A., (a cura di), *Being Positive strategie e linguaggi per la comunicazione dell'HIV*, Genova University Press, 2017
- CMCC, 2017, *Piano Nazionale di Adattamento ai Cambiamenti Climatici*, PNACC. Conferenza Nazionale Educazione Ambientale e allo Sviluppo Sostenibile. Stati generali dell'ambiente, Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca - novembre 2016
- CRUTZEN, P.J.; STOERMER, E.F., *Anthropocene*, in IGBP Newsletter, n. 41, pp. 17-18, 2000
- CRUTZEN, P.J., *Geology of Mankind*, in Nature, n. 415, n. 6867, p. 23, 2002
- CRUTZEN, P.J., *Benvenuti nell'Antropocene!*, Mondadori, 2005
- CUCCO E.; PAGANI R.; PASQUALI M., *Primo rapporto sulla comunicazione sociale in Italia*, RAI libri, 2005
- CUCCO E.; PAGANI R.; PASQUALI M.; SOGGIA E., *Secondo rapporto sulla comunicazione sociale in Italia*, Carocci, 2011
- DE PASCALE, F.; GIORDA, C.; GIACCARIA, P., *Introduzione, Sessione Antropocene e ricerca geografica. Prospettive presenti e future*, in SALVATORI F. (a cura di), *L'apporto della geografia tra rivoluzioni e riforme*, Atti del XXXII Congresso Geografico Italiano, Roma 7-10 giugno 2017, Roma, A.Ge.I., www.agei.it, 2019
- FALCIDIENO M. L., *Parola, Disegno, Segno. Comunicare per immagini*, Alinea, 2006
- FALCIDIENO M. L., *Comunicazione, rappresentazione*, Alinea, 2009
- FALCIDIENO, M. L.; MALAGUGINI M. (a cura di), *Strutture complesse, analisi gestione e comunicazione*, Genova University Press – De Ferrari Editore, 2014
- GADOTTI G., *Pubblicità Sociale. Lineamenti, esperienze e nuovi sviluppi*, Franco Angeli, 2003
- GADOTTI G.; BERNOCCHI R., *La Pubblicità Sociale - Maneggiare con cura*, Carocci, 2010
- GAUSA M.; ANDRIANI C.; FAGNONI R., (a cura di) 2016, *Med Net 03, Intelligent cities, resilience landscapes*, Genova University Press, 2016
- IPCC, *Global warming of 1.5°C. (Special Report, 2018)*, IPCC, Switzerland, 2018
- JANMAIMOOL, P. & WATANABE, T., *Evaluating Determinants of Environmental Risk Perception for Risk Management in Contaminated Sites*, International Journal of Environmental Research and Public Health, 11, 6291-6313; doi:10.3390/ijerph110606291, 2014

*Linee guida per l'educazione ambientale e allo sviluppo sostenibile*, Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, 2009, [www.minambiente.it](http://www.minambiente.it)

*Linee Guida Educazione ambientale per lo sviluppo sostenibile*, Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, 2014, [www.minambiente.it](http://www.minambiente.it)

PARODI A. M., *Un percorso nel tempo Genova, la via "Romana di Levante"*, Genova University Press, 2018

PUGGELLI F. R.; SOBRERO R., *La comunicazione sociale*, collana Le Bussole, Carrocci, 2010

RATTO C., *Il design per la comunicazione sociale*, tesi di dottorato (tutor M.L. Falcidieno), Scuola di dottorato in Architettura e Design, Corso di Design, Dipartimento di Scienze per l'Architettura, Università degli Studi di Genova, XXIII ciclo

RUGGIERO M. E., *Rappresentazione e cultura visiva per la valorizzazione di sistemi complessi. Il caso studio del paesaggio agricolo ligure*, Stefano Termanini Editore, 2018

*Trasformare il nostro mondo: l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile*, Risoluzione adottata dall'Assemblea Generale, Nazioni Unite, 2015

UNEP, *Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication*, in [www.unep.org/green economy](http://www.unep.org/green economy), 2011

VOLLI U., *Manuale di semiotica*, Laterza, 2005

WACHINGER, G.; RENN, O.; BEGG, C. & KUHLCHE, C., *The risk perception paradox - implications for governance and communication of natural hazards*. Risk Analysis, 33(6):1049–1065, 2013



## Collana **Rappresentazione e comunicazione**

### Volumi pubblicati

1. *BEING POSITIVE strategie e linguaggi per la comunicazione dell'HIV*, a cura di Enrica Bistagnino, Alessandro Castellano, 2016 (ISBN: 978-88-97752-76-9)
2. Massimo Malagugini, *MOVE IT. Disegno – Tempo - Movimento*, 2016 (ISBN: 978-88-97752-69-1)
3. Anna Maria Parodi, *Un percorso nel tempo Genova, la via "Romana di Levante"*, 2017 (ISBN versione a stampa: 978-88-905492-9-8), (ISBN versione eBook: 978-88-97752-51-6)
4. *Ri-FIUTO Occasioni e Azioni di Ricerca*, a cura di Raffaella Fagnoni, Maria Linda Falcidieno, Silvia Pericu, Mario Ivan Zignego, 2017 (ISBN versione a stampa: 978-88-97752-92-9), (ISBN versione eBook: 978-88-97752-95-0)
5. Massimo Malagugini, *L'ARCHITETTURA E LA SUA IMMAGINE – Il disegno fra indagine e progetto*, 2018 (ISBN versione a stampa: 978-88-94943-05-4), (ISBN versione eBook: 978-88-94943-07-8)
6. Maria Carola Morozzo della Rocca, *Per un Portale del Nautical Heritage - Ricerca, azioni e proiezioni*, 2018 (ISBN versione a stampa: 978-88-94943-13-9), (ISBN versione eBook: 978-88-94943-14-6)
7. Silvia Pericu, *WAKING UP THE SLEEPING GIANTS - Risvegliare i giganti dormienti*, 2018 (ISBN versione a stampa: 978-88-94943-33-7), (ISBN versione eBook: 978-88-94943-34-4)
8. *Emergenze ambientali e sociali: nuovi modelli di comunicazione visiva*, a cura di M.E. Ruggiero, M. Malagugini, R. Torti, 2019 (ISBN versione a stampa: 978-88-94943-41-2), (ISBN versione eBook: 978-88-94943-42-9)

**Francesca Bellenzier** e **Maria Gabriella Fontanesi** operano presso Protezione Civile del Comune di Genova; **Rossana Monti** opera presso la Polizia Locale del Comune di Genova.

**Maria Linda Falcidieno, Maria Elisabetta Ruggiero, Massimo Malagugini, Ruggero Torti** svolgono attività di docenza e ricerca presso il Dipartimento Architettura e Design della Scuola Politecnica dell'Università di Genova; **Antonella Primi** e **Fabrizio Bracco** svolgono attività di docenza e ricerca presso il Dipartimento di Scienze della Formazione della Scuola di Scienze Sociali della medesima Università.

***Francesca Bellenzier** and **Maria Gabriella Fontanesi** work at the Civil Protection of the Municipality of Genoa; **Rossana Monti** works at the Local Police of the Municipality of Genoa.*

***Maria Linda Falcidieno, Maria Elisabetta Ruggiero, Massimo Malagugini, Ruggero Torti** carry out teaching and research activities at the Department of Architecture and Design of the Polytechnic School of the University of Genoa; **Antonella Primi** and **Fabrizio Bracco** carry out teaching and research activities at the Department of Education of the School of Social Sciences of the same University.*

La pubblicazione raccoglie gli esiti finora ottenuti da una pluriennale collaborazione, in termini di ricerca, svolta tra il Dipartimento Architettura e Design della Scuola Politecnica dell'Università di Genova e il Servizio di Protezione Civile del Comune di Genova.

Tale collaborazione si è sviluppata a partire dalla riconosciuta necessità di promuovere l'identità visiva di Protezione Civile, quale promotore di comunicazioni di pubblica utilità, che portassero a informare e formare la popolazione circa i rischi possibili presenti sul territorio, così da sviluppare consapevolezza e adozione di norme comportamentali di auto protezione e supporto alla collettività.

Il lavoro di progetto, quindi, è stato impostato sulla scelta di campagne di comunicazione e manifestazioni collettive collaterali rivolte alla diffusione della cultura legata alle "buone pratiche" da mettere in atto in caso di calamità.

Il testo illustra metodi, complessità e obiettivi raggiunti nei differenti ambiti di intervento.

*The publication collects the results obtained so far by a multi-year collaboration, in terms of research, carried out between the Department of Architecture and Design of the Polytechnic School of the University of Genoa and the Civil Protection Service of the Municipality of Genoa.*

*This collaboration developed starting from the recognized need to promote the visual identity of Civil Protection, as a promoter of public utility communications, leading to inform and train the population about the possible risks present in the territory, so as to develop awareness and adoption of behavioral norms of self protection and support to the community.*

*The project work, therefore, was based on the choice of communication campaigns and collateral collective events aimed at spreading the culture linked to those "good practices" to be implemented in the event of a disaster. The text illustrates methods, complexity and objectives achieved in the different areas of intervention.*

ISBN: 978-88-94943-41-2



9 788894 943412

€ 18,00