

## La divulgazione di contenuti formativi attraverso la comicità



La **comicità come veicolo di comprensione** per trasferire e fissare contenuti e messaggi formativi offre la possibilità **di stabilire un contatto diretto**, immediato e partecipativo con il pubblico di riferimento. Riuscendo, al contempo, a costruire progetti su misura sia di comunicazione interna che esterna per veicolare **valori, asset, novità e ogni singolo contenuto**. Gli eventi che si creano non corrispondono né, da una parte, alla classica convention aziendale con spettacolo di cabaret annesso per “alleggerire” l’atmosfera o il successivo momento di lavoro, né all’intervento formativo da consulenza esterna adattato per l’occasione attorno alla situazione. Il progetto prevede **una serie di incontri preliminari** da definire assieme per costruire la dinamica del contenuto formativo da trasferire e per graduare il tono della comunicazione, con **l’obiettivo della partecipazione diretta del pubblico**, una modalità già più volte sperimentata con successo, sia a teatro che in ambiti aziendali e di lavoro.

## Tre possibili chiavi di lettura

Ogni progetto viene realizzato sulla base delle esigenze espresse dal cliente ma esistono dei modi di raccontare che facilitano l'accesso ai contenuti. Per esempio...

1. **Il dubbio amletico** – Amleto, ovvero il principe del dubbio. Che, infatti, non a caso, si chiama dubbio amletico. Essere o non essere, questo è il problema. Ma se il dubbio amletico non fosse il segno di un'incapacità a prendere decisioni quanto, piuttosto, la celebrazione, sontuosa ed estrema, della potenza indagatrice e scientifica della Pippa Mentale? La Pippa Mentale è il metodo del dubbio amletico portato all'estrema potenza, in grado di esplorare ogni argomento fino alle sue conseguenze, di raccontare e spiegare, di farsi domande e giungere assieme alle più incredibili risposte. Si tratta di un esperimento di social network dal vivo in cui le persone partecipano attivamente e in modo divertente alla sperimentazione delle Pippe Mentali attraverso la partecipazione diretta: vengono rappresentate e attualizzate, sotto un'azione guidata, alcune delle più famose scene della tragedia shakespeariana per esplorare i temi e le questioni in oggetto dentro la metafora di una sorta di rito collettivo. Il coinvolgimento prevede una collaborazione attiva delle persone che sono chiamate, attraverso le proprie competenze e la propria creatività, a proporre, recitare e sperimentare il metodo scientifico amletico.



2. **Dopping** – Si tratta di un gioco (volendo, anche a premi) nel quale i concorrenti si cimentano nel doppiaggio di brevi scene tratte da film famosi, prestando la loro voce alle star del cinema. I concorrenti, scelti attraverso casting collettivi, si sfidano, a coppie, singolarmente e a gruppi, in una serie di divertenti competizioni anticipate dalla proiezione su schermo delle medesime scene e dalla loro riproposizione senza audio. Il pubblico in sala partecipa attivamente, sia alla selezione dei concorrenti migliori che vanno avanti nella sfida, sia aiutando i presentatori a scherzare con i concorrenti, talvolta aiutandoli nel doppiaggio talvolta introducendo variazioni tipo: doppiare in un dialetto, cambiare il testo della scena, invertire i ruoli (l'uomo fa la donna e viceversa). Il doppiaggio delle scene dei film, selezionate appositamente, offre di volta in volta l'occasione per affrontare, attraverso la metafora cinematografica, i temi, gli argomenti e le domande che si desiderano affrontare e veicolare. Fino a costruire dei veri e propri eventi a tema con la partecipazione diretta delle persone presenti.



**3. Dementalist** – Sulla scia delle tante serie televisive dedicate ai mentalisti e agli scienziati esperti del comportamento umano, il progetto prevede la costruzione di un evento all'interno del quale vengono raccontate, in modo divertente e con il coinvolgimento diretto delle persone, le tecniche per la comunicazione verbale e non verbale, oltre che le dinamiche delle relazioni interpersonali e il loro funzionamento. Ansie, manie, paure, luoghi comuni, reazioni standard e anomalie: i Dementalist sono chiamati a mettere in scena, con l'aiuto del pubblico, tutto il campionario dei comportamenti umani nelle situazioni che si intendono esplorare e sugli argomenti che si desiderano veicolare. Attraverso l'individuazione, collettiva e in diretta, dei temi e delle problematiche connesse, i due esperti costruiscono un vero e proprio spettacolo con canzoni, esperimenti guidati e metafore dal mondo animale, per raccontare in modo divertente i meccanismi di questo delicato marchingegno che è il nostro cervello.



**alcuni dei principali progetti aziendali realizzati nel corso degli ultimi anni**



**banca Popolare di Lodi (2008)**, holding del Gruppo BPU Banche Popolari Unite (Banca Popolare di Bergamo, Banca Popolare Commercio e Industria, Banca Carime, Banca popolare di Ancona): convention aziendale per la veicolazione di contenuti relativi alle problematiche comuni nelle attività di sportello e nella relazione con il cliente.

**concessionaria Spazio di Genova (2008)**: convention per il lancio della nuova Lancia Delta. Intervento per affrontare e rovesciare con umorismo i luoghi comuni sulla tecnologia italiana all'estero.

**wincor Nixdorf (2009)**: convention aziendale. Presenza di tre giorni in azienda. Intervento per raccontare con umorismo le problematiche di comunicazione interna tra venditori e consulenti.

**siemens** (2009): convention aziendale sul trasferimento delle novità tecnologiche alla forza vendita.

**sindacato Uil** (2009): trasferimento contenuti nel corso di un incontro nazionale. Argomento: le attività e le problematiche sindacali nel confronto con il pubblico.

**festival della Scienza di Genova** (2009): intervento per l'istituto Chiossone sulle diverse abilità.

**grafoplast** (2010): convention con intervento sui valori aziendali da rappresentare e comunicare all'esterno.

**macheraldo** (2011) intervento costruito per i venditori e i distributori di ferramenta. Nel corso della convention, sono stati riprodotte le situazioni abituali di relazione tra il negoziante e le varie tipologie di clientela che entrano nella ferramenta.

**progetto Mare Pulito** (2011): veicolazione dei contenuti relativi all'iniziativa.

**gruppo Ascopiave** (2011): convention aziendale di fine anno.

**istituto Internazionale di Ricerca** (2012): intervento per la veicolazione di contenuti specifici sull'economia e sulla ricerca scientifica.

**festival dell'economia di Trento** (2012): in collaborazione con Alessandro Garofalo, intervento sulla creatività e sul suo sviluppo. Ideazione e realizzazione di spot per il lancio di iniziative specifiche collegate al Festival.





**gruppo EGL** (2012): convention aziendale di fine anno.

**inaugurazione della Nave Azura** (2012), una nave passeggeri costruita da Fincantieri per il mercato britannico (l'ammiraglia della flotta P&O CRUISES, marchio del Gruppo Carnival): evento di presentazione.

**notte dei ricercatori di Trento** (2013): realizzazione di un format radio live di fronte all'università per raccontare tutte le iniziative connesse all'evento.

**innovation in jazz** (2014): Musica e mondo dell'innovazione si mettono in dialogo attraverso l'esplorazione di alcuni elementi comuni: la struttura, il cambiamento, i ruoli, l'improvvisazione e l'ascolto. Il jazz visto come paradigma, paradossoso, spazio multisensoriale, seguendo la lezione dell'avveniristico Medialab del Mit di Boston e molte altre suggestioni. Con Alessandro Garofalo.

**La nascita dell'Europa attraverso la musica** (2014): un progetto Nemo Geie, Network of European Music Operators. Nel corso di una giornata al Teatro Carlo Felice di Genova, l'intervento ha previsto la moderazione e il racconto delle premesse musicali come fattore determinante per la formazione di una cultura europea. Critici musicali, professori universitari e musicisti sono stati condotti, con una mediazione divertente, ad attraversare la formazione dell'Europa attraverso interventi e brani musicali dal vivo.

**La manutenzione industriale in tempo di crisi** (2014): il MeGMI, Master Executive in Gestione della Manutenzione Industriale, è una iniziativa promossa congiuntamente dal MIP Politecnico di Milano e dalla School of Management dell'Università degli Studi di Bergamo. In occasione della consegna dei diplomi presso l'i.lab di Italcementi da poco realizzato da Richard Meier, è stata organizzato un convegno sulla manutenzione industriale. L'intervento ha previsto il racconto, con il coinvolgimento diretto del pubblico in sala, del valore della manutenzione in tempo di crisi attraverso Amleto e altre famose figure shakespeariane.

**dePILati** (2014), Spettacolo realizzato per Bottega Solidale dedicato alla divulgazione di alternative al Pil come misuratore della felicità delle persone. Assieme al professor Leonardo Becchetti dell'Università di Roma Tor Vergata, è stato realizzato un intervento di diffusione di contenuti economici specifici attraverso comicità e musica.

**Sogno di una Notte di Mezza Estate di Shakespeare con musiche di Mendelssohn** (2014). Sotto la direzione musicale di Maurizio Dini Ciacci, l'opera di Shakespeare è stata suonata da un'orchestra sinfonica presso la Fondazione Cini di Venezia con la voce narrante. L'intervento ha previsto la costruzione di un nuovo percorso all'interno dell'opera: attraverso la recitazione di alcuni passaggi tratti da Shakespeare e la ricostruzione dell'intera storia all'interno di specifici intervalli previsti nella musica e sulla musica, è stata messa in scena una nuova modalità di racconto che ha previsto anche l'insolito coinvolgimento del pubblico sul palco.

**L'adattamento** (2014) Per i dirigenti Coop riuniti presso la sede di Firenze è stato organizzato un evento in cui, attraverso il racconto del comportamento animale, è stato narrato in modo

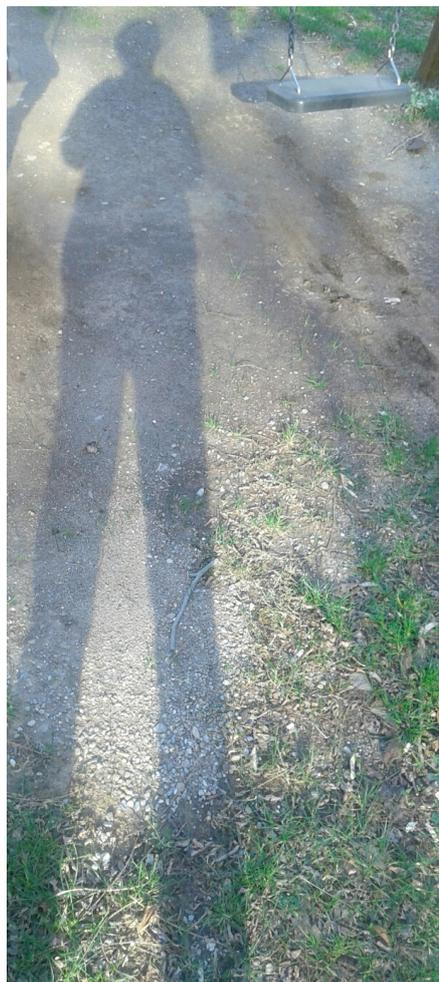


divertente il concetto di adattamento, sia all'interno del lavoro aziendale sia nella dinamica di apertura di un punto vendita in una nuova realtà territoriale.

**bergallo&altri animali (2014)** Format di divulgazione scientifica attraverso la comicità. **Uno show comico a tema** (l'accoppiamento, l'omosessualità, la guerra, la casa, la memoria, il sonno, i rapporti sociali, i bisogni fisiologici...) di **scena una volta al mese presso La Clique del Teatro della Tosse di Genova**. Partecipano, di volta in volta, gruppi musicali che si alternano sul palco con etologi ed esperti del laboratorio di robotica di Genova per affrontare il tema della serata attraverso lo studio degli animali e degli uomini messi nelle stesse situazioni. Inoltre, intervengono drag queen, insegnanti di ballo, parrucchieri, direttori d'orchestra, imprenditori e quant'altro contribuisca a fare apprendimento attraverso lo spettacolo.

**la via latta (2015)** Realizzazione di **uno spettacolo teatrale prodotto dal Consorzio per il Riciclo dell'Acciaio e dedicato alle scuole medie superiori che racconta la lattina d'acciaio come metafora del concetto d'infinito nella storia**: a partire dall'età del bronzo, quando ancora era solo un'esigenza, lungo tutta i periodi dello sviluppo umano fino ad arrivare alle possibilità di nuovi, continui e infiniti utilizzi di questa incredibile invenzione. **La Via Latta gioca sulla costruzione dell'idea di infinito come elemento caratterizzante delle possibilità di riciclo dell'acciaio**.

**I limiti della scienza (2015)** In occasione della mostra dell'anno **organizzata dal Muse di Trento (Museo di Storia Naturale progettato da Renzo Piano)**, vengono organizzati una serie di spettacoli per divulgare in modo divertente e leggero i contenuti dell'esposizione dedicata ai buchi neri e a tutte le grandi scoperte più recenti della fisica. **I limiti scientifici vengono raccontati attraverso l'analisi dei limiti del quotidiano così come sperimentato da ognuno di noi**.



**Alessandro Bergallo e Andrea Begnini** collaborano da anni su spettacoli, contenuti e format di divulgazione sperimentando **l'impatto della comicità e del divertimento sulla salute delle persone e dei gruppi**, oltre che sulla veicolazione dei contenuti. Hanno scritto e lavorato allo spettacolo **Il Collezionista di paure e Ho messo un dubbio ad Amleto**, attualmente presente in cartellone in varie date nel Nord Italia. Conducono da alcuni anni **la Bottega Comica del Teatro della Tosse** di Genova, corso per adulti e per bambini. Bergallo ha fatto parte del gruppo genovese dei **Cavalli Marci** e ha poi partecipato alla fondazione del gruppo **Quellilì** che si conquista la notorietà con i **Valle Luja** e il tormentone **"Grazie Signore Grazie" (Rai Due - Bulldozer** a partire dal 2003, per tutte le tre edizioni, **Quelli che il calcio, Domenica in**). Ha preso parte alle trasmissioni Rai e Mediaset **Colorado Cafè, Tribbù, Camera Caffé, lilit**, oltre a **Belo Horizonte e Copernico** in onda su Sky. Con i Quellilì ha interpretato per tre anni consecutivi lo spot natalizio della Paluani, scritto un libro edito da Mondadori, ideato e condotto **"Airbag Magique" in onda su rai-radio2**. Nel 2008 inizia la collaborazione con il Teatro della Tosse di Genova con il quale partecipa ancora oggi, in qualità sia di attore che autore, a numerose delle principali produzioni e messe in scena dello storico Teatro genovese. **Andrea Begnini**, dopo avere studiato drammaturgia presso l'Accademia d'Arte Drammatica Paolo Grassi di Milano, comincia a collaborare come autore ai testi di comici di area genovese per spettacoli teatro, radio e tv per Rai 2, Italia 1, All Music e Paramount Comedy. Autore del libro di racconti **Contro Natura** (De Ferrari, Genova 2008) e del



romanzo **Exit Strategy (Round Robin, Roma 2012)**, dal 2005 al 2013 lavora a Milano per una società italiana specializzata in brand identity, prodotti digitali, comunicazione sul punto vendita e marketing strategico **partecipando alla realizzazione, alla narrazione e alla revisione dell'identità di prodotto** per aziende come Coca-Cola Italia, Danone Italia, Heineken Italia, Nestlè Italiana, Fratelli Aversa, Distillerie Fratelli Branca e SKY.