

SCHEDA DI PRESENTAZIONE COSMOOBSERVER E DEL DIVULGATORE SCIENTIFICO EMMANUELE MACALUSO

COSMOOBSERVER

COSMOOBSERVER (conosciuto anche come **The Cosmobserver** o **Cosmobserver**) è un sito non periodico di **divulgazione scientifica** - fondato da **Emmanuele Macaluso** nel 2014 - dedicato all'**astronomia**, **astrofisica** e **astronautica**.

UN SITO DEDICATO AL COSMO DIVERSO DAGLI ALTRI

L'obiettivo principale di **COSMOOBSERVER** è quello di condividere con i propri lettori contenuti originali. Fotografie, interviste, reportage e recensioni sono curate direttamente dai nostri divulgatori. Le uniche fotografie riprese da altre fonti (e sempre citate) sono quelle legate all'attualità.

Le interviste, nello specifico, nascono con l'intento non solo di divulgare, ma anche di avvicinare i protagonisti al pubblico, mettendo in risalto il lato umano e la passione che ha portato al superamento dei cosiddetti risultati condivisi.

Da qui l'esigenza di foto esclusive e la necessità di incontrare dal vivo coloro che fin da piccoli ci vengono presentati freddamente come "gli scienziati" o "gli esperti" e che noi vogliamo conoscere (e far conoscere) meglio.

Altro obiettivo è quello di incontrare e conoscere le reali eccellenze dello spazio. È per questa ragione che selezioniamo con grande attenzione i protagonisti delle nostre **interviste** e dei **reportages**.

Una scelta di qualità quindi, che ben si rispecchia e comprende attraverso uno slogan pubblicitario di qualche anno fa: "Per molti, ma non per tutti".

Da questo concetto la volontà di fondare un **sito di divulgazione** non periodico, dove la nostra unica occupazione possa rimanere quella di entrare in contatto con **astronomi**, **astrofisici**, **astronauti** e **astrofili**, offrendo un'**esperienza divulgativa** di qualità assoluta.

NON SOLO UN SITO, MA UN INSIEME COORDINATO DI CANALI DIVULGATIVI

Il sito è solo uno dei canali comunicativi che mettiamo a disposizione dei tecnici e degli appassionati di **spazio** e **astronomia**. Al sito infatti, uniamo il lavoro coordinato di Relazioni Pubbliche, i social e le attività di stampa.

Relazioni Pubbliche: Entrare in contatto con i protagonisti dei contenuti di **COSMOOBSERVER**, e creare delle reti reali di condivisione dei contenuti è un'attività importante che non solo rende la piattaforma e i suoi **divulgatori** più credibili, ma agevola la creazione di rapporti sul lungo periodo, e non soltanto una tantum.

Di fatto sia **COSMOOBSERVER**, che la **comunità scientifica** e il pubblico sono insieme di persone.

Un concetto sempre molto presente nei momenti di scelta dei contenuti e delle strategie di comunicazione. Strategie che si attuano sia *off* che *on-line*.

Alle attività di **RP** appena descritte aggiungiamo l'utilizzo di una mailing list con migliaia di indirizzi mail, attraverso la quale **COSMOOBSERVER** entra in contatto con la sua platea direttamente via mail.

Facebook: La pagina ufficiale Facebook (www.facebook.com/cosmobserver) conta ormai migliaia di fan reali. Questa considerazione del "reale" è essenziale per comprendere al meglio la qualità delle scelte editoriali e strategiche di **COSMOOBSERVER**.

Il gradimento dei canali social avviene in modo spontaneo, **senza accedere a nessun servizio a pagamento**. Quante volte avete visto pagine **Facebook** con migliaia di "likes" e pochissimi "mi piace" ai singoli post?

- Come è possibile avere una platea immensa e un grado di attenzione così limitato? La risposta è semplice: i "mi piace" alla pagina sono stati acquistati!

Questo non rientra nella filosofia del nostro progetto. Occupandoci seriamente di divulgazione, rivolgiamo il nostro lavoro alle persone. Sia a quelle che ci dedicano il loro prezioso tempo per le interviste, sia a quelle che ci dedicano la loro altrettanto preziosa attenzione. Il rapporto tra la grandezza della platea e l'interazione attiva ai singoli post è quindi realistica e confermata dai dati insight della piattaforma.

Twitter: COSMOBERVER è anche su **Twitter** (<https://twitter.com/thecosmobserver>). Attualmente sono migliaia i follower del nostro account. La filosofia strategica e comunicativa applicata a questo canale è la stessa utilizzata e descritta nelle righe precedenti.

Stampa: All'uscita di ogni articolo, affianchiamo alle nostre attività di comunicazione diretta, quelle offerte dagli **organi di stampa** on e off-line e dai nostri **media partners**.

TRASPARENZA E CSR

A partire dal gennaio 2015, ogni anno, la redazione di **COSMOBERVER** produce e pubblica il **Bilancio di Missione**.

Il bilancio di missione è un documento formale – inserito nell'ambito della **Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI o CSR)** - attraverso il quale si rendono pubblici e si certificano i risultati ottenuti nell'anno precedente.

Si ricapitola l'attività editoriale elencando gli articoli pubblicati, si certificano i volumi e gli andamenti dei social e del blog e si quantificano le attività di stampa e Relazioni Pubbliche.

Tutte le attività divulgative, di divulgazione ed editoriali rispondono agli standard del **Manifesto del Marketing Etico**, scaricabile gratuitamente su www.manifestodelmarketingetico.org, che patrocina l'intero progetto e lo supervisiona attraverso il suo **Comitato Etico Scientifico**.

EMMANUELE MACALUSO

Emmanuele Macaluso, classe 1977, è un **saggista, divulgatore scientifico, conferenziere e project manager** specializzato in **marketing e comunicazione**.

Affascinato fin dall'infanzia dal **cosmo**, ha frequentato diversi corsi di **astronomia, astrofisica e astronautica**, tenuti da alcuni dei massimi esperti italiani di queste **discipline scientifiche**.

Nel 2014 ha fondato il blog di **divulgazione scientifica COSMOBERVER**, con l'intento di "dare voce" ai protagonisti del **cosmo** "avvicinandoli" al grande pubblico. Ha intervistato **astronomi, astrofisici, astronauti** e divulgatori scientifici.

In pochi mesi, ha portato **COSMOBERVER** ad essere un riferimento credibile nell'ambito della divulgazione scientifica italiana. Risultato ottenuto grazie alla creazione di un **nuovo modello di divulgazione scientifica privata**, basato sulla qualità dei contenuti, sulla certificazione trasparente e reale dei volumi e la creazione di **partnership strategiche** in grado di formare un vero e proprio **network crossmediale** in continua espansione.

Dal 2015 è **l'addetto alle Relazioni Pubbliche digitali dell'astronauta Maurizio Cheli (Missione STS-75)**.

Nel 2016, a seguito dello schianto del lander "**Schiaparelli**" su **Marte**, ha scritto un articolo nel quale ha analizzato la **crisis communication** di **ESA** e **ASI**. L'articolo ha avuto una notevole risonanza sui social ed è stato ripreso e rilanciato da decine di **testate gionaltistiche** generaliste e di settore.

Dopo l'annuncio di **Elon Musk** e **SpaceX**, nel marzo 2017, di inviare entro la fine del 2018 due turisti spaziali verso l'orbita lunare, ha scritto e pubblicato un breve saggio di analisi strategica e comunicativa. Anche in questo caso ripreso dai media *on* e *off line*.

Nel giugno 2017 il suo articolo sull'**inquinamento luminoso** dal titolo: "**Inquinamento luminoso: analisi di un problema globale**", ha richiamato l'attenzione dei media nazionali ed è stato ripreso da programmi televisivi, radio, blog e portali di informazione generalisti e specializzati. A seguito della pubblicazione dell'articolo, ha contribuito, attraverso eventi pubblici e conferenze, a dare visibilità a questo problema anche grazie alla formula dell'**infotainment**, informando migliaia di persone in tutta Italia.

Ha pubblicato articoli e saggi per diverse testate giornalistiche e scientifiche, tra le quali citiamo **la rivista "Le Stelle"** ed insegna divulgazione scientifica ed astronautica per diversi enti privati.

È l'autore e il primo firmatario del **Manifesto del Marketing Etico** e per le molte similitudini nei principi e nelle qualità divulgative è stato definito dalla stampa come **l'Al Gore italiano**.

È possibile leggere la bio completa qui: www.emacaluso.com/profile.htm

AFFILIAZIONI

- > Membro della comunità scientifica astronomica internazionale "**Astronomers Without Borders**"
- > Socio di "**CieloBuio - Coordinamento per la Protezione del Cielo Notturno**"
- > Membro del "**Club del Marketing e della Comunicazione**"
- > Membro di "**Comunicazione Italiana**"

RICONOSCIMENTI E ONORIFICENZE

- > **Targa d'argento del Presidente della Repubblica Italiana** – In collaborazione con il "Comitato Giù le Mani dai Bambini Onlus" (Novembre 2009)
- > **Marchio della Microeditoria di Qualità 2015** – Premio assegnato al saggio "Dirty Marketing", edito da Golem Edizioni (Novembre 2015)
- > **Inserimento del saggio "Dirty Marketing" nella biblioteca del Centro UNESCO** di Torino (Novembre 2014)
- > **Inserimento del saggio "Bende Invisibili - Manifesto del Marketing Etico" nella biblioteca del Centro UNESCO** di Torino (Luglio 2014)