

Il dibattito in sala: domande e spunti da cogliere¹

Il pubblico in sala² ha colto molti degli spunti emersi nel corso della mattinata, facendo riferimento sia ai dati delle indagini CNR sia ai contributi dei partecipanti alla tavola rotonda. Molte le domande, gli interrogativi, le riflessioni che avrebbero avuto bisogno di altro spazio. Proviamo a ricostruire alcuni termini del dibattito (in alcuni casi "firmati" dagli stessi protagonisti in sala) senza pretesa di fornire un resoconto dettagliato degli interventi.

Alla parola comunicazione pubblica della scienza sono stati associati concetti diversi, come divulgazione, educazione, formazione, partecipazione, consapevolezza, informazione. I diversi modi di esprimersi sottendono teorie e pratiche diverse e anche modalità diverse di rapporto con il pubblico; la cosa non è di per sé un problema, l'importante è però sapere di quale accezione di comunicazione stiamo parlando.

Comunicare è importante per riuscire a far comprendere le ragioni per cui la ricerca vada finanziata e supportata ("no public awareness no money"). Ma i primi a non aver capito l'importanza della comunicazione, e il suo senso, a volte sembrano essere proprio i ricercatori.

I ricercatori degli enti di ricerca devono collaborare di più con le istituzioni presenti sul territorio, come i musei scientifici; e gli enti dovrebbero avere dei budget fissi su cui contare per programmare le attività di comunicazione (Salvatore Sutura, [Museo della Scienza e della Tecnica L. da Vinci](#) di Milano).

Perché nell'immaginario dei bambini la figura dello scienziato è estremamente affascinante? Suscita ammirazione e viene emulata mentre quando si è grandi questa perde di mistero? E' la complessità del linguaggio scientifico a fungere da deterrente? Ha questo a che fare con la differenza tra la figura dello scienziato e quella del ricercatore, il primo classicamente rappresentato come una persona molto creativa, tutta assorta dai problemi della scienza, e il secondo associato all'immagine di un lavoro quotidiano fatto di precarietà, stenti, ecc.

L'immagine professionale del ricercatore che spesso appare sui giornali, quella del "precario sfigato" è terrificante!

Bisogna riportare l'attenzione sulla condizione della ricerca e del ricercatore, cui non è possibile e forse non è utile sovrapporre l'idea dello scienziato attraente che strabilia con i suoi esperimenti.

Occuparsi di comunicazione e contemporaneamente di ricerca, sebbene sia molto interessante, è difficile e a volte frustrante perché va conciliato con la condizione di precarietà. E poi spesso sono gli stessi colleghi a disprezzare chi si dedica ad attività di comunicazione.

Dall'indagine emerge un dato secondo cui gli scienziati pur ritenendo estremamente utile il rapporto con chi decide le politiche (ambientali, sociali, economiche, della ricerca, ecc.) trovano però difficile farsi comprendere dai politici e dagli amministratori. Ancor più di quanto riesca loro difficile parlare con il "pubblico generico"! Questo aspetto è da approfondire (una

¹ resoconto a cura di Alba L'Astorina, lastorina.a@irea.cnr.it

² costituito da ricercatori, studiosi e addetti alla comunicazione di varie istituzioni di ricerca, tra cui [CNR](#), [INAF](#), [INGV](#), [INFN](#), [ENEA](#), [INRAN](#), [Istituto Mario Negri](#), [ISFOL](#), [Università Milano Polimi](#), [Università Milano Bicocca](#), [Università di Padova](#), [Istituto di Sociologia Internazionale di Gorizia](#), [JRC-EU](#), [ENI Fondazione Enrico Mattei](#), [Museo della Scienza e della Tecnica L. da Vinci](#) di Milano, [Regione Lombardia](#), [Provincia di Milano](#), [Arpa Lombardia](#), [Associazione Orlando](#).

rappresentante di un'amministrazione locale)

E' difficile far comprendere l'importanza di una notizia scientifica e dunque "vendere" una notizia in una redazione di un grande giornale, perciò è fondamentale il lavoro fatto dai comunicatori scientifici, serve a far capire allo stesso ricercatore quale aspetto di una notizia scientifica può essere di interesse pubblico e quale invece può essere trascurato.

Non si può chiedere ai ricercatori solo impact factor /misure grants, brevetti, spin-off, bisogna anche incentivare e "rendicontare" le loro attività di comunicazione.

Dall'indagine emerge che il personale di supporto (tecnici e amministrativi) non si sente sufficientemente motivato a sostenere le attività di comunicazione, mostrando un atteggiamento che oscilla tra l'indifferenza e lo scetticismo. Forse per far comprendere l'importanza di comunicare si dovrebbe cominciare da una maggiore comunicazione interna, dal coinvolgimento di tutti in tali attività (comunicazione interna come motivo di inclusione sociale).

Gli scienziati devono assumersi in prima persona l'onere di comunicare, non ci devono essere figure intermedie.

C'è bisogno di un anello intermedio tra il ricercatore e i media, il giornalista scientifico, che sappia capire cosa dice il ricercatore e trasmetterlo alla redazione di un giornale.

Lo "scenziato" gode di uno status sociale privilegiato ed ha ragione ogni volta che si esprime su ogni e qualunque argomento, attinente o meno alle proprie competenze e funzioni (*ipse dixit*)? Oppure, su questioni che esulano dal suo campo di investigazione, il suo è un parere da "non-esperto"? Ad esempio, ad un oncologo o un fisico che certificano l'assoluta sicurezza degli OGM, va dato credito in quanto "scenziati", e dunque per definizione al di sopra di ogni sospetto, o si può loro chiedere un attestato di competenza?

E inoltre, quando da affermazioni attinenti allo stato presente delle conoscenze scientifiche si passa a giudizi sul modello di società da privilegiare, il parere dello "scenziato" ha un peso maggiore rispetto a quello degli altri cittadini? Ad esempio, sulla base di argomentazioni puramente scientifiche, è difendibile la stigmatizzazione di quanti sono contrari all'uso degli OGM in agricoltura? La certificazione di sicurezza degli OGM (fosse pur accertata ed accettata) risponde a tutte le perplessità che sono state manifestate (certamente non soltanto nel nostro paese) rispetto al loro utilizzo su vasta scala? (Bruna de Marchi, sociologa, esperta in emergenze di massa e comunicazione, [Istituto di Sociologia Internazionale di Gorizia](#).)

Prima ancora di chiedersi cosa è la scienza, bisognerebbe chiedersi chi è lo scenziato, cosa fanno i colleghi?

Molto singolare è quello che esce dalla ricerca fatta dalle autrici. Ad una domanda specifica si è visto come tra i motivi di interesse alla comunicazione degli scenziati quello di comunicare con i colleghi ha ottenuto il punteggio più basso (o tra i più bassi).

Trovo questo risultato veramente sorprendente e anche preoccupante per diversi motivi:

- a) sintomo di autismo tra colleghi ricercatori?
- b) segno di frantumazione della ricerca, che non favorisce la comunicazione e lo scambio di idee scientifiche, sia all'interno della stessa disciplina che tra discipline diverse?
- c) attenzione maggiore ad aspetti "lateral" come didattica, giornali, pubblico generico, che non alla funzione primaria di cooperazione scientifica?

Una parziale spiegazione a questa risposta dei ricercatori al questionario è forse il fatto che - da parecchi anni - viene spesso richiesto ai ricercatori di fare altro rispetto al loro lavoro, e cioè andare a caccia di fondi, gestire l'interfaccia con i politici, fare divulgazione scientifica, aiutare

nella didattica, ecc..

Tutti aspetti che sicuramente dovrebbero far parte delle attività legate alla ricerca, ma che spesso vengono svolte da persone poco esperte, che improvvisano, a volte con la sola motivazione di apparire, perché sono frustrati nel lavoro di scienziati, perché hanno litigato col direttore, ecc.

In sintesi, mentre la comunicazione della scienza è un argomento molto importante - come dimostrato da molti interventi - la risposta di cui sopra tradisce la maniera "artigianale" con la quale viene affrontato l'argomento.

Cosa possiamo sperare che siano capaci di comunicare scienziati che rivelano di non essere interessati a mostrare il loro lavoro nemmeno ai colleghi?? (Stefano Guerzoni, [Ismar Cnr Venezia](#))

Dalle indagini emerge che il modello di comunicazione privilegiato dagli scienziati è "one-way", top-down, cioè va dalla scienza verso la società, anche perché in genere rivolto soprattutto a far conoscere le possibili ricadute applicative delle proprie ricerche scientifiche (al mondo produttivo o alla politica). In realtà la relazione è più complessa perché anche se si comunica con un'industria o con un amministratore non si può prescindere da un minimo di conoscenza dei soggetti (e delle loro aspettative) cui si ritiene possano interessare le proprie attività di ricerca. Ma si ha lo stesso atteggiamento, la stessa disponibilità nei confronti del pubblico generico e dei giovani? Ci si chiede mai cosa si aspetta il pubblico, cosa lo interessa, o semplicemente "chi si ha davanti"? E si è disposti anche ad ascoltare quello che viene dalla società per farne tesoro nella propria attività?