



No dialogo con il pubblico? No finanziamenti!

È in corso “una **rivoluzione** in grado di cambiare il modo lavorare degli scienziati”: così **Massimiliano Bucchi** sintetizza il lungo processo di apertura che sta vivendo il mondo scientifico. L’argomento è al centro del dibattito **No dialogo con il pubblico? No finanziamenti!** avvenuto ieri al **Maggior Consiglio** di Palazzo Ducale: hanno partecipato alla tavola rotonda **Manuela Arata, David Boak** della *Royal Society*, il sociologo **Franco Neresini, Bronwyn Terrill** del *Wellcome Trust Sanger Institute* di Cambridge ed **Etienne Magnien** della Direzione *Science and Society* della Comunità Europea.

Sensibilizzare l’opinione pubblica sui temi della scienza è infatti diventato uno dei compiti indispensabili di chi fa ricerca: **la condivisione sociale è fondamentale** per contrastare il pesante **taglio ai fondi** e il **calo degli iscritti** alle discipline scientifiche. La presidente del Festival arriva subito al cuore della questione: “non si può pensare che parlamenti e governi siano sensibili se la società non è sensibile. Il dialogo con la società è necessario”. Il **Festival della Scienza** è senz’altro un modo per avvicinarsi a questi argomenti. Una soluzione di successo: “abbiamo visto conferenze durare un’ora e mezza più del previsto per la quantità di domande!”.

La **relazione con la scuola** è importante, continua Manuela Arata: “Gli scienziati devono avere rapporti diretti con il sistema educativo. Potremmo pensare ad una campagna **Adotta uno scienziato!** Prendiamo **Einstein** come modello: la sua lingua è provocatoria, simpatica e geniale”. La formazione deve essere però duplice, e gli scienziati devono imparare a comunicare la scienza: “Dobbiamo insegnare ai ricercatori a non terrorizzarsi quando telefona un giornalista”.

La **Royal Society** inglese ha una lunga tradizione di comunicazione scientifica e spende ogni anno più di un milione di euro per questa voce. “In Gran Bretagna – avverte David Boak – il clima è diverso rispetto all’Italia: il governo sta **aumentando gli investimenti**. Abbiamo bisogno di un numero sempre maggiore di ricercatori per occasioni come queste, capaci di **interessare il pubblico** e di utilizzare correttamente i media”: senza escludere la televisione, aggiunge, purché non si trascuri la qualità.

Bronwyn Terrill riporta esperienze simili dal mondo anglosassone: “In Australia i laboratori del CSIRO hanno un responsabile della comunicazione per ogni dipartimento”. Al Dolan DNA Learning Center di New York si è invece puntato molto **sul web**, con diverse risorse e database navigabili on-line.

E la **Comunità Europea** che fa? “I soldi che diamo sono una goccia nel mare”, ammette Magnien, che sottolinea come **“sono i politici ad avere l’ultima parola**. Ed è anche giusto così”. Gli scienziati devono però orientare queste scelte: il dialogo si dimostra vitale per sbloccare i finanziamenti. Un’affermazione che trova d’accordo anche Franco Neresini: “Partiamo dal presupposto che **scienza è comunicazione**. Dobbiamo semmai chiederci a chi ci si rivolge e con quali obiettivi, perché una cosa è il grande pubblico e un’altra chi apre o chiude i cordoni della borsa”.

“In Italia nessuna istituzione di ricerca ha capito che **diffondere i risultati equivale a farsi pubblicità**”, constata Manuela Arata: “Perché non rendicontare la **comunicazione**, proprio come si fa con il bilancio finanziario?

Genova, 7 novembre 2005