

Tanti gli angeli e pochi i demoni Il difficile è rompere i pregiudizi

Media e scoperte
A Venezia un meeting sulla comunicazione dei saperi scientifici

MASSIMIANO BUCCHI
UNIVERSITÀ DI TRENTO

Le iniziative per la comunicazione pubblica della scienza si moltiplicano in Europa e nel mondo: festival della scienza, mostre e musei scientifici, giornate a «porte aperte» organizzate da laboratori e istituti di ricerca.

Uno sviluppo quantitativo di attività e investimenti che indubbiamente segnala un'importante presa di coscienza, da parte della comunità scientifica e del policy making, dell'importanza di coltivare un rapporto tra ricerca e cittadini basato sulla trasparenza e fiducia reciproca. Tuttavia, resta praticamente tutto da affrontare il tema della qualità e dell'effettivo impatto di queste iniziative. Ad esempio, quali esiti ci aspettiamo? Orientamenti genericamente più favorevoli da parte dell'opinione pubblica, maggiore propensione agli studi scientifici tra i giovani, più visibilità per le singole istituzioni di ricerca negli organi di informazione?

E soprattutto, di quali indicatori possiamo effettivamente disporre per valutare l'efficacia e il successo di attività di coinvolgimento pubblico che in alcuni casi sono ormai divenute significative in termini di budget e di impegno degli stessi ricercatori?

Di questi temi si discuterà all'Istituto Veneto di Scienze Lettere ed Arti a Venezia, domani e venerdì, nella seconda edizione degli «International Science Communication Colloquia». Parteciperanno una ventina tra i maggiori esperti internazionali di comunicazione pubblica della scienza, tra studiosi e vertici di associazio-

ni quali Ecsite (il network europeo di musei e science centers), e la Federazione mondiale dei giornalisti scientifici.

Saranno presentate alcune delle più recenti ricerche e proposte per definire parametri di qualità nella comunicazione della scienza, tenendo conto delle diverse aspettative dei soggetti coinvolti. Hans Peters del Forschungszentrum Julich, per esempio, analizzerà, sulla base di un recente studio pubblicato su «Science», i criteri con cui gli scienziati giudicano la qualità della copertura giornalistica in campo scientifico. Martin Bauer (della London School of Economics) si chiederà, invece, se ci sia una relazione positiva tra investimenti in ricerca e investimenti in comunicazione e pubbliche relazioni.

Matt Nisbet (American University, Washington) proverà a indicare nuove strategie di coinvolgimento dei cit-

fase eroica in cui «tutto andava bene», purché fosse in nome della scienza e della sua diffusione. E' tempo, adesso, di entrare in una nuova fase in cui queste funzioni «pubbliche» siano oggetto di valutazioni accurate, sulla base di indicatori attendibili e condivisi, così come avviene per le attività di ricerca.

Tutte valutazioni che possano aiutare le istituzioni di ricerca e i loro finanziatori - nonché gli stessi cittadini in quanto destinatari - a chiarire i propri obiettivi e a focalizzare gli sforzi e le risorse disponibili.

Sociologo

RUOLO: E' PROFESSORE DI SCIENZA TECNOLOGIA E SOCIETA' ALLA FACOLTA' DI SOCIOLOGIA DELL'UNIVERSITA' DI TRENTO
IL LIBRO: «SCEGLIERE IL MONDO CHE VOGLIAMO» - IL MULINO

Dai festival alle mostre un boom in chiaroscuro Obiettivo: spiegare le ricadute della ricerca

tadini che facciano tesoro delle lezioni - non sempre positive - del passato (come viene spiegato nell'articolo che ha firmato qui sotto). Federico Neresini presenterà in anteprima i risultati di un'indagine condotta da «Observe Science in Society» sulle attività di comunicazione e coinvolgimento pubblico di 40 tra i più importanti istituti di ricerca scientifica su scala europea.

Gli indicatori utilizzati nell'indagine saranno discussi e convalidati, nei prossimi mesi, anche nel corso di una serie di visite e interviste a laboratori e a centri di ricerca.

La comunicazione della scienza e il cosiddetto «public engagement in science», insomma, devono uscire dalla

