

Come si comunica la scienza?

Y. Castelfranchi,
N. Pitrelli
Editori Laterza
Pag. 148, broccura,
Euro 10,00



Il dibattito scientifico sui cambiamenti climatici e sulle misure da adottare per limitarne la portata, talvolta confuso e un po' contraddittorio, sembra ormai convergere verso l'esigenza del risparmio energetico, con un mutamento nello stile di vita delle popolazioni più ricche del pianeta. Se è così, occorre prima di tutto convincerle che ne vale la pena ed attuare i cambiamenti necessari nel modo più indolore ed equo possibile (Monbiot, 2007). Questo conferma ancora una volta che per il funzionamento di una democrazia avanzata è necessario che i cittadini sappiano di scienza, così come sosteneva fin dal 1985 il rapporto della commissione Bodmer su *The Public understanding of Science*. Purtroppo, gli scienziati non sono sempre in sintonia con il pubblico. A tal proposito, non sono mancate in passato autorevoli prese di posizione. Il *Financial Times*, ad esempio, in occasione di un'importante manifestazione scientifica, pubblicò un articolo di James Willson dal titolo "Scientists need to reconnect with the people" (5 settembre 2005), tuttora disponibile in rete. Non parliamo poi dei giovani. Circa tre mesi fa, il National Science Learning Centre (UK) ha reso noti i risultati di un sondaggio sulle opinioni degli studenti delle superiori riguardo alla scienza e agli scienziati. Benché la maggior parte degli intervistati (84%) abbia ammesso che sia importante per la nazione disporre di scienziati ben qualificati, quasi un terzo non vorrebbe diventare uno di loro, riconoscendo che gli scienziati appaiono "un po' bizzarri" e fanno "un lavoro noioso". Queste valutazioni non sono nuove e i pregiudizi dei ragazzi ricalcano quelli dominanti nella pubblica opinione. La comunicazione della scienza e delle sue recenti conquiste, sbilanciata verso il sensazionale e la sottolineatura del primato, desta un misto di ammirazione e diffidenza, contribuisce a creare un'immagine distorta dello scienziato e allontana i cittadini dai metodi e dal linguaggio della scienza vissuta. Se i giornalisti e gli scienziati hanno mentalità diverse, non è detto che il dialogo sia impossibile; occorre impegnarsi di più. Per fortuna, qualcosa si muove, anche in Italia. Oltre alle iniziative della Conferenza dei Presidi delle Facoltà di Scienze e Tecnologie, un sintomo di una maggiore attenzione al problema è stata la pubblicazione, dal 2004 ad oggi, di numero-

si libri dedicati al tema della comunicazione scientifica (Lanzavecchia, 2004; Carrada, 2005; Donghi, 2006). Quello di Carrada, nato proprio dalla Conferenza dei Presidi, reca il sottotitolo "kit di sopravvivenza per ricercatori" quasi a testimoniare, seppure in tono ironico, la gravità del problema. Fresco di stampa è "Come si comunica la scienza?", opera di Castelfranchi, fisico teorico, divulgatore e giornalista e di Pitrelli, responsabile del Master in Comunicazione della Scienza della SISSA di Trieste, con la quale collabora anche l'altro autore. Il libro è diviso in quattro capitoli. Nel primo si tenta di capire la scienza di oggi e in che cosa si differenzia da quella che si è appresa a scuola. Nel secondo e nel terzo si affronta storicamente il tema dei rapporti fra scienza e società e il loro intreccio con la comunicazione. Il quarto è dedicato al dialogo fra scienza, politica, mezzi di comunicazione, società civile, mercato e industria, mentre nell'ultimo si cerca di capire cosa c'entra tutto ciò con il governo della democrazia e la vita dei cittadini. Partendo dalla constatazione che la gamma di iniziative dedicate alla scienza in differenti parti del mondo è oggi molto ampia, si tenta un'analisi dei risultati. Il modello di riferimento sembra quello di "deficit", ossia la trasmissione delle informazioni da un esperto a un pubblico passivo, con un processo che non produce nuova conoscenza. Sembra invece definitivamente associato che la comunicazione della scienza oggi non si possa ridurre a divulgazione, traduzione e trasmissione di informazioni. Intervengono a modificare il quadro sia la necessità delle università di procurarsi fondi privati che quella del ricercatore di essere ammesso in gruppi interdisciplinari, spesso internazionali, che cercano fondi misti da privati, industria e società civile. Le istituzioni scientifiche e i singoli debbono fare public relations ed acquisire visibilità mediatica per legittimarsi, conquistare la fiducia della gente e vincere battaglie a sfondo etico o epistemologico che travalicano i laboratori. Infine, è noto che oggi dibattono di scienza anche i non specialisti (politici, gruppi di pressione, organizzazioni non governative e pubblicitari) e che producono comunicazione i musei scientifici, i festival, i parchi tecnologici, le scuole e le multinazionali. Ai canali classici si affiancano quindi altri soggetti sociali, mentre nuove metafore centrate su bidirezionalità, interazione, dialogo, coinvolgimento e consapevolezza si sono affiancate alla comprensione pubblica della scienza. Ancora una volta, quindi, gli scienziati devono considerare un loro dovere la comunicazione con il pubblico e imparare a farla. Non bastano l'entusiasmo e la cultura scientifica. Occorre curiosità nei confronti della storia, della filosofia, della sociologia e delle arti per decifrare l'intreccio fra scienza, poteri politici ed economici. Oltre ad essere un esploratore convinto della propria mappa, un comunicatore, secondo gli A., è anche un professionista dotato dell'umiltà intellettuale del Terzo Millennio, che sa che la mappa non è il territorio, che ad ogni sguardo corrisponde una mappa differente, e che la mappa è in realtà uno strano organismo vivo, fatto anche di relazioni fra persone e fra poteri e della maniera diversa, parziale e impura di vederli. Non è facile, concludono gli A., insegnare questo nuovo mestiere. La loro cautela è prova di serietà, ma questo prezioso volumetto dimostra che non mancano veri esperti anche in Italia.

Marco Taddia