

Fenomenologia dello scienziato «mediatico» in Tv

Da Carl Sagan ai giorni nostri le star sono sempre esistite. Tanto da essere inquisite al ristorante

di **Massimiano Bucchi**

La crisi di questi mesi ha messo in forte evidenza il ruolo degli «scienziati visibili» nella comunicazione. Mai come in questi mesi abbiamo assistito a una presenza così diffusa e capillare degli esperti scientifici nei mezzi di informazione e sui social. Alcuni di loro sono diventati figure familiari al grande pubblico quanto o addirittura più degli stessi conduttori.

Non si tratta di una novità assoluta. Il fenomeno degli «scienziati visibili» emerge già con forza a partire dalla seconda metà del XX secolo. Alcuni scienziati diventano visibili non solo in virtù di una reputazione scientifica che si riverbera su quella pubblica, ma anche per la loro abilità di rispondere a — e sfruttare — le logiche operative dei media. «Scavalcando i canali tradizionali usati per influenzare la politica della ricerca, portano il loro messaggio direttamente al pubblico» spiega la studiosa Rae Goodell. «Coloro che ci riescono diventano noti non per la loro ricerca,

ma per il loro coinvolgimento pubblico». Un nome spesso citato è quello dell'astronomo Carl Sagan che, attraverso la sua attività di divulgatore televisivo e le apparizioni al Johnny Carson Show, divenne così noto da essere inseguito perfino al ristorante.

Numerosi studi hanno messo in luce che i criteri utilizzati dai media per selezionare gli esperti non coincidono necessariamente con quelli della comunità scientifica. A contare sono la riconoscibilità acquisita grazie a ruoli istituzionali o attività divulgative, la disponibilità a rispondere tempestivamente e commentare un'ampia gamma di questioni, la capacità di risultare interessanti dal punto di vista umano, la possibilità per i media di giustificare facilmente la scelta (in quanto membri di un'istituzione prestigiosa o con importanti riconoscimenti).

Oggi la visibilità scientifica attraversa nuovi cambiamenti. Da un lato, infatti, la possibilità di comunicare direttamente attraverso i social media e la varietà di spazi televisivi (non più solo l'informazione ma talk show e programmi di intrattenimento) moltiplica e diversifica l'offerta al punto da permettere a ogni au-

dience di individuare il proprio «esperto di riferimento».

D'altra parte, in una situazione di emergenza per la salute pubblica, i dati mostrano che non pochi cittadini percepiscono questa polifonia di voci esperte come una possibile fonte di disorientamento e confusione, soprattutto allorché non è chiaro se parlano come studiosi a titolo individuale o a nome di un'istituzione o comitato. Infine, per gli stessi scienziati la visibilità è sempre un'arma a doppio taglio, un contesto con logiche diverse da quelle del mondo della ricerca in cui vari soggetti possono appropriarsi di contenuti e reputazione. Le ripetute precisazioni delle proprie dichiarazioni sono uno dei segni di questa tensione. Si può anche andare incontro a effetti di sovraesposizione e saturazione come altri protagonisti della comunicazione.

Einstein, che aveva sperimentato tutta l'ambivalenza della celebrità scientifica, inseguito e interrogato su ogni sorta di questione, riassunse la sua esperienza con la consueta ironia: «Per punirmi del mio disprezzo per l'autorità, il destino ha fatto di me stesso un'autorità».

Chi è



● Carl Sagan grande volto televisivo della divulgazione scientifica americana era così noto da essere inseguito al ristorante dai propri fan



Peso: 22%