

Ripensare la comunicazione della scienza: consigli pratici per le iniziative di Citizen Science

Il rapporto tra scienza e società si sta evolvendo. Le istituzioni pubbliche e private puntano ad avvicinarsi ai cittadini per aumentare la loro legittimità, responsabilità e buona governance. Allo stesso tempo, nelle democrazie avanzate si stanno affermando le decisioni politiche basate su evidenze scientifiche.

Questi cambiamenti hanno un impatto sul modo in cui scienziati, decisori politici, comunicatori della scienza, giornalisti e altri professionisti lavorano. E anche sulle modalità con cui i cittadini si relazionano con la scienza e la comunicazione della scienza.

COSA

La Citizen Science

Il coinvolgimento dei cittadini nella scienza è una realtà di oggi. Molte persone partecipano come volontari alla ricerca scientifica, spesso nella raccolta dei dati, ma anche nelle fasi di controllo qualità, di analisi e interpretazione dei dati, nella definizione delle domande di ricerca e nella disseminazione dei risultati. L'obiettivo cruciale di ogni progetto di citizen science è sì contribuire alla ricerca scientifica, ma anche responsabilizzare i cittadini nel creare collaborazioni tra la loro comunità e gli scienziati. Inoltre, la citizen science promuove l'alfabetizzazione scientifica e il pensiero critico - elementi essenziali per una società consapevole -, aumenta la fiducia nella scienza e contribuisce a contrastare la disinformazione.

COME

NEWSERA e i #CitSciComm Labs

I #CitSciComm Labs sono il cuore del progetto NEWSERA, che ha l'obiettivo di esplorare il potenziale delle iniziative di citizen science come strumento per comunicare la scienza e la tecnologia. Ai #CitSciComm Labs partecipano comunicatori della scienza e data journalist, rappresentanti di progetti di citizen science e degli stakeholder che compongono la quadrupla elica dell'innovazione; questi attori lavorano insieme per co-progettare strategie di comunicazione innovative. Ciascun Lab prende il nome dallo stakeholder designato come obiettivo di comunicazione, ed è composto da un gruppo in Italia, uno in Spagna e uno in Portogallo.



Questo progetto ha ricevuto finanziamenti dal programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione Europea nell'ambito del Grant Agreement n. 873125.



Cittadini e società civile



Comunità scientifica e università



Settore pubblico e decisori politici



Industrie e piccole e medie imprese



Data journalist e comunicatori della scienza



STAKEHOLDER

Settore industriale, aziende private, che possono essere multinazionali, piccole e medie imprese o start-up. Imprenditori, R&D, R&I.

Le sfide

Mancanza di fiducia

Il settore privato può essere riluttante a condividere i propri dati con i progetti di citizen science. Per evitare questo timore, la citizen science dovrebbe diventare parte dell'ecosistema dell'innovazione e della ricerca. In questo modo il settore privato potrebbe beneficiare dal metodo della citizen science nel breve e lungo termine.

Mancanza di reciproca conoscenza e comprensione

Presentate la citizen science come un asset chiave per costruire l'immagine e la reputazione dell'azienda. Trovate un'agenda comune (per esempio: le connessioni tra l'agricoltura, la gestione del bestiame e la biodiversità).

Mancanza di un linguaggio comune

Trovate un linguaggio comune tra i progetti e gli interlocutori nel settore privato.

Con questo obiettivo, è importante facilitare i canali di comunicazione e i momenti di scambio tra ricercatori, cittadini e interlocutori del settore privato.

Mancanza di fondi

Sostenete la ricerca con fondi provenienti da progetti di ricerca internazionali.

Consigli pratici

1. Coinvolgete le industrie e le imprese

Includere il settore privato nell'intero processo di creazione del progetto può essere vantaggioso sotto molti aspetti: nuove prospettive e domande di ricerca, opportunità di ottenere finanziamenti, pubblico più ampio, etc.

Tenete conto della vision e della mission delle imprese che hanno un potenziale interesse nel vostro progetto.

Le imprese stanno esplorando nuovi modi per coinvolgere il pubblico: sfruttate questo obiettivo comune per lavorare assieme a iniziative condivise.

2. Fate rete con altri progetti di citizen science

Costruite una rete di capitale sociale per guadagnare credibilità e garantire un maggiore impatto sociale.

Adattate un servizio alle necessità del settore industriale, per ottenere dei vantaggi per tutte le parti coinvolte.

3. Non fate di tuttata l'erba un fascio

Identificate l'azienda giusta per il vostro progetto. Il settore industriale non è tutto uguale: le imprese hanno diverse aree di specializzazione, ma anche dimensioni, modelli produttivi e

gestionali diversi. La stessa strategia potrebbe non essere sempre efficace.

4. Sposate diversi modelli di business

Combattete contro gli stereotipi. Convincete le imprese che gli ambiti della Ricerca e Innovazione Responsabile (RRI) e della Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR) sono aspetti importanti nelle aziende di oggi. Aiutate le imprese ad adottare modelli produttivi più sostenibili e responsabili.

Contribuite a ripensare la cultura del lavoro e a sviluppare nuovi talenti all'intersezione tra scienza e società.

5. I vostri dati hanno valore: metteteli a frutto

Richiamate l'attenzione sul valore aggiunto dei dati generati dal vostro progetto di citizen science.

Mostrate che i dati e la citizen science possono aiutare le imprese in molti modi diversi: (1) a migliorare i loro prodotti/servizi/processi produttivi, (2) a migliorare il loro capitale sociale ed economico e (3) a cambiare la narrazione del settore.