di Roberto Battiston

Professore ordinario di fisica generale all'Università di Perugia
e direttore della Sezione di Perugia dell'Istituto nazionale di fisica nucleare

Viale Mazzini, we have a problem

Venerdì 8 giugno 2007, Tg1 della notte. «Scusate, ci è appena arrivata la notizia della navetta Atlantis che è esplosa con sette astronauti a bordo. [...] La navetta doveva raggiungere la Stazione spaziale internazionale orbitante per una missione di 11 giorni, invece adesso è arrivata questa notizia. La navetta è esplosa con sette astronauti a bordo...». Impassibile, la giornalista continua a leggere come se nulla fosse.

Qualche minuto dopo la fine del Tg la giornalista riappare, fa un profondo sospiro e con una faccia da funerale legge una rettifica. Ma la gaffe dell'anno è fatta: qualcuno ha tradotto *blast off* con «esploso» invece che «decollato», senza avere il buon senso di fare una rapida verifica davanti a una notizia così clamorosa. È un pezzo che merita di essere visto, cercatelo su YouTube, con le parole Atlantis e TG1.

Come può accadere una cosa simile? Le imprecisioni sulle questioni che riguardano lo spazio si sprecano. Fateci caso: quando i Tg parlano del disastro dello shuttle Columbia, che si è disintegrato nel 2003 durante il rientro, mandano quasi sempre le immagini, più spettacolari, del disastro del Challenger, esploso nel 1987 dopo il lancio. Cose che passano inosservate in un paese in cui una recente indagine Doxa mostra che l'89 per cento della popolazione ammette di non conoscere il nome dell'ente che si occupa di spazio e solo il 4 per cento sa che si tratta dell'ASI. Ma che, allo stesso tempo, desidera essere più informato sulle attività spaziali e ritiene, a larga maggioranza, sia importante investire nella ricerca nel settore.

Nel Belpaese c'è un diffuso analfabetismo scientifico: troppe persone non capiscono il senso di semplici analisi statistiche o non sanno che il gioco del Lotto è il più svantaggioso fra i giochi d'azzardo... Il futuro di un paese si gioca sul saper individuare e condividere risposte a problemi tecnicamente complessi, sulla capacità di prendere decisioni cruciali sulle tecnologie necessarie per la crescita e lo sviluppo economico.

Cortesia NASA

IL LANCIO DELLO SHUTTLE ATLANTIS, avvenuto con successo l'8 giugno scorso.

Nel dopoguerra fu combattuta e vinta la guerra contro l'analfabetismo di massa, obiettivo politico prioritario a quel tempo. Oggi, ne dobbiamo tutti essere consci, siamo di fronte a una sfida analoga, ma questa volta si tratta dell'analfabetismo scientifico. Sfida che va affrontata a partire dalla scuola, assicurando una solida formazione scientifica di base oltre ad una corretta e rigorosa informazione nei mass media, coinvolgendo in modo sistematico e non episodico scienziati dei vari settori.

Mi sta come un guanto

Le sfide del nuovo programma di esplorazione planetaria richiedono nuove idee e tecnologie. Per trovarle, la NASA ha lanciato il programma *Centennial Challenges*, voluto dal Congresso, che prevede premi per inventori che riescano a innovare in tecnologie cruciali per lo spazio.

Nel paese di Lindberg, che vinse il premio per la prima trasvolata oceanica, e di Burt Rutan che ha vinto nel 2004 il premio Ansari X per il primo veicolo in grado di effettuare due voli suborbitali in due settimane, il mondo politico e industriale conosce bene il potenziale dell'iniziativa individuale nel trovare soluzioni innovative. Le sfide del secolo riguardano le questioni più disparate. Un ex-impiegato comunale, Peter Homer, ha vinto il primo di questi premi, 200.000 dollari, per aver realizzato un innovativo guanto per astronauti battendo, inaspettatamente, un team di esperti internazionali.

Ma non solo lo spazio ha bisogno di innovazione, anche il nostro pianeta. Il Congresso si accinge a varare il Premio idrogeno, una legge che istituisce premi fino a 10 milioni di dollari per i vincitori di sei sfide che riguardano i sistemi energetici basati sull'idrogeno. *Competition is competition*, ed è anche un modo efficace di investire denaro pubblico o privato, mettendo in moto le energie e le risorse di un paese.

In Italia, dove i cervelli non mancano ma l'iniziativa pubblica si insabbia spesso nella burocrazia e nei formalismi, questo approccio potrebbe dare risultati sorprendenti. Come diceva quella famosa particella nella pubblicità di un'acqua minerale: «c'è nessuuuuuunoooooo?» tra ministeri, agenzie o enti di ricerca che voglia provare a seguire una strada del genere?