

Cercetarea românească are nevoie de o voce mai puternică pentru a fi auzită - concluzia primei Conferințe Naționale de Comunicare a Științei

Conferința Națională de Comunicare a Științei, organizată de Universitatea de Vest din Timișoara pe 12-13 iunie 2026, a adus pentru prima dată în România, în același loc, reprezentanți ai universităților, ai institutelor de cercetare, comunicatori de știință și organizații neguvernamentale active în promovarea cunoașterii.

Organizarea acestei prime ediții reprezintă o recunoaștere instituțională a faptului că promovarea științei nu poate fi tratată ca o activitate periferică, dependentă de inițiativa individuală. Ea necesită structuri dedicate, resurse alocate explicit și asumare la nivel organizațional.

România alocă 0,46% din PIB pentru cercetare și dezvoltare (2024), față de o medie europeană de 2,26% și față de pragul de 3% asumat prin Strategia Lisabona. Ungaria investește de patru ori mai mult decât România, iar Cehia de opt ori, ca procent din PIB.

Schimbarea acestei situații este condiționată de existența unei înțelegeri publice suficient de largi asupra valorii cercetării, care să genereze cerere electorală și voință politică. Comunicarea științei este vectorul acestei schimbări. Comunicarea nu este doar un element post-proces al activității de cercetare, ci o parte esențială a cercetării în sine.

Direcții asumate

Participanții și-au exprimat disponibilitatea și deschiderea de a introduce în agendele și strategiile instituționale ale organizațiilor pe care le reprezintă următoarele direcții de acțiune:

1. Personal dedicat și strategie instituțională pentru comunicarea științei

Comunicarea rezultatelor cercetării nu poate rămâne la latitudinea entuziasmului individual. Fiecare organizație de cercetare are nevoie de o strategie clară, de resurse dedicate și de colaborare sistematică între cercetători și profesioniști în comunicare. Această colaborare trebuie să asigure

PARTENERI



Știință & Comunicare



echilibrul dintre rigoarea științifică și accesibilitatea pentru publicul vizat, indiferent dacă vorbim de publicul larg, de companii sau de autorități publice.

2. Recunoașterea oficială a comunicării ca activitate profesională a cercetătorului

Majoritatea universităților și institutelor de cercetare își asumă explicit, prin strategie instituțională și prin cartă, un rol în societate. Cu toate acestea, cercetătorii care îndeplinesc concret acest rol prin participarea la dezbateri publice și colaborarea cu presa nu beneficiază de recunoaștere oficială pentru această activitate. Ea are costuri reale asupra vieții profesionale și personale, iar absența recunoașterii formale o menține la periferia practicii instituționale. Încurajăm introducerea unor mecanisme de recunoaștere și recompensare a comunicării publice în evaluarea și planurile de carieră ale cercetătorilor.

3. Investiție în formarea competențelor de comunicare

Comunicarea cu publicul larg sau cu jurnaliștii este o competență distinctă, care se cultivă prin formare specializată. Promovăm includerea unor astfel de formări în oferta de dezvoltare profesională adresată cercetătorilor, cu accent pe relația cu media, comunicarea publică și traducerea cunoașterii științifice pentru audiențe non-academice.

4. O relație proactivă și transparentă cu presa

Calitatea discursului public despre știință depinde de disponibilitatea experților din mediul academic de a participa activ la conversațiile de interes public. Încurajăm universitățile și institutele de cercetare să construiască relații structurate cu presa și să faciliteze accesul jurnaliștilor la expertiză verificabilă și contextualizată.

5. Comunicarea științei ca punte între cercetare și mediul privat

O mai bună comunicare a rezultatelor cercetării facilitează transferul de tehnologie și cunoaștere către mediul privat. La rândul său, o colaborare mai strânsă cu sectorul privat poate contribui la creșterea relevanței cercetării și a calității actului didactic. Din acest motiv, strategia de comunicare a rezultatelor cercetării trebuie să depășească stadiul unui instrument de imagine și să devină o investiție în capacitatea instituției de a-și demonstra rolul în societate.

Este important ca acest eveniment, Conferința Națională de Comunicare a Științei, să devină o tradiție și o comunitate de bună practică: un spațiu care se reia și se recalibrează an de an, pe măsură ce domeniul se maturizează și nevoile se schimbă. Comunicatul de față este prima declarație de intenție în această direcție.

PARTENERI



Știință & Comunicare

