



MOLT MÉS QUE BALLAR PER LA RECERCA

TEXT _ M.L.F.

MÉS DE 100 PERSONES, LA MAJORIA CIENTÍFICS, HAN BALLAT PER LA CIÈNCIA en el vídeo de l'Institut de Recerca Biomèdica (IRB) que han vist milers d'usuaris a través de les xarxes socials, e-mails i telèfons mòbils. Més de 840.000 clics són els que en menys d'un mes ha obtingut aquest vídeo, amb què el centre de recerca català va iniciar una campanya de micromecenatge amb un doble objectiu: atreure donacions per a projectes de recerca relacionats amb les malalties més prevalents -el càncer, la diabetis i l'Alzheimer- i donar a conèixer el centre fent més propera la cara dels científics. Joan Guinovart, fundador i director de l'IRB, amb una àmplia i reconeguda trajectòria professional, comença el vídeo com a *coreògraf* dels científics que ballen. Aquests dies ha rebut moltes felicitacions per una iniciativa que trenca tòpics sobre els científics. Destaca un e-mail que li ha enviat la directora d'EMBO (una associació que reuneix científics europeus d'alt nivell en ciències de la vida). "Em diu: «Ara et respecto més que mai»", explica Guinovart, que des de fa temps col·labora en projectes per millorar la percepció pública de la ciència, una cosa que reverteix positivament en la recerca.

L'èxit del vídeo va més enllà del comptador del nombre de visites: els investigadors han aconseguit posar la ciència de moda. El mateix Ryan Merchant, un dels membres de Capital Cities, el duet *indie* pop que interpreta la cançó *Safe and sound* que en el vídeo ballen els científics, ha contactat amb l'IRB per demanar si podia posar a la web del grup el seu vídeo. Sony/ATV i Universal Music han cedit els drets de reproducció per al

vídeo. Els mateixos patrocinadors, que han d'aportar una quantitat determinada per cada visionat, 1,20 euros pels SMS i una quantitat inferior pels visitants a YouTube, han quedat sorpresos per la viralitat del vídeo. La campanya de comunicació s'ha concentrat especialment a les xarxes socials. La producció del vídeo s'ha finançat íntegrament amb proveïdors del centre i ha comptat amb un ampli suport, tant dels professionals audiovisuals que hi han intervingut com del personal del centre. "També ens agrada transmetre el bon clima del centre, segur que això també quedarà. Una feina així seria impossible si no treballéssim en un entorn amb tan bon rotllo", diu Guinovart. La producció del vídeo ha requerit un any de feina, tres dies d'assajos i cinc de rodatge.

Guinovart espera que l'èxit es tradueixi en més consciència sobre la necessitat de la donació filantròpica. Els ciutadans "han de saber que, més enllà dels seus impostos, també poden dirigir les seves donacions cap a la recerca que ells volen, perquè els afecta, perquè els preocupa", diu l'investigador. En altres països, com és el cas del Regne Unit, bona part del finançament de la recerca prové del mecenatge, és a dir, de donacions particulars. La recerca en càncer, per exemple, es finança en més d'un 80% per donacions. "Ho necessitem per ser competitius perquè, suposant que els diners públics que rebéssim fossin els mateixos que reben ells (que no ho són), sempre acabarien tenint més recursos, perquè hi ha una gran diferència en el suport que reben per les donacions, que en el seu cas és molt", conclou Guinovart. ■



Rere la producció del vídeo hi ha els científics i també un equip internacional de professionals de l'audiovisual i coreògrafs.

IRB BARCELONA