

CAMBIOS EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICAR LA CIENCIA

Cristina Ribas

Con el propósito de divulgar las últimas tendencias en comunicación de la ciencia, se celebraron en Barcelona, del 4 al 8 de mayo, dos seminarios de ámbito europeo. El primero consistió en una reunión del grupo ISME (Informations Scientifiques et Médias Europeens), el cual está trabajando en el análisis de los contenidos científicos de las televisiones. A continuación tuvo lugar una reunión sobre comunicación pública de las ciencias y las tecnologías (PCST) entre estudiantes y profesores de tercer ciclo universitario. Las conclusiones de ambos seminarios muestran cambios significativos, tanto en la investigación como en las estrategias de la comunicación de la ciencia para las próximas décadas. Uno de los retos es presentar la ciencia de forma más lúdica y más ubicada en su contexto social y político.

En los seminarios celebrados en Barcelona y organizados por el Observatorio de la Comunicación Científica de la UPF (OCC), se trataron diversos aspectos, pasados y actuales, de la comunicación de la ciencia respecto a los productos y a la investigación.

Uno de los temas abordados fue el futuro de los suplementos científicos en la prensa. Después de unos años de proliferación de estos suplementos por toda Europa, la tendencia actual consiste en reducir su contenido para integrar la ciencia en las páginas diarias de información general (a través de una página diaria o

semanal, o bien mediante su inclusión en alguna de las secciones tradicionales). Se considera que los suplementos cumplieron una función histórica de comunicación entre periodistas-medios y la comunidad científica local; algunos científicos colaboraron activamente en estos suplementos ya fuera escribiendo artículos o como fuentes de información.

Según explicó, Vladimir de Semir, hasta ahora director del Suplemento de Ciencia y Tecnología de *La Vanguardia* y director del OCC, se estableció una relación de comunicación al mismo nivel que en otras áreas informativas (política, economía, etc.) y se desarrolló la formación de un grupo de periodistas especializados en ciencia.

Hoy día, con las bases ya fijadas, la información científica no extraña al público, ni a los directivos de las redacciones, ni a los propios periodistas, ni tan sólo a los científicos. La ciencia ha abandonado el área de los suplementos y se sitúa en el contexto de la información general. La normalización de la información científica provoca que su presentación se haga de forma más interrelacionada con las otras áreas informativas y da una visión mucho más real de la ciencia en su contexto, que no está aislada como «conocimiento humano» directamente transmitido desde los laboratorios. Se impone una visión más social, económica y política de la ciencia, que los periodistas especializados, más que los propios científicos, tienden a utilizar, como se apreció en la ponencia de Lluís Reales, redactor jefe del Suplemento de Ciencia y Salud de *La Vanguardia*.

A pesar de esta tendencia histórica que se produce en Europa desde los años setenta, las diferencias culturales subyacen en la forma de presentar la ciencia y la tecnología. En Cataluña, por ejemplo, la difusión de la ciencia está muy relacionada con la formación de una identidad nacional. La recuperación de los personajes científicos de renombre en el pasado, la amplia dedicación en los informativos a la temática medioambiental o la especial atención a la meteorología reflejan un intento de recuperar la identidad tanto desde el punto de vista histórico como desde el territorial e incluso desde el institucional (por ejemplo, el Departamento de Medio Ambiente de la Generalitat de Cata-

Después de unos años de proliferación de los suplementos científicos la tendencia actual es la de reducir su contenido e integrarlo en las páginas diarias de información general

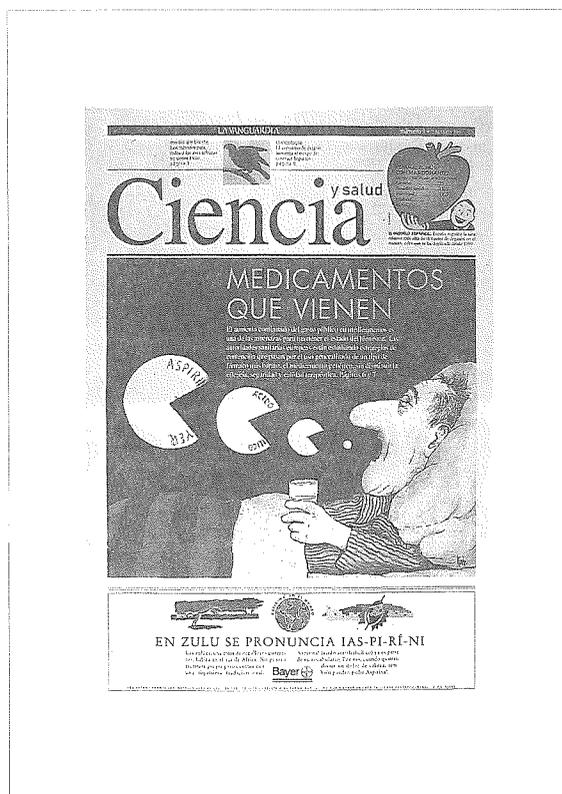


luna proporciona muchas noticias a los medios de comunicación). De este modo, la parte científica de la cultura entra también de lleno en la sociedad a través de una inquietud nacionalista. Esta ligazón entre nacionalismo y divulgación se encuentra en sentido opuesto en Irlanda. Una nación independiente, aunque muy influenciada por la cultura y la sociedad británica, tiene verdaderas dificultades para recuperar la propia memoria científica. Los espacios dedicados a la ciencia en los medios son muy escasos. Brian Trench, profesor de la Universidad de Dublín, puso de manifiesto el problema de las sociedades periféricas por lo que se refiere a la cultura científica dominante: los medios sólo consideran relevantes las informaciones científicas cuando han sido validadas previamente por el ámbito anglosajón a través, por ejemplo, de publicaciones especializadas.

En el extremo más alejado, encontramos la Amazonia, una región sin identidad en la que se produce una explotación externa de los recursos. Jimena Beltrao, investigadora de la Universidad de Leicester, expuso las dificultades de la prensa amazónica para plasmar los problemas medioambientales desde una perspectiva local y no externa.

Otro dato culturalmente diferenciador es el de la crítica a la ciencia. Según los datos del Eurobarómetro, existen sociedades europeas en las que la desconfianza hacia la ciencia y sus aplicaciones es muy acuciante. En Alemania, por ejemplo, la conciencia ecológica ha provocado que la ciencia sea objeto de críticas. Desde el punto de vista social y no desde el académico, existe un intenso debate y una gran actividad social entorno a la ecología. Winfried Gópfert, de la Universidad Libre de Berlín, expuso lo que se ha llamado *Ecoactividad*, que consiste en creer que la ecología produce *ecofestivales*, *ecoteatro*, *ecojuegos*, *ecotiendas* e incluso *ecobancos*. Sin embargo, en general, la imagen de la ciencia continúa siendo aburrida y excesivamente académica.

La dicotomía estudios cuantitativos/estudios cualitativos fue otro de los temas que se trataron. Los estudios cuantitativos sobre los contenidos científicos de los medios e, incluso, sobre la percepción pública son muy numerosos, pero los aspectos cualitativos se encuentran en una situación de inferioridad.



Aunque fueron menos representativos que los estudios cuantitativos, se presentaron diversos trabajos que mejoran sensiblemente los datos sobre cómo se produce la comunicación de la ciencia actual, lo que no sólo es importante desde el punto de vista estratégico –para ser más efectivos en la divulgación–, sino que permite abrir nuevas visiones teóricas de esta área de conocimiento multidisciplinar.

Por otro lado, se constató una vez más la paradoja entre el interés público y la realidad de los medios de comunicación. Las encuestas de percepción pública de la ciencia dan como resultado un elevado interés por los temas científicos. La encuesta sobre la percepción de la ciencia, realizada en Cataluña y presentada durante el seminario por el OCC, muestra un crecimiento de 10 puntos porcentuales en 6 años; otras encuestas realizadas en Europa obtienen datos similares. Sin embargo, ello no se traduce en una elevada proporción de contenidos científicos en los medios, como se ha puesto de manifiesto en el análisis llevado



La transformación del suplemento de ciencia de la Vanguardia ha significado no sólo cambios de formato sino una adaptación formal a la evolución de la comunicación científica (véanse las ilustraciones anteriores)

a cabo por el grupo ISME en las televisiones europeas (la ciencia en los informativos de la noche no supera nunca el 5 % de la información) y en diversos análisis de contenidos en la prensa y la radio. Esta paradoja puede estar relacionada con el hecho de que los contenidos suelen presentarse aún de forma muy académica. Teresa Escalas, de la Universidad Autónoma de Barce-

lona, del análisis de los productos de divulgación en Cataluña ha deducido que el nivel de conocimientos corresponde mayoritariamente a un nivel universitario, mientras que la mayoría de la población aún no posee ni un nivel secundario de estudios.

Según Pierre Fayard, de la Universidad de Poitiers, se impone necesariamente un cambio de estrategia en la divulgación de la ciencia. La tradicional preocupación de «explicar mejor» debería substituirse por «explicar de otra manera». Además, es necesario elaborar un marco teórico para poder experimentar nuevos canales (por ejemplo, telemáticos) y nuevas estrategias que eliminen la imagen de seriedad y aburrimiento que todavía lleva consigo la información científica. Aunque la gente piensa que la ciencia es importante —como reflejan las encuestas—, los índices de audiencia de los productos mediáticos con contenidos científicos indican que en la forma en que se presentan no despiertan suficiente interés, opinión que corroboraron las ponencias sobre divulgación en exposiciones y museos de Joelle Le Marec, de la Cité des Sciences en París, y Carme Prats, del Museo de la Ciencia y la Técnica de Terrassa (Barcelona). ¶