

Article extret de “Cuadernos de cultura científica”.

“Cuadernos de Cultura Científica (CCC)” és una publicació de la “[Cátedra de Cultura Científica](#) de la [UPV/EHU](#)”.

Imaginemos un gran barranco flanqueado por tres cumbres que se ven entre ellas, saben quienes son y a qué se dedican, pero entre las que no hay la más mínima interacción. Sólo algunos aventureros esforzados tienden cables y puentes que mejoren la comunicación entre las montañas. Esta imagen, tan de autoayuda y filosofía zen, me sirve para ilustrar la situación en la que se encuentra la relación entre la Ciencia, los Medios y la Sociedad.

En un reciente artículo publicado en la revista AEON, titulado [Science meet journalism, you should talk](#), la periodista [Louise Lief](#) realiza un interesante análisis de la situación en Estados Unidos, que yo creo perfectamente extrapolable a la de nuestro país.

¿Cual es la situación actual?

Un abismo de desconocimiento es la imagen que la resume. En marzo de 2011, un 66% de los encuestados en Estados Unidos no podía nombrar a un sólo científico vivo. [En España, también en ese mismo año, un 45,9% de los encuestados no pudo nombrar a uno solo.](#)

Parte de la responsabilidad de esta situación la tienen los medios de comunicación generalistas: la prensa, la televisión y la radio. El desarrollo de Internet ha aumentado los canales por los que la ciencia es accesible a la sociedad en general, pero su presencia, fuera de lo que en inglés se conoce como «su caja», es muy escasa. Quien ya esté interesado por la ciencia puede encontrar información sobre cualquier tema, con un click: en plataformas divulgativas, en blogs, en revistas especializadas, en podcasts, videoblogs, en especiales de los medios generalistas... etc.

Sin embargo, la cuestión principal es: quien no esté previamente interesado por la ciencia, ¿puede encontrar alguna noticia sin ir a buscarla? ¿Puede abrir un periódico y encontrar una historia de ciencia que no venga en un suplemento especial (que todo el mundo sabe que sólo leen los interesados en el tema)? ¿Puede encontrar en la radio, en un magazine de tarde, una entrevista a un científico? ¿Puede poner la televisión y encontrar un programa divulgativo?

¿Por qué este páramo informativo?

Louise Leif se propuso comprobar si los periodistas estaban o no interesados por la ciencia. Consiguió que el Museo de Ciencias Naturales de Nueva York y el Smithsonian de Washington organizaran sendos eventos para periodistas de cualquier medio y categoría. Eran actividades de contenido científico en las que, además, se iba a desarrollar, como complemento, alguna competencia periodística.

¿Cuántos periodistas acudieron a estas jornadas? 53, de 33 medios diferentes. Es un número bastante reducido teniendo en cuenta que en Estados Unidos hay más de [58.000](#), según consta en el [Bureau of Labor Statistics](#). A pesar de lo que pueda parecer una escasa participación, ambas experiencias resultaron un éxito para los participantes, que encontraron a partir de esas interacciones varias historias que investigar y tratar de «colocar» en sus medios.

Si una vez que el periodista se acerca a la ciencia, la encuentra interesante, ¿por qué esa sequía informativa? Louise Leif señala algunos motivos para explicar la situación. Veamos algunos de ellos y su correspondencia en España.

– Falta de acceso y de oportunidades para que los periodistas aprendan en los centros científicos. Desconozco el número de iniciativas que se organizan exclusivamente para medios en los Museos, Centros de Investigaciones o Universidades españoles, pero sí sé que no hay hordas de periodistas golpeando las puertas de los laboratorios para que un investigador les explique su trabajo.

– La estructura informativa actual, tanto en las redacciones de prensa como en radios y televisiones, prima el impacto de la noticia más que su trascendencia. La única manera de conseguir «colar» una noticia científica es un titular lo más llamativo posible; sobre todo que contenga las palabras «curación del cáncer», «apocalíptico» o «transgénicos». Cualquier otra noticia, cuidadosamente elaborada, contrastada y con una importancia a largo plazo será arrinconada o colocada «en su caja».

– Existe una percepción por parte de periodistas y científicos sobre la «fragilidad» de la información científica, por lo que debe ser tratada en exclusividad por ciertos periodistas especializados o por científicos interesados por la divulgación. Esta percepción contribuye a la idea, tanto entre los demás periodistas como entre el público en general de que la ciencia es algo especializado, complejo y muy exclusivo. Y ciertamente lo es, pero también es algo más.

Está claro que la situación no es la mejor, que el abismo sigue abierto y que, para intentar cerrar la brecha, es necesario un paso hacia delante por parte de todos.

La relación con la ciencia no debe limitarse a una simple comunicación de datos, resultados o premios. El envío de notas de prensa con escaso o nulo interés no facilita a los medios el acceso y el conocimiento de la ciencia. Lamentablemente, casi siempre se reduce a pura propaganda. Se necesita crear un ámbito en el que se pueda interactuar con los científicos de tú a tú, sin sentar cátedra, compartir experiencias que se puedan entender y que generen nuevas historias.



– Hemos destruido el diez por ciento de las células cancerígenas de la cola de una rata de laboratorio – Curado el cáncer | Fuente: [How science reporting works](#) / Saturday Morning Breakfast Cereal

Es necesario conectar la ciencia con el mundo exterior. Esa conexión no hay que crearla: ya existe. Todo lo que nos rodea es ciencia, pero hay que hacerla visible ante el público. No se trata de acaparar los informativos un día o una semana con titulares espectaculares, se trata de conseguir que haya una continua lluvia fina de ciencia que vaya calando tanto entre los periodistas, para que incorporen la ciencia a sus historias, como entre el público, que pase a percibir la ciencia como algo cotidiano. De todo esto pueden salir historias, reportajes, crónicas y entrevistas perfectamente encajables en medios generalistas. (Un ejemplo de esto

es Orbita Laika, de actual emisión en la cadena 2 de TVE, o algunas entrevistas a divulgadores y científicos en radio y prensa que suelen funcionar tanto para la divulgación como para los medios).

Los nuevos medios, con formatos más económicos e interactivos, permiten encajar de manera más visual las informaciones relativas a la ciencia. Hay que aprovecharlos con imaginación, creatividad y originalidad. Las redes sociales son fundamentales en esta tarea sobre todo para acercarse a la gente joven, que las utiliza para informarse prácticamente de casi todo.

La ciencia ciudadana. Sé que este concepto puede chirriar entre algunos científicos, pero involucrar a la sociedad en la ciencia es una buena manera de cerrar la brecha. Desarrollar herramientas de recogida de datos, como la iniciativa [Zooniverse](#), es una manera muy eficaz de conseguir la implicación ciudadana en la ciencia. Las nuevas herramientas informáticas permiten además que la recopilación de la información sea ajustada, veraz y fiable.

En Estados Unidos, algunas de estas iniciativas de ciencia ciudadana *«han implicado a cientos de miles de personas en la recogida y clasificación de millones de datos. Los científicos han desarrollado con gran éxito algoritmos y herramientas de software que aseguran que la calidad de la información sea equivalente (y a veces supere) a la de la investigación científica tradicional»*.

Louise Leif propone tres ideas que me gustaría matizar:

Propone a las instituciones científicas que organicen (por lo menos una vez al año) eventos de puertas abiertas que impliquen interacción, información y algún tipo de aplicación periodística. No se trata de epatar a los medios sino de crear relaciones que permitan conocer a los periodistas, y a través de ellos, qué visión de la ciencia tiene el público. Con esto hay que tener mucho cuidado, porque creo que la ciencia no debe convertirse en un parque temático de diversión y entretenimiento. Se trata de acercarse y estrechar lazos, no de banalizar y frivolar.

Propone que los periodistas salgan de su zona de confort y dejen de pensar en la ciencia como en un asunto limitado a los especialistas. Ahí fuera hay muchas historias con contenido científico accesibles para contarse de manera rigurosa sin que sea necesario ser doctorado ni catedrático. Sólo se necesita interés, trabajo e interactuar con las personas adecuadas.

Todo este trabajo de científicos y periodistas puede quedar en nada, o servir de muy poco, si los editores y responsables de los medios no apuestan por la ciencia como contenido. Es necesario un cambio de planteamiento: que el nuevo periodismo que se está gestando vea la importancia de tener una sociedad educada científicamente y desee formar parte responsable e implicada de esa formación.

No es una tarea fácil ni será rápida en el tiempo, pero nada en la ciencia lo es.

Sobre la autora: Ana Ribera ([Molinos](#)) es historiadora y cuenta con más de 14 años de experiencia en el mundo de la televisión. Autora de los blogs: [Cosas que \(me\) pasan](#) y [Pisando Charcos](#).