

Crisis, Universidad y Comunicación Social de la Ciencia

Por Antonio Marín Ruiz y Lourdes López Pérez (*)

Resumen: El trabajo científico es transmitido más porque su financiación guarda una estrecha relación con la productividad de los investigadores, medida en artículos publicados en revistas científicas, que porque se quiera que la sociedad lo conozca. Esta afirmación, matizable sin duda, guarda relación con nuestro trabajo como periodistas científicos. A nuestro juicio es motivo de «crisis» para las instituciones públicas que aún no se haya reconocido suficientemente la divulgación periodística como una de sus prioridades, ya que de ella depende en buena medida su prestigio social. A justificar esta idea de «crisis» y a proponer posibles soluciones dedicaremos las páginas que siguen.

Palabras claves: divulgación de la ciencia, periodismo científico.

Abstract: Scientific work is transmitted mainly because its financial support is strongly related with the productivity of researchers, measured in the quantity of papers published in scientific magazines and not because there is a decision of delivering the content to society. This assessment, which can be discussed is related to our works as scientific journalists. We believe a «crisis» is taking place in public institutions that have not recognized yet journalist propagation as one of their priorities, due to the fact that social prestige depends in a very great measure of its knowledge. To justify this crisis and propose possible solutions we will dedicate the following pages.

Key words: popularization of science, scientific journalism.

Artículo

El trabajo científico es transmitido más porque su financiación guarda una estrecha relación con la productividad de los investigadores, medida en artículos publicados en revistas científicas, que porque se quiera que la sociedad lo conozca. Esta afirmación, matizable sin duda, guarda relación con nuestro trabajo como periodistas científicos. A nuestro juicio es motivo de «crisis» para las instituciones públicas que aún no se haya reconocido suficientemente la divulgación periodística como una de sus prioridades, ya que de ella depende en buena medida su prestigio social. A justificar esta idea de «crisis» y a proponer posibles soluciones dedicaremos las páginas que siguen.

Son varias las afirmaciones que conviene justificar, al menos, a fin de no parecer en exceso atrevidos o sencillamente imprudentes. En primer lugar, puede afirmarse que la publicación de resultados de investigación en medios de comunicación social es irrelevante, en principio, para los grupos de investigación, que han de orientar su esfuerzo a publicar los resultados de sus trabajos en revistas de «impacto» dentro de su área de conocimiento.

En segundo lugar, puede, igualmente, afirmarse que la transmisión-publicación del trabajo de los científicos guarda relación directa con la necesidad de obtener fondos para su financiación. Resulta de ello algo que pudiera considerarse inquietante: la financiación de la investigación condiciona las líneas de investigación y éstas son, mayoritariamente, la fuente de las publicaciones de trabajos en revistas científicas.

En tercer lugar, desde nuestra perspectiva, universidades y centros de investigación españoles dedican poco esfuerzo, en general, a divulgar «su» ciencia entre el gran público a través de los medios de comunicación. Un simple análisis de las noticias remitidas a los medios de comunicación en el día a día por esas instituciones avalan esta afirmación (apenas una de cada veinte guarda relación directa con lo que pudiera ser llamado divulgación de la ciencia).

Para terminar, en cuarto lugar, creemos que puede ser considerado motivo de crisis el hecho de que la actividad clave para muchas universidades -y de todos los centros de investigación- no ocupe el lugar más destacado, o ningún lugar, en su relación con los medios de comunicación.

Dicho lo anterior, hemos de aclarar a qué tipo de actividad nos referimos cuando hablamos de comunicación de la ciencia. Suele hablarse de esta actividad en, al menos, ocho casos:

1. Científicos: difusión de la ciencia inter pares.
2. Científicos divulgadores: maestros y/o técnicos.
3. Filósofos de la ciencia, investigadores del pensamiento científico.
4. Divulgadores científicos, no científicos: investigadores de los fenómenos de la difusión y de la divulgación.
5. Formadores de futuros profesores de ciencias («didáctica de la ciencia», enseñantes).
6. Teóricos del periodismo científico.
7. Periodistas científicos.
8. Informadores que hacen la labor de medición entre científicos y periodistas de los medios de comunicación.

Nos referimos a esta última actividad en nuestro trabajo, como encargados en una universidad pública de realizar la

labor de redactar noticias, a partir de las fuentes de la propia institución académico-investigadora, y trasladarlas a los medios de comunicación.

¿Qué tipo de noticias remitidas por los servicios de comunicación a los medios informativos podrían ser consideradas como científicas? La respuesta a esta cuestión es discutible. Desde nuestra perspectiva no es científica la nota acerca de la celebración de un congreso, curso, reunión, etc., sino aquella que esté referida a las cuestiones científicas abordadas en cualquiera de ellos, en especial si versa sobre los resultados de una investigación. Ésta sería, en definitiva, la clave: la noticia científica se refiere a resultados de investigación, a proyectos de investigación o a contratos de investigación suscritos con instituciones o empresas.

¿Crisis institucional?

En términos generales, no parece apropiado hablar de "crisis" en la relación de las instituciones investigadoras españolas con la sociedad a través de los medios de comunicación. Y ello es debido a que la noción habitual de crisis, referida a instituciones o empresas, alude a la descripción de "un cambio repentino entre dos situaciones, cambio que pone en peligro la imagen y el equilibrio natural de una organización", en el sentido de que se produce entre dos situaciones dadas, una anterior y otra posterior; sucede algo inesperado ante lo cual "una organización tiene que reaccionar comprometiendo su imagen y su equilibrio interno (como organización) y externo (como institución) ante sus públicos"; Piñuel.J.L. (1997) pag:167.

Ciertamente, en principio, no parece que podamos hablar de un cambio repentino entre dos situaciones, de un cambio que afecte a la imagen de las instituciones científicas. Pero, quizá, sea esto sólo un parecer. Una simple mirada a la historia de la ciencia en nuestro país revela la triste realidad de que la ciencia hecha en España rara vez ha sido noticia, salvo en contadas ocasiones, ligadas más a la curiosidad periodística y al interés político-patriótico que al valor de lo científico en sí. Por otra parte, la historia de la ciencia española se ha visto mediatizada tanto por "la inferioridad científica española en comparación con otros países europeos", como por las dificultades de acceso a las fuentes. Corell Doménech, M, y Navarro Brotons, V. (2004) Con todo, es igualmente un hecho que la producción científica española se ha multiplicado en los últimos 20 años. Como resultado de esto, sí podría hablarse de crisis si se diera el caso de que la sociedad española mantuviera una idea pobre de la ciencia hecha en España y si no se tomaran medidas para evitar esa situación.

Es nuestra tesis que esto está sucediendo. ¿Por qué? Precisamente porque se dan los elementos típicos de una crisis institucional, lo que sucede es que no obedece, en absoluto, a la cualidad de "cambio repentino"; a la que hemos aludido más arriba, sino a un período de tiempo largo y al desconocimiento y a la permanencia de la mala imagen subsiguiente. Y es que, a pesar de que los medios de comunicación españoles sean más receptivos a la información científica y de que el mundo de la investigación se haya abierto a los medios de comunicación, persisten ciertos estereotipos:

- del científico alejado de la realidad cotidiana, genio quizá, pero genio ajeno a lo real;
- del científico reacio en unos casos o incapaz en otros de comunicar con periodistas dispuestos a escribir sobre sus investigaciones;
- del científico obstinado en investigar sobre lo que a nadie interesa y difícilmente, o nunca, llegará a ser útil algún día;
- del científico que nada quiere saber del mundo de la empresa;
- del científico misterioso, que igual inventa algo milagroso-cura-todo que nos contamina-enferma-mata con algo que se le vaya de las manos;
- etc.

Prejuicios estos que, paradójicamente, conviven con la confianza de la sociedad en científicos y en tecnólogos, a tenor de los resultados de encuestas como las realizadas por el Eurobarómetro (55.2, diciembre de 2001) o la FECYT (2002), por citar sólo dos ejemplos. En ambos casos, los ciudadanos declaran tener más confianza en los científicos que en cualquier otro colectivo (políticos, periodistas, ecologistas, etc.) a la hora de encarar crisis o de valorar los efectos de la ciencia en la sociedad.

Decía McLuhan que sólo existe aquello de lo que se habla, y de la ciencia española se habla todavía poco, no lo suficiente como para acabar o, al menos, matizar una idea negativa, marcada por el tipo de tópicos-estereotipos señalados.

Lo cotidiano y la crisis

Constituye un acontecimiento sobresaliente en la historia de España que la ciencia haya pasado de ser fantasma a cenicienta de buen ver en los presupuestos del Estado (y las autonomías y la UE... hasta en las mismísimas empresas). Del "que inventen ellos"; de un descorazonado Unamuno, a un crecimiento sostenido. Y si bien nunca se invertirá hasta saciar el deseo de los investigadores, puede afirmarse que la ruptura del equilibrio que dio lugar a la crisis que vivimos, el desconocimiento de la ciencia que se hace en España, es debido a que el antes fue

malo y el después, el hoy, es mejor. Y no estamos acostumbrados a percibir la idea de crisis de esta forma. Lo contrario Sí sería noticia, esto es… un serio imprevisto en el largo camino hacia lo peor que el mundo de los medios de comunicación está ávido de comunicar, atendiendo al contrastado deseo de los lectores. Tenemos, pues, una noticia contraria, vamos a mejorar. Pero estamos, no obstante, de suerte: es poco conocido todavía que vamos a mejorar.

En la percepción de quienes trabajan en los servicios de comunicación institucionales, los medios informativos circunscriben su interés por lo universitario a la crónica social, la extensión cultural, las reales o aparentes carencias académicas o de infraestructura y… poco más. Justo sería esta la acusación de no pocos periodistas de medios informativos, que sólo ese tipo de actividades es comunicado por los gabinetes de prensa. De ahí que, estimamos, de que no haya más información científica en los medios informativos son tan responsables los propios medios como las universidades y los centros de investigación.

Hemos señalado anteriormente que entre la información facilitada por estos a los medios de comunicación en forma de notas de prensa menudean las noticias científicas. Se contribuye así a amenazar la imagen de las instituciones ante sus públicos internos y externos, ante las propias comunidades universitarias y ante los editores de los medios de comunicación (vehículo hacia la opinión pública).

Volviendo a nuestra línea argumental, la crisis radicaría ahora en que en el funcionamiento cotidiano de los servicios de comunicación universitarios no se ha previsto una reacción adecuada ante el hecho de que la producción científica propia es noticia relevante, que podría contribuir a mejorar la imagen interna y externa las instituciones a las que pertenecen. Esto puede ser así por diversas razones:

- la inercia a que se ve obligada en cierta medida toda instancia universitaria;
- la presión informativa interna, de la propia institución, acostumbrada a comunicar esencialmente actividades de extensión universitaria, convocatorias (cursos, seminarios, congresos, simposios, conferencias, inauguraciones, etc.);
- en este mismo sentido, la presión que suponen los espacios informativos propios (generalmente revistas de información general universitaria);
- la presión de la información político-académica: la actividad relacionada con los equipos de gobierno de la institución y de sus centros;
- la limitación de medios humanos y materiales, con carencias en el uso informativo de las TIC;
- la demanda de los medios de comunicación (a los que se han ido sumando nuevas revistas privadas, de difusión gratuita, ante las que han reaccionado algunos periódicos con suplementos semanales de información universitaria), una demanda que limita el tiempo disponible y hace difícil abordar notas de carácter científico, que precisan de mucho más tiempo para la localización de la fuente, la redacción y su contraste final;
- etc.

Nos encontraríamos, pues, ante un cuádruple escenario de crisis:

1. El hecho de que la información sobre la actividad investigadora no sea divulgada socialmente a través de los medios de comunicación supone que el grupo de investigación no sea conocido, que la sociedad no conozca y valore el quehacer investigador universitario, que no se consigan, por ello, mejorar la imagen pública de la universidad, que no se contribuya a la extensión social de la cultura científico-tecnológica.
2. La desconfianza entre investigadores y periodistas. Algo constatable, en términos generales, y que tiene su origen en la idea periodística de que el científico no se aviene a comunicar su labor a la sociedad y en la idea de los científicos de que los periodistas no tratarán con rigor la información que puedan ofrecerles. Huelga señalar la obvia necesidad de agentes mediadores entre medios de comunicación social, que difícilmente contarán con medios humanos para trabajar a fondo una información científica, y científicos, que no pueden renunciar a que su información sea abordada con el rigor que del ejercicio de su profesión se exige.
3. La permanencia de una visión distorsionada del papel productor de ciencia de nuestro país, una visión negativa, poco ajustada a una realidad de mejora.
4. La falta de reacción de las universidades, que siguen ancladas en un modo de comunicación de lo universitario en el que la comunicación de la ciencia juega un papel marginal.

Visualizar la ciencia

Contamos con ejemplos de la labor mediadora apuntada, así como de formación seria para divulgadores. Los programas Novatores y Andalucía Investiga, la actividad del Instituto Universitario de la Ciencia y la Tecnología de la Universidad de Salamanca, la dedicación de los servicios de comunicación a la divulgación de la actividad científica de sus investigadores realizada en universidades como la de Barcelona o Granada y en Centros del CSIC (en donde han ejercido de maestros para los universitarios en el IAC), los máster en comunicación de la ciencia de la Universidad de Salamanca y Pompeu Fabra, la inteligencia comunicadora de actividades como las desarrolladas en Atapuerca, la permanente labor comunicadora del Hospital de la Universidad de Navarra, el trabajo de los museos de la ciencia españoles, etc. constituyen ejemplos de buen hacer en la labor de la “visualización” pública de la ciencia hecha en nuestro país. Pero hay todo un camino aún por hacer, son buenos ejemplos sin duda, pero muchos de ellos siguen

sustentándose en grandes compromisos personales, en situaciones de verdadera precariedad o en la inteligencia del momento; no hay planes a medio y largo plazo, no es posible trabajar en la divulgación sin sentir la presión de que el proyecto pueda caerse… por falta de fondos.

¿Ha llegado la hora de “burocratizar” la labor? Sí, en el buen sentido de la expresión. Sí en el sentido de que la necesidad de comunicar la ciencia exige la existencia de estructuras estables de comunicación, y eso se consigue con instalaciones, personal propio, formación permanente y proyectos de trabajo, con independencia de que haya que seguir contando con becarios, formando estudiantes y compitiendo por nuevos recursos.

Sí, también, en el sentido de que los ejemplos citados han de extenderse a otras universidades y centros de investigación en una doble dirección: creando las estructuras (o sencillamente la necesidad/cultura de comunicación de la ciencia en las universidades en las que el tiempo y los medios no alcanzan) y fomentando la aparición de entornos de competencia (los servicios de comunicación hemos de competir por recursos para la divulgación de la ciencia y por los espacios que los medios de comunicación dedican a la información universitaria, específicamente la científica).

Se trata, en definitiva, de incrementar por esta vía la presencia de la información científica de calidad en los medios informativos, para lo cual no es nada descabellado, incluso, “incrementar las partidas correspondientes a comunicación de los resultados científicos dentro de los mismos proyectos de investigación (una propuesta que planteada hace años ya el periodista Luis Angel Fernández Hermana, citado en Merelo 2006) posiblemente sería algo fundamental”.

Conclusiones

A modo de conclusión, creemos que el trabajo de los servicios de comunicación de universidades y centros de investigación orientado a la divulgación del quehacer científico de sus investigadores puede contribuir a que la ciencia sea “tema” para los medios de comunicación, o lo sea aún más. Un trabajo que está llamado a solventar en buena medida los cuatro elementos de “crisis” a los que nos hemos referido en nuestra comunicación. Y ello porque:

1. No es una quimera pensar que en la posibilidad de que la ciencia universitaria cuente con una presencia creciente en los medios de comunicación.
2. La aplicación rigurosa de técnicas de comunicación sencillas por parte de universidades y centros de investigación contribuyen a que ello sea así.
3. El crecimiento señalado precisa de que las universidades y centros de investigación cuenten con personal especializado en la labor mediadora entre investigadores y medios de comunicación.
4. Es muy fácil medir cuantitativamente los resultados de un trabajo conducente a ese incremento.
5. Es esencial privilegiar contenidos informativos, que sean difundidos desde las universidades, que contribuyan a:

Dar a conocer los recursos, actividades y objetivos de actuación del sistema universitario.

Diferenciar netamente entre ciencia base y ciencia aplicada y mostrar que toda universidad o centro de investigación contribuye, de una u otra forma, al progreso social gracias tanto la “ciencia pura” como a la ciencia aplicada a la resolución de problemas próximos a los ciudadanos (salud, medio ambiente, nuevos productos, competitividad empresarial, etc.).

Promover el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación para la difusión de la ciencia y la tecnología y de la cultura científico-técnológica.

Integrar a personas ocupadas de las ocho tareas antecitadas en equipos de trabajo que elaboren planes de comunicación social de la ciencia.

Bibliografía

Corell Doménech, M y Navarro Brotons, V. (2004) Prensa y periodismo científico en España, en "Doce calas en la historia de la prensa española especializada". As. De la Prensa de Guadalajara.Madrid,

Merelo Guervós, J (2003) Javarm: Apuntes sobre medios de comunicación y biotecnología
<http://geneura.ugr.es/jmerelo/atalaya/print.cgi?id=/historias/13017&nombre=javarm>

Piñuel, J.L.: (1997) "Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones". Ed.Síntesis/Experiencias e investigación.Madrid,

(*) Antonio Marín Ruiz y Lourdes López Pérez.
Gabinete de Comunicación
Universidad de Granada.