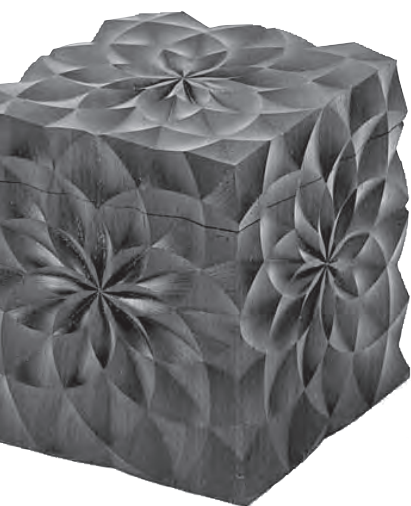




Los científicos y los medios

Todo acto de comunicación, cualquiera que sea su naturaleza, moviliza actores e intereses múltiples. Cada quien introduce sus finalidades y objetivos de acuerdo a su posición.

PIERRE FAYARD



El 6 de diciembre pasado, durante un noticiario radiofónico de cobertura nacional, el periodista Carlos Puig entrevistó al Dr. Mario Molina acerca de la Cumbre Mundial sobre Cambio Climático (COP-16) que se estaba llevando a cabo en Cancún esa semana. El Dr. Molina, Premio Nobel de Química, especialista en el tema y dedicado impulsor de los cambios en políticas ambientales, respondió como siempre amable, pero contundente y claro a las preguntas de Puig.

Un poco más tarde, en la misma emisión, el director de *Milenio Diario*, Carlos Marín dijo en tono burlón: "¿de veras pensarán que pueden contener el cambio climático? Es imposible que nuestra especie pueda. Mario Molina se equivoca, ¿pues que es Dios o qué?". El comentario puede escucharse en www.radio.com.mx/programa.aspx?id=13616&au=1394897.

Más allá de que queda claro que dirigir un periódico de circulación nacional no garantiza una cultura científica, lo que dijo Marín es totalmente irrespetuoso de la erudición del Dr.

Molina y de su persona, y va en contra de los grandes esfuerzos que está haciendo la comunidad científica mexicana para presentar las evidencias sobre el cambio climático y cimentar la lucha para atenuarlo. Es claro que a pesar de que se ha avanzado al respecto, todavía hay mucho camino por recorrer para mejorar la relación entre los medios y los investigadores.

El episodio citado puede llevarse a una discusión con diversas variantes: una, digamos histórica, sobre si los científicos solamente deben hacer investigación y otros son los que deben comunicar; otra sobre cómo los investigadores reciben y muchas veces resienten la cobertura de su trabajo por la prensa; una más sobre si debemos seguir presionando a los medios para que cubran en forma amplia y seria las noticias de ciencia; otra sobre cuál es el costo o ganancia para los investigadores de volverse comunicadores.

Algunos de estos temas son tratados por periodistas y comunicadores en distintos foros y blogs nacionales o extranje-

ros, como las revistas *Nature* o *Scientific American*.

Un caso interesante, apenas aparecido el 17 de noviembre de 2010 en *Nature News*, presenta una entrevista a Sara Mednick, especialista estadounidense en investigación sobre el sueño, quien según dice el encabezado de la nota "se ha colocado como una figura buscada por los medios y una respetada científica" (<http://www.nature.com/news/2010/101117/full/468365a.html>).

Mednick, profesora de psiquiatría en la Universidad de California en San Diego, publicó en 2007 un libro titulado *Toma una siesta, cambia tu vida*. Este exitoso texto se ha querido colocar como un libro de autoayuda en algunos medios, en lugar de una buena disertación con bases científicas para un público amplio. Sara Mednick es invitada con frecuencia a programas de radio y televisión, así como a *talk shows*, y viaja frecuentemente por todo Estados Unidos, siendo, en algún sentido, utilizada con muy diversos propósitos. Como deja ver en su entrevista en *Nature*, aunque está con-

vencida y ha obtenido muchas cosas buenas de su labor como comunicadora, desafortunadamente le ha costado, académicamente, el no ser vista como una científica seria, a pesar de sus publicaciones en revistas especializadas. Tiene un portal propio (<http://www.saramednick.com/>), en el que explica a los lectores su trabajo en el laboratorio, y los invita a participar en sus estudios o a donar fondos a sus proyectos.

De los dos casos citados, surgen algunas preguntas más: ¿Cómo lograr el pleno respeto a los planteamientos de los investigadores en los medios? ¿Por qué en el medio académico se tiende a descalificar fácilmente una labor como la de comunicación científica? ¿No sería mejor alabar a quienes logran encontrar un cierto equilibrio entre la investigación y llevar sus resultados a un público amplio, aun a costa de no tener todo el apoyo que reciben quienes se mantienen al margen de los medios? ¿Cómo lograr que las coberturas mediáticas sean cuidadosas y claras? Ninguno de estos planteamientos es fácil de responder.

Por supuesto, no todos los investigadores tienen dotes

de comunicación, ni tendrían por qué. También puede suceder que los entrevistadores estén poco preparados y pregunten lo primero que se les viene a la cabeza, que sólo busquen la nota escandalosa para que sea reportada, o que les parezca que con la poca información que manejan pueden descalificar el trabajo experto, y más aún, que los medios tergiversen los datos para sacar provecho. Para enfrentar estas situaciones ya existen alternativas. En Estados Unidos, por ejemplo, donde en cuestión de comunicación a los mexicanos nos llevan mucha ventaja, hay quienes se han especializado en comunicación científica. Por ejemplo, la zoóloga Nancy Baron, con gran experiencia en el ámbito periodístico, trabaja en la Universidad de California en Stanford, y da cursos a los investigadores para prepararse para el intercambio mediático. <http://www.nature.com/>


naturejobs/2010/101118/full/nj7322-465a.html.

Además, hay quienes pueden dar una serie de consejos prácticos como Dennis Meredith, que recientemente publicó el libro *Explaining research*, detalla, por ejemplo, estrategias para escribir libros, blogs o artículos de divulgación científica, además de dar entrevistas serias a los medios y no caer en las diversas "trampas" que muchos de ellos suelen poner a los científicos. <http://explainingresearch.com/>.

Desde luego, no se trata de estar siempre a la defensiva. Ya sea porque los resultados de la investigación científica son cada vez más importantes en muchas decisiones públicas, o porque la comunicación ha ganado espacios, muchas veces se hacen coberturas de alta calidad o se dedican espacios completos, en muy diversos medios, a la información o el análisis de estas noticias. Ade-

más, la red provee mucha información bien verificada a través de portales y blogs con datos serios, cuidadosos y con polémicas bien establecidas, ya sean de otros países o nacionales. Un ejemplo es SciDev. Net Red de Ciencia y Desarrollo (www.scidev.net), definida como una organización sin fines de lucro dedicada a brindar información confiable y autorizada sobre ciencia y tecnología para el mundo en desarrollo. También se encuentra Sapiens, laboratorio de ideas, una agencia mexicana respaldada por periodistas científicos muy profesionales, que se anuncia con el lema: "Porque la noticia no sólo es política, deportes, nota roja o espectáculos". <http://www.sapiensideas.com/>.

Ya sea que los investigadores decidan divulgar su obra o los comunicadores lo hagan por nosotros, debemos tener el propósito de mejorar nuestras labores.

Presentar con una actitud crítica y ética las noticias científicas siempre será bien valorado por el público, y servirá para enfrentar el tono descalificador que a algunos periodistas les parece fácil aplicar. 



IMÁGENES
Bill Ooms, arte en madera, cubos.

Patricia Magaña Rueda
Facultad de Ciencias,
Universidad Nacional Autónoma de México.