

## ***La ciencia y los medios de comunicación***

Desde comienzos de la historia, el ser humano ha hecho innovaciones tecnológicas para controlar su medioambiente y ha dado explicaciones de los fenómenos naturales de acuerdo a su conocimiento contemporáneo, primero a través del mito y lo sobrenatural, y luego a través de la observación, la experimentación y la teorización. Antes de la invención de la escritura, la tecnología y el conocimiento de un pueblo eran pasados de generación en generación a través de la tradición oral. La invención de la escritura permitió preservar y compartir el conocimiento con otros pueblos y transmitirlo a nuevas generaciones.

Los primeros científicos de la Era Moderna, en los siglos XVI y XVII, intercambiaban sus descubrimientos con otros científicos a través de cartas. Este intercambio epistolar dio inicio a las primeras revistas científicas o *journals*, que garantizaban una mayor difusión de la ciencia. Sin embargo, la población en general ignoraba los avances científicos y no fue sino hasta la intervención de los medios impresos, periódicos y gacetas, que se le comenzó a informar al público en general de los avances científicos. La persona común llegó a maravillarse con los nuevos descubrimientos de la ciencia e, incluso, autores de la talla del francés Julio Verne, hicieron lo propio para popularizar, y quizá también, mistificar la ciencia. Con el desarrollo de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, como la radio, la televisión, la Internet, los teléfonos móviles, etc., ha sido cada vez más común y más fácil dar a conocer los últimos descubrimientos científicos a la población en general.

Es usual que los medios de comunicación den a conocer al público los mayores descubrimientos científicos, después de que éstos han sido compartidos, evaluados y aceptados por la comunidad científica a través de las publicaciones arbitradas. Sin embargo, la mayoría de científicos no siempre están satisfechos con los reportajes que los medios hacen de sus trabajos de investigación y de sus descubrimientos. Es común escuchar a los científicos decir que el reportaje publicado

está completamente al revés o que no es eso lo que ellos dijeron o que no mencionan la parte verdaderamente importante de la investigación.

No es de sorprender esta reacción ya que el científico está acostumbrado a ver sus trabajos publicados tal cual él los ha escrito o a leer críticas de su trabajo hechas por sus pares. Pero no está acostumbrado a leer artículos sobre su trabajo escritos por neófitos. Cada rama de la ciencia es altamente especializada y obedece a paradigmas investigativos propios, desconocidos por el lector promedio o por científicos de diferente especialización. Por lo tanto, el periodista, que no es un especialista, hace su mejor esfuerzo para reportar sobre el trabajo del científico. El resultado no siempre es el mejor, y el artículo publicado termina, la mayoría de las veces, siendo una pobre interpretación del trabajo de investigación.

La ciencia se auto regula a través de la revisión de pares y la aplicación del método científico. De tal manera que cuando un artículo se publica en una revista científica, ya ha pasado por un proceso de examen riguroso y está sujeto a pruebas de replicabilidad, si fuera necesario. A los medios no les interesa la rigurosidad científica y publican muchas noticias que se basan en poca información y en una pobre interpretación del hecho científico, ya que los medios no cuentan con un sistema de arbitraje para sus publicaciones. Por lo tanto, y para evitar cualquier problema de interpretación y ser fiel al hecho científico que se reporta, el periodismo científico debe ser riguroso y practicado por periodistas con formación científica, de tal manera que se les facilite, por un lado, comprender las partes más relevantes de los descubrimientos científicos y las innovaciones tecnológicas sobre las que reportarán y, por otro, dar a conocerlo en lenguaje común. En otras palabras, el periodista científico debe ser capaz de traducir el lenguaje científico al lenguaje común, tarea nada fácil de realizar.

En El Salvador, no hay periodistas especializados en la realización de reportajes científicos. Algunas de las cosas que hemos hecho en la Universidad Don Bosco, por ejemplo, han sido publicadas en la sección de Fama y Entretenimiento de los periódicos (la farándula). Los canales locales no hacen reportajes o miniprogramas dedicados a la divulgación y comprensión de la ciencia. Para eso, el ciudadano común debe ver los canales pagados por cable, como Discovery Science, *Discovery*, *National Geographic*, *History Channel*, y otros.

La mayoría de periódicos salvadoreños publican artículos sobre salud, entrevistas a médicos especialistas, a funcionarios públicos del área de salud o reproducen artículos publicados en medios extranjeros. Las noticias generalmente tienen que ver con brotes epidémicos (dengue, por ejemplo), con mala praxis médica y críticas de la oposición política al manejo que hace el estado de la salud. En el tema energético, las notas periodísticas también se centran en cuestiones de impacto inmediato como los precios de los combustibles, la energía eléctrica, el gas propano y, por supuesto, en estos temas siempre aparece como sustrato la cuestión política. Esto es lo más cercano al periodismo científico que tenemos en El Salvador.

Los medios de comunicación masiva son, en su mayoría, empresas privadas con fines de lucro cuyo fin principal es vender su producto, obtener ganancias y promover los planteamientos

ideológicos del grupo de poder que controla el medio. Bajo esta lógica, los medios presentan noticias y reportajes que responden a la necesidad de consumo que tiene su audiencia y a la difusión ideológica del grupo de poder. En un país como El Salvador, en donde la educación promedio urbana es de sexto grado, según datos del MINED y el PNUD, el periodista debe utilizar un lenguaje simple de comprensión masiva, y presentar sus noticias o reportajes con la intención de entretener e informar, pero principalmente, lo primero, ya que su intención es llamar la atención del público para que consuma su producto.

En su afán por vender la noticia, los medios presentan a la ciencia como algo misterioso y hasta peligroso, concepto que los escritores de ciencia ficción se han encargado de difundir. Es común que el personaje que representa a un científico en las historias y novelas famosas como *Frankenstein*, o en las historietas como el *Dr. Doom*, sea presentado como una persona desquiciada, resentida social que se siente incomprendida y que es capaz de destruir al mundo o apoderarse de él. Estas percepciones se ven fortalecidas cuando los medios informan sobre guerra biológica, el uso de la energía nuclear (especialmente por naciones consideradas "políticamente inestables" y enemigas de occidente), la biotecnología (en especial, la clonación) y otros temas de tal manera que las personas se ven amenazadas por la ciencia y los científicos. Es decir, la relación ciencia-sociedad no siempre se ve potenciada por los medios de comunicación masiva sino, al contrario, muchas veces se ve deteriorada.

La religión, como parte importante e influyente de la sociedad, también ha hecho su parte a través de la historia para crear una percepción perversa de la ciencia. La religión siempre le ha ayudado al ser humano a comprender fenómenos que aparentemente son inexplicables, a través de explicaciones dogmáticas de carácter sobrenatural. Durante el Renacimiento, la ciencia contrapuso lo objetivo a lo dogmático y lo natural a lo sobre natural. Esto inició un conflicto que aún continúa. El poder de la religión sobre los pueblos, obviamente contribuyó a crear una percepción negativa de la ciencia, que a través de la historia ha sido llevada algunas veces a extremos. De nuevo, en este conflicto histórico, los medios han tenido gran participación.

En esta corta discusión he querido señalar algunos puntos importantes sobre el rol que juegan los medios de comunicación en la difusión de la ciencia y la influencia que ellos tienen sobre la percepción que de ella tiene la población. El conflicto de intereses de los medios de comunicación es vender la noticia de impacto inmediato (asesinatos, violaciones, inflación, política, farándula, chambres, entretenimiento, deportes, rarezas, superstición, etc.) o informar sobre sucesos de importancia nacional e internacional en las áreas sociales, educativas, económicas, científicas, etc. La paradoja del periodista es difícil. Por un lado, si informa sobre asuntos de interés público, cultura y ciencia, de una manera objetiva que busca, además de informar, educar a la audiencia, tendrá poca audiencia, pero estará satisfecho profesionalmente y estará contribuyendo a la construcción de una nación mejor informada y más crítica, capaz de sacar sus propias conclusiones y tomar decisiones informadas. Pero por el otro, si informa noticias escandalosas, especulaciones, pseudociencia, y temas que satisfacen la curiosidad y el morbo del público, tendrá una mayor audiencia y, por lo tanto, mayores ventas, aunque no estará contribuyendo a la construcción de

una mejor sociedad. Tenemos grandes ejemplos en el país de medios que utilizan el amarillismo sobre la objetividad para subir sus ratings.

Si bien el propósito de este editorial no es decirle a los comunicadores qué hacer y cómo resolver la paradoja presentada en el párrafo anterior, sí busca llamar a la reflexión a los formadores de comunicadores sobre estos temas de tal manera que en la futura práctica profesional de sus alumnos, éstos tomen decisiones informadas en su quehacer periodístico. La ética profesional, la política de los medios y la evaluación permanente, deben ser parte central en la formación de los comunicadores y de su práctica profesional.