

Aportes y desafíos de la comunicación pública de la ciencia

por **Máximo Bontempo**

Resumen

Desde hace relativamente poco tiempo asistimos a la irrupción de una nueva especialización dentro de nuestro campo profesional: la de la comunicación pública de la ciencia. El presente artículo repasa las circunstancias particulares que han acompañado esta aparición, a la vez que indaga en las condiciones más importantes que se desprenden de ella. La figura del comunicador social resulta clave toda vez que, despojada de pretensiones acriticas, sea capaz de involucrarse con el proceso de producción de sentido y sus actores, a partir de la gestión del contenido.

Palabras clave

Producción de sentido - gestión de contenido - innovación - implicación - visibilidad

Abstract

Since a relatively short time, we assist to the emergence of a new specialization within our professional field: the public communication of science. This article reviews the particular conditions which came along such phenomenon, while inquiring as well in the most relevant characteristics that derive from it.

The role of the social communicator becomes crucial when, once deprived of uncritical pretensions, it is able to get involved with both the process of sense production and its actors, based in content management.

Key words

Construction of sense - content management - innovation - involvement - visibility

El concepto de comunicación pública de la ciencia ha ganado terreno a pasos agigantados en nuestro país en los últimos dos años, lapso en el que se pueden contabilizar desde dos congresos internacionales, hasta la apertura en su nombre de cursos y especializaciones de posgrado, pasando por un sinnúmero de concursos, premios y paneles específicos en encuentros de comunicación de todo el país.

Hay una importante cantidad de razones capaces de expresar el repentino interés por habilitar espacios de debate y construcción del concepto, de su profundidad de campo y sus recortes académicos. El debate tampoco es nuevo, la divulgación científica y sus especialistas venían ya revisando la idea. Pero hay dos hechos trascendentes que, sin dudas, explican la fuerza de su empuje.

En primer lugar, los avances tecnológicos que revolucionaron definitivamente los modos de comunicación y los vínculos interpersonales. Redes virtuales, *tablets*, *netbooks*, *laptops* más livianas, dispositivos inteligentes, entre otros, se van incorporando sin pausa en la rutina cotidiana y la van modificando.

Máximo Bontempo

maximobontempo@yahoo.com.ar

Licenciado en Comunicación Social por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. Aspirante a doctor y Diploma de Estudios Avanzados en "Comunicación, cambio social y desarrollo" por la Universidad Complutense de Madrid, España. Ejerce como profesor titular de Comunicación en las Organizaciones e Instituciones (Cátedra II) e integra el Consejo Directivo del Instituto de Investigación en Comunicaciones (FPyCS-UNLP). Es gerente de Comunicación e Imagen Institucional del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), Argentina.

Artículo:

Recibido: 06/07/2012

Aceptado: 28/11/2012

Los teléfonos móviles de última generación ya incluyen modos de registro de imágenes fotográficas de 16 megapíxeles y video en HD, grabación de voz y tecnología de conexión 3G, que multiplican por millones las posibilidades de capturar y de escribir la realidad. El entorno tecnológico creado por el hombre, en la medida en que se naturaliza y asume, reconfigura las formas de interacción del orden social en relación dialéctica. Las redes sociales, los blogs, los sitios de noticias *online*, los grupos de intercambio virtual vía web o celular van ganando relevancia en el paisaje del espacio público.

El paso de la sociedad de la información a la del conocimiento, institucionalizada en 2005 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2005), es un parámetro de lectura importante en la configuración del campo de la comunicación pública de la ciencia. En la dinámica del espacio público, el conocimiento es información con valor agregado para la producción de sentido.

En segundo lugar, el fuerte impulso que desde 2003 a la fecha han tenido en nuestro país la ciencia y la tecnología, explica también en parte la conformación de este campo. La creación del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva en 2007, la repatriación de casi mil científicos argentinos residentes en el exterior¹ y la fabulosa inversión en los distintos organismos vinculados a la generación de conocimiento, entre otros hitos, son algunas referencias destacadas.² A su vez, estas políticas activas fueron acompañadas con la creación de nuevas señales educativas y de divulgación científica –como el canal *Encuentro y Tecnópolis TV*– e infraestructura para el acceso inclusivo a la tecnología, como la Televisión digital abierta o el programa Conectar Igualdad.

La comunicación pública de la ciencia estaba llamada a ocupar un lugar destacado en el campo de la comunicación. Su llegada no fue sólo producto de la especialización de una rama disciplinar, sino también consecuencia del advenimiento de un campo fértil para el ejercicio de la profesión. Si la divulgación científica se caracterizó históricamente por hacer accesibles los contenidos más duros a un público en general, en una especie de traducción, la comunicación pública debiera aspirar a más. Si bien los medios masivos tradicionales siguen siendo los grandes amplificadores sociales y en general la primera referencia para las distintas agendas, las tecnologías de información y comunicación (TIC) han diversificado en gran forma las fuentes con las que permanentemente contrastamos y ponemos a prueba la fiabilidad de las opiniones o los datos que recibimos. Más aún en contextos definidos por la lucha por la apropiación del sentido, como el presente.

La gestión del contenido

La multiplicación de señales a la que hemos asistido en los últimos años, más la democratización de medios impulsada por la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, ponen el foco especialmente en la gestión de contenidos. Si se comparte la idea de pensar la comunicación como producción de sentido en pos de un objetivo institucional, estratégico y político para el desarrollo o para el cambio social, entonces el reto estará en los modos de significar la posición asumida y habilitar los relatos posibles que lo doten de sustento y credibilidad.

La comunicación pública de la ciencia no escapa a esta lógica. La innovación, la implicación, una atenta lectura de agenda y la investigación específica siguiendo de

cerca las transformaciones de este campo específico, son condiciones imprescindibles para la creación de sentido.

Innovación

En un mundo interconectado la creatividad es un recurso valioso, ya sea para buscar estéticas o narrativas diferentes a las convencionales, para ahondar en el uso de la información disponible a través de diversas alternativas, o bien como modo de exploración y utilización de las TIC.

En el sector rural hay un concepto que aparece como llave o síntesis de las aspiraciones de un modelo de país orientado hacia un desarrollo agroindustrial nacional inclusivo, con sustitución de importaciones, generación de divisas y creación de nuevas fuentes de trabajo: el agregado de valor. Esta noción puede sermos también de utilidad.

De un tiempo a esta parte la web 3.0 se menciona con mayor asiduidad en los foros tecno como potencial superadora de su versión anterior, si bien sus posibilidades reales lucen aún lejanas, la diferencia entre una y otra reside en la obtención y utilización de datos duros, en una mayor integración de contenidos en bases de datos inteligentes. La nueva propuesta, denominada también “web semántica”, es información estructurada con valor agregado orientada hacia un usuario único.

Ahora, la innovación no es sólo una cuestión de tecnologías duras o blandas, es también la posibilidad de contar un caso desde otro lugar. La repatriación de científicos no sólo es un programa exitoso del gobierno, es también un grupo de 944 mujeres y hombres, es la misma cantidad de sueños rotos y esperanzas; son 944 partidas y otros tantos regresos. Testimonio emocional en

estado puro, materia prima para una redacción, historia de vida. Las tecnologías son herramientas más o menos eficientes desarrolladas en pos de un objetivo generalmente productivo, pero que casi siempre vienen acompañadas de una respuesta social que, las más de las veces, queda relegada del análisis del comunicador vinculado a la ciencia, o del científico que comunica sus aportes a la sociedad.³

Las disciplinas lindantes al campo del comunicador profesional también producen novedades al ritmo del impacto de las nuevas tecnologías y sobre todo de los cambios culturales que éstas traen aparejados. A modo de ejemplo, el diseño gráfico cada vez más se define como comunicación visual, comenzando por sus propios especialistas. De nuevo, la comunicación visual es diseño gráfico con valor agregado: el de producir sentido. La fotografía, la infografía, la animación digital y todas sus variantes, son herramientas poderosas para comunicar la ciencia a la vez que recursos discursivos que orientan la lectura, al simplificar un proceso, al seleccionar un orden o al recortar una parte de algo.

Si, como se afirmaba anteriormente, de la mano del hombre la tecnología a la vez que produce un orden social lo va modificando en un continuo inacabado, existe el desafío de pensar cómo utilizarla en pos del comunicar. Las posibilidades están al alcance de casi todos. Las redes sociales aguardan a un clic de distancia, la telefonía móvil es cada día más sofisticada y a la vez más accesible. Existen abundantes ejemplos de las inagotables posibilidades que brinda el actual entorno cuando hay una idea clara de lo que se busca.⁴

Implicación

Cada vez es más difícil gestionar un contenido sin conocer, aunque lo contrario sea posible y hasta moneda corriente. Mientras la antigua formación del periodista iba por ese camino, la especificidad venía dada por la separación en secciones fijas de un medio. La dinámica actual, en cambio, exige una especialización cada vez mayor dentro de un campo determinado, en tanto que las secciones específicas han ido hacia una mayor integración de contenidos.⁵

Si se lo piensa bien, las dos situaciones responden a una misma lógica. En el ejemplo mencionado al pie del artículo, los profesionales siguen siendo los mismos que ayer, en número y especialidad, sólo que la realidad hace cada vez más difícil separar la comunicación pública de la ciencia, de la vida cotidiana.

La implicación también demanda la atención de los comunicadores institucionales, aquellos que se empeñan desde las organizaciones. Históricamente, el trabajo con los actores se definía en términos de intervención, en donde el reconocimiento de ese otro venía dado en función de sus características sociales, actividades productivas o posibilidades de acumulación, antes que por sus capacidades. Actores que rara vez participaban de la definición de las categorías de análisis para la investigación, transferencia de tecnología o sensibilización en temas delicados. Un agricultor, hijo de agricultores y nieto de agricultores, tenía poco que aportar frente al saber académico y moderno. Afortunadamente, las cosas han ido cambiando y si bien la intervención sigue reinando, no son pocos los ejemplos de programas de inves-

tigación, acción participativa, que van ganando terreno en distintos campos.

Implicarse significa entonces involucrarse, decidir ser parte de ese algo en lo que participo. Difícilmente el trabajo de la comunicación, en tanto ciencia social, no implique a otros, y más difícil todavía es que esos otros –colegas, pares, beneficiarios– no tengan algo que permita enriquecer nuestra mirada. Más que nunca se requiere de un profesional atento y activo, participando desde un principio en los procesos, en el diseño y planificación de estrategias o siendo parte sustantiva en la gestión de una cartera de proyectos. Implicación demanda entonces conocer, en el sentido más fecundo del término, esto es, no sólo en términos de saber sino de reconocer a los actores de la comunicación.⁶ Y esto antes que necesario es imprescindible, porque nuestra acción (o inacción) tiene consecuencias para otros [Vasilachis de Gialdino, 2005].⁷

Agenda

En todo este proceso resulta cada vez más relevante la gestión del espacio público, concepto que, desde la aparición de *La espiral del silencio*⁸ en 1977 a esta parte, ha ido sumando valiosos aportes teóricos. Una referencia sencilla y más actual podría ser alguna de las que utiliza el catalán Manuel Delgado cuando lo define como “espacio de visibilidad generalizada” o “territorio de exposición” (2011: 19). Este término, simple de comprender pero difícil de aprehender, de algún modo representa la hoja en blanco sobre la que cada día políticos, periodistas y ciudadanos⁹ pugnan por interpretar los sucesos cotidianos. Resulta en

especial reveladora la vinculación que Elisabeth Noëlle-Neumann (1995) traza entre espacio público y clima de opinión y la capacidad psicosociológica del hombre de percibirlo. Opiniones fuertes y otras más débiles (que no necesariamente coinciden con las mayoritarias y minoritarias) que a modo de ráfagas van surcando la arena, donde la lucha por la apropiación del sentido encuentra su punto más alto.

La visibilidad es una consecuencia deseada de la gestión, una búsqueda permanente, una aspiración. No es otra cosa que la referencia de “pública” que une a la comunicación y a la ciencia en el título principal de este trabajo.

Hay una idea de poder que opera bajo este concepto, a tono con el imperio de la imagen que *Facebook*, *Youtube* y miles de millones de dispositivos inteligentes afirman a cada instante. ¿Qué es lo que anima a un grupo de vecinos cuando cortan una calle o una ruta para efectuar un reclamo?

Ahora, la visibilidad no es un objetivo en sí mismo, para eso estaba el difusionismo, ya casi en extinción, pero que de vez en cuando aparece en algún debate, generalmente de la mano de sus detractores. Sorprende que, transcurrida ya una década del siglo XXI aún haya colegas que los confundan.

La dinámica de evolución de lo social que en forma de noticia abre y cierra cada día, resulta una aliada estratégica para cualquier modo de comunicación pública, como la científica. Son varios los autores especializados en el análisis del espacio público que ponderan a aquellos que, además de manejar información, están atentos a la lectura del clima de opinión. De hecho hay quienes distinguen entre actores y espectadores, en función de dichas capacidades.

La selección de temas y la búsqueda de oportunidades en la agenda social, son el primer paso para una comunicación pública de la ciencia más efectiva.

Investigación

El rol del comunicador en la gestión del contenido, como estrategia de producción de sentido, debe incluir una mirada prospectiva de mediano y largo plazo. Sobre todo y, especialmente, a partir de las brechas generacionales que va marcando el uso e incorporación de las TIC en las actividades cotidianas.

La promoción de líneas de investigación en este campo por parte de la universidad y otros organismos públicos y privados y el acceso a dicha información por parte del comunicador social, definirán de un modo importante las capacidades futuras de nuestro país para afrontar cualquier reto. Es cada vez más fuerte la evidencia de cómo las nuevas tecnologías afectan las funciones intelectuales y modifican nuestras capacidades sensoriales y cognitivas. La neurología en sus distintas especialidades, la psicología cognitiva y en menor medida la comunicación, ya dan cuenta de su impacto. Las formas de interacción y constitución de los vínculos sociales, también son parte importante del cambio.

La comunicación pública de la ciencia, como especialidad, debería liderar la promoción de estudios de campo en un escenario poblado con más interrogantes que certezas. Desde el INTA estamos llevando adelante una investigación sobre nativos digitales,¹⁰ en la cual procuramos conocer las pautas de consumo de dicha generación, los modos que los llevan a apropiarse de determinadas prácticas, productos y servicios desde el uso tecnológico, para reconocer factores importantes

a la hora de tener en cuenta el lugar que la institución deberá ocupar hacia el futuro.

Conclusiones

La fortaleza del especialista orientado hacia la comunicación pública de la ciencia no está en su capacidad de comprensión del tema a tratar ni en sus posibilidades creativas de abordarlo; tampoco está en su capacidad de indagar y aprehender en conjunto con el otro, sujeto o actor del caso relevado. La suficiencia informativa del comunicador y su posibilidad de lectura y anticipación de las dinámicas del espacio público, o la pericia del investigador no serán determinantes en la búsqueda del ideal profesional.

El arte del comunicador en la búsqueda de su máxima expresión estará dado en la capacidad de combinación de todos estos factores. La creatividad se potencia con información y la gestión del espacio público es más sustentable cuando hay implicación.

El gran desafío del comunicador de la ciencia –y por qué no, del comunicador social–, está en la articulación del espacio público y el territorio. Esto es, en la habilidad de conjugar las posibilidades de la comunicación con las necesidades y las fortalezas de la comunidad para construir sentido.

Notas

1 El sitio www.mincyt.gov.ar informa que al 12 de noviembre de 2012 son 944 los científicos repatriados a través de tres programas diferentes de reinserción laboral.

2 A modo de ejemplo, en dicho período el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) –organización a la que pertenezco desde hace casi 20 años– multiplicó 1,5 veces su planta profesional, 9 veces su presupuesto y 20 veces la inversión en infraestructura y equipamiento de última generación, para la investigación y extensión agropecuarias.

3 Un caso paradigmático es el de Diego Golombek, Dr. en Biología reconocido por sus aportes a la divulgación científica. Entre otras acciones fue el editor de la colección *Ciencia que ladra*, Buenos Aires, Siglo XXI editores, 2005.

4 Las posibilidades van desde la construcción de un espacio público contrainformativo o la convocatoria a una movilización masiva vía mail y sms, como relata Jorge Halperín en su libro *Noticias del Poder* (Aguilar, 2007), hasta la realización de un corto de cosecha de trigo en HD, a partir de una cámara de fotos y un teléfono inteligente, disponible en: <http://vimeo.com/14142443> [consulta: 1 de diciembre de 2012].

5 En diciembre de 2011 las secciones de “Cultura” y “Ciencia y salud” del matutino *La Nación* pasaron a engrosar la de “Información General”.

6 Recuerdo haber escuchado a Daniel Prieto Castillo, destacado pedagogo cuyano, decir que quien no conoce al otro termina por imaginarlo.

7 En su libro *Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales*, Vasilachis de Gialdino aborda esta problemática a partir de un enfoque muy particular, la epistemología del sujeto conocido.

8 Tesis principal de la periodista y politóloga alemana Elisabeth Noëlle-Neumann.

9 En referencia al libro de Heriberto Muraro (2000) que lleva ese mismo nombre.

10 Son los niños/ jóvenes nacidos a partir de 1990 y que se han formado utilizando la particular lengua digital. Nacieron con las TIC, por lo cual mantienen una cultura diferencial de la generación anterior, la de los Inmigrantes Digitales.

Bibliografía

DELGADO, Manuel. *El espacio público como ideología*, Madrid, Catarata, 2011.

MURARO, Heriberto. *Políticos, periodistas y ciudadanos. De la videopolítica al periodismo de investigación*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2000.

HALPERÍN, Jorge. *Noticias del Poder*, Buenos Aires, Aguilar, 2007.

NOËLLE-NEUMANN, Elisabeth. *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Barcelona, Paidós, 1995.

UNESCO. *Hacia las sociedades del conocimiento*, París, Unesco, 2005.

VASILACHIS DE GIALDINO, Irene. *Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales*, Barcelona, Gedisa, 2005.