La comunicación científica 'mission oriented'

por **Pere Estupinyà**

Me siento a desayunar en el café del Born una mañana de finales de julio, hojeo el periódico, y empiezo a leer la noticia del «gran avance» de investigadores barceloneses sobre una proteína clave para la lucha contra el cáncer de colon. El texto va perdiendo tanto interés a medida que avanza, que me recuerda las palabras del comisario europeo de Ciencia, Investigación e Innovación Carlos Moedas durante la inauguración del European Science Open Forum (ESOF 2018) semanas antes en Toulouse.

Moedas dijo dos cosas bastante relevantes respecto a la manera cómo comunicamos ciencia. Primero se dirigió a investigadores y medios para sugerir que no pensaran tanto en comunicar los resultados y detalles de su trabajo específico, sino que tuvieran una visión más amplia; que contextualizaran su proyecto explicando antecedentes, relacionándolo con otras investigaciones, hablando de implicaciones, objetivos… que fueran más *mission oriented* y que hablaran más de su campo en global que de su investigación en particular. En otras palabras: si has publicado un artículo científico importante sobre resistencia microbiana a antibióticos, una vez anunciado como titular, cuando tengas la oportunidad de explicarlo en medios, no dirijas tus explicaciones a profundizar en detalles sobre metodología –que en realidad no interesan a nadie– sino a hablar del problema global que suponen las bacterias resistentes. Aprovecha el acceso al público para transmitir la importancia de tu campo, no las menudencias de tu investigación. Ve hacia fuera, no hacia dentro.

> ***«En muchos casos, los comunicadores tenemos una visión más cercana a las necesidades de la sociedad que los investigadores»***

Lo otro que Moedas dijo en su apertura del ESOF, y nos insistió después a los periodistas científicos en una rueda de prensa, es que los comunicadores debemos tener más voz propia a la hora de transmitir la ciencia directamente al público. Que no dejemos el papel de expertos solo a los científicos, pues en muchos casos nosotros tenemos una visión más completa y más cercana a las necesidades de la sociedad que los propios investigadores. Los periodistas científicos no debemos limitarnos a entrevistar. Nos toca asumir también el papel de comunicadores, como hacen otros periodistas en el deporte o la política, pues somos mejores sintetizando y seleccionando lo que es relevante para la gente. Para comentar, por ejemplo, en un espacio de radionoticias el tema del agua en Marte o la cuestión de los plásticos en el océano, quizás es mejor un periodista especializado que lleva tiempo cubriendo todas las aristas del tema, que un «experto» que sabrá mucho pero posiblemente se explique peor y no prepare tan bien la intervención, porque no es su trabajo. Yo, que habiendo escrito libros he sido entrevistado muchas veces en programas de televisión, radio, o prensa, he asumido esa responsabilidad de hablar ante el público «como experto». Al principio me sentía bastante incómodo cuando me preguntaban por aspectos de neurociencia sin ser neurocientífico, pero después ves que funciona. Los periodistas científicos podemos y debemos hablar de ciencia directamente al público.

Pero volvamos a la comunicación científica *mission oriented* y a la noticia de la proteína relacionada con el cáncer de colon. Es interesante observar que el texto no estaba mal escrito respecto a los estándares del periodismo científico; era riguroso, el tema estaba bien explicado, y contenía los principales detalles de la investigación. Pero, de nuevo, iba hacia dentro en lugar de hacia fuera. En serio, está genial que un periódico publique esa noticia, pero tras el titular y una breve descripción, preguntémonos qué interesa más al lector: si las características de los pobres ratoncitos inoculados con tumores humanos y «la proteína Frindge que hacía que Jagged fuera imprescindible para activar la vía de Notch», o datos más generales sobre el cáncer de colon, mejoras en tratamientos, edad de aparición, factores de riesgo, nuevas estrategias… En realidad, es tan fácil como pensar a quién queremos que interese ese texto. El modelo de periodista científico que relata en palabras comprensibles lo que quiere contar el científico está bien, pero debemos evolucionar hacia el que hace menos caso de lo que quiere transmitir el investigador y más a las preguntas que tiene el lector. Partimos de lo noticioso (un artículo bien publicado), pero ampliamos la historia en lugar de profundizar en detalles.

CONTRA LOS FORMATOS MONÓTONOS

Otro artículo que querría comentar es el del compañero y amigo Pablo Barrecheguren sobre alcohol y cáncer, publicado a principios de agosto en *El País* a partir de un enorme metaanálisis que concluyó que incluso un consumo mínimo de alcohol aumentaba el riesgo de cáncer. El texto de Pablo recibió muchas críticas, la mayoría superficiales debido a que la conclusión era impopular, pero algunas válidas como que el artículo no profundizaba en aspectos como la forma de ingesta de la bebida alcohólica. Pablo abrió un hilo en Twitter para reflexionar sobre todo ello, y respecto a la falta de profundidad, dijo: «Es una crítica interesante sobre todo porque sí que cuento con esa información, entonces ¿por qué no la he incluido? Por espacio. Los artículos tienen una longitud máxima y cuando se abordan temas tan amplios es imposible tratar todos los aspectos con la solidez necesaria. Personalmente creo que es mejor dejar una idea clara que intentar explicar más de la cuenta y que los textos sean confusos».

Ilustración: MOISÉS MAHIQUES

Disagree. Quizás estoy haciendo lo mismo y alargando innecesariamente este texto –cuyo mensaje principal ya está claro– para cumplir con el total de palabras que pide MÈTODE, pero no estoy de acuerdo en lo que dice Pablo, y no lo culpo a él, sino a la edición del artículo. Siempre decimos que afirmaciones extraordinarias requieren pruebas extraordinarias, y un tema como este, que va contra el principio tan extendido de que «un poco de alcohol es bueno», merece una excepción. Si requiere 1.500 palabras, se las damos. Aunque se lean solamente los primeros párrafos. Igual que si otros textos se bastan con 300, pues perfecto.

Y es que estoy un poco cansado de lo rígida que es la estructura de los artículos periodísticos que escribimos sobre ciencia, especialmente en línea, donde las posibilidades son enormes. Los que me conocen saben que no trabajo bien con los editores que te marcan mucho cómo debe ser un artículo, la longitud, la entradilla, el tono, la foto… en plan «plantilla». Estos editores impiden la creatividad, y en última instancia, hacen que sea un coñazo.

«Los periodistas científicos podemos y debemos hablar de ciencia directamente al público»

Durante mi pasado *blogger* escribiendo los «Apuntes científicos desde el MIT» tenía la libertad de hacer lo que quisiera, con *posts* más largos o cortos, sin fotos o con muchas, en primera persona o neutro, o empezando de una manera u otra en función de lo que requiriera la historia, estudio o anécdota a contar. Quedaba mejor. Más impredecible, pero mucho mejor. Por eso me cuesta pensar que un *temazo* como el del alcohol y cáncer no pueda desarrollarse bien por falta de espacio, o que escribamos tantos artículos de biomedicina con el mismo aburrido patrón. En las páginas impresas de revistas como MÈTODE lo entiendo (y por eso debo parar de teclear inmediatamente), pero en línea, no.

Pere Estupinyà. Escritor y divulgador científico, Madrid. Presentador de *El cazador de cerebros* (La 2).