

Cómo convertirse en divulgador científico

por PERE ESTUPINYÀ

A menudo recibo mensajes de jóvenes científicos/as contándome que les gustaría dar el salto a la divulgación y me piden consejos sobre cómo empezar. Su entusiasmo y pizca de inocencia me recuerdan tanto al Pere «bioquímico que abandonó su doctorado para dedicarse a la comunicación científica» (como me defino en mi *bio*) que con gran empatía les contesto siempre a todos.

Intento personalizar las respuestas cuando me dan elementos para ello, pero no siempre es posible, y con el tiempo he identificado algunos principios generales que suelo repetir y hoy expongo a modo de guía. Vaya por delante que esta es mi visión y que escribo pensando en el perfil más habitual que me contacta: un chico (aunque todo lo que diré sirve igual para vosotras) de entre veinte y treinta años que está terminando una carrera científica, o haciendo el doctorado, o incluso lo ha completado ya, y al que le gusta la ciencia pero no ve un futuro claro como investigador –a veces porque no le motiva el laboratorio y otras porque se siente encallado sin oportunidades profesionales claras. ¿Cuáles son mis consejos?

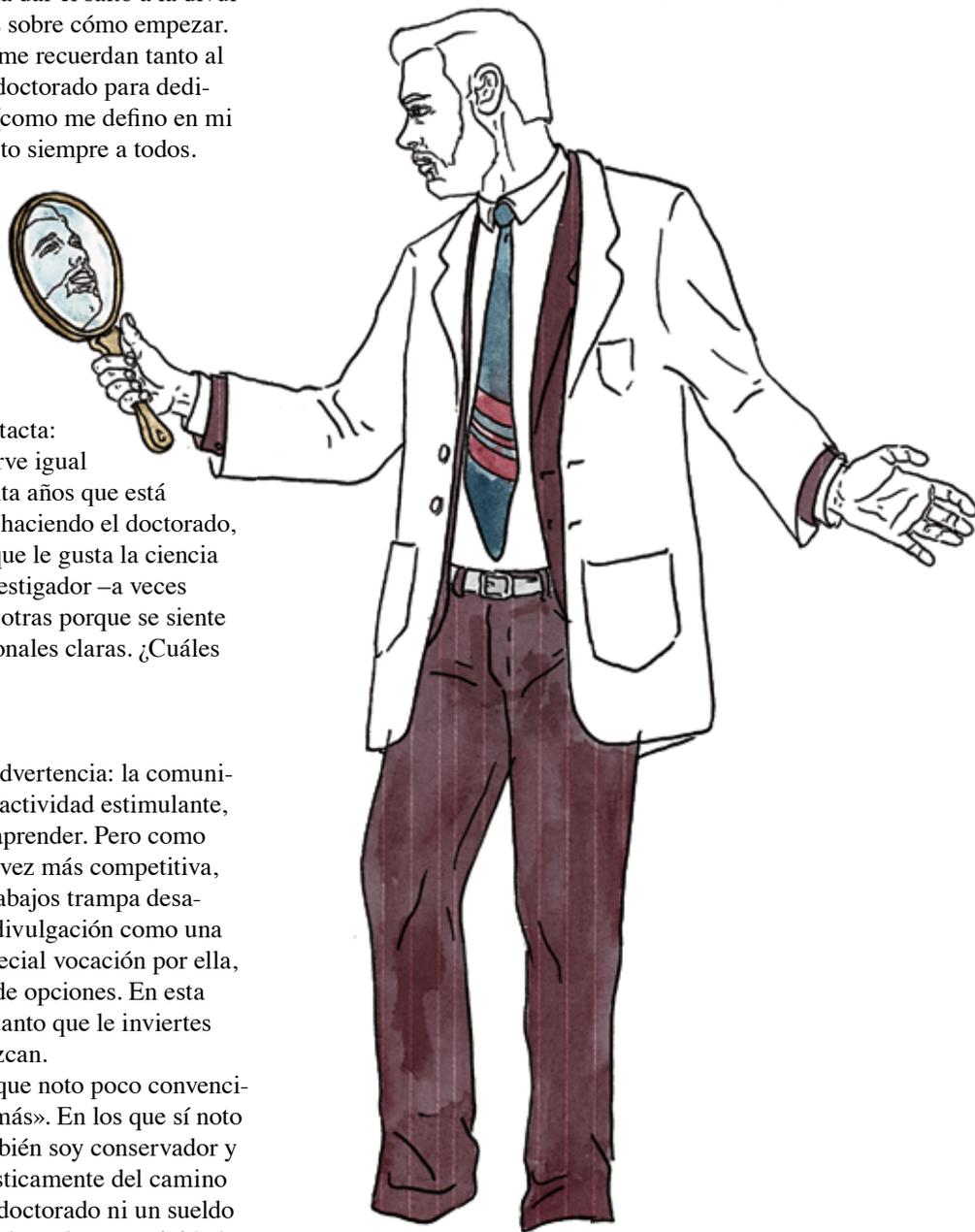
Sin vocación no compensa

Mi primer mensaje es siempre una advertencia: la comunicación científica es ciertamente una actividad estimulante, creativa y en la que nunca paras de aprender. Pero como profesión es dura, mal pagada, cada vez más competitiva, requiere ciertas habilidades y hay trabajos trampa desagradecidos. Quienes contemplen la divulgación como una salida profesional más, sin tener especial vocación por ella, deberían ponerla al final de su lista de opciones. En esta profesión solo triunfarás si te gusta tanto que le inviertes grandes esfuerzos sin que te lo parezcan.

Por eso suelo desincentivar a los que noto poco convencidos y lo ven como «una alternativa más». En los que sí noto unas ganas y vocación sinceras, también soy conservador y les recomiendo que no se alejen drásticamente del camino científico convencional, ni dejen un doctorado ni un sueldo en caso de tenerlo. Les digo que prueben alguna actividad divulgativa a ver cómo funciona y cómo se sienten. Hay muchísimos ejemplos de científicos que compaginan sus trabajos con la divulgación con resultados excelentes.

Dicho esto, si eres intrépido/a y quieres ir a por todas, adelante porque –al menos en esto– la ilusión es más importante que el talento.

Ilustración:
MOISÉS MAHIQUES



«Hay muchísimos ejemplos de científicos que compaginan sus trabajos con la divulgación con resultados excelentes»

Ponte a prueba y explota tus fortalezas

Otro consejo para empezar es hacer muchas pruebas con diferentes temas y formatos para descubrir qué se te da bien y qué no, y qué te gusta más y qué menos. Quizás tu modelo es un *youtuber* y cuando te intentas grabar quedas falso o aburrido, o al contrario, te grabas un día y resulta que funciona. Ni te desesperes ni te flipes, lo mejor es potenciar tus fortalezas. Por eso, antes de elegir camino, ponte a prueba en varios frentes y analiza el resultado. Antes de dar el salto a la divulgación hice una sección de ciencia en una radio local y publiqué algunos textos, y me sirvió para ganar confianza y convencerme de ir en serio.

¿Hago un máster o no?

Hay dos grandes vías de entrada al camino profesional: la formación reglada (generalmente un máster) o el emprendimiento y autoaprendizaje. La decisión depende de factores geográficos, económicos o de personalidad. Los másteres son una muy buena opción porque te dan herramientas, muchos contactos y prácticas interesantes, pero son caros, no siempre logran diferenciarte y suelen estar más enfocados a una comunicación científica institucional, que no es lo más satisfactorio para los que nos dedicamos a esto de forma romántica. Si tienes dinero y tiempo, yo sí lo recomiendo. Pero no es imprescindible.

El otro camino es la aventura. También es caro en el sentido de que te requerirá una inversión de tiempo inicial enorme y no remunerado para «hacerte un nombre». Además, en los momentos difíciles te sentirás frágil y poco acompañado. Pero si tienes creatividad, disciplina y personalidad emprendedora, crear tu propio camino tiene grandes ventajas.

Busca nichos y sé proactivo

Muchos interesados que me escriben desde América Latina se quejan de que en sus países hay poca demanda de comunicadores científicos. Eso es cierto, pero también puede ser visto como una oportunidad, en la que ser el primero es arriesgado, pero te da mucha ventaja. Lo mismo ocurre en los medios, empresas, fundaciones o instituciones con aparente falta de interés por la ciencia: son nichos a explorar. Yo recomiendo ofrecer ciencia donde no la hay. Uno de mis proyectos más exitosos fue el blog «Apuntes científicos desde el MIT» en *El País*: vi que tenían una extensa lista de blogs, pero ninguno de ciencia, y se lo ofrecí. Me consta que después les llegaron más propuestas, pero no las aceptaron, porque ya tenían el mío. Es cierto que necesitas la fortuna de contactar en el momento correcto, pero asume que nadie te va a buscar y que cuando se publica una oferta de trabajo la llegada de currículums es masiva. Sé proactivo.

Si estás consolidado, la estrategia de ofrecer lo que el mercado demanda puede funcionar, pero yo soy

partidario de estar constantemente buscando nichos. Si ves que en el centro cultural de tu ciudad no hay nada de ciencia, ofrécela.

Aprovecha las oportunidades

Parece una obviedad, pero hace falta decirlo: cuando alguien acepte tu ofrecimiento y te dé una oportunidad, no ajustes tu esfuerzo a lo que paga. Ya tendrás tiempo de eso. Al inicio de tu carrera, dedícale lo que haga falta en hacer un buen trabajo por el que te quieran contratar otra vez.

Calidad versus cantidad

En esto algunos compañeros discrepan, pero yo soy partidario –sobre todo al empezar– de escribir un artículo muy bueno en lugar de cinco mediocres. Al principio necesitas hacer algo que, cuando alguien te pida un ejemplo de tu trabajo, se lo envíes y le pueda sorprender.

Las redes como plataforma

En estos momentos, empezar por las redes sociales resulta más fácil, ya que es donde hay más oportunidades. Si encuentras un nicho podrás tener más impacto desde YouTube que en un programa de tele. Pero, cuidado, que a muy pocos les cuadran los números con esto: nadie ve la enorme cantidad de *youtubers* que abandonan frustrados por tener pocos cientos de visitas. Desde mi punto de vista, las redes son buenísimas para experimentar, desarrollar estilo y marca personal, darte a conocer, y así reforzar tus libros, conferencias o trabajos remunerados. Porque si quieres vivir de esto, en algún momento alguien te tendrá que pagar.

Persevera sin encallarte

En una profesión poco estructurada como esta, hay muchos altibajos, y el no abandonar es parte del éxito. Pero al mismo tiempo, rectificar es de sabios y si ves que un camino no avanza, merece la pena cambiar de ruta. Debes conocerte a ti mismo, saber si quieres tocar la guitarra como *hobby* o como profesión, si quieres cantar tus canciones o las de los otros, y asentarte en un grupo o definir un estilo propio.

Sé que lo aquí expuesto es muy básico y quizás sesgado a un tipo de comunicador más independiente, pero espero te sirva de orientación. Tú decidirás si arrancas en YouTube o prefieres escribir, buscas meterte en un gabinete de comunicación o hacer trabajos más periodísticos, especializarte en un área o ser generalista. Tanto no se puede afinar, y hay muchísimas más opciones de las que he citado. Como termino la mayoría de mis mensajes: «Ánimo, y dentro de un tiempo me cuentas cómo te ha ido». 🍀

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