

Periodismo científico: el desafío de compartir «información asombrosa»

Pablo Jáuregui

«La ciencia es sencillamente asombrosa. No hay un solo dato que no sea sorprendente. Consideremos los hechos más elementales. ¡Existimos! ¡Somos seres que podemos pensar, que podemos hablar, que podemos sentir! Una pared no puede hacer eso, hay mucha materia que no puede comunicarse, que no puede tomar conciencia de su existencia, pero nosotros sí podemos. Es algo asombroso, y creo que en el fondo eso es lo que me llevó a escribir sobre ciencia: el instinto de querer compartir información asombrosa con otras personas.» En un magnífico vídeo publicado en la edición digital de *The Guardian*,¹ Bill Bryson explica con estas palabras por qué decidió lanzarse a la aventura de escribir *Una breve historia de casi todo*, uno de los mejores y más exitosos libros de divulgación científica de los últimos años. Bryson reconoce que siempre fue un pésimo estudiante de ciencias en el colegio, pero le maravillaba el hecho de que el universo existiera, y de que dentro de ese universo existiéramos nosotros, insólitas criaturas pensantes capaces de hacernos preguntas como de dónde venimos. El escritor estadounidense estaba convencido de que, aunque sólo fuera de una manera relativamente superficial, merecía la pena intentar comprender algo de lo que la ciencia había descubierto hasta ahora sobre los orígenes de «casi todo», y transmitírselo a personas como él (curiosas y hambrientas de conocimiento, pero ignorantes en cuestiones científicas). La clave fue, en primer lugar, entrevistar a algunos de los mejores expertos del mundo en numerosas dis-

ciplinas (astrofísica, geología, biología, antropología...) para obtener la información necesaria, y en segundo lugar convertir todos esos datos en un relato comprensible y divertido para el gran público. Porque, como reconoce este gran divulgador de la ciencia, «no basta con que algo sea importante para que la gente lo lea... Tienes la obligación de fascinarles y de entretenerles, además de instruirles».

Las elocuentes palabras de Bryson resumen a la perfección el apasionante desafío del periodismo científico: convertir los asombrosos (pero complejos) hallazgos de la ciencia en crónicas comprensibles y atractivas para toda la sociedad. Los que nos dedicamos profesionalmente a esta tarea sabemos que nos enfrentamos a un reto muy difícil, porque siempre es complicado combinar la obligación del rigor y la precisión científica con el objetivo de “vender” noticias accesibles con el mayor impacto popular posible. Sin embargo, a pesar de todos los inevitables obstáculos, el esfuerzo merece la pena porque, tal como reflejan las palabras de Bryson, la ciencia tiene grandes historias que contar y hay muchísimas personas curiosas deseando escucharlas. Los periodistas científicos pueden y deben ser puentes sólidos que conecten los laboratorios con la calle, de manera rigurosa pero a la vez amena. El objetivo fundamental de este artículo es precisamente lanzar este mensaje optimista dentro del contexto del periodismo científico español, basándome en mi experiencia como redactor jefe de Ciencia del diario *El Mundo*.

¹ <http://www.guardian.co.uk/science/video/2013/mar/25/bill-bryson-science-amazing-video>

El despegue de las secciones de ciencia en los periódicos

El 24 de septiembre de 2002 nació una nueva apuesta por la ciencia en el panorama de la prensa española, cuando *El Mundo* decidió crear una sección diaria dedicada en exclusiva a la información científica. Hasta entonces, los temas de ciencia se encontraban muy diluidos en todos los periódicos, típicamente dentro de la llamada sección de “sociedad” (un cajón de sastre en el cual las noticias científicas compartían un mismo espacio con una mezcla variopinta de sucesos y temas educativos, sanitarios o religiosos). Esto implicaba que no había un editor y un equipo de redactores especializados en la cobertura diaria de la información científica. Además, al tener que compartir un mismo espacio limitado con noticias de muchos otros campos, los temas científicos con frecuencia se quedaban relegados o excluidos. Pero aquel día *El Mundo* dio un paso fundamental para fortalecer la calidad de su oferta informativa en el ámbito científico, al establecer una sección fija con la cabecera *Ciencia* en la que trabajarían periodistas dedicados únicamente a cubrir las noticias en ese terreno. Como responsable de la nueva sección, el día de nuestro lanzamiento publiqué un artículo titulado *Una apuesta por la ciencia*, en el que resumí con estas palabras la filosofía del proyecto: «Mediante una sección diaria de ciencia (la única que existe en estos momentos en la prensa española), nuestro objetivo fundamental es convertirnos en un sólido puente informativo entre los centros de investigación y la calle. Los científicos ya no pueden ni deben encerrarse en una aislada torre de marfil, ya que la sociedad cada vez muestra más interés por la ciencia... Con esta nueva y ambiciosa sección, esperamos también contribuir a que la ciencia por fin adquiriera la importancia que se merece en cualquier país moderno, desechando la arcaica filosofía del “que inventen ellos” al cubo de la basura de la historia española... En definitiva, queremos que esta sección sea un espacio de aprendizaje en el que nuestros lectores puedan satisfacer su cu-

riosidad científica, sorprenderse ante los grandes descubrimientos que aún están por llegar en las diferentes ramas de la investigación, y reflexionar sobre los grandes interrogantes del ser humano, el único animal que se hace preguntas sobre sí mismo y el mundo que le rodea».²

De cara al lector, el mero hecho de crear esta sección lanzaba el mensaje de que las noticias científicas merecían un espacio propio, con una cabecera diferenciada, al igual que las secciones tradicionales de política nacional e internacional, economía, cultura y deportes. De hecho, las secciones de un periódico subdividen y clasifican las noticias en diversos focos de interés, creando una especie de mapa mental de la actualidad y fomentando en los lectores el hábito de buscar información en los diferentes terrenos que cubre cada sección. Por eso, al crear un apartado específico con la cabecera *Ciencia* se genera entre los lectores la costumbre cotidiana de preguntarse no sólo qué está pasando en el Congreso de los Diputados, en la Bolsa, en los círculos artísticos y literarios, o en los estadios de fútbol, sino también qué se está “cociendo” en los laboratorios. En este sentido, estoy convencido de que la creación de secciones específicas de ciencia, en *El Mundo* y posteriormente en otros periódicos, ha sido un paso muy importante para la visibilidad y la relevancia social de los científicos en España.

Al mismo tiempo, de cara a la relación entre periodistas y científicos, es obvio que la creación de equipos dedicados exclusivamente a la cobertura de temas de ciencia en los diarios resulta fundamental para mejorar la confianza y la fluidez en la comunicación entre ambos mundos. Desde este punto de vista, la situación ha mejorado mucho en España durante la última década, y hoy todos los principales periódicos nacionales cuentan con profesionales especializados que se dedican a cubrir noticias de ciencia. Por ello, los científicos de este país que todavía sienten recelos y desconfianza hacia los periodistas deberían perder ese miedo, porque es un hecho objetivo que la calidad del periodismo científico ha mejo-

²*El Mundo*, 24 de septiembre de 2002, p. 33.

rado de manera muy notable en la prensa española. Es cierto que en las ediciones impresas de los periódicos el espacio dedicado a la ciencia se ha reducido en los últimos años debido a la doble crisis que estamos padeciendo: la crisis general de la economía y la crisis específica de la prensa provocada por los cambios de hábitos en el consumo de información desencadenados por Internet. Sin embargo, esta imparable revolución digital no debe verse en absoluto como una amenaza, sino como una extraordinaria oportunidad para el futuro del periodismo científico.

El éxito de las secciones de ciencia en Internet

A partir de 2007, en *El Mundo* (al igual que antes o después en todos los principales periódicos) se inició un proceso de integración entre los equipos de periodistas que producíamos la edición impresa y la digital. Desde entonces, los mismos profesionales que nos ocupábamos de las páginas de Ciencia en la edición de papel de *El Mundo* asumimos también la responsabilidad de los contenidos *online* de la sección de Ciencia de *elmundo.es*. La transición no ha sido fácil, porque trabajar simultáneamente con el ritmo de la inmediatez que requiere una web de noticias y con los plazos del cierre de un periódico diario es una labor muy exigente. Sin embargo, para nuestra sección de ciencia la experiencia ha sido y sigue siendo muy positiva, en primer lugar por la enorme popularidad que tienen las noticias científicas en Internet.

Una de las grandes ventajas de la web es que puede comprobarse objetivamente lo que los lectores pinchan y leen, es decir, lo que en realidad más les interesa. Gracias a ese sondeo cotidiano que son las listas de noticias más leídas de los periódicos digitales, lo que ha quedado fuera de toda duda es que la ciencia fascina a un amplísimo sector de la sociedad española. Raro es el día que no se encuentra alguna noticia científica (ya sea del ámbito de la salud, el medio ambiente, la tecnología, la astronomía, la física o cualquier otra disciplina) entre el "Top 10" de las noticias más leídas. De hecho, la popularidad de la ciencia en *elmundo.es* con frecuencia supone

un refuerzo para nuestro peso en la edición impresa, ya que, cuando una noticia triunfa entre los lectores de la web, ello puede servir como argumento para que también se le otorgue un amplio espacio en el papel.

Un ejemplo muy claro de este fenómeno lo vivimos recientemente con el famoso bosón de Higgs detectado en el CERN de Ginebra. A priori, podría parecer que la física de partículas maneja conceptos abstractos muy alejados de las preocupaciones del común de los mortales. Sin embargo, el enorme impacto de este hallazgo en *elmundo.es* y en todas las webs (multiplicado por su expansión a través de las redes sociales) demostró claramente su importancia, de tal manera que no fue difícil convencer al director de nuestro periódico de que la edición impresa debía abrir en portada al día siguiente con esta noticia.

Además, no cabe duda de que las herramientas multimedia del periodismo digital (el vídeo, el audio, los gráficos interactivos, los *blogs*, el intercambio de opiniones con los lectores a través de foros y *chats*, etc.) tienen un extraordinario potencial en el terreno de la información científica. Para la sección de ciencia de *El Mundo*, nuestra capacidad para llegar a un público cada vez más amplio se ha multiplicado con la edición digital, donde los límites de espacio del papel no existen, y donde la presencia de nuestras noticias en el escaparate principal del periódico (la portada o *home page* de la web) es constante. De hecho, mientras en la edición impresa sólo contamos por lo general con una página diaria bajo la cabecera de *Ciencia*, en la web la oferta informativa del campo científico se despliega en varios portales diferenciados (Ciencia, Salud, Medio Ambiente y Tecnología), todos ellos con mucho éxito de público. Al mismo tiempo, aunque otros periódicos nacionales, como *El País* y *ABC*, no tienen páginas diarias de ciencia en su edición impresa, sí tienen apartados dedicados a la información científica en sus webs, producidos por equipos de periodistas especializados en este campo. En definitiva, a pesar de las dificultades actuales por las que atraviesa el sector de la prensa, estoy convencido de que si el futuro, de una manera u otra, va a ser en exclusiva o fundamentalmente digital, el periodismo científico tiene un enorme

potencial en el universo multimedia de Internet, como demuestra el gran éxito de las secciones de ciencia en las ediciones digitales de los principales periódicos.

El reto de conseguir que «lo entienda tu abuela»

Es innegable que la ciencia interesa fuera de los laboratorios, y que ha irrumpido con fuerza en la cultura popular de los *mass media*. Sin embargo, trasladarla al gran público, de manera rigurosa pero a la vez comprensible y amena, nunca es una tarea fácil. El mayor reto con que nos enfrentamos los periodistas científicos todos los días es precisamente lograr una traducción eficaz del lenguaje enrevesado de un artículo publicado en *Science*, *Nature* o cualquiera de las revistas científicas de las que habitualmente nutrimos nuestras informaciones, al lenguaje de la calle. Hay que tener en cuenta que hoy día la ciencia está tan hiperespecializada que ni siquiera el diálogo entre disciplinas resulta sencillo, de tal manera que los físicos no son capaces de entender todos los conceptos que manejan los biólogos, y viceversa. Por tanto, si entre los propios científicos la comunicación es difícil, todavía lo es más cuando se pretende llevar los resultados de la ciencia al público general.

Sin embargo, frente a los científicos más reacios a la divulgación, que consideran absurdo o imposible intentar explicar los conceptos más complejos de sus investigaciones al resto de la sociedad, deberíamos recordar siempre lo que dijo Albert Einstein al respecto: «No entiendes realmente algo a menos que seas capaz de explicárselo a tu abuela». Es decir, la tarea de simplificar y popularizar las teorías más complejas de la ciencia debería considerarse una obligación para el científico, porque de hecho le permite a él mismo comprender sus ideas de la manera más sencilla y directa. Si no lo consigue, venía a decir Einstein, quizás se deba a que no ha descubierto nada realmente valioso o coherente. Al fin

y al cabo, como dijo también el sabio padre de la relatividad en otra ocasión, «un científico que no pueda explicar la teoría más complicada a un niño de 8 años es un charlatán».³

En definitiva, Einstein tenía claro que, por muy difícil que pueda parecer, si un científico no es capaz de simplificar su discurso para que lo entiendan su abuela o un niño (aunque sea de una manera relativamente superficial), quizás ni él mismo tenga las ideas muy claras y oculte su propia confusión con una jerga incomprensible y del todo impenetrable.

Los científicos, sobre todo los que trabajan gracias al dinero público aportado por sus conciudadanos, tienen una deuda con la sociedad que apoya sus investigaciones. En este sentido, deberían percibir como una obligación moral que todos los ciudadanos puedan tener acceso a ese conocimiento generado con sus impuestos. Para lograr este objetivo, es fundamental la comunicación con los periodistas especializados en la transmisión de información científica al gran público, ya sea directamente con los profesionales que trabajan en los medios de comunicación, o con los que actúan como mediadores en gabinetes de prensa de centros de investigación y universidades, o con agencias especializadas como SINC, establecida por la Fundación Española de Ciencia y Tecnología (FECYT).

Esta tarea de popularizar la ciencia requiere un necesario proceso de simplificación del lenguaje científico, en el cual resulta muy útil el uso de símiles o metáforas que lleven un concepto complejo al terreno de las experiencias cotidianas. A modo de ejemplo, resulta muy interesante ver los esfuerzos que hicieron algunos divulgadores y periodistas científicos para explicar la noticia científica de mayor impacto en los últimos años, el hallazgo del bosón de Higgs:⁴

- El campo de Higgs da masa a algunas partículas, pero deja a otras, en un proceso que podría compararse a hacer algodón de azúcar. A medida que la varilla pasa a través de la nube de azúcar hilado, atrapa cada vez más

³ Citado por Carlos Elías en *La ciencia a través del periodismo*, Nivola, 2003.

⁴ Citas recopiladas por Arcadi Espada en «La errata de Dios», *El Mundo*, 11 de agosto de 2012.

hebras rosas. (...) Técnicamente, la partícula de Higgs no da masa por sí misma, sino que la partícula es un pequeño nudo de materia formada a partir de un campo de fuerza, como los grumos que se forman en la leche agria.» (Andrew Stern, Reuters.)

- Higgs propuso que el vacío contiene un campo omnipresente que puede disminuir la velocidad de algunas partículas elementales, como un tanque de melaza que reduce la velocidad de una bala.» (*Symmetry*, 2006.)
- Pensemos en el campo de Higgs como un sirope muy espeso, a través del cual pasa la materia. Cuando atraviesan el campo de Higgs, las partículas se cargan con el sirope, y se vuelven más pesadas.» (Keerthi Chandrashekar, *Latinospost*.)
- Las partículas elementales de la física –la unidad mínima con la que trabaja este campo científico– se dividen en fermiones y bosones, por Enrico Fermi y Satyendra Nath Bose. Los primeros son los ladrillos de los que está hecha la materia. Y los segundos, los mediadores entre las fuerzas en el universo, es decir, el cemento con el que se unen los ladrillos.» (Miguel G. Corral, *El Mundo*.)

Esta última metáfora utilizada por un periodista científico de *El Mundo* fue, de hecho, la que dio pie al titular que abrió nuestro periódico a cinco columnas el día después del histórico anuncio sobre el hallazgo del bosón de Higgs en el CERN de Ginebra: *Descubierto el cemento de la materia*. Quizás algunos científicos puristas se rasguen las vestiduras ante este tipo de analogías, que inevitablemente obligan a simplificar la complejidad de una teoría como la que propuso Peter Higgs en 1964. Sin embargo, para llegar al público general sin duda se necesitan recursos literarios de este tipo para ayudar a entender conceptos complejos. Este lenguaje metafórico abre la puerta a que la sociedad en su conjunto pueda adquirir una comprensión básica de los grandes hallazgos científicos.

Por lo tanto, si un científico quiere que sus investigaciones trasciendan fuera del laboratorio a través de los medios de comunicación, tiene que

estar dispuesto a simplificar su lenguaje para que «lo entienda su abuela», y al mismo tiempo para que las ideas centrales de su trabajo puedan expresarse en el titular de un periódico. El mejor consejo que puedo dar a los científicos que quieren comunicar sus investigaciones al gran público a través de los medios es que se hagan las mismas preguntas sobre su trabajo que se hacen los periodistas ante cualquier información, antes de decidir si merece la pena publicarla: ¿qué hay de nuevo, es decir, cuál es la esencia de la noticia y cómo la resumiríamos en un titular?, ¿tiene credibilidad la fuente de donde proviene?, ¿qué importancia tiene para la sociedad? y ¿cómo puede ilustrarse mediante fotografías, vídeos o gráficos?

Los periodistas queremos contar hechos novedosos con el mayor impacto social posible, siempre que la fuente de donde provenga la información sea solvente. Si un hallazgo científico constituye un avance novedoso en su campo, tiene interés general porque puede influir sobre la vida de muchas personas y su validez ha sido verificada por expertos independientes (fundamentalmente si ha sido publicado en una revista con sistema de revisión por pares), reúne todos los requisitos para publicarse en un periódico. Y si además puede ilustrarse con imágenes atractivas (y en la era de Internet si tienen una dimensión multimedia), su potencial impacto todavía será mayor.

Los periodistas somos vendedores de noticias, y empaquetamos nuestras informaciones con dos envoltorios concebidos para llamar la atención de los lectores: los titulares y las fotografías e infografías (o audios y vídeos, en el caso de las ediciones digitales). En este sentido, la ciencia tiene grandes ventajas frente a otras áreas informativas, ya que la espectacularidad visual de muchos de sus descubrimientos es enorme.

Conclusión: ciencia y periodismo, una alianza necesaria

Tras más de una década al frente de la sección diaria de ciencia de *El Mundo*, tanto en su formato clásico de papel como en su edición multime-

dia en Internet, cada día estoy más convencido del imparable interés que despiertan las noticias científicas en nuestra sociedad. No sólo porque con frecuencia son informaciones que pueden tener un impacto muy directo en la vida de las personas, cuando tratamos cuestiones relacionadas con la salud, el medio ambiente o la tecnología, sino porque los humanos somos criaturas con una insaciable curiosidad por las grandes preguntas de todos los tiempos: ¿quiénes somos?, ¿de dónde venimos? y ¿cómo surgieron el universo, la vida y nuestra propia especie? Evidentemente, no hace falta ser un científico profesional para hacerse todas estas preguntas ni para comprender al menos el núcleo esencial de lo que la ciencia va descubriendo para en-

contrar respuestas. En última instancia, a pesar de las tensiones o la desconfianza que haya podido existir entre científicos y periodistas, todos compartimos el objetivo común de que la ciencia tenga un peso cada vez mayor en nuestra sociedad frente a la ignorancia y la irracionalidad. Por eso, la unión de la ciencia y el periodismo de calidad (ejercido por profesionales especializados en este apasionante campo de la información) es una alianza tan necesaria en cualquier país civilizado. Ojalá la crisis actual no nos haga retroceder en este sentido, y que los asombrosos descubrimientos de la ciencia cada vez generen más titulares de portada en los periódicos, con independencia de si se leen en papel, en un ordenador, en una tableta o en un teléfono móvil.