

Ciencia y periodismo en la red

Patricia Fernández de Lis

La divulgación científica nació para Internet. La ciencia lleva siglos tratando de aproximarse, con mayor o menor éxito, a los ciudadanos, pero por fin tiene a su alcance una herramienta lo suficientemente poderosa para poder comunicarse de manera directa e inmediata con ellos. Internet significa, además, la posibilidad de ampliar la información hasta el infinito, mediante los hipervínculos, y de modificarla y actualizarla en el caso de que haya errores o cambios en una investigación. Significa también una audiencia activa que, mediante comentarios y en las redes sociales, interactúa con el emisor de la información, y quizá sepa más que él. Y significa, por último, la posibilidad de usar vídeo, audio o infografías que facilitan esa información. No es extraño, por

tanto, que Internet sea ya la mayor fuente de información científica de los españoles, según los resultados de la Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología (1): el 40,9% de los ciudadanos se informa sobre ciencia por este canal, seguido de la televisión (31%) y, muy lejos, de la prensa diaria de pago (7,6%) (Fig. 1).

Además, según datos de la misma encuesta (1), se observa que entre aquellos que se informan en Internet se ha reducido el número de quienes lo hacen a través de los medios generalistas, y aumenta de forma espectacular los que buscan información en *blogs* y foros, y a través de redes sociales (Fig. 2). De nuevo, la puerta para la interacción directa entre científicos y lectores se abre cada vez más.

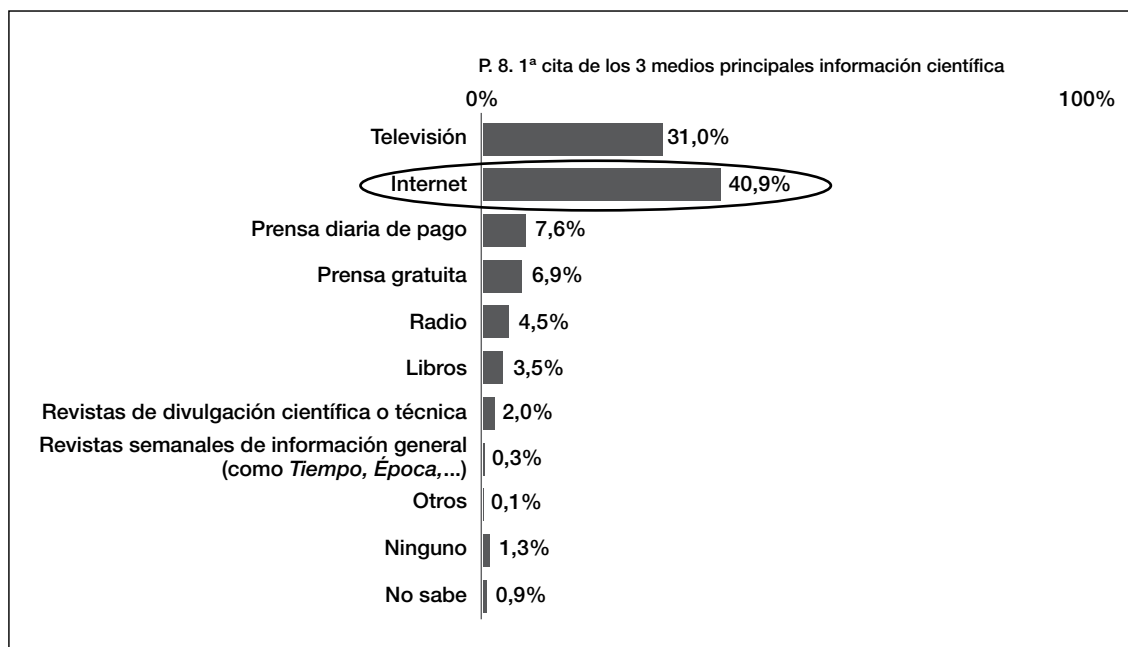


Figura 1.

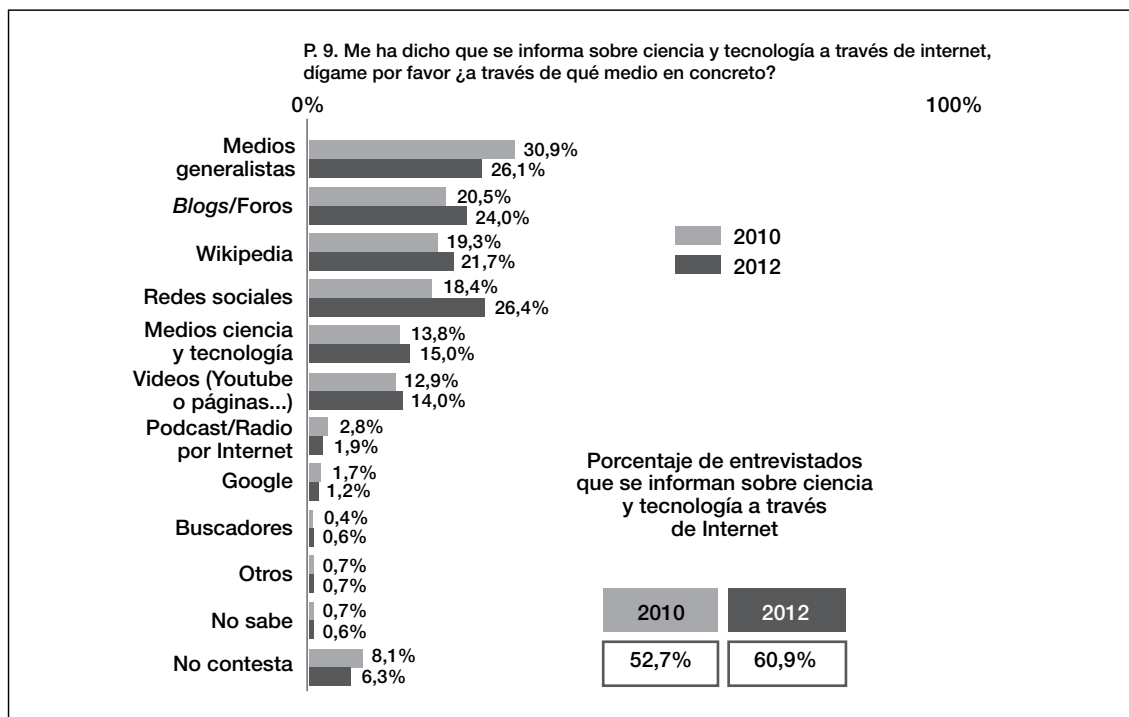


Figura 2.

La información científica en la red: ventajas y desventajas

Internet ha incrementado las posibilidades de obtener información científica, así como el número de personas que mejoran su opinión respecto a la ciencia, según el estudio *WwoS Project* de The Economic and Social Research Council (ESRC) (2). Además, la red también ha mejorado el acceso a la información científica para millones de personas que antes no accedían a ella, gracias sobre todo a los nuevos medios especializados y a las redes sociales, en las cuales el impacto de la información se multiplica gracias a un espectacular efecto viral: cientos de millones de personas comentan, “tuitean” y “retuitean”, y comparten información que antes sólo estaba en manos de unos pocos.

Sin embargo, un reciente artículo publicado en *Science* (3) es mucho más crítico y pesimista: Internet no es una fuente neutral de información, alertan sus autores. Desde el algoritmo de Google hasta los agregadores de noticias, el ruido suele obtener más oyentes que el discurso pausado de un investigador o un organismo científico.

Hay también una discriminación de entrada en gran parte de la información científica que circula por Internet: es más fácil encontrar estudios sobre algunos temas en detrimento de otros. Las más perjudicadas en ese “ruido” son las ciencias sociales, advierte el mismo artículo (3). Y es que, en mi experiencia de más de 7 años como editora de noticias científicas en Internet, tengo claro que la antropología, la astrofísica y (curiosamente) temas muy complejos como la física de partículas o las matemáticas, suelen barrer al resto de las disciplinas en la atención de los lectores.

Además, hay problemas con el modo de consumir la información en Internet: los *blogs*, los comentarios, los “tuits” y “me gusta” alteran la información hasta el punto de distorsionar o desvirtuar su mensaje. Muchas veces, la lectura veloz y en diagonal que propicia Internet hace que pensemos que la conclusión de una noticia o estudio es lo que dicen los primeros comentarios o “tuits” de influyentes comentaristas al respecto.

Y por último, hay un riesgo real de que esas páginas sólo lleguen a los ya convertidos, es decir, que se genere una comunidad de intere-

sados que se retroalimenta y que no es capaz de franquear la barrera que los separa del resto de la ciudadanía.

Todos esos riesgos existen, pero quizás el riesgo último de la información científica en Internet sea la banalización. Los mecanismos automáticos de búsqueda privilegian determinadas fuentes no en función de su calidad, sino de su accesibilidad, ya que se priman las fuentes más visitadas, que no siempre coinciden con las más rigurosas. Y los medios, en una busca desesperada de visitantes que engorden sus números de cara a los escasos anunciantes, producen información “basura” que difícilmente puede calificarse como ciencia, más bien como “mundo singular”. «El yeti podría ser real, cruce de un homínido y un *homo sapiens*», se lee en un reciente teletipo de Europa Press, donde casi lo menos llamativo es la aparición del yeti; es cuando menos singular que se cruce una especie que forma parte de la segunda especie con la que supuestamente se ha cruzado.

Por otro lado, y no menos importante, la búsqueda de ingresos por parte de compañías cuyo modelo de negocio va desapareciendo está disfrazando de innovaciones científicas lo que realmente son simples lanzamientos comerciales, especialmente en el ámbito de la salud y la tecnología. Los lectores se ven bombardeados cada día con nuevos y seductores modelos de móviles, o por charlatanes que dicen haber descubierto la cura de una enfermedad, sin que esa información haya pasado por el filtro imprescindible de un periodista experto que sepa diferenciar la información de la publicidad. Ocurrió así con un supuesto experto que aseguraba haber encontrado la cura para la migraña y que, con tan solo decirlo, consiguió la atención de grandes diarios como *20 minutos*, e incluso el informativo de RTVE.es. En *Materia* describimos el caso con la triste certeza de que, muy posiblemente, volverá a producirse (4).

El día a día de un periodista científico en Internet

¿Por qué ocurre todo esto? Fundamentalmente por un problema: la sobresaturación de los pe-

riodistas en nuestro día a día. Recibimos toneladas de información de numerosas fuentes, como centros de investigación, empresas o universidades, y también comprobamos a diario los embargos de las publicaciones científicas en servicios como EurekAlert! o AlphaGalileo. La información también nos llega ahora a través de *blogs* y redes sociales, lo que significa que cada día hay decenas de historias que evaluar, comprender, escribir y editar. Sin embargo, tenemos un tiempo limitado para comprender la información, y un tiempo y un espacio limitados para hablar de ello. Además, necesitamos contrastar la información, es decir, hablar con otros investigadores aparte del que firma el artículo o la nota. Y todo ello tratando de respetar el trabajo del científico en unas condiciones muy complejas, ya que las redacciones periodísticas no dejan de menguar: unos 4000 periodistas se han quedado sin trabajo en el último año en España, según datos de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE).

Hay un segundo problema, además, relacionado con el anterior: la infraespecialización de los periodistas. En la mayor parte de las grandes redacciones ya no hay informadores especializados en ciencia, salud o medio ambiente, ya que son demasiado caros de formar y mantener. Por eso, es muy común encontrarse con que quien suele cubrir las informaciones científicas es el becario que acaba de llegar a la redacción, al que sus jefes encomiendan «esta noticia de ciencia que acaba de salir», pero él no tiene la formación ni las fuentes para comprender esas informaciones en toda su complejidad. El problema de fondo es que la ciencia no forma parte de la agenda política ni económica de este país, y menos aún en tiempos de crisis, y los grandes medios tienen que ceñirse a esa agenda.

El modelo de *Materia*

Materia, la web que dirijo desde el 3 de julio de 2012, nació de esa triste constatación: acuciados por una crisis que parece no acabar nunca, los medios han decidido centrarse en la información con la cual compiten (política, economía, deportes), y dedican cada vez menos tiempo,

espacio y recursos a aquella que les diferenciaría (ciencia, medio ambiente, salud). Sin embargo, sólo las sociedades científicamente avanzadas y medioambientalmente responsables pueden considerarse de verdad democráticas, y para conseguir ese objetivo hace falta una población alfabetizada en la importancia de la ciencia y la innovación. Por eso, *Materia* nació con un modelo muy especial: producir información de alta calidad, rigurosa y contrastada, pero no esperar a que los lectores entren a *Materia* para leerla, sino llevarla allí donde están: en los medios de comunicación tradicionales. *Materia* cuenta con una licencia que permite la libre publicación de sus noticias en cualquier medio de comunicación que lo desee. Consideramos que la difusión sin ánimo de lucro de la información que se genera en el mundo científico y tecnológico es la única manera de aportar el conocimiento de calidad que diferencia a las sociedades prósperas, algo especialmente importante en un momento de crisis financiera y económica. También queremos dar visibilidad internacional a la investigación y la tecnología producida dentro de nuestras fronteras.

En contraste con esa infraespecialización de la que antes hablaba, los siete redactores de *Materia* suman casi un centenar de años de experiencia combinada como periodistas de ciencia, tecnología, medio ambiente y salud, lo que convierte a la redacción de *Materia* en, probablemente, la más especializada de cuantas hay en los medios en español.

¿Cuál es el resultado de esta apuesta? *Materia*, en apenas 6 meses, ha conseguido posicionarse como una de las mayores fuentes de información científica y medioambiental en español. Éstos son algunos de los logros de nuestra apuesta por la ciencia, la naturaleza y la tecnología:

- *Materia* es la web de noticias de ciencia en español con mayor audiencia del mundo: entre nuestra web y las de nuestros republicadores, nuestra información llega a unos 25 millones de usuarios únicos al mes en España, América Latina, Estados Unidos, Rusia y China.
- *Materia* cerró el año 2012 con casi 200.000 usuarios únicos al mes y más de 1,1 millones de páginas vistas.

- El 30% de nuestras visitas provienen de América Latina.

Materia tiene además otra peculiaridad: una inmensa comunidad. Con cientos de miles de seguidores en Twitter, Facebook, YouTube y Storify, supera en presencia en las redes sociales a las secciones de medio ambiente de diarios como *El País*, *El Mundo* o *Abc*, y a cuentas como EFE Verde.

Sin embargo, el dato más importante de *Materia* no es la comunidad que hemos generado a nuestro alrededor, sino la que hemos conseguido crear para otros: casi dos centenares de medios republican las noticias de nuestra web. En España lo han hecho *ABC*, *La Razón*, *El Correo*, *El Heraldo de Aragón*, *20 minutos* y *Antena3tv*, donde *Materia* tiene su propia sección, y el portal Yahoo!. También hemos hecho muchos esfuerzos por escaparnos no sólo de las fronteras de nuestra propia web sino de la web en general, y hemos aparecido en pequeños medios locales en papel, como *El Pirineo Aragonés*, donde publicamos un reportaje sobre Sabiñánigo, uno de los lugares más contaminados del mundo. En América Latina hemos publicado noticias en *El Observador* de Uruguay, *Soy Chile*, *El Comercio* de Perú, *20 minutos México* y *La Nación* de Argentina, y en Estados Unidos en la web en español de la cadena de radio pública NPR. Más sorprendente para nosotros ha sido encontrar nuestras noticias en el diario *People China Daily* o traducidas al ruso por la agencia Ria Novosti.

Nuestra comunidad no se detiene sólo en los medios, también llegamos a las escuelas. Nuestros contenidos están siendo utilizados por la red de profesores de la Organización de Estados Iberoamericanos, la Junta de Andalucía y la Asociación Colombiana para el Avance de la Ciencia, entre otros.

Materia cuenta, además, con algo que es fundamental en estos tiempos de sobreenformación: el apoyo de la comunidad científica. Tenemos un consejo editorial formado por algunos de los nombres más reconocidos de España y América Latina, entre ellos tres premios Príncipe de Asturias (José María Bermúdez de Castro, Pedro

Alonso y Mario Bunge). Los expertos nos ayudan cada día, con sus comentarios en la web y en las redes sociales, a actualizar y mejorar nuestra información, ya que a menudo son protagonistas de las propias informaciones. En estos meses de trabajo hemos modificado al menos una decena de informaciones con la ayuda de los lectores (siempre advertimos de ellas y reconocemos a quienes las han motivado en el pie de los artículos). Queremos, en fin, que los científicos cuenten con *Materia* para la divulgación de sus estudios, y que *Materia* sea parte de la comunidad científica española y latinoamericana.

El papel de los científicos

Y es que, después de muchos años dedicados al periodismo científico y participando en charlas y debates con investigadores que quieren dedicarse a la divulgación, he llegado a una triste conclusión: los periodistas dedicamos buena parte de nuestro trabajo a entender el día a día de los científicos, pero son pocos los científicos que entienden el día a día de los periodistas, y pocos también los que están dispuestos a divulgar los resultados de sus investigaciones, en buena parte por un entendible miedo a que éstas sean maltratadas o malinterpretadas por periodistas sobreinformados o infraformados.

Sin embargo, hay infinitas razones para divulgar: el científico debe trasladar el entusiasmo por su trabajo, servir a los intereses de la comunidad científica, incrementar el interés ciudadano por la ciencia y, en definitiva, mejorar el conocimiento de la ciudadanía y los procesos democráticos, ya que una sociedad bien informada es una sociedad más libre. Además, en el caso de que su trabajo sea financiado con fondos públicos, creo que los investigadores tienen cierto deber moral de comunicar los resultados de esa inversión a los contribuyentes.

La desintermediación que supone Internet es también algo positivo para los científicos: les permite comunicarse de manera directa con los ciudadanos. ¿Cómo pueden los investigadores mejorar esa comunicación? El primer camino es, claro, utilizar los nuevos medios especializados en ciencia que han nacido en Internet, como *Ma-*

tería, la agencia de noticias SINC o el *blog* de *blogs* Naukas, cuyas comunidades de lectores han demostrado estar ávidos de información científica de calidad: desde 2008, el interés espontáneo de la población española por la ciencia ha crecido un 36%, pasando del 9% al 13%, según datos de Fecyt (1). La mejor manera de aprovechar ese interés es lanzarse a divulgar.

También muchos científicos están creando contenidos de forma autónoma, ya sea a través de la creación de un *blog* o de cuentas en redes sociales como Twitter, Facebook o LinkedIn, donde comunican los resultados de sus trabajos, hablan con otros científicos de su especialidad y resuelven las dudas y preguntas de los ciudadanos, especialmente cuando se produce alguna crisis informativa, como ocurrió durante la gripe A, los pepinos en Alemania o el colapso de la central nuclear de Fukushima en Japón, cuando muchos científicos se lanzaron a ofrecer datos y análisis a través de sus cuentas en redes sociales ante la falta de información contrastada en los medios.

No hay receta mágica que garantice la correcta difusión de información científica, en un mundo donde incluso los editores de grandes revistas como *Science* y *Nature* exageran las notas de prensa de sus investigaciones publicadas, en busca de ese escaso espacio de atención de unos periodistas cada vez peor formados y de unos ciudadanos cada vez más sobreinformados. No obstante, sí está claro que sólo la colaboración cada vez más estrecha de periodistas e investigadores puede garantizar que la información científica cumpla su último objetivo: mejorar la cultura democrática de nuestra sociedad.

Bibliografía

1. VI Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología. Madrid: Fundación Española para la Ciencia y Tecnología (Fecyt); 2012.
2. Schroeder R, Caldas A, Virkar S, Dutton WH. The World Wide Web of Science: emerging global sources of expertise. RES-160-25-0031. Oxford Internet Institute, University of Oxford.
3. Science, new media, and the public. DOI: 10.1126/science.1232329.
4. Un español anuncia la cura de la migraña sin pruebas. Disponible en: <http://esmateria.com/2013/03/07/un-espanol-anuncia-una-cura-de-la-migrana-sin-pruebas/>