

El poder de la noticia frente a la presión de la información “sensacional”

Patricia Fernández de Lis

¿Es noticioso todo lo que se publica en los medios impresos y aquello de lo que se habla en los medios audiovisuales? La respuesta simple es, evidentemente, «no». Pero la explicación de por qué esta pregunta tan complicada tiene una respuesta tan simple es mucho más difícil de argumentar sin exponer algunas de las malas prácticas que, lamentablemente, abundan en redacciones, gabinetes de comunicación y laboratorios.

El primer problema es la definición de la palabra «noticioso». En términos periodísticos, un suceso noticioso es aquel que no se conoce y que, además, es relevante. Un tercer elemento que añade “noticiabilidad” a ese suceso es que alguien, en alguna parte, por algún motivo, no quiera que esa noticia se conozca. La combinación de estos tres elementos –novedad, relevancia e impacto– configuran lo que, habitualmente, se conoce como noticia.

Sin embargo, la definición de esos tres elementos en una información concreta es muy borrosa, en especial en el periodismo biosanitario. ¿Cuándo puede considerarse que una novedad en el terreno biomédico es realmente una novedad? ¿Cuándo podemos decir que esa novedad es, además, especialmente relevante? ¿Y cómo diferenciar la noticia de la propaganda? La dificultad de los periodistas para responder a estas tres preguntas es constante y, por desgracia, creciente.

Y es que la situación en los medios es crítica, y está empeorando. Los periodistas de diarios debemos luchar cada día contra las dos grandes limitaciones que nos encontramos en nuestro trabajo: la escasez de tiempo para valorar una noticia y la escasez de espacio donde escribirla. En tiempos de crisis, además, tenemos que lidiar

con los pocos medios, porque las redacciones, siempre conservadoras, tienden a apostar por las informaciones “duras” (de política o economía), lo que provoca que se prescindiera de la figura del periodista especializado en áreas como la salud, la ciencia o el medio ambiente. Según datos de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), en los últimos 3 años han perdido su empleo más de 4000 periodistas en todo el país. Muchos han sido prejubilados, lo que significa que las empresas periodísticas están prescindiendo de los profesionales mejor formados y más caros, entre ellos los especialistas, los informadores que son capaces de decidir si una información es o no “noticiosa” según la definición que aportábamos al principio.

Un ejercicio práctico muy sencillo da medida del problema. La aplicación PressReader (pressdisplay.com), disponible para ordenadores y tabletas, contiene las noticias de unos 2000 periódicos de 95 países en 51 lenguas. En la página web pueden realizarse búsquedas relacionadas con una noticia en concreto. En la mayoría de los casos, cuando se trata de temas biomédicos, gran parte de los resultados de esa búsqueda remite a una noticia de agencias (Reuters, AP, AFP, etc.).

Aportaré un ejemplo reciente. El pasado 28 de octubre se publicó un estudio en *The Lancet* que aseguraba que el ácido acetilsalicílico reducía un 60% el riesgo de padecer el cáncer de colon hereditario más común. Ésta es una noticia en sentido estricto: es novedosa y relevante (se trata del cáncer asociado al síndrome de Lynch, que supone alrededor del 5% de todos los casos de este tipo de cáncer, el que más muertes causa

en España). No es, sin embargo, una noticia que alguien quiera ocultar. El ácido acetilsalicílico, que ya es un genérico, es un fármaco que también reporta beneficios.

Pero es que el estudio contaba con algunos puntos débiles. Tal y como explicaba en *Público* Ainhoa Iriberry, «a los autores les preocupa que un primer análisis de los datos, 2 años después de la finalización del estudio, no mostró diferencias significativas, lo que sí hizo 6 años después. También la dosis elevada de aspirina es preocupante, ya que esa ingestión puede causar problemas gastrointestinales, como úlceras» (<http://www.publico.es/ciencias/403771/la-aspirina-reduce-un-60-el-riesgo-de-cancer-hereditario>). Ambos datos son relevantes y significativos, y merecían formar parte de la noticia.

Una búsqueda muy simple en la aplicación de PressReader muestra que, sin embargo, la mayor parte de las informaciones publicadas en inglés y español se hacen simplemente eco de una noticia de la agencia Reuters que ignoraba dichos puntos débiles. Algunos diarios cambian el titular; otros ni siquiera lo tocan. La publicación de una misma información en todos los diarios, sin contrastar y apenas edición, los empobrece a ellos y, por tanto, a sus lectores.

He aquí una primera y triste conclusión: cada vez hay menos periodistas en los medios que sean capaces de valorar en profundidad las informaciones, y de aportar criterio, rigurosidad, independencia, exclusividad, fuentes y sentido común al "tsunami" de informaciones con que nos enfrentamos cada día. Porque, además, esa información que recibimos no para de crecer. Gran parte de los periodistas que se han quedado en paro están trabajando ahora para gabinetes de prensa y comunicación de empresas, organismos públicos de investigación y universidades que, en la mayoría de los casos, ejercen su trabajo con sentido común y profesionalidad. En otros, sin embargo, y presionados por los científicos o sus propias instituciones, caen en dos trampas: o bien exageran la nota de prensa para salir en ella, o bien son tan cautos en la conclusión que esa nota no se entiende y, por tanto, pasa totalmente desapercibida a los periodistas cuando merecía salir publicada.

Los periodistas de ciencia y salud contamos, además, con otro y fundamental elemento de trabajo diario: los embargos de publicaciones científicas. Este campo también se ha ampliado muchísimo en los últimos años, lo que significa que cada día desembargan un centenar de *papers* de diferentes revistas, estudios que necesitamos leer, entender y contrastar en un tiempo récord. Como el tiempo de los periodistas es cada vez más escaso, las revistas científicas han aprendido, también, a jugar con el sensacionalismo a la hora de titular sus propios *papers* y atraer así la atención de los reporteros.

Una segunda conclusión es que sin periodistas experimentados que filtren y contrasten las notas de prensa y los embargos de las revistas científicas, los medios terminan publicando informaciones no noticiosas e ignorando, por el contrario, noticias relevantes.

La falta de periodistas experimentados que filtren la avalancha de informaciones conduce a una situación inevitable: hay que buscar referentes que nos guíen. Como se ha mencionado en estas jornadas, la evidencia pierde relevancia frente a la eminencia, y por eso, los medios confían la relevancia de sus informaciones no a las noticias en sí, sino a las instituciones que las emiten o las revistas que las recogen. La Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización de las Naciones Unidas, las organizaciones médicas y farmacéuticas, y grandes revistas como *The Lancet*, *Science*, *Nature*, *The British Medical Journal*: es poco probable que un periodista biomédico pueda dejar pasar una información de las primeras o que se publique en las segundas. Es más, los científicos son una fuente de confianza casi total para los periodistas. Una investigación realizada por la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona aseguraba recientemente que el 90% de los periodistas catalanes confía en la información que proporcionan los científicos. La cifra baja a un escandaloso 8,5% en el caso de políticos, y a un 8,1% para los clubs de fútbol. La imagen del científico como un individuo simplemente interesado en informar por el bien de la ciencia, e inmune a las pasiones y egos a que están sometidos políticos y deportistas, es compartida también por gran parte del público general.

La consecuencia es que en los últimos años hemos asistido a sonoros casos de informaciones elaboradas con la simple atribución de autoridad, y sin el menor sentido crítico. En el ámbito sanitario, las cinco más significativas han sido las vacas locas, la gripe aviar, la gripe A, la relación entre cáncer y telefonía móvil y, más recientemente y solo a escala nacional, el brote de *E. coli* y la crisis de los pepinos. En el ámbito científico, citaré dos ejemplos: la supuesta creación de vida artificial en un laboratorio por parte de Craig Venter y el experimento del Gran Sasso que concluyó que los neutrinos podrían viajar a una velocidad superior a la luz.

Son siete noticias en sentido estricto, y muy significativas, aunque por razones diferentes. Las alertas sanitarias tratan con un miedo a lo desconocido que, además, puede tener consecuencias terribles para la salud del lector y de aquellos a quienes ama. En los citados experimentos, porque se rompen dos leyes de la ciencia que nadie había desafiado antes: la creación de vida y la ruptura con la ley de la relatividad general.

Es evidente que todas debían ser publicadas, pero precisamente por su relevancia y “noticiabilidad” son informaciones muy delicadas y ante las cuales la reacción inicial debería ser de prudencia. Sin embargo, cuando las fuentes de las noticias son prestigiosos científicos como Craig Venter, o instituciones reconocidas como el CERN (Centre Européen en Recherche Nucléaire) o la OMS, pedir rigor a un periodista no especializado, y que no tiene tiempo ni espacio para contrastar las informaciones, es una quimera.

«Neutrinos superaron la velocidad de la luz», «Uso de celulares aumenta el riesgo de cáncer» y «Científicos en EE.UU. anuncian la creación de la primera vida artificial» son titulares reales de diarios, españoles y extranjeros, prestigiosos en algunos casos. Todos son también titulares falsos, engañosos, sensacionalistas e irresponsables. Pocos medios publicaron, también, qué ocurrió un año después de la alerta por la gripe A: a pesar de que se acumularon diez millones de antivirales, se vacunó menos de la cuarta parte de los individuos pertenecientes a grupos de riesgo.

En este punto, quiero dedicar unas líneas a la experiencia de la sección de ciencias del diario

Público, que tengo la suerte de dirigir. El periódico decidió, desde su lanzamiento, contar con una amplia sección de ciencias de tres o cuatro páginas, que se publica diariamente, y cubre noticias y reportajes sobre temas como la biomedicina, la física, la astrofísica, la paleontología, la química, las matemáticas, el medio ambiente, las ciencias sociales, la salud y las tecnologías de la información. La idea es no reducir la ciencia a un “gueto” semanal, apostando por nuestros propios temas y banderas (ciencia contra pseudociencia, apoyo a la ciencia española, derecho a la intimidad en Internet, defensa del medio ambiente...) y contando con la colaboración de reputados científicos. Pero, sobre todo, la apuesta de *Público* es significativa porque no es una apuesta por la sección de ciencias, sino por toda la ciencia.

Los siete redactores especializados en esta área colaboran en la redacción de los temas más complejos del diario, aquellos que requieren la respuesta de especialistas: cuando cae un avión o se produce un terremoto que mata a miles de personas, o un volcán en erupción paraliza el tráfico aéreo, o se colapsa una central nuclear. En esos momentos, el método de trabajo, los conocimientos, las fuentes y, en definitiva, la experiencia acumulada de los redactores de ciencias, son el mejor activo del diario ante la desinformación, el sensacionalismo y la pseudociencia. Son esos momentos en que muchos responsables de redacción suelen reclamar una respuesta simple e inmediata a un problema complejo y mutante. «Preguntad a ver qué respuestas dan los expertos», dicen. Tener una sólida sección de ciencias garantiza que entiendan lo que solemos contestar: «los expertos suelen tener más preguntas que respuestas».

Datos de una auditoría interna realizada el pasado año muestran que el 72% de los temas publicados en la sección han sido realizados por nuestros redactores, el resto por colaboradores y corresponsales, y sólo en excepciones publicamos información de agencias. Respecto al tipo de información, el 57% de la publicada es propia. Es decir, se trata de información exclusiva, encontrada, ideada, puesta en página y elaborada por los periodistas del diario.

¿Cuáles son los resultados de esta apuesta? La sección de ciencias de *Público* fue la más valo-

rada del diario en una encuesta realizada entre los lectores, y además tiene un nuevo tipo de lector más joven que la media de la prensa generalista nacional (45,5 años de edad media). Creemos que ese interés del lector joven por el diario se debe, en buena parte, a la relevancia de la información científica de calidad frente a la avalancha de información no contrastada en Internet.

A modo de conclusión, me gustaría hacer mía una reflexión que "robo" a Dorion Sagan, hijo de Carl Sagan y Lynn Margulis, y divulgador científico. Durante una entrevista que le realizamos por el 30 aniversario de *Cosmos*, que el periódico regaló a sus lectores, nos confesó: «La mayor parte de los científicos, como la mayoría de la gente, no es demasiado elocuente. Y si pueden expresar sus pensamientos y resultados, los científicos responsables no quieren ver sus descripciones, cuidadosas y cualificadas, descuartizadas por los medios, que están más preocupados por conseguir titulares sensacionalistas y vender periódicos que por la búsqueda de la verdad. Los científicos que trabajan en corporaciones quizá

tengan prohibido discutir sus resultados, por los patrocinadores de sus estudios. Y es más, el científico medio, tanto en el campo académico como comercial, está demasiado especializado para decir cosas que resulten de interés para el público general. La influencia de las corporaciones, la dejadez y el sensacionalismo de muchos medios y la superespecialización científica hacen que sea difícil comunicar la ciencia al público. No hay solución fácil, pero la ciencia consiste en reflexionar, buscar la consistencia y la belleza, y permanecer escépticos en la búsqueda de la verdad. Debemos impulsar la curiosidad y el pensamiento crítico».

No todo lo que se publica es noticioso, por tanto. Ni siquiera todo lo que se publica es publicable. Pero la experiencia nos enseña que, ante la avalancha de información que ofrecen diarios, revistas, radios, televisiones y redes sociales, el lector confía cada vez más en la que es novedosa, relevante y rigurosa. Esto es, confían en la información que es, auténtica y verdaderamente, una noticia.