

CONÈIXER COM FUNCIONEN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ (PER TREURE'N PROFIT)

JOAQUIM ELCACHO

President de l'Associació Catalana de Comunicació Científica

Adreça: Diari Avui. Consell de Cent, 425, 6a. 08009 Barcelona.

Adreça electrònica: *elcacho@avui.com*

RESUM

L'autor exposa una visió personal i crítica, des del punt de vista que li proporciona la seva experiència, de la situació de la ciència als mitjans de comunicació, que encara continua essent un tema estrany per a la majoria dels periodistes que treballen en els mitjans de comunicació de massa que actuen en una societat amb uns valors sovint irracionals; i també dels científics, que caldria que comprenguessin les dificultats d'un periodista a l'hora d'elaborar una notícia sobre ciència.

Paraules clau: periodista / científic / comunicació científica / mitjans.

SUMMARY

Knowing how the media work (to take advantage)

The author exposes a personal, critical view, from his own point of view given by his experience, the real situation of science in the media, which still is a strange subject for most journalists who work in mass media that move in a society with ideals sometimes no rational; and as well of scientists that should understand the difficulties that journalists must face in the moment of writing news on science.

Keywords: journalist / scientist / science communication / mass media.

Els mitjans de comunicació s'han convertit durant els últims anys en un dels pocs sistemes per a fer arribar a la població les novetats en el món de la ciència. És evident que hi ha molts altres mètodes de difusió dels coneixements científics i que alguns, com poden ser l'escola o la difusió directa a través de conferències o actes públics dels científics, disposen d'estratègies i condicions molt més favorables que els mitjans de comunicació per a estendre i millorar la capacitat de comprensió científica de la població. En qualsevol cas, però, actualment els sistemes més àgils i multitudinaris per a difondre la ciència són els grans mitjans de comunicació (premsa, ràdio i, sobretot, televisió). Les expectatives que desperta Internet en aquest camp mereixen un estudi complementari específic.

Sobre la base de la importància dels mitjans de comunicació en aquest camp, els científics, els responsables de la política científica i el conjunt de persones interessades en la divulgació científica haurien de fer un esforç per a conèixer millor i aprofitar d'una manera més encertada aquests instruments de difusió i informació.

Conèixer com funcionen realment els mitjans de comunicació i saber aprofitar aquests coneixements per difondre millor els conceptes científics són feines tan complicades com indefinides. Hi ha, però, alguns apartats de fàcil comprensió, tant en la realitat professional dels periodistes com en l'actitud dels científics que volen difondre els seus coneixements.

ACTUALITAT I TEMES ESTRELLA

La informació a la premsa, la ràdio i la televisió estan condicionades per l'actualitat, un concepte potser difícil d'entendre per a la majoria dels científics. Els accidents, les catàstrofes, les declaracions polítiques,

les bodes d'actors i actrius o fins i tot les depressions dels esportistes, són actualitat de forma constant. En canvi, la ciència és actualitat de forma molt més esporàdica i sovint no deixa de ser un complement per a omplir les pàgines dels diaris o els informatius de ràdio i televisió.

Els temes científics no es tracten gaire sovint com a actualitat per motius molt diversos. La primera causa és, realment, la mateixa deformació en la valoració dels temes per part dels periodistes, provocada per un cúmul de circumstàncies difícils de racionalitzar. Fent una anàlisi racional, per exemple, cal preguntar-se com és possible que un diari dediqui més espai a posar en dubte les relacions d'amistat de dues cantants folklòriques que a la possible existència de vida a Europa (el satèl·lit de Júpiter).

Però la realitat és aquesta: els mitjans de comunicació es mouen i es recreen en una societat amb uns valors sovint irracionals. L'única possibilitat de canviar aquesta realitat en favor de la racionalitat és provocar situacions en què la ciència sigui protagonista, o com a mínim coprotagonista, de l'actualitat. I, és clar, quan la ciència és notícia d'actualitat cal que els experts i els divulgadors sàpiguen aprofitar el moment per a difondre de forma positiva els conceptes i els treballs que fan els científics.

CONGELATS PELS BLOCS DE GEL

Un exemple molt il·lustratiu dels errors que no haurien d'afectar la divulgació científica es va produir immediatament després del descobriment d'uns blocs de gel que van caure en diferents punts de l'Estat espanyol. L'incident podria haver servit per a mostrar com treballen els experts en ciències de la Terra, els meteoròlegs, els astrofísics i fins i tots els enginyers aeronàutics. Finalment, però, la impressió que van po-

der treure molts telespectadors, oients de ràdio o lectors de premsa és que els científics estan tan despistats com els polítics i, com ells, no saben fer altra cosa que tirar-se la culpa els uns als altres. Llàstima d'ocasió desaproveitada.

En el mateix sentit es pot pensar que si la ciència no és actualitat més sovint és en bona part perquè durant molt de temps els científics no han mostrat el més mínim interès de *sortir* als mitjans de comunicació. Encara que sembli mentida, si hi hagués més científics interessats en la comunicació i amb facultats per a fer-ho (escriure articles, facilitar documentació o aparèixer a la televisió comentant notícies) seria molt més fàcil que els mitjans de comunicació dediquessin més interès i espai en aquests temes.

Com ja s'ha comentat, l'altra part del problema recau en els periodistes; és del tot cert. Primer, perquè els responsables dels mitjans interpreten de forma molt curiosa els suposats interessos dels lectors i oients. Així, mentre que les enquestes indiquen que els lectors volen sentir parlar de salut, medi ambient, ciència, noves tecnologies, turisme, ensenyament..., els directors dels mitjans s'entesten a dedicar més de la meitat dels programes informatius a deixar parlar els polítics (l'altra meitat gairebé se la reparteixen els successos criminals i els espectacles esportius).

Possiblement per aquest menyspreu dels responsables dels mitjans de comunicació, la ciència continua sent un tema estrany per a la majoria dels periodistes.

CONFIAR EN ELS ESPECIALISTES (O NO)

Els periodistes especialitzats en ciència es preocupen personalment de promoure la publicació o la difusió de notícies científiques. Fins i tot s'encarreguen d'empaitar els

científics perquè donin a conèixer l'estat de les seves investigacions.

En altres casos, en especial quan no hi ha periodistes especialitzats, els científics haurien de fer un esforç complementari de preparació de la documentació que acompanya la informació que es vol donar a conèixer. Si es vol evitar que el periodista no especialitzat confongui l'ecologia amb l'ecologisme, per exemple, no hi ha més remei que facilitar un petit diccionari terminològic com a annex de la documentació facilitada. Posats a ser pràctics, els científics haurien de tenir nocions de com redactar notes de premsa clares i curtes, com confeccionar dossiers de documentació didàctics i complets (sempre que sigui possible amb fotografies i vídeos) o com distribuir de forma eficaç els telèfons o les adreces de correu electrònic més interessants per als periodistes.

Cal que els científics sàpiguen, d'altra banda, que els articles periodístics no se semblen gairebé en res als articles científics. Com tampoc no tenen res a veure el treball d'un científic que aprofundeix durant mesos en un detall de la seva recerca i el procés de redacció d'una notícia que apareix a les vuit del vespre i que, sigui com sigui, ha de sortir a les pàgines del diari de l'endemà. En el mateix sentit, cal que els científics comprenguin les dificultats d'un periodista a l'hora de posar un titular en una notícia científica o a l'hora de treballar com un teòric especialista en un camp que abasta la biologia, les matemàtiques, l'astronomia, la medicina, l'energia nuclear...

A QUI DIRIGIR-SE? EN QUIN MOMENT?

Al principi de l'any 2000, un destacat botànic català es va dirigir a alguns periodistes preocupat per l'escassa repercussió

que havia tingut un escrit seu respecte a l'explotació nadalenca d'una espècie vegetal en perill d'extinció. Només un diari s'havia fet ressò de la seva preocupació.

Preguntat pel sistema de difusió de la seva *notícia*, el científic va explicar que unes setmanes abans de Nadal havia enviat una carta a tots els mitjans de comunicació i que, per casualitat, havia parlat personalment amb una periodista que, després, va ser l'única que reproduir la informació en el seu diari.

D'aquest exemple es poden treure dues grans conclusions. La primera és que per a comunicar amb eficàcia s'ha de fer en el moment adequat i la segona és que s'ha d'utilitzar el canal o la persona més apropiada. El botànic en qüestió havia encertat en el primer punt: havia intentat fer conèixer l'existència d'una espècie vegetal en perill d'extinció unes setmanes abans de Nadal, quan aquesta espècie es fa servir en decoració. En canvi, s'havia limitat a enviar una carta als mitjans de comunicació sense destinatari concret; per aquest motiu, l'escrit hauria d'haver acabat a la paperera o, com a molt, a la secció de cartes al director (que Déu n'hi do).

Els científics, com qualsevol altra persona interessada a fer servir els mitjans de comunicació, han de conèixer quins periodistes s'encarreguen de fer cada cosa (encara que sembli mentida hi ha periodistes especialitzats en medi ambient i ciència en alguns mitjans de comunicació de Catalunya).

Per cert, els periodistes d'informació ambiental disposen d'un directori editat en forma de llibret i consultable a través d'Internet (<http://www.acccnet.org> o <http://info.ictnet.es/knosys.gia>).

És obvi, però cal recordar-ho, que si es fa arribar un missatge o es parla amb el periodista adequat per a cada tema, les possibilitats d'èxit en la comunicació de les notícies científiques s'incrementa notablement.

COMUNICAR DIRECTAMENT

Si no hi ha manera d'esvair la desconfiança cap als intermediaris (sentit real de la paraula *periodista*), els científics també poden perdre la por a comunicar directament. S'ha d'acabar amb el menyspreu cap als científics que dediquen una part del seu temps a escriure o parlar en els mitjans de comunicació. De la mateixa manera que s'ha d'acabar amb el corporativisme que intentava vedar l'exercici del periodisme a les persones que no han superat la carrera de periodisme. Això sí, abans de començar a treballar de periodista és millor preguntar a quan es paguen les col·laboracions...

Ningú no se sorprèn quan s'inclouen assignatures o crèdits d'estadística, economia o història en carreres universitàries de ciències i enginyeries. Per què, doncs, no es veu normal i necessària la inclusió d'algunes hores dedicades a conèixer com funcionen i com es poden fer servir els mitjans de comunicació? Si els científics volen trencar la campana de vidre que sovint els manté aïllats del conjunt de la societat, si es vol evitar que la ignorància i la vulgaritat continuïn frenant el desenvolupament de la societat, no hi ha més remei que aprendre a fer servir els mitjans de comunicació. Els predicadors, els polítics, els clubs de futbol i els venedors de cotxes ja ho han fet; cal que els científics aprenguin a sortir als mitjans de comunicació per a defensar causes més justes.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

- CALVO HERNANDO, M. (1997). *Manual de periodismo científico*. Barcelona: Bosch.
- COMBEROUSSE, M. (1999). *Histoire de l'information scientifique et technique*. París: Nathan Université.
- FERNÁNDEZ DEL MORAL, J.; F. ESTEVE RAMÍREZ (1993). *Fundamentos de la información periodística especializada*. Madrid: Editorial Síntesis.

- FINN, R. (1998). «Científicos y periodistas». *Quark*, núm. 10, pàg. 47-57.
- GREGORY, J.; S. MILLER (1998). *Science in public. Communication, culture and credibility*. Nova York; Londres: Plenum Trade.
- HUERTAS CLAVERIA, J. M. (1998). *El periodista. Entre la indefinició i l'ambigüitat*. Barcelona: Dèria Editors/Blanquerna Comunicació.
- LEWENSTEIN, B. V. (1999). «Science and the media». A: PETERSEN, J. (ed): *Handbook of science, technology and society*. Sage.
- LÓPEZ, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias*. Barcelona: Paidós.
- NELKIN, D. (1995). «Selling Science». Nova York: W.H. Freeman and Company.
- (1996). «An uneasy relationship: the tensions between medicine and the media». *The Lancet*, núm. 347, pàg. 1600-1603.
- RANDALL, D. (1999). *El periodista universal*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- SEMIR, V. DE (1996). «¿Qué hechos merecen ser noticia?». *The Lancet*, núm. 29 (núm. 3), pàg. 185-189.
- SEMIR, V. DE; C. RIBAS; G. REVUELTA (1998). «Los "press releases" de publicaciones biomédicas de las revistas científicas y cómo se reflejan éstos en las noticias de prensa sobre los mismos tópicos». *Quark* (núm. 11), pàgs. 68-69.
- TRISTANI-POTTEAUX, F. (1997). *Les journalistes scientifiques*. París: Ed. Económica.
- WILKIE, T. (1996). «Sources in science: who can we trust?». *The Lancet*, núm. 347, pàg. 1308-1311.

RESSENYA CURRICULAR

Joaquim Elcacho és llicenciat en ciències de la informació per la UAB i ha treballat per a diferents mitjans de comunicació (premsa, ràdio i televisió). Des de 1987 està especialitzat en informació científica, medi ambient i tecnologia. Actualment és redactor de ciència i medi ambient del diari *Avui*, col·laborador de qualitat de vida i salut del programa *Lletra petita* d'Ona Catalana, i president de l'Associació Catalana de Comunicació Científica (ACCC).