

HACIA UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA

En el marco de la convocatoria a la Asamblea de la Asociación Física Argentina, que incluye como noveno ítem del orden del día “La desconfianza o indiferencia de algunos sectores sociales respecto de la ciencia y la necesidad del impulso de la actividad científica desde el Estado. Acciones posibles desde la Asociación”, un grupo de socios, en acuerdo con la CD, hemos elaborado algunas consideraciones preliminares que pueden servir como disparador de las discusiones, que queremos compartir con las y los miembros de la asociación.

Proponemos que la AFA dé inicio a un programa con el objetivo general de mejorar la percepción mutua entre el sistema científico y la sociedad. Partimos de la convicción de que existe un problema de confianza hacia la ciencia, muchas veces percibida como una parte de la clase o los sectores dominantes y que actúa en función de ellos, sin que se reconozcan beneficios de la investigación científica en la vida cotidiana. Creemos que tenemos que mejorar la comprensión y valoración que la sociedad tiene de la ciencia y de las formas de producirla (funcionamiento del sistema de ciencia y tecnología), pero también, desde nuestro lado, conocer y entender mejor qué se espera de nosotros, y por qué existe desconfianza o baja estima de la ciencia y del quehacer científico.

Para ello, es necesario diseñar una estrategia de comunicación pública de la ciencia que trascienda la tradicional “divulgación” de resultados en un esquema vertical de transmisión de conocimiento. Ésta debe ir más allá de la exposición de resultados, y enfatizar también la comunicación de los procesos de investigación, los métodos y los razonamientos detrás de las conclusiones. Es fundamental explicar la relevancia de las preguntas que guían la investigación, y transmitir la idea de que la ciencia es más un modo de formular buenas preguntas sobre el mundo que un repertorio de respuestas absolutas y definitivas.

Se trata de comunicar los resultados, la forma de llegar a ellos y la relevancia tanto del producto final como de toda la cadena que condujo hacia él. Esto implica a la vez construir una agenda valorativa propia de la actividad científica, distinta de una agenda económica de corto plazo. No podemos suponer que el esquema de valores de la ciencia es “obviamente” el mejor, sino que debemos asumir que es necesario convencer de su bondad.

Vemos al menos tres condiciones que deben darse para que un esfuerzo de este tipo pueda ser exitoso:

Primero, la comunicación debe integrarse como parte constitutiva de la actividad académica, con una actitud permanente de apertura y diálogo con la sociedad (recordemos ejemplos históricos como el de Galileo, quien eligió escribir en italiano para llegar a un público más amplio).

Segundo, es necesario comprender cuáles son las percepciones de la sociedad respecto de la ciencia, y cuál es el origen de la desconfianza. Para eso, debemos adoptar una actitud

científica ante la pregunta, recurriendo a las ciencias sociales y a los estudios de opinión disponibles.

Tercero, recurrir a profesionales de la comunicación y asignar recursos de la Asociación para este programa. Sabemos bien que los recursos son escasos, pero incluso con recursos limitados, una buena estrategia puede marcar una diferencia significativa. La personalización como herramienta comunicativa (contar historias y trayectorias personales de investigadoras e investigadores locales) puede ser un elemento positivo, siempre cuidando no perder de vista los valores y objetivos que se quieren transmitir.

Un párrafo aparte merecen pseudociencias. No son ellas, probablemente, la causa principal de la desconfianza hacia la ciencia. Muchas veces parten de dudas legítimas sobre el saber experto, pero ofrecen respuestas absolutas y cerradas que a veces funcionan como anclas de seguridad para las personas. Por lo tanto, atacarlas directamente puede ser contraproducente. Más bien conviene procurar entender los problemas sociales subyacentes (por ejemplo el caso de los movimientos antivacunas, donde en la formación de la confianza en las vacunas intervienen factores como el rol del Estado, la inclusión y la construcción de ciudadanía), y mostrar que en realidad son las pseudociencias las que tienden a brindar respuestas dogmáticas, mientras que es la ciencia la que procede con una actitud de cuestionamiento permanente de las verdades establecidas.

En resumen, proponemos tender a construir una estrategia general de comunicación basada en la seducción y no en la confrontación, entendiendo que pretender construir autoridad proyectando infalibilidad no resulta eficaz. Para su implementación, es fundamental convocar, además de a físicos y físicas, a científicas y científicos de otras áreas que tengan interés y capacidad para comunicar, así como a comunicadoras y comunicadores profesionales, y a científicas y científicos sociales que puedan contribuir con diagnósticos sobre las percepciones, problemas y necesidades de la sociedad. En cuanto a esto último es clave analizar la situación desde una perspectiva local, evitando replicar diagnósticos o soluciones externas sin evaluación previa.

Entendemos que este programa debe ser una prioridad para la AFA, pero evidentemente es una cuestión que preocupa a colegas de otras áreas, y también a personas que ya trabajan activamente en cuestiones de comunicación. Por eso proponemos que junto con iniciativas propias, la asociación busque convocar también a otras asociaciones científicas, y que la implementación de estas estrategias se realice en contacto con otros actores preocupados por la cuestión de la comunicación de los contenidos y valores de la actividad científica, para articular esfuerzos, compartir experiencias y fortalecer el impacto colectivo.

Sergio Cannas
Tomás Grigera
Luis Pugnaroni
Antonio Ramirez-Pastor
Laura Steren