

Ensayo

LA AUSENCIA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA EN LA TELEVISIÓN BRASILEÑA. LAS AUDIENCIAS IGNORADAS

Giraldez Alvarez, Lisandro Diego

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB),

Departamento de Química e Exatas (DQE),

Campus de Jequié, Bahia, Brasil.

giraldezli@gmail.com

Almeida, Verbena Córdoba

Universidade Estadual da Santa Cruz (UESC),

Ilhéus, Bahia, Brasil.

ycalmeida@uesc.br

Resumen

La importancia y presencia de la ciencia en la vida humana es incontestable, no solamente porque nos presenta los avances tecnológicos, sino también porque nos auxilia a pensar e interpretar el mundo y las relaciones humanas que el universo físico abriga. Sin embargo, aparentemente bien informada la sociedad contemporánea parece aún padecer de la desinformación en muchos aspectos, incluso desde el punto de vista científico y tecnológico, o de los conocimientos producidos en el ámbito de la ciencia y de la tecnología. El presente trabajo discute, entre otros aspectos, la contradicción existente entre la demanda por informaciones científicas y tecnológicas por parte de la audiencia y la escasez o ausencia de materiales de esta naturaleza en los medios de comunicación, de modo particular en la televisión brasileña.

221

Palabras claves: periodismo científico, televisión brasileña, CSI, House.

Abstract

The importance and presence of science in human life is essential, since it shows the technological advances and it helps us to think and interpret the world and human relationships that the physical universe have. However, the apparently well informed contemporary society suffer from the lack of many types of informations, even from the point of view of science and technology. In this study, we discuss, among other things, the contradiction between the demand for scientific and technological information of the audiences and the lack of these kind of information on the Brazilian television.

Keywords: Scientific Journalism, Brazilian TV, CSI, House.

1. Introducción

De acuerdo con diferentes encuestas sobre la percepción pública de la ciencia realizadas en el Brasil (ABC, 2010)¹, existe un aumento en el interés por las noticias científicas y tecnológicas, sin embargo ese interés no es acompañado por los grandes medios de comunicación ya que esas empresas mantienen la espectacularización de la noticia centrando la información científica en los “descubrimientos” tecnológicos, habitualmente asociados con lanzamientos de nuevos modelos telefónicos o autos ecológicamente correctos, algo que nos hace pensar en la existencia de una relación directa entre esa “divulgación científica” y el mercado de consumo.

La divulgación de ciertas noticias dentro de un formato espectacular, como el uso de semillas transgénicas o el uso de los biocombustibles, nos lleva a pensar que existe un verdadero auge en una de las especializaciones del periodismo: el periodismo científico. Sin embargo, si realmente existe ese auge en el periodismo científico, no es diferente (tal vez sea todo lo contrario) del auge

¹ Datos extraídos del sitio de la Academia Brasileira de Ciências. Recuperado de: http://www.abc.org.br/article.php3?id_article=1304. Acceso en: 10 de Jul. 2013.

observado al considerar el periodismo político, económico o deportivo. El tratamiento espectacular de las noticias al tratar los avances científicos y tecnológicos contribuye, sin la menor duda, para generar una idea “exagerada” sobre del surgimiento de cierto auge en el interés por las noticias científicas.

Actualmente, en el mundo se produce una cantidad de conocimiento que determina, casi obligatoriamente, que tengamos que concentrarnos en algunas líneas concretas de investigación o de la contrario difícilmente podremos divulgar seriamente información científica. Ante la falta de dicha especialización encontramos en los medios de comunicación material de divulgación científica de una calidad que deja mucho que desear, basta recordar, por ejemplo, el tema de la gripe porcina (gripe A o H1N1), que en su momento ganó una importancia mediática desproporcionada frente a los brotes permanentes de enfermedades típicas de los países en vías de desarrollo.

En este trabajo se pretende plantear reflexiones acerca de la importancia capital de la ciencia en las sociedades, bien como el protagonismo de los medios de comunicación en el mundo contemporáneo y el papel que pueden jugar en la divulgación de noticias científicas y tecnológicas. El trabajo se pauta en la observación de la grilla de programación de los canales abiertos de la televisión brasileña con el objetivo de confrontar la contradicción existente entre la demanda por informaciones científicas y tecnológicas por parte de la audiencia y la escasez o ausencia de materiales de esta naturaleza en los medios de comunicación brasileños, de modo especial en la televisión.

2. Ciencia, avance y los *mass media*

No nos interesa aquí conceptuar la ciencia, sino afirmar su importancia, una vez que no solamente nos permite conocer nuestro tiempo, sino también conocer nuestros problemas complejos. Según Hesse et al (1987), la ciencia no es una praxis aislada. Para Klimovsky (1992, p. 21), “la ciencia es fundamentalmente un aprovisionamiento de conocimientos que utilizaremos para comprender el mundo y cambiarlo”. Corroborando con los demás autores Siqueira (2008)

afirma que, del mismo modo que la cultura y la sociedad, la ciencia está en constante construcción y, por ello, es una categoría muy buena para pensar la sociedad, sus problemas, sus actores sociales, sus conflictos e, incluso, su futuro.

La importancia y presencia de la ciencia en la vida humana es incontestable, no solamente porque nos brinda los avances tecnológicos, sino también como estilo de pensar e interpretar el mundo y las relaciones humanas que el universo físico abriga. En los últimos siglos la ciencia se ha desarrollado de tal modo que es imposible acompañar de cerca todos los avances científicos que venimos logrando.

El ritmo acelerado de la ciencia tiende a incrementarse cada vez más, sobre todo por los propios avances que ésta ha proporcionado y que, proporcionalmente, viene posibilitando la amplificación en la velocidad cada vez mayor de los conocimientos generados por las actividades científicas. Sin embargo, tras todo ese desarrollo y velocidad, la ciencia sigue con muchos retos, incluyendo el de la divulgación de los conocimientos que produce.

Existe la tendencia a considerar que el siglo 21 está generando nuevas alternativas de comunicación como la realización de ferias científicas, la creación de museos, la visitas a observatorios astronómicos etc., pero nos olvidamos de la historia. ¿Por acaso los primeros museos del mundo no fueron creados durante el siglo 19? ¿El *National Geographic* no fue fundado en 1888? ¿Podríamos llamar de “auge por la información científica” a la “revolución científica” asociada al Renacimiento? ¿No fue esa revolución científica la que llevó a la publicación de la que es considerada la primera obra de ciencia ficción moderna, *Frankenstein* de Mary Shelley? Lo que posiblemente mudó, y muda constantemente, son los “dispositivos” utilizados para esa divulgación. ¿Novedades? Pocas.

La serie *Cosmos* que presentaba Carl Sagan fue, sin dudas, una de las obras de divulgación científica más importante de la historia: dinámica, atractiva, educativa, formativa. Sin embargo, en la serie, Sagan en ningún momento muestra el trabajo cotidiano del científico, en el mejor de los casos se mostraban unas imágenes de un observatorio, algún espacio abierto, imágenes de un

laboratorio y poco más. ¿Por qué? Porque lo que atrae, lo que nos sorprende es el resultado y principalmente, las posibles aplicaciones. Comenzamos a divulgar normalmente resultados finales que surgen en los centros de investigación. Difícilmente se realice un Periodismo de Divulgación Científica viviendo en un laboratorio y observando el trabajo de los investigadores, un hecho que lleva a que nos perdamos una buena parte de “*la cocina del descubrimiento*”. Nos concentramos en el resultado emergente.

Actualmente presenciamos el fenómeno de las series como CSI o House M.D. Sin embargo, no constituyen una novedad. Efectivamente, en la TV uno de los pioneros de la ciencia forense, o simplemente de la aplicación de la ciencia a la resolución de complejos casos policiales, fue el Dr. Quincy, personaje de la serie de TV del mismo nombre que transcurría en la ciudad de los Ángeles entre los años de 1976 y 1983, mostrando un grado de éxito televisivo similar al de las series del Siglo XXI.

¿Por qué es que ahora resurgen con tanta fuerza las nuevas creaciones hollywoodenses con temas científicos como centro de la historia que está siendo contada? Tal vez surjan justamente, por la falta de programas televisivos que realmente trabajen con foco en la divulgación científica, principalmente si consideramos que la TV es uno de los principales medios de comunicación social.

Exceptuándose Guatemala donde la presencia de la televisión es de 85%, ese medio de comunicación tiene más de 90 % de presencia en la mayor parte de los países de América Latina. En Chile el número llega al 99 %, en la Argentina al 95 % y en el Brasil representa el 97 %². Los números demuestran que este medio es el que más posibilidades tiene de ejercer influencias en la construcción de la realidad de los sujetos sociales. Sin embargo, el conocimiento y la divulgación científica parece que no entran en esta ecuación.

² BRASIL. Governo Federal. Hábitos de Informação e Formação de Opinião da População Brasileira. Encuesta realizada por el Instituto Meta, São Paulo, Brasil, 2010.

Las imágenes tienen la capacidad de mediar nuestra relación con el mundo (Lippmann, 2008). Tomando por base esa asertiva es posible afirmar que los medios - en particular la televisión - juegan un papel fundamental en nuestra visión de mundo. En este sentido, aún conforme Lippmann (2008), las representaciones fornecidas por los *media* actúan como una especie de guía en nuestra labor cotidiana de manejar las informaciones complejas.

2. Ciencia en la televisión brasileña

Desde hace 26 años que el Instituto Gallup constató el interés de la población brasileña por la ciencia y la tecnología. Según el informe titulado “Que el brasileño piensa de la ciencia y tecnología”, publicado en el año 1987, un 70% de la sociedad brasileña está interesada por informaciones de esos dos campos del conocimiento.

Analizando la grilla de programación de los principales conglomerados mediáticos del Brasil entre el 8 y el 14 de julio de 2013 fue posible observar la falta absoluta (de lunes a viernes) de programas dedicados exclusivamente a la divulgación científica. Durante los fines de semana la situación no es diferente y solo podemos destacar 3 programas de la TV Globo, posiblemente para ser políticamente correctos, que son todos emitidos en un mismo intervalo horario, el cual dista mucho de los horarios centrales del conglomerado:

	Bandeirante	Globo	Record	RedeTV	SBT	TV Brasil
Programas	0	0	0	0	0	3

	Bandeirantes	Globo	Record	RedeTV	SBT	TV Brasil
Programas	0	3	0	0	0	5

Globo ciencia (6:20 h), Globo Ecologia (6:42 h), Globo Universidade (7:08 h)

Un punto a destacar en nuestro análisis es la presencia de algunos programas que, según nuestro criterio y con muy buena voluntad, podrían ser considerados dentro de los conceptos básicos de promotores de la información y el conocimiento científico, son programas de la televisión pública TV Brasil, varios de los cuales son difundidos en horarios similares a los utilizados por las grandes redes de televisión privada, sumado a la triste realidad que nos indica que dicho vehículo de comunicación tiene una audiencia que se aproxima a cero (Pessanha, 2013).

Como ejemplos, dentro de ese período analizado, podemos señalar “Opção Saúde” (martes 7:30 hs), un programa sobre calidad de vida, bienestar y salud que ofrece consejos sobre alimentación saludable, ejercicios físicos y prevención de enfermedades; “As Maravilhas do Sistema Solar” (miércoles 22 hs), mini-serie sobre el sistema solar, que presenta los últimos conocimientos científicos emitidos por sondas robots y telescopios del espacio, actualmente reemplazada por el programa “Los rios y la vida” (sin información en la emisora); “Como y Por quê?” (jueves 19 hs), una serie con enfoque educacional que explica, de forma divertida, como las cosas funcionan (no se emite actualmente); “Ser Saudável” (sábado 10 hs) serie sobre salud que aborda, en cada programa, una enfermedad o situación que demande cuidados especiales de salud. Presentado por los médicos de Familia y Comunidad, Camila Furtado de Souza y Enrique Barros, el programa muestra en cada episodio la visita que ambos realizan a personas que tienen o tuvieron una enfermedad o situación de cuidado; “Sustentáculos” (domingos 6:30 hs), que conforme la propia emisora, tiene un lenguaje liviano y visual y es “presentado por tres jóvenes que no son ni un poco *experts* en el asunto. Y, por eso mismo, consiguen desvendar los caminos de la sustentabilidad para expertos y no expertos”; y por último, “Os protetores del planeta” (domingos 17:00 hs), una serie española que muestra acciones bien sucedidas de preservación de la naturaleza alrededor del mundo.

El mismo análisis fue realizado considerando la grilla de programación de los principales conglomerados mediáticos del Brasil entre el 3 y el 9 de marzo de 2014, sin que se observaran cambios significativos en la programación ofrecida. Solo podemos señalar el cambio de un programa por otro, en la TV Brasil, pero sin que esos cambios determinen alguna mudanza de la política informativa. Los nuevos programas que podemos citar son: “El tren de la ciencia” (de lunes a viernes de 19:30 a 20 hs); “Los rios y la vida” (miércoles de 22:00 a 23:00 hs); “TV es ciencia” (sábados de 12:00 a 12:30 hs); “Señal verde” (domingos de 11:00 a 11:15 hs y de 15:00 a 15:15 hs); “Futurando” (domingos de 16:30 a 17:00 hs); Ecopia (sábados 20:30hs).

La información científica en la TV, cuando existe, está restringida a la mera transmisión de una noticia generada por agencias internacionales. No existe ningún programa que aborde la noticia científica en forma sistemática y mucho menos mostrando el trabajo cotidiano de un grupo de investigación. Lo que se muestra es el resultado final - cuando se muestra - de algún descubrimiento notorio. Por eso no es raro encontrar respuestas sorprendentes en la encuesta³, ya que el 80% de los entrevistados tiene interés por la ciencia, pero no conoce ningún centro de investigaciones y ni siquiera el nombre de algún “científico mediático”.

Según Siqueira (2008), al operar en cuanto instancia mediática, la divulgación científica por la TV puede despertar la atención para el discurso científico, pero desde el punto de vista de la divulgación científica, el uso que se hace de este medio en la sociedad brasileña no es satisfactorio.

Si bien, en la última década han aumentado los cursos dedicados a la formación de profesionales especializados en la comunicación científica, el número de esos profesionales formados no alcanza la masa crítica necesaria para que las empresas de comunicación audiovisual den la importancia que el tema merece.

³ BRASIL. Ministério de Ciência e Tecnologia de Brasil. Percepção Pública da Ciência e tecnologia. Encuesta realizada por CDN Estudos e Pesquisas, 2007.

Aún conforme Siqueira (2008) hay programas como el Globo Repórter y el Fantástico - ambos de la más importante empresa de comunicación del país – que tienen materiales incipientes y de rasgo sensacionalista que, conforme señala, poco contribuyen con la formación de las personas, sobre todo porque no traen como objetivos la formación o la educación. En este sentido podemos apropiarnos de la afirmación de Arbex Júnior (2005, p. 97) según la cual

“...especialistas de los más variados campos del conocimiento no raramente optan por restringir la autonomía y soberanía de su propia producción, en nombre de ser aceptados por los medios, que de ellos espera el discurso más ‘adecuado’ a las expectativas del mercado”.

Aún respecto a los programas por ella citados, Siqueira (2008) afirma que se suman dos problemas de orden distintos: la falta de intención de informar sin distorsionar y la falta de acceso a otras fuentes de información que posibiliten a la audiencia conferir la información recibida.

La realidad de la ciencia para la mayor parte de las personas es aquella presentada por los *mass media*. De acuerdo a Epstein (2002), el público conoce a la ciencia menos por intermedio de su experiencia directa o educación previa, y más por el filtro del lenguaje de los periodistas. “Muchos científicos desconfían de los periodistas y critican sus reportajes por infidelidad, simplificación exagerada o eventual sensacionalismo” (p. 82). Por otra parte, este mismo autor señala que “los propios periodistas critican la manera por la cual la ciencia es presentada por los medios” (p. 82). Este autor afirma aun que el propio público reclama frecuentemente porque las informaciones científicas vehiculadas por los *mass media* son incompletas o incomprensibles.

Es posible observar que el tiempo dedicado por los conglomerados televisivos, público o privado, a la divulgación científica es escaso, por no decir que tiende a ser inexistente. Si nuestro análisis está restringido a la TV, podemos afirmar que la divulgación científica no es ajena a un

marcado proceso de elitización, ya que en el mejor de los casos solo existen programas de comunicación científica en la llamada TV por cable o por suscripción, determinando que solamente la población con cierto nivel económico pueda acceder a dicha comunicación.

Es importante resaltar que, en el caso del Brasil, una encuesta realizada en 2010 por el Instituto Meta de San Pablo concluyó que los canales del sistema abierto de televisión son los más accedidos por los brasileños (83,5%). Otro 10,4% de la población también asiste a canales de TV por cable. En total, los canales de TV abierta son asistidos por 93,9% de los entrevistados y solamente 2,7% afirmaron asistir únicamente a canales de TV por cable⁴.

Aunque las estadísticas señalan el interés de la sociedad por las noticias de ciencia y técnica, las empresas de comunicación no dejan de imitar el modelo de desinterés de los países desarrollados hacia las noticias de ciencia, fomentando la difusión de noticias científicas desde una perspectiva espectacular, siendo sin la menor duda, el “Periodismo Científico” que no debe ser incentivado

Contradictoriamente observamos que aspectos relacionados con la prevención y cuidado de la salud no siempre están relacionados a la prevención de enfermedades sociales. Es habitual observar, por ejemplo, que las campañas de vacunación no alcanzan los objetivos pretendidos por las autoridades sanitarias en un período determinado llevando a los responsables a prolongar esos periodos de vacunación. Sin embargo, a pesar de la gravedad de esa situación, no se observan programas de TV que cumplan un papel educativo para incentivar a la población a participar de esas campañas de vacunación. Entonces, ¿qué es lo que está fallando? Existe el interés de las personas por noticias de ciencia, tecnología y salud, pero un acontecimiento básico como la vacunación no es reflejada por los medios televisivos. Evidentemente una vacuna “no

⁴ HABITOS DE INFORMACIÓN Y FORMACIÓN DE OPINIÓN DE LA POBLACIÓN BRASILEÑA. Instituto Meta, São Pablo, Brasil, 2010

vende” tanto como un automóvil, a no ser que existan campañas millonarias financiadas por los gobiernos como fue el caso de la gripe porcina.⁵

Considerando esas afirmaciones, quizá el hecho de que la televisión produzca y exhiba programas como CSI o Dr. House nos di la impresión de que está realizando su papel de considerar los intereses de la sociedad con respecto a la ciencia y tecnología, pero en realidad está mucho más determinada a espectacularizar las informaciones para fines de obtener más consumidores para sus productos de que desarrollar un trabajo con la finalidad de proporcionar a la sociedad informaciones de interés científico e tecnológico que puedan hacer la diferencia en sus vidas.

Esa forma de conocimiento producida y diseminada por la televisión sobre la “ciencia” se encaja bien en los planteamientos de Eriksen citado por Bauman (2008, p. 57) según los cuales en vez de un conocimiento sistematizados la llamada sociedad de la información ofrece de signos descontextualizados conectados unos a los otros de manera “más o menos aleatoria” (destaque nuestro). Aun de acuerdo a ese teórico, esa manera de organizar los conocimientos amenazan tornar hegemónicos a los fragmentos.

Hoy nos deslumbramos con las “nuevas tecnologías” y “las redes sociales” del mismo modo como se deslumbraron los europeos cuando las primeras noticias del descubrimiento del “nuevo mundo” llegaron a las cortes imperiales, o como los “nuevos medios” como el telégrafo, o la primera llamada telefónica asombraran al mundo.

Nos resulta muy complicado entender cómo puede existir un auge en la comunicación científica y al mismo tiempo confirmar año tras año que el país no mejora en sus índices que evalúan la calidad de la educación en ciencias, matemáticas y lectura (Informe del Programa Internacional

⁵ Disponible em: <http://www.diariodasaude.com.br/error.php?msg=2> y <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/marceloleite/747637-o-conto-da-v...> Acceso en: 15 de julio 2013.

para la Evaluación de Estudiantes o Informe PISA (por sus siglas en inglés: *Program for International Student Assessment*).

Sin duda, el interés es mucho, en la práctica poco. Si existe tanto interés por la divulgación científica, como podemos explicar que los cursos de carreras estrictamente científicas no solo no aumenten en el número de los alumnos interesados en esas carreras sino todo lo contrario, en el mismo sentido que la oferta de carreras científicas ofrecidas por Instituciones Universitarias (principalmente particulares): Si existe tanto interés por la ciencia, ¿cómo explicar que ese interés no sea utilizado para abrir nuevos cursos universitarios en las IES?

No son pocos los informes que muestran las dificultades del Brasil (la sexta potencia económica mundial) para encontrar profesionales de disciplinas técnicas altamente calificados y al mismo tiempo exista un interés por las noticias de ciencia y tecnología. En nuestra opinión existe una disociación entre las tareas desarrolladas por los equipos de comunicación científica (mostrando el romanticismo y la belleza de hacer ciencia) y el duro trabajo/estudio al cual un científico se debe someter desde los primeros días de su carrera científica. La aventura del pensamiento es maravillosa y su práctica también, lo que no es tan maravilloso es el desarrollo de la construcción de ese conocimiento.

Los nuevos medios digitales simplemente ayudan en la difusión más rápida de una noticia, pero no contribuyen a generar un nuevo conocimiento científico y lamentablemente tampoco contribuyen a mejorar la calidad de la información difundida. Es normal encontrar la misma “noticia científica” publicada en los más diversos blogs, Web o transmitida por la TV preferida, lo complicado y difícil es encontrar una noticia de ciencia que nos muestre el día a día de la investigación científica.

La idea de la popularización de la ciencia nos lleva a observar la existencia de periodistas que sin el menor pudor “analizan” las crisis ambientales, los problemas de depresión de un pueblo y de

ser necesario la receta más sabrosa para preparar una pizza italiana⁶. La velocidad y la supuesta inmediatez de los nuevos medios, simplemente contribuyen a establecer una temporalidad efímera de la información descubierta.

Si la ciencia despierta mucho interés por parte de las audiencias, no podemos entender como grandes medios de comunicación escritos, como por ejemplo el diario La Nación de la Argentina, eliminó en noviembre de 2011 su sección específica de ciencia, siendo incorporada a la sección de “información general”. No nos sirve la excusa que nos quiere convencer que las redes sociales constituyen un nuevo vehículo de comunicación. Si esa es la nueva realidad, las secciones de económica, de deportes o de espectáculos ¿fueran eliminadas?

Sin embargo, la revista brasileña Ciencia Hoje, en el texto titulado “Perfil em construção”⁷ afirma que el optimismo de los periodistas de América Latina no reside solamente respecto a la profesión de periodista científico, sino también que aparece en la manera como encaran la ciencia. “Cuando cuestionados sobre su principal papel, la mayoría de los periodistas contestaron que es ‘informar’.

De acuerdo con la encuesta, solamente 8% creen que el periodista debe movilizar a la opinión pública e 3% afirman que ese profesional debe vigiar el poder público para defender a los intereses de la sociedad. La encuesta presenta aun, entre otras informaciones, que un 80% de los periodistas consultados no piensan que esa especialidad de la profesión esté en crisis, sino que el 91% recomiendan la profesión.

Es normal ver a periodistas que se dedican a informar sobre los más diversos aspectos de la vida de las personas, desde el aumento del PBI de un país hasta el descubrimiento de una nueva

⁶ Disponible en: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o-jornalista-multi>. Acceso en: 17 de Julio 2013

⁷ Disponible en: <http://cienciahoje.uol.com.br/noticias/2013/02/perfil-em-construcao>. Acceso en: 20 de julio del 2013.

bacteria presente en una roca lunar. El periodismo televisivo, por no decir las empresas de periodismo, se dedican a transmitir e informar (o deformar) los contenidos generados en distintos ambientes de la sociedad.

A partir de los debates generados en el Brasil sobre la ley de bioseguridad una corriente abusiva en el uso de la palabra “sustentabilidad” se puede observar en los más diversos ámbitos sociales, económicos, educativos y políticos en el sentido de presentar a diferentes instituciones comprometidas con las “causas que la población reclama”.

A partir del interés de las personas por vivir en un mundo mejor, grandes corporaciones utilizan conceptos ambientales y/o científicos en campañas publicitarias agresivas. Sin embargo, los autores de este trabajo encuentran, como no podría ser de otra forma, grandes dificultades para encontrar en los medios corporativos estudios que muestren otras versiones sobre a la sustentabilidad. No existe el contrapunto, el “choque de opiniones”, tan necesario para el crecimiento social. ¿Qué papel puede tener el periodismo científico/ambiental en este caso?

La creación y éxito de algunas series de TV contribuyen en gran medida para estimular, supuestamente, a las audiencias para conocer más sobre ciencia y tecnología, o por lo menos a no considerar esa actividad como exclusiva de “mentes privilegiadas”. Sin embargo, si los periodistas consideran que su papel es informar sin considerar vigilar el poder público o defender los intereses de la sociedad, es claro el porqué no existe la presencia de un periodismo científico riguroso y serio en los conglomerados mediáticos. Esas respuestas nos llevan a pensar que difícilmente ese periodismo contribuya a las grandes transformaciones sociales, algunas de las cuales están asociadas al progreso y conocimiento científico.

3. A Modo de Conclusión

Conforme señala Bueno (2007), con quien concordamos, no es fácil la tarea de llevar al cotidiano de las personas temas complejos de ciencia y de tecnología, sobre todo porque en

general la sociedad no está familiarizada con los conceptos básicos de esos dos campos del conocimiento.

En el 2009 el mundo fue sorprendido con el apareamiento de la gripe porcina o Influenza A (AH1N1). Esa temática alcanzó rápidamente las portadas de los medios en nivel mundial. Por increíble que pueda parecer fue un tema de divulgación casi prioritario en los canales de TV, en los periódicos, en las cadenas de radio y surgió la pregunta si ese tema tuvo la importancia que los medios dieron. Como con otros casos, una cuestión económica, política o un mixto de los tres, con una buena dosis de espectacularización.

La sobrevaloración de ciertos sucesos por los medios, la espectacularización, no es ninguna novedad en el campo del periodismo científico. En muchos casos ese formato sensacionalista es adoptado como una estrategia de marketing. Los medios en escala mundial trataron la gripe porcina de modo a sobrevalorarla, puesto que se sabe que esta gripe causa menos muertes que la gripe normal – la gripe de todos los años – pero, aún así, la presencia de la gripe porcina en los medios fue mucho más efectiva.

Podemos afirmar que ese es un emblemático ejemplo y, por tanto, pertinente para ilustrar como la comunicación puede contribuir para generar grandes expectativas en la población. En este caso aprovechadas de manera muy útil por los laboratorios internacionales, ya que a partir de esa prioridad dada al tema, los gobiernos de diferentes países fueron “obligados” a establecer masivas campañas de vacunación, priorizando esa enfermedad por sobre otras, tales como dengue, meningitis o la gripe común, por ejemplo.

Aunque reconozcamos la necesidad de informar a cerca de los pasos dados en los campos de la ciencia y de la tecnología, se hace necesario atender para la complejidad que ello puede representar, puesto que, conforme aboga Bueno (2007), sin una divulgación y un periodismo científico cualificados, la ciencia y la tecnología quedarán alejadas de los ciudadanos.

La sociedad contemporánea, aparentemente bien informada – justamente por el permanente “bombardeo de informaciones”⁸ parece aún padecer de la desinformación en muchos aspectos. Desde el punto de vista científico y tecnológico, o de los conocimientos producidos en el ámbito de la ciencia y de la tecnología todo indica que la información sigue siendo privilegio de una minoría. Son conocimientos de pocos, pues no son divulgados en larga escala, dejando la mayoría de los sujetos sociales completamente ajena a la connotación pública que debería se dar a esos campos. Sin embargo, conforme señala Thompson (2012), no podemos perder de vista el hecho de que, en un mundo cada vez más cercado por productos de la industria mediática, una nueva y mayor tribuna fue creada para el proceso de autoformación. Y, en este sentido, necesario se hace que las empresas en especial la televisión para la información de naturaleza científica y tecnológica.

Bibliografía

Arbex Júnior, J. (2002). Showrnalismo. São Paulo: Casa Amarela.

Bauman, Z. (2008). Vida para o consumo. Traducción Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar.

Costa Bueno, W. da (19-11-2007) JORNALISMO CIENTÍFICO E DEMOCRATIZAÇÃO DO CONHECIMENTO, Portal do Jornalismo Científico, [Recuperado 12-07-2013] de: http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_cientifico/artigo27.php

Epstein, I. (2002). Divulgação científica. 96 verbetes. Campinas: Pontes Editores.

⁸ En la década de 1940, el teórico de la escuela Funcionalista Paul Lazarsfeld ya señalaba para el “bombardeo”, en el sentido de que el flujo muy grande de informaciones provocaría el *mass apathy* o actitud pasiva de la mayoría, llevando a una desinformación virtual

Hesse, Heinhart et al (1987). Por uma Filosofia crítica da ciência. Goiânia: Editora da Universidade Federal de Goiás.

Klimovsky, G. (1994). Las desventuras del conocimiento científico. Una introducción a la epistemología. Buenos Aires: A-Z Editora.

Lippmann, W. (2010). Opinião Pública. Traducción y Prólogo Jacques Wainberg. Petrópolis: Vozes.

Pessanha, S. (24-05-2013). TV BRASIL COM AUDIÊNCIA PERTO DE ZERO. Painel. Folha da Manhã online. [Recuperado 5-07-2013] de: <http://www.fmanha.com.br/blogs/painel/?p=19075>.

Siqueira, D. (10-07-2008). TELEVISÃO E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA. ComCiência Revista Eletrônica de Jornalismo Científico. Nº100, LabJor, Universidade Estadual de Campinas, BR, [Recuperado 22-07-2013] de: <http://comciencia.br/comciencia/?section=8&edicao=37&id=444>.

Thompson, J.B. (2012) A mídia e a modernidade. Uma teoria social da mídia. Traducción Wagner de Oliveira Brandão. São Paulo: Vozes.