

Estamos haciendo divulgación científica

por PERE ESTUPINYÀ

Yo trabajé cuatro años en el programa *Redes* de TVE. Para mí era un excelente programa y Punset, un enorme divulgador que conseguía lo que pocos: entusiasmar a un público amplio y convencerle de que eso de la ciencia era fabuloso. Para sus críticos resultaba confuso y la audiencia no terminaba aprendiendo. ¿Quién tiene razón? ¿Cuál fue el valor divulgativo del programa *Redes*? ¿Lo podemos discutir con datos en lugar de opiniones? No, porque en quince años de programa a nadie se le pasó por la cabeza evaluar el impacto que tenía el programa en el espectador. Visto ahora, absurdo; una oportunidad desaprovechada. Seguimos sin tener datos para comparar el valor

«Quizás no haga falta más divulgación científica sino mejor, y fomentar precisamente al comunicador científico profesional más que al científico comunicador amateur»

divulgativo de *Redes* versus *Órbita Laika*. Cualquier empresario que vendiera productos al consumidor se reiría de nosotros y nos llamaría aprendices.

Cinco días antes de escribir estas líneas estaba comiendo con el vicerrector y jefe de estudios de la Universidad Autónoma del Estado de México, donde me habían invitado a impartir una conferencia, y en un momento me dijeron: «Aquí en la Universidad tenemos varias iniciativas en divulgación científica, como un *podcast*, entrevistas en YouTube, una revista, charlas...» Les pregunté: «¿Y habéis evaluado cuáles tienen más impacto y cuáles menos, para saber cuál potenciar y cuál reformar?» Se hizo un silencio, que intuyo sería similar al de muchas universidades y entidades que financian proyectos de divulgación.

Y me diréis: «Hombre, una idea sí tenemos de lo que funciona y de lo que no.» Cierto. Pero justo antes de viajar a México participé en un encuentro de divulgadores en Chile donde daba una conferencia el socio-



Ilustración:
MOISÉS MAHIQUES

logo Eric Jensen de la Universidad de Warwick (Reino Unido), cuyo trabajo es evaluar el potencial educativo de actividades divulgativas específicas. Sus principales trabajos se han realizado en zoos, y algo que Jensen ha comprobado es que en algunas actividades los niños se lo pasan muy bien, se ríen mucho, disfrutan con los animalitos y las anécdotas que cuentan los voluntarios guías, pero no aprenden un carajo ni cambian su percepción de la importancia de preservar las especies. Si el objetivo no es solo distraer sino también educar, esas «exitosas» actividades no estaban cumpliendo su función.

Y es que nos guste o no, el gran reto de la divulgación científica es hacer evaluaciones de impacto de los proyectos para discernir los que funcionan de los que no. ¿Da pereza? Sí, mucha. ¿Es un gasto extra? También. Pero si de verdad creemos que nuestra misión es tan importante que está por encima de nosotros, toca sacrificar un poco de «buenrollismo» y empezar a reconocer que en realidad somos muy poco científicos en nuestro trabajo, y que hay actividades divulgativas pésimas cuyo impacto puede llegar a ser negativo. Sí, negativo. Hay exposiciones tan mediocres y conferencias tan aburridas, que quien invierta dos horas de su tiempo en llegar al lugar saldrá decepcionado, convencido de que la ciencia efectivamente es un coñazo, y desmotivado para regresar a un nuevo evento.

Quien se dedique a la divulgación por *hobby* está exento de estos comentarios, faltaría más. Pero a las instituciones o individuos que pretendemos dedicarnos

«A las instituciones o individuos que pretendemos dedicarnos profesionalmente a comunicar la ciencia, no nos queda más remedio que empezar a pensar en la evaluación de impacto de nuestras actividades»

profesionalmente a comunicar la ciencia, no nos queda más remedio que empezar a pensar en la evaluación de impacto de nuestras actividades. Y a las entidades que financian proyectos, exigir que sean evaluables. Existen metodologías para hacerlo.

Yo a ratos soy consultor del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Instituciones como el BID o el Banco Mundial invierten mucho dinero en proyectos de ayuda para el desarrollo. Y desde hace unos años la evaluación de impacto se ha convertido en uno de

sus mantras. ¿Por qué? Porque se dieron cuenta de que gran parte de los miles de millones invertidos no servían para reducir la pobreza ni desarrollar a los países receptores. Proyectos que funcionaban sobre el papel, no lo hacían en la práctica. Creo que hay algunos paralelismos con la divulgación, con muchas iniciativas que históricamente no han logrado atacar el analfabetismo científico de la población.

«Nos guste o no, el gran reto de la divulgación científica es hacer evaluaciones de impacto de los proyectos para discernir los que funcionan de los que no»

¿Cómo saber si un proyecto es más eficiente que otro? ¿Cómo recomendar a una universidad que elija entre una estrategia u otra? Pues de manera parecida a como compruebas si el colesterol se reduce más con una dieta que con otra. Evaluando su impacto. Justo a finales del pasado diciembre organicé con el BID un *hackatón* de periodismo científico en Guadalajara (México). Todos salimos convencidos de que había sido un éxito, pero la evaluación del proyecto reveló que varias cosas habían fallado, desde la metodología de presentación de proyectos hasta algunos *speakers* y el horario de las comidas. La segunda edición será mucho mejor.

Los hoteles evalúan la satisfacción de sus clientes; las marcas, sus productos; las escuelas, el rendimiento de sus alumnos; y nosotros, que nos llamamos divulgadores científicos, estamos en realidad haciendo una divulgación acientífica. En parte por el dañino amateurismo que envuelve a este trabajo, ese malentendido de que el científico está obligado a comunicar (con colaborar ya es suficiente), y quizás por miedo a lo que salga.

No quiero citar ejemplos de actividades de impacto divulgativo dudoso, pero tengo algunas en mente y seguro que vosotros también. Quizás no haga falta más divulgación científica sino mejor, y fomentar precisamente al comunicador científico profesional más que al científico comunicador *amateur*. De nuevo, que no se ofendan quienes dediquen ilusionados parte de su tiempo libre a la divulgación. No va por ellos, y que sigan haciendo lo que les apetezca. Yo también lo hago. Pero a otro nivel, y provocaciones estratégicas aparte, el mensaje a extraer de este texto es que debemos empezar a plantearnos seriamente la evaluación rigurosa del impacto de las actividades divulgativas. Podríamos encontrar sorpresas. ☺

Pere Estupinyà. Escritor y divulgador científico (Nueva York).