



XII Taller de Seguimiento Técnico de Proyectos FONTAGRO

Del 20 al 23 de junio de 2017 | La Ceiba, Honduras

CONCEPTOS CLAVE PARA LA DIVULGACIÓN DE HALLAZGOS CIENTÍFICOS

Daniela Hirschfeld
Periodista científica

Organizado por:



Con el apoyo de:



Esto es una noticia

FONTAGRO, el mecanismo de cooperación regional que promueve la innovación en agricultura, organizará el 22 de junio en Honduras la primera reunión de la nueva Red Regional de Comunicación Agrícola. Esta agrupación nuclea a profesionales de investigación y comunicación de instituciones vinculadas al agro de América Latina y el Caribe, y tiene como objetivo trabajar en forma colaborativa para diseñar un plan de comunicación regional.

Organizado por:



Con el apoyo de:



¿Qué elementos hacen que sea **noticia**?

- una novedad: la creación de la red
- y un hecho concreto: la primera reunión

¿Qué hubiera ocurrido si hubiese sido la sexta reunión?

En primera instancia no era noticia de mucho **valor periodístico**.
O mejor dicho, no hubiera sido la misma noticia.

¿Y si solo se hubiese creado la red pero no hubiera reunión?

Sería el germen de una noticia.

Organizado por:



Con el apoyo de:



¿De qué se trata todo esto?

De los **criterios** que utilizan todos los **periodistas** a la hora de evaluar si una información tiene **valor periodístico** y pueda ser divulgada a través de un medio de comunicación.

Parecen simples pero...

En la mayoría de los casos **son el principal obstáculo que separa a periodistas de investigadores.**

Organizado por:



Con el apoyo de:



En esta presentación intentaré compartir algunas **claves para minimizar o eliminar ese obstáculo.**

Les confieso que me gustaría lograr que los científicos piensaran que la mayoría de los periodistas científicos son personas agradables y que no buscan un titular amarillista 😊

Organizado por:



Con el apoyo de:



Para eso, lo primero quiero dejar claros **tres conceptos:**

Difusión/diseminación de la ciencia:

Es llevada adelante por los investigadores con el fin de compartir el resultado de su trabajo con sus colegas.

Divulgación de la ciencia:

Supone transmitir información científica y tecnológica al gran público, usando un lenguaje accesible, ameno y, sobre todo, decodificado. Con frecuencia es realizada por comunicadores, o por científicos con habilidad para comunicar.

Periodismo científico:

Es un tipo de divulgación y también una especialización del periodismo que se enfoca en el tratamiento de la información de carácter noticioso surgida del ámbito de la ciencia y la tecnología.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Son conceptos vinculados, pero con **diferencias sustanciales.**

Por un lado, los **ámbitos/soportes:**

- Mientras la difusión/diseminación de la ciencia se hace en revistas especializadas y en congresos de especialistas,
- la divulgación se hace en museos, charlas públicas, jornadas de puertas abiertas, cursos para público general, documentales, obras de teatro, Internet y medios de comunicación masiva.
- el periodismo científico tiene lugar solo a través de los medios de comunicación masiva.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Por otro lado, las **formas** de transmitir el mensaje:

La divulgación en museos es diferente a la que se hace en cursos, documentales o en un diario. Y definitivamente diferente a la de los artículos científicos.

HOY:

Diferencias entre difusión de la ciencia y periodismo científico

OBSTÁCULO ENTRE AMBOS

Organizado por:



Con el apoyo de:



El **periodismo científico** es ante todo, y **sobre todo**, **periodismo**.

Tiene como fin principal **informar** a la población en general

¿Qué se informa a través de los medios?

- algo nuevo, actual o reciente
- aquello que no está bien y afecta a la sociedad (de modo que pueda solucionarse),
- lo curioso, lo inusual, lo particular, lo único
- lo cercano
- lo lejano pero que puede afectar o interesar a la población local
- lo que le ocurre a personas reconocidas o lo que afecte a muchos

CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD

(recordemos para después la exclusividad y el público objetivo)

Organizado por:



Con el apoyo de:



Al menos alguno de estos criterios deben cumplirse para que una información tenga valor periodístico.

Pero... **casi todo puede ser noticia** si se busca el ángulo indicado.

Evaluation of greenhouse gas emissions from waste management approaches in five islands of Taiwan. (Waste Manag. Res. 2017 May)

En Taiwan es probable que sea noticia.
¿Pero en Paraguay, Uruguay o Bolivia será noticia?
¿Y en Cuba o en República Dominicana?
¿Por qué?

En el **ángulo de la noticia** está la clave.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Frente a los datos científicos, ¿de quién es la tarea de transformar la información científica en información periodística?

- En los hechos, del periodista científico.
- Pero si un investigador busca visibilizar el trabajo de su equipo en los medios, es muy útil que sepa pensar como lo haría un periodista.

Organizado por:



Con el apoyo de:



¿Cómo llega la información al periodista científico?

Por su propio trabajo de investigación o porque alguien lo contactó.

¿Qué busca un periodista científico al ver los datos?

Primero **busca la noticia en base a los criterios de noticiabilidad.**

Pero eso no es fácil.

En los papers, las noticias no están marcadas con rojo o destacadas al principio del texto. Con frecuencia además, están en lenguaje técnico que debe ser comprendido y traducido.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Veamos esta frase como ejemplo:

“Este estudio analiza la posible incidencia de la oferta hídrica edáfica en el tamaño foliar”.

“Este estudio analiza la posible influencia de la disponibilidad de agua en el suelo en el tamaño de las hojas”.

E incluso una vez que decodifiqué esto, luego tengo que entender por qué puede ser importante para mi público.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Un periodista **NO ES** un experto en ciencia.

No tiene por qué tener saber que el déficit hídrico limita la producción de alimentos, que 41% de la superficie terrestre del planeta sufre estrés hídrico y que en ella vive 65% de los pobres del mundo.

El **contexto** que un científico puede ofrecerle le sirve al periodista para evaluar el valor “periodístico” de la información y decidir si es noticia o no.

Además, el periodista no solo hace una nota por día, sino que mañana puede abordar una sobre las enanas blancas o el Hubble, o el uso abusivo de opioide en las cesáreas.

¿Cómo haría para saber todo de todo?

Organizado por:



Con el apoyo de:



¿Cuáles son las herramientas del periodista para hacer este trabajo?

Veamos algunos ejemplos con notas de SciDev.Net

1- El olfato periodístico:

Muchas veces el periodista escucha ciertas cosas, o lee ciertos títulos y resúmenes e intuye que puede haber algo interesante.

Coronary atherosclerosis in indigenous South American Tsimane: a cross-sectional cohort study (La aterosclerosis coronaria en chimanes sudamericanos: un estudio de cohorte transversal)

<http://bit.ly/2sdjI08>

Chimanes de Bolivia, un pueblo sin riesgos coronarios

<http://bit.ly/2qrs6J8>

Organizado por:



Con el apoyo de:



Background

Conventional coronary artery disease risk factors might potentially explain at least 90% of the attributable risk of coronary artery disease. To better understand the association between the pre-industrial lifestyle and low prevalence of coronary artery disease risk factors, we examined the Tsimane, a Bolivian population living a subsistence lifestyle of hunting, gathering, fishing, and farming with few cardiovascular risk factors, but high infectious inflammatory burden.

Methods

We did a cross-sectional cohort study including all individuals who self-identified as Tsimane and who were aged 40 years or older. Coronary atherosclerosis was assessed by coronary artery calcium (CAC) scoring done with non-contrast CT in Tsimane adults. We assessed the difference between the Tsimane and 6814 participants from the Multi-Ethnic Study of Atherosclerosis (MESA). CAC scores higher than 100 were considered representative of significant atherosclerotic disease. Tsimane blood lipid and inflammatory biomarkers were obtained at the time of scanning, and in some patients, longitudinally.

Findings

Between July 2, 2014, and Sept 10, 2015, 705 individuals, who had data available for analysis, were included in this study. 596 (85%) of 705 Tsimane had no CAC, 89 (13%) had CAC scores of 1–100, and 20 (3%) had CAC scores higher than 100. For individuals older than age 75 years, 31 (65%) Tsimane presented with a CAC score of 0, and only four (8%) had CAC scores of 100 or more, a five-fold lower prevalence than industrialised populations ($p \leq 0.0001$ for all age categories of MESA). Mean LDL and HDL cholesterol concentrations were 2.35 mmol/L (91 mg/dL) and 1.0 mmol/L (39.5 mg/dL), respectively; obesity, hypertension, high blood sugar, and regular cigarette smoking were rare. High-sensitivity C-reactive protein was elevated beyond the clinical cutoff of 3.0 mg/dL in 360 (51%) Tsimane participants.

Interpretation

Despite a high infectious inflammatory burden, the Tsimane, a forager-horticulturalist population of the Bolivian Amazon with few coronary artery disease risk factors, have the lowest reported levels of coronary artery disease of any population recorded to date. These findings suggest that coronary atherosclerosis can be avoided in most people by achieving a lifetime with very low LDL, low blood pressure, low glucose, normal body-mass index, no smoking, and plenty of physical activity. The relative contributions of each are still to be determined.

Chimanes de Bolivia, un pueblo sin riesgos coronarios

Los chimanes, grupo indígena que habita a orillas del río Maiqui, en la Amazonía boliviana, “tienen las arterias más sanas del mundo”, según un estudio publicado en la revista “The Lancet” que comparó los hallazgos con análisis en otras comunidades.



2- Un poco de ayuda

de los investigadores o los departamentos de comunicación de institutos o universidades.

Si el investigador entiende qué elementos pueden ayudar al periodista, es más fácil convencerlo de que difunda sus resultados.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Vayamos al **primer contacto periodista científico-investigador:**

- * Es posible que algunos investigadores hayan tenido una mala experiencia con un periodista. (Hayan sido mal citados, no citados, citados fuera de contexto, citados para hablar de un tema mal abordado, etc).
- * O quizás nunca se contactaron con un periodista pero escucharon las historias escalofriantes, por tanto, recibir un correo electrónico o una llamada de un medio les da inseguridad.

Las experiencias positivas se basan en buenas relaciones y roles claros.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Cinco claves para un matrimonio armónico

Clave I: Entendimiento mutuo

Aunque al científico le lleve años publicar una investigación, el periodista debe publicar su artículo en pocos días. **Concepto de cierre, *deadline*.**

No hay ningún valor noticioso si publico mi información dos días después de que lo hicieron los colegas.

Aquí el **concepto de exclusividad**

Organizado por:



Con el apoyo de:



Clave II: Estar ahí para el otro

Aún cuando haya un comunicado de prensa sobre la investigación, el periodista querrá conversar con el autor, personalmente o por teléfono.

También es beneficioso para el científico porque puede frenar posibles errores.

Como periodista, no haría bien mi trabajo si simplemente copio el comunicado.

Si la noticia es para radio o TV más clara aún la necesidad de tener el testimonio del investigador.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Clave III: Ser claro y directo

El periodista requerirá que su fuente (el científico) sea **breve** y lo más **claro** posible.

Respuestas largas y confusas deben editarse en la transcripción y eso puede inducir a errores.

Ni qué decir si es en radio o TV donde los segundos son oro.

Si el científico quiere que sus pensamientos se incluyan en el artículo, es aconsejable preparar comentarios breves (y claros).

Sea “citable”

Organizado por:



Con el apoyo de:



Clave IV: Compartir con el otro

Compartir supone que el científico haga que sus conocimientos sean también los conocimientos del periodistas.

Esto implica evitar el vocabulario técnico, o explicar muy bien cada concepto usando ejemplos, analogías, casos, hasta dibujos.

A veces el periodista solo necesitará hablar con el investigador para que lo ayude a comprender mejor un tema, o buscará su opinión sobre un artículo de otro científico.

Podrá no citarlo, pero esa comprensión redundará en un mejor artículo.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Clave V: Construir día a día la confianza

Tanto el periodista como el científicos buscan hacer su trabajo.
No hay teorías conspirativas.

- * No estar a la defensiva
- * No hablar como si el periodista fuera su alumno

Enviar un artículo periodístico para que lo apruebe el entrevistado es inviable, por el modo de trabajo de un periodista y por las normas éticas del periodismo.

La confianza se va construyendo con
buenas experiencias de las dos partes.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Sugerencias para el investigador que se acerca al periodista para ofrecerle divulgar su trabajo:

1- Sea capaz de transformarse en su vecino o en su tía Marta.

Piense, ¿qué aspecto, resultado o ángulo del estudio puede ser de interés para alguien que no sea especialista?

2- Intente aplicar los criterios de noticiabilidad.

3- Vuelva a pensar en su vecino y la tía, y traduzca.

¿Cómo le explicaría a ellos su trabajo y la importancia que tiene?

- Evite las palabras y modismos que usa con sus amigos científicos.
- **Hable en español normal.**
- Use ejemplos, analogías, casos actuales o históricos, apele a problemas de la vida cotidiana.

Organizado por:



Con el apoyo de:



4- Arme un paquete con los tres puntos anteriores.

Detalle por qué es interesante su trabajo (1), exponga el lado noticioso o novedoso de su tema (2) y explíquelo en el español que entiende la tía Marta (3).

Y ahí tiene su noticia! ;)

También piense en **el público objetivo**: cada medio tiene una impronta, un perfil, una ventaja comparativa. Y en **la exclusividad**: No ofrezcan la misma nota a dos medios competidores. Hay estrategias de comunicación para eso.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Ese paquete de tres puntos se puede convertir luego en...

Las 5W del periodismo (what, why, when, who, and where)

- Qué/cuál es la noticia
- Por qué
- Cuándo ocurrió
- Quién la hizo/protagonizó
- Dónde tuvo lugar.

No tienen un orden establecido, e incluso alguna puede faltar en el primer párrafo, aunque en algún punto del artículo siempre aparecen todas.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Veamos el ejemplo inicial:

FONTAGRO (**QUIÉN**), el mecanismo de cooperación regional que promueve la innovación en agricultura, organizará el 22 de junio en Honduras (**CUÁNDO y DÓNDE**) la primera reunión de la Red Regional de Comunicación Agrícola (**QUÉ**). Esta agrupación nuclea a profesionales de investigación y comunicación de instituciones vinculadas al agro de América Latina y el Caribe, y tiene como objetivo (**POR QUÉ**) trabajar en forma colaborativa para diseñar un plan de comunicación regional.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Hasta aquí les conté un poco de la vida de un periodista científico que trabaja en un medio de prensa tradicional.



Evaluadora del llamado
“Popularización de la Ciencia y la Tecnología”
Agencia Nacional de Innovación e Investigación (ANII) de Uruguay

También aplico **criterios periodísticos**:

- el impacto de cada proyecto,
- la importancia que tiene divulgar sobre el tema propuesto,
- la originalidad,
- y la calidad de la propuesta, entre otros aspectos.

Organizado por:



Con el apoyo de:



En los primeros años, científicos y comunicadores presentaban proyectos por separado.

El resultado = muy técnico o superficial, o limitado

Por eso hace tres años indicamos en las bases que se valoraría que en los proyectos cada tarea estuviera en manos del profesional idóneo.

Algo que parece obvio pero que no lo era.

El resultado fue muy **positivo**

No solo aumentaron los proyectos presentados sino que mejoró la calidad y la variedad, y se generaron nuevos vínculos.

Organizado por:



Con el apoyo de:



Y de eso, precisamente, se trata la divulgación científica: de un trabajo colaborativo entre el investigador y el periodista científico, de un dúo que sabrá sortear crisis.

Organizado por:



Con el apoyo de:



¡Gracias!

daniela.hirschfeld@gmail.com

Organizado por:



Con el apoyo de:

