

## ¡QUE ALGUIEN DISPARE A ESE HOMBRE! CONSIDERACIONES SOBRE EL NIVEL DE APRECIACIÓN PROFESIONAL A LOS PERIODISTAS CIENTÍFICOS<sup>(\*)</sup>

Oscar Lobato  
Redactor de Diario de Cádiz

<sup>(\*)</sup> Texto escrito de la comunicación presentada por el autor en las II Jornadas "Eureka" sobre Aspectos Lúdicos en la Enseñanza de las Ciencias, celebrado en Puerto Real (Cádiz) en noviembre de 2003.

### RESUMEN

*En el artículo se realiza un análisis crítico sobre el nivel de apreciación profesional que tienen los periodistas científicos. Se discute el papel de la ciencia en las noticias de actualidad de la prensa y cómo la función de los medios de comunicación –informar, formar y entretener- ha quedado hoy reducida a esta última. Así mismo, la discusión sirve para mostrar la escasez de espacios que en los medios de comunicación se ofrece sobre ciencia, a pesar de constituir ésta, hoy más que nunca, un elemento fundamental para la educación científica del ciudadano.*

**Palabras clave:** Comunicación, Ciencia, Difusión, Tendencia y 'Nessie'.

*"¿Por qué las cosas son como son y no de otra manera?"*  
Johannes Kepler

Miente quien diga que el periodismo no ha aportado nada a la Ciencia. Ahí está el caso de "Nessie", el monstruo del Lago Ness. Gracias a los esfuerzos de la Prensa y desde la primera mitad del siglo XX; el mayor estrambote zoológico del mundo ha logrado encarnarse en un absurdo recurrente que surge, de tanto en tanto, como una pesadilla, para emborronar páginas de tinta impresa, agotar horas de radio y consumir minutos de televisión.

Aunque un fenómeno de tal entidad es obra en parte de la Oficina Turística Local de Uthquart (Escocia); no debe minimizarse el rigor y la entereza de toda una saga de periodistas, que han aportado su granito de arena.

Reconozcamos la encomiable profesionalidad de esa grey de informadores, más o menos anónimos, quienes han sembrado entre una multitudinaria turba de cretinos, la idea de que un saurio de principios del cálido Jurásico (unos 207 millones de años atrás) no sólo ha sobrevivido en uno de los lugares más fríos de Europa; si no que además lo ha hecho en un lago de renta limitada y evitando tributar a Hacienda.

Sin la menor noción de Herpetología, hasta un memo puede percatarse de la importancia del calor y del sol para los reptiles. Basta con observar a cualquier lagarto actual. Pero, merced al rigor periodístico de la Gran Bretaña en la década de los 30 del pasado siglo, ha quedado anotado e incluso fotografiado que una suerte de plesiosaurio bastante chungo ha pervivido en el fondo de las gélidas aguas escocesas, pese a carecer de calefacción, chimenea o tan siquiera de una manta para cobijarse.

'Nessie' saltó a la fama en 1934, gracias a una instantánea de su jeta, captada por la cámara del médico londinense Robert Kennet Wilson. Pronto, todos los medios de comunicación, británicos o extranjeros, se apresuraron a relatar por boca de sus enviados especiales las terribles hazañas y siniestras andanzas de la criatura. Esta práctica ha seguido empleándose, sin el más mínimo pudor, hasta la actualidad, con diferentes variaciones sobre el mismo tema y ha originado la expresión "serpientes de verano".

Cualquier periodista enviado a las orillas del Ness esos días habría sabido, sin el menor esfuerzo, que la leyenda de un monstruo habitante del lago, circulaba en la región desde el siglo VI d.C. Era el invento auto-promocional de San Palomo, un monje irlandés de la época, quien alcanzó gran predicamento tras asegurar haber aplacado a la bestia, dándole de comer de su propia mano y sin despeinarse siquiera.

Si alguno de aquellos sagaces informadores hubiera puesto mayor empeño, habría descubierto que el eximio doctor Wilson no ejercía como médico, ni en Londres ni en parte alguna, por la sencilla razón de que no existía.

Una consulta a cualquier enciclopedia o a un científico habría descartado toda hipótesis de supervivencia pues, por mera biología, habría sido precisa una población zoológica mínima de unos 300 monstruos semejantes, amén de una inagotable reserva alimenticia de peces en un lago tan biológicamente pobre como el Ness, para que un solo 'Nessie' siguiera vivo.

Una investigación seria les habría conducido hasta la pista de (¡oh, cielos!) un periodista coetáneo, llamado Marmaduke Wetherell. Este sujeto fue contratado por el londinense *Daily Mail* para localizar al bicho y, tras ser despedido, urdió una venganza contra el rotativo, al cual logró engatusar de nuevo y venderle la mencionada fotografía, considerada durante decenios un testimonio irrefutable de veracidad.

Una foto realizada por su hijo, Ian Wetherell, para ayudar a su padre en la revancha, usando una figura de plástico dispuesta sobre la maqueta de un submarino de apenas 30 centímetros de longitud.

Vale. Eran años duros, de depresión social... Todo servía, menos pensar. Saltemos pues a un lugar más cercano en el tiempo y en el espacio.

Estamos en 1983. Radio Bilbao emite un programa con intervención del presunto periodista y supuesto escritor J.J... Fulánez. Tan eximio *periodor* e insigne *escribista* desvela esa noche a su devota audiencia un hallazgo estremecedor: el autentico sonido de un legítimo ovni de la acreditada marca Ufo, grabado en el barrio de Zurbarán, en la periferia de dicha ciudad.

Fulánez llega a sostener durante el programa una encendida discusión con uno de los autores de la grabación, quien pone en duda la honestidad del gran "divulgador", bastante más para-psiquiatra que parasicólogo.

Por no dar mayor relevancia a un individuo que en cualquier planeta serio hubiera sido embreado y emplumado, baste decir que el misterioso registro de la grabación sonora era el reclamo sexual del sapillo partero ibérico (*Alytes obstetricans*), según han documentado dos biólogos y dos ingenieros de sonido, además de haber sido confrontado con siete sonogramas idénticos procedentes de la fonoteca del Museo Zoológico de Barcelona.

Alguien puede preguntarse cómo es posible que tanta falacia haya tenido y tenga cabida en los medios de comunicación. La cuestión podría formularse en los siguientes términos: "Es posible que existan civilizaciones en otros planetas. Pero... ¿Hay vida inteligente entre la Prensa?".

La respuesta es un contundente sí. La única posibilidad del público de los citados medios para conocer o aproximarse a la verdad, descansa precisamente en la profesionalidad de los periodistas. Aunque este es un universo complejo, donde tiene gran predicamento el consejo que Cary Grant le da a Rosalind Russel en la película "Luna Nueva" (*His Girl Friday*): "Nunca dejes que la realidad estropee un buen reportaje".

Todo el mundo olvida que eso llamado Prensa es además de un poder fáctico, una industria. Y ese tejido industrial suele estar dirigido por empresarios y no por periodistas.

Si algo tienen claro los editores, es decir, los rectores de los medios de comunicación desde el siglo XVII hasta el presente, desde los "pliegos de cordel" y los romances de ciego hasta la fecha; es que al gran público se satisface con historias de triple "S": sangre, sexo y superstición.

¿Por qué arriesgarse pues a enemistar poderosos, a enconar a las grandes firmas anunciantes o a elaborar contenidos veraces, objetivos y rigurosos...? Las tres virtudes teologales de la Comunicación: informar, formar y entretener, han quedado hoy reducidas a esta última. O, mejor dicho, a lo peor de esta última.

Tal vez no sea una casualidad que los dos mayores conglomerados de medios de comunicación en Europa estén ahora en manos de individuos de la catadura de Silvio Berlusconi y Rupert Murdoch, aunque este último sea australiano de nacimiento.

Y es preferible eludir la espinosa cuestión de quién está realmente detrás de las grandes cadenas de televisión estadounidenses, consideradas el paradigma a imitar por todos los ejecutivos empresariales del mundo mundial.

Semanas atrás, el maestro de periodistas europeos y reciente premio "Príncipe de Asturias 2003" de Comunicación y Humanidades, Ryszard Kapuscinski (Polonia, 1932) acuñaba una de sus habituales lapidarias sentencias: "La Verdad apenas sobrevive en la mercancía informativa".

Es mejor ceder la palabra al magisterio de Kapuscinski, para analizar la actual mentalidad de gestión en las empresas del sector.

*"Hoy, los altos directivos son personas que ni son periodistas ni quieren serlo; ni tienen interés en comprender lo qué es el periodismo. Sus objetivos son otros y los periodistas que trabajan para ellos han perdido mucho nivel de interlocución, porque no hallan sintonía en el planeamiento de la producción informativa".*

En este contexto, el rigor, la veracidad o la mera difusión científica y cultural atraviesan un mal momento. La vieja sentencia del ministro hitleriano de Propaganda, Joseph Goebbels: *"cuando oigo la palabra Cultura, echo mano a mi pistola"*, cobra hoy vigencia plena en el ámbito editorial.

Evidentemente, ninguna empresa de comunicación reconocerá abiertamente el secreto discurrir de sus intereses. Todo empresario periodístico se presenta a sí mismo y a su compañía como un paladín de libertades civiles y públicas, además de cómo filántropo, valedor de la infancia y mecenas de la Cultura.

Hagan balance. Comparen mentalmente el número de minutos que dedica cualquier cadena de televisión a la difusión de la Ciencia. Ahora, confróntelos con el de horas dedicadas a retransmisiones deportivas, especialmente de fútbol. Una ecuación válida y extensible -con introducción de ciertos matices- tanto a los periódicos como a las emisoras radiofónicas.

Seducidos por el vals de la autocomplacencia, escasean los teóricos de la Comunicación que aborden este novísimo hecho. El canadiense Marshall McLuhan (1911-1980) enunció que "el Medio es el Mensaje". Hoy, además, "el Medio es el Masaje"

Ahora unas breves notas limitadas al ámbito de la Prensa escrita, cuyos mecanismos de auditoria están bastante acreditados en España:

- En este país salen al mercado cada día 95 periódicos impresos. Contando los que no se someten al control de la Oficina para la Justificación de la Difusión, la OJD -una entidad fiable y probada de control- y sumados éstos a los electrónicos; el numero total ronda los 120.
- En un cotidiano nacional de formato tabloide medio (80 páginas), las informaciones sobre difusión de cuestiones científicas apenas cubren 0,8% de la superficie de su estampa.
- Sólo cinco periódicos de tirada nacional tienen secciones monográficas bajo el epígrafe "Ciencia". Deberían salir cada día como el Sol, pero ésta es una circunstancia no garantizada.
- En el mejor de los casos, las informaciones estrictamente científicas nunca sobrepasarán el 2,5% de la superficie impresa del diario, contando con la presencia de varias fotografías o una infografía del tamaño A3.
- La proporción mínima de información diaria editada bajo el cintillo "Política" supone al menos el 12,8%. La de las noticias abiertamente relacionadas con "Economía" (es muy usual camuflar estas actividades en otros contextos) es del 9.7%
- En días sin competiciones deportivas especiales, el promedio de ocupación de esta sección sobre el total del periódico es del 12%, pero es usual que alcance

hasta un mínimo del 15,3% de la edición. Fines de semana y olimpiadas de guardar no han sido consideradas.

- Un último dato. Si comparamos sólo las noticias referidas a fútbol y publicadas a lo largo de 30 días, con las informaciones exclusivamente científicas, la proporción de ocupación es del 98,02% para las primeras frente al 1, 98 para las segundas.

Pasemos ahora muy brevemente a la Radio. Un solo hecho. Actualmente se emiten 28 programas en FM y Onda Media, con al menos 30 minutos de duración, consagrados al Ocultismo y la Parapsicología. Sólo 7 espacios de igual o superior formato se dedican a la difusión científica, aunque en las horas más infames de la escaleta de programación.

Una breve cita a la Televisión. Cualquier programa basura emitido en horas de máxima audiencia cuesta por noche y de promedio, once veces más que los derechos para adquirir una serie científica con un mínimo de 15 capítulos y de producción tan cuidada como las de la BBC.

Conscientes de esta grave laguna, los ejecutivos de la *"caja tonta"* la solventan concediendo tres veces más tiempo de emisión a programas de adivinación y tarot, que a series sobre aspectos de la Astronomía o a la Física.

Un último dato en honor a la verdad. Las emisoras de radio y cadenas de televisión públicas otorgan mayor atención que las privadas al apartado de "Divulgación" (con todo lo que en este amplio saco cabe). Otro gran logro del evangelio de "La globalización según San Bush".

En lo tocante a divulgación científica en los medios de comunicación, el aserto de Evangelista Torricelli: *"Vivimos en el fondo de un mar de aire"*, resulta una descripción muy ajustada.

Cabría preguntarse el porqué de esta situación. El autor de estas líneas francamente lo ignora.

En mi experiencia profesional, cualquier tema científico, expuesto en la forma más amena, clara y divulgativa posible, es siempre bien acogido por el comunicatario de la información. Incluso ha generado secuelas y posteriores comentarios epistolares.

Una situación, bastante parecida, a la que comparten otros compañeros de los diferentes medios de comunicación, quienes ponen dedicación y coraje en estos temas, al tiempo que adquieren conocimientos y contactos entre los ámbitos científicos o docentes.

En forma de reflexión muy personal, me permito sugerir lo siguiente: La Ciencia está hoy más obligada que nunca a abandonar el pedestal de las cátedras y la torre de marfil del arcano de la erudición. Debe saber valerse de los nuevos medios tecnológicos y lograr convertirse en un bien demandado socialmente.

Nadie entre mis colegas interesados da la batalla por perdida. Al contrario, cada día se logran nuevas pequeñas victorias.

Sin embargo, algo debe quedar muy claro. El mayor riesgo en la Comunicación viene dictado por la inmediatez y la brevedad a que nos vemos constreñidos.

Los divulgadores, los científicos, deben posponer el rigor a la previa noción de conocimiento elemental, con la exigencia de que esta seduzca e invite al neófito a adentrarse en mayores profundidades.

El premio Nobel de Química, Glenn Theodore Seaborg, lo enunciaba con singular clarividencia al postular: *"La educación científica de los jóvenes es, al menos, tan importante o acaso incluso más, que la propia investigación"*.

Por tanto, iniciativas como las de estas "Jornadas Eureka sobre aspectos lúdicos en la Enseñanza de las Ciencias" y las actividades docentes que de aquí se extraigan son, a mi entender, los pasos adecuados en el camino correcto.

Un último consejo. Lo mejor no es buscar una difusión desmesurada a través de los medios de comunicación; si no mantener abiertos permanentemente puentes con determinados profesionales del sector, elegidos tras evidenciar su constancia y coherencia.

La Ciencia, como el helio, tiene propensión a elevar a su continente y alejarlo del suelo. Una eficaz cooperación por ambas partes, puede eludir este riesgo.

Hacia 1931, Charles Chaplin, Charlot, y Albert Einstein tuvieron ocasión de conocerse personalmente y compartir tertulias en algunas cenas de sociedad. Durante una de estas veladas, el científico comentó al cineasta:

*- "Siempre he admirado de usted que su arte sea tan universal. Todo el mundo lo comprende y lo admira".*

*- "Lo suyo es mucho más digno de respeto –replicó Charlot-. Todo el mundo lo admira y prácticamente nadie le comprende".*

La réplica no debió caer en saco roto. Años más tarde Einstein afirmaba durante una entrevista: *"No entiendes realmente algo a menos que seas capaz de explicárselo a tu abuela"*.

Personalmente, aliento a todos los participantes a convertirse en una auténtica *"mosca cojonera"* para los directores de los medios. A reclamar un espacio bajo el Sol, en el ámbito de la información.

Espero que sepan pronto lo que es caminar por una redacción de informativos y ser preguntado por alguien sobre qué vas a escribir. Si su respuesta es que intentan explicar algo sobre fisión nuclear, oceanografía, meteoritos celestes o cualquier otro tema; no se sorprendan si alguien les señala con el dedo y grita burlón:

*"¡Que alguien dispare a ese hombre...!"*