

UNA INSTANTÁNEA DE LA CIENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN AUSTRALIA

A SNAPSHOT OF SCIENCE IN THE MEDIA IN AUSTRALIA

Toss Gascoigne

En Australia, la globalización, la comunicación a través de la red y la concentración de los medios en manos de un número reducido de propietarios, afectan a la cobertura periodística de la ciencia. Los científicos tienen la oportunidad de lograr la cobertura periodística de sus trabajos en la prensa de calidad y en la radio. Su acceso a la televisión es difícil ya que éstas prefieren las noticias que mezclan información y entretenimiento a las que son importantes. Esto no es más que el reflejo de un cambio cultural de los medios de comunicación, que ha ido ocurriendo durante los últimos quince años.

Globalization, communication over the Network and the concentration of the media in the hands of a small number of owners in Australia, affects the media coverage of science. Scientists have the opportunity to achieve media coverage of their work in the press and over radio. Access to television is difficult as they prefer news that mixes information and entertainment to that which is important. This is no more than a reflection of a cultural change in the media, which had been happening over the last fifteen years.

El tratamiento de la ciencia por parte de los medios de comunicación está cambiando rápidamente en Australia. En parte, ello se debe a dos factores tecnológicos que están afectando a todos y cada uno de los países del mundo: la globalización y la era electrónica. Y, en parte, también se debe a la gran concentración de medios en las manos de un puñado de propietarios, y a la dimensión reducida de nuestra población (y en consecuencia, a un mercado pequeño). Nos gustaría explorar cada uno de esos elementos y explicar cómo afectan a la cobertura periodística de la ciencia.

Globalización

Los asuntos científicos se tratan cada vez más a través de noticias internacionales. Para la prensa escrita australiana es habitual publicar artículos procedentes de fuentes tales como *The New York Times* o los diarios británicos *The Guardian* y *The Daily Telegraph*.

Generalmente, dichos artículos se reproducen íntegramente y no dejan lugar a comentarios por parte de los periodistas locales o sobre las implicaciones que pueden tener en Australia.

Aunque la ciencia es una empresa internacional, el uso acrítico de tales artículos tiene un valor limitado para los australianos. Uno de los efectos, por ejemplo, es que se limitan las oportunidades de los periodistas que intentan desarrollar sus carreras como especialistas científicos.

Hemos llegado a una situación en la que nuestros grandes diarios publican extensas necrológicas de personajes extranjeros, como oscuros lores del Reino Unido totalmente desconocidos en Australia y sin relevancia alguna para la población local.

La era electrónica

Hace una década los medios de comunicación tenían el monopolio de las noticias. Hoy, muchos lectores y espectadores han sustituido los medios tradicio-

nales por fuentes de la red. La red ofrece una cobertura más especializada y, a menudo, más rápida. En lugar de ser la única, los medios tradicionales son, sencillamente, una fuente más.

Concentración de medios y mercado pequeño

El número de periódicos se ha reducido a uno o dos diarios en cada una de las ocho capitales regionales o nacionales de Australia. Y el 70 % de la prensa escrita es propiedad de News Limited, la red internacional dirigida por Rupert Murdoch.

En los últimos 20 años, los grandes diarios de las ciudades australianas se han reducido a la mitad. A causa del tamaño limitado del mercado publicitario y de la agresividad de la competencia, muchos se han visto forzados a cerrar, o a fusionarse con sus competidores.

Hay cinco canales nacionales de televisión en abierto, dos de ellos propiedad del gobierno y tres comerciales. Las cadenas comerciales siempre atraen a las mayores audiencias, mientras que la Australian

Broadcasting Corporation (ABC), más seria, se sitúa en cuarto lugar y, en el quinto, una red especializada que pone el énfasis en un enfoque internacional y en la presencia de lenguas extranjeras.

Estos canales en abierto se complementan con redes de televisión por cable, que están especializadas en noticias, deportes, naturaleza, o películas antiguas, y su cuota de mercado es todavía relativamente pequeña (aunque en crecimiento).

En cuanto a la radio, ABC consta de tres redes nacionales y una local. La FM ha abierto el mercado radiofónico a muchas emisoras nuevas distribuidas en

«Los periodistas especializados en ciencia dicen que su mayor batalla es la lucha con los responsables de los diarios por conseguir espacio para publicar sus temas.»

un abanico que comprende desde emisoras locales de aficionados a grandes grupos comerciales que enfatizan la radiofórmula.

Entonces, ¿qué oportunidades tienen los científicos de lograr cobertura periodística para sus trabajos? ¿Y cuál es la calidad de dicha cobertura?

Todos los medios de comunicación han experimentado un desplazamiento del análisis detallado y la cobertura informada, a un estilo más ligero con un enfoque de estilo de vida-entretenimiento. El número de especialistas bien informados en ciencia ha caído en picado y los periodistas científicos generalmente trabajan en un entorno poco amigable.

Resulta extraño para un periodista científico alcanzar una posición de influencia en un medio de comunicación, como director de informativos, jefe de sección o editor. Esos cargos suelen recaer en periodistas procedentes de deportes o política (que los medios australianos tratan como un deporte). La perspectiva favorita de los medios es la de tratar los asuntos en términos de blanco o negro, sin dejar lugar a sutilezas ni incertidumbres. Tiene que haber un ganador fácilmente reconocible.

La mayoría de los periódicos cuentan con un redactor especializado en temas científicos, otro en salud, y otro en medio ambiente. A veces se combinan,

y raramente se trata de personas con cualificaciones formales en la materia. Esto no tiene por qué ser una debilidad necesariamente, pero puede serlo. Un buen periodista puede compensar, casi siempre, la falta de conocimiento con una buena técnica.

Los periodistas especializados en ciencia dicen que su mayor batalla es la lucha con los responsables de los diarios por conseguir espacio para publicar sus temas.

La prensa de calidad ofrece las mejores posibilidades para la cobertura de temas científicos. Si la noticia tiene relevancia para los lectores, o tiene alguna particularidad que la hace inusual, si viene acompañada de una buena foto, y si el científico conoce la mejor manera de acercarse al periodista, sus posibilidades de aparecer en un medio periodístico son razonables.

También la radio ofrece oportunidades, casi siempre a través de la red nacional de ABC. Los científicos pueden aspirar a aparecer en los informativos (presencia media de 45 segundos), o en programas de actualidad si se trata de un tema controvertido (3 minutos), o en programas especializados (10-30 minutos, pero normalmente con una audiencia pequeña). Si tienen personalidad y pueden contar una buena historia, pueden asistir como invitados a un magazine (5-10 minutos).

La televisión es el medio de más difícil acceso; la mayoría de los informativos incluyen una noticia en

Toss Gascoigne



Licenciado en Filosofía y Letras por la Australian National University y diplomado en Educación por la University of Tasmania. Desde 1992 ha realizado talleres de herramientas mediáticas y de presentación para científicos en Australia y también en Nueva Zelanda y Sudáfrica. Durante ocho años, y hasta 2004, fue director ejecutivo de la Federation of Australian Scientific and Technological Societies (FASTS). Desde enero de 2004 es director ejecutivo de CHASS, consejo que representa los intereses de los australianos que trabajan en humanidades, artes y ciencias sociales. También es presidente y miembro fundador de Australian Science Communicators (ASC). Ha publicado diversos artículos y libros sobre comunicación de la ciencia.

director@chass.org.au



la edición nocturna (70-90 segundos). Puede haber posibilidades en programas especializados o magazines (10 minutos); y si el científico no tiene suerte puede acabar siendo investigado por un programa de actualidad (7-50 minutos).

¿Qué comentarios se derivan de esta breve descripción?

- La presencia de temas científicos en los medios de comunicación depende sobremanera de un puñado de individuos con talento. Tenemos algunos periodistas con grandes dosis de talento y energía, pero, cuando alguno de ellos deja el trabajo, su puesto suele quedar sin cubrir. Esto contrasta con diarios como *The New York Times*; cuando visité su sección de ciencia hace diez años, ¡tenían 25 redactores especializados y tres subeditores!
- Demasiado a menudo los medios de comunicación prefieren las noticias curiosas a las importantes. Su estrategia consiste en atraer y retener cuotas de audiencia mediante la oferta de material ligero y de entretenimiento, de manera que el nacimiento de una jirafa desplaza de portada a una noticia importante sobre el efecto invernadero. Los medios de comunicación australianos –particularmente la televisión– se decantan por el *infotainment*, una combinación de información y entretenimiento.

Los medios de comunicación han experimentado un cambio cultural significativo durante los últimos 15 años. Como se lamentaba uno de mis colegas australianos, «[los medios de comunicación] se han convertido en un negocio fabril, y el científico que no lo entienda acabará magullado y sangrando». ¶