Lo que va de tener lectores a tener audiencia

Milagros Pérez Oliva*

Resumen: La apuesta de los principales medios de referencia por el periodismo especializado ha contribuido a mejorar en las últimas décadas tanto la calidad de los contenidos como la relación entre periodistas y científicos. Esas mejoras están, sin embargo, amenazadas por los efectos de la triple crisis —económica, de modelo industrial y de credibilidad— que sufren los medios por los cambios que la revolución tecnológica ha propiciado en las formas de consumir información. El periodismo científico debe resituarse y adaptar las exigencias de rigor y calidad al nuevo ecosistema surgido de la revolución digital.
Palabras clave: audiencia, calidad de la información, credibilidad, crisis del periodismo, periodistas especializados.

From having readers to having audience

Abstract: The bet for specialized journalism made by the main stream media during the last decade has contributed to the improvement of both, the quality of content and the relationship between journalists and scientists. Unfortunately, these improvements are now threatened by the consequences of a triple crisis: economic, credibility and industry model, which are affecting the media through the changes in the way we consume information, brought about by the technological revolution. Scientific journalism must reposition itself and adjust the critical need of accuracy and quality to the new ecosystem created by the digital revolution.
Key words: audience, credibility, journalism crisis, quality of information, specialized journalists.

Panace@ 2015; 16 (42): 130-133 **Recibido: 16.XI.2015. Aceptado: 19.XI.2015**

1. Introducción

Poder socializar la ciencia siempre ha sido importante, pero, en la sociedad del conocimiento, la ciencia se convierte en un elemento central, no solo como motor de los procesos económicos y sociales, sino como un instrumento cultural indispensable para la comprensión de la realidad. En un mundo complejo y aceleradamente cambiante, se necesita una considerable cantidad de información científica para poder entender y participar con conocimiento de causa en la toma de decisiones. Sin un mínimo de conocimiento científico es imposible comprender muchas de las dinámicas que condicionan nuestras vidas, desde el funcionamiento de las finanzas al cambio climático, y menos aún intervenir sobre ellas.

La cuestión es cómo garantizar que el conocimiento que produce la ciencia pueda llegar sin distorsiones y de forma comprensible al público general, de manera que la recepción del mensaje sirva a la ciudadanía para poder tomar decisiones informadas. Esa es precisamente la función del periodismo científico. En las últimas décadas hemos asistido a un desarrollo importante de lo que Mathias Kohring definió como un «subsistema funcionalmente diferenciado», cuya misión es precisamente determinar qué es relevante entre todo lo que se produce en el ámbito de la investigación científica y presentarlo de tal modo que pueda ser asimilado por un público no especializado.

El periodismo científico ha desarrollado de forma notable en todos los países avanzados en las últimas décadas, incluida España, y ha contribuido sin duda de forma muy positiva tanto a la divulgación del conocimiento como a la legitimación social de la ciencia. Pese a ciertas reticencias iniciales, la colaboración entre científicos y periodistas ha ido mejorando con los años y es especialmente fluida entre los investigadores y los periodistas especializados, como demuestran los trabajos de Hans P. Peters (2008), investigador del Centro Jülich y profesor de Periodismo Científico de la Universidad de Berlín. Las encuestas que ha realizado muestran cómo ambos toman conciencia del diferente rol que les corresponde en la tarea de divulgar la ciencia, aunque persisten ciertas divergencias propias de la muy distinta cultura de la que proceden.

2. Dos maneras de proceder

Por una parte, los científicos han tomado progresiva conciencia de la necesidad de contribuir a la divulgación de su trabajo y, en la medida en que al otro lado se han encontrado con periodistas cada vez más preparados y conscientes de su responsabilidad, han ido disipándose sus resistencias a colaborar como fuentes o como consultores. Por otra parte, el hecho de que los medios de calidad apostaran por el periodismo especializado en ciencia ha contribuido a crear un corpus doctrinal sobre las buenas prácticas periodísticas que ha mejorado sensiblemente la calidad de los contenidos. También los gabinetes de comunicación, a los que han recurrido casi todas las instituciones científicas, han contribuido a mejorar la calidad de los textos, pues se han ocupado de ofrecer a las redacciones contenidos de calidad revisados por los propios científicos.

* Redactora jefe del diario *El País*, Barcelona (España). Dirección para correspondencia: mperezo@elpais.es.

No se puede decir que hayan desaparecido totalmente los problemas en la relación entre periodistas y científicos, entre otras cosas porque cada uno de ellos sirve en último término a lógicas productivas diferentes, pero son de naturaleza muy diferente a los que se señalaban hace tan solo veinte o treinta años. En una de las encuestas realizadas por Hans P. Peter a científicos y periodistas alemanes que habían entrado en contacto por cuestiones relacionadas con el cambio climático, aparecen algunas diferencias de actitud que son extrapolables a cualquier otro país. Tanto los científicos como los periodistas tratan de controlar la información todo lo que pueden. Los primeros, por temor a distorsiones y para lograr sus propios objetivos corporativos. Los segundos, porque defienden poder ejercer su función social de intermediación sin interferencias y de acuerdo con las exigencias del periodismo dirigido al público general. Los investigadores conciben el periodismo como un instrumento al servicio de la ciencia y hacen especial énfasis en que los criterios de la comunicación científica, en la que es muy importante precisar los detalles de la metodología, deben aplicarse también a la información divulgativa de carácter generalista, algo que los periodistas no consideran tan importante. Los informadores, por su parte, hacen énfasis en la función crítica del periodismo, que por supuesto hacen extensiva a la ciencia. Finalmente, los científicos se muestran más paternalistas que los periodistas en relación a la audiencia.

Pese a que han tomado conciencia de la necesidad de colaborar con los periodistas en la tarea de la divulgación científica, muchos científicos lo consideran —y lo es objetivamente— una sobrecarga que detrae energías de lo que consideran su tarea principal, que es investigar. Por su parte, los periodistas disponen ahora de herramientas mucho más eficaces para contrastar las informaciones y obtener los datos esenciales de las investigaciones, lo que les hace menos dependientes de la benevolencia de los científicos.

3. Retroceso

Sin embargo, no todos los medios tienen periodistas especializados en ciencia y biomedicina. Eso hace que esos medios sean más vulnerables frente a informaciones interesadas que no siempre se presentan de forma veraz, y también frente a las campañas de mercadotecnia destinadas a abrir mercados para determinados productos que tratan de presentarse como panaceas sin base científica que los avalen. Esas carencias se traducen con frecuencia en informaciones poco rigurosas, exageradas e incluso falsas. Con todo, el hecho de que los medios de calidad sí que hayan dedicado recursos a la especialización en ciencia y biomedicina ha sido decisivo y ha tenido influencia en todo el sistema comunicativo, pues siguen actuando como medios de referencia por todos los demás, incluidos los programas de entretenimiento de los medios audiovisuales, que con frecuencia incluyen también este tipo de temas entre sus contenidos.

Lamentablemente, el panorama está cambiando y no para bien. La crisis económica de 2008 ha tenido un fuerte impacto en los medios de comunicación tradicionales porque ha irrumpido justo cuando estos debían afrontar otras dos crisis de fondo, específicas del sector, que se han visto agravadas por la recesión. Me refiero a la crisis de modelo industrial, consecuencia de la revolución digital, y a la crisis de credibilidad que afecta a todo el sistema comunicacional y que se inscribe en el marco de la insatisfacción de la ciudadanía con el funcionamiento de las instituciones de la democracia.

4. Crisis de modelo industrial

La crisis de modelo industrial afecta a todos los medios y es consecuencia de los cambios que internet ha introducido en la forma de informarse y consumir contenidos periodísticos. La caída de la publicidad como consecuencia de la crisis económica ha reducido considerablemente —hasta un 50 %— los ingresos por publicidad. A ello hay que añadir la caída de las ventas en quiosco por la migración masiva de lectores a las webs que ofrecen información gratuita, lo que para las cabeceras más importantes en España ha supuesto en los últimos cinco años pérdidas de difusión superiores al 30 %. El resultado es que los periódicos generalistas de mayor tirada se han encontrado de repente sin ingresos suficientes para sostener los crecientes costes de producción.

Los medios se encuentran en estos momentos en un periodo de transición en el que el soporte papel va perdiendo posiciones en favor del digital sin que pueda vislumbrarse todavía un modelo de negocio capaz de asegurar los ingresos necesarios para mantener las estructuras, justo en un momento en que proporcionar información de calidad es más caro que nunca. Se da la paradoja de que los grandes diarios tienen más lectores de los que nunca habían soñado —se cuentan por millones y no por cientos de miles como hasta ahora— y, sin embargo, eso no asegura ni su solvencia ni su independencia económica. Muchos medios se han visto obligados a aplicar drásticos recortes de gastos y plantillas que han redundado en una disminución precisamente de los recursos de periodismo especializado. De hecho, se ha cumplido la advertencia que hizo la asociación norteamericana de periodistas científicos ya al principio de la crisis, en 2008. Las redacciones se han encogido y lo han hecho recortando en primer lugar en el periodismo especializado. Los medios se han vuelto más generalistas, se han suprimido suplementos, entre ellos los de ciencia y tecnología, y algunos de los que se mantienen son en realidad meros soportes destinados a atraer publicidad, por lo que muchas veces no cumplen con los requisitos del periodismo independiente.

La tendencia es a reducir las plantillas fijas, externalizar servicios y contratar fuera una parte cada vez mayor de los contenidos. En los últimos años no ha dejado de aumentar la proporción de contenidos encargados a periodistas externos que trabajan como autónomos e incluso a empresas de producción de contenidos. La precariedad no solo afecta a la capacidad crítica del periodismo; aumenta también el riesgo de sesgo, puesto que las redacciones pierden el control de proceso de obtención y producción de las noticias. Las condiciones actuales son más proclives a un periodismo amable y complaciente con las fuentes, a menudo con intereses específicos en la divulgación, que a un periodismo inquisitivo y crítico, capaz de ofrecer al lector aquellos elementos que las fuentes quieren ocultar.

5. La emergencia de la red

Por primera vez internet ha pasado por delante de la televisión como primera fuente de información científica (FECYT, 2013). Por supuesto, los medios tradicionales escritos siguen siendo el principal proveedor de contenidos de la red, pero el acceso a esta información se hace ahora, mayoritariamente, a través de internet. Y, más significativo aún: entre los menores de veinticinco años, que se declaran más interesados en los temas científicos que el resto de la población, la fuente principal de información científica son las redes sociales.

Internet no solo aumenta la capacidad de ofrecer información científica por diferentes medios —webs, blogs, redes sociales—, sino que hace mucho más accesibles los contenidos gracias a los motores de búsqueda. La ciencia ha salido de los cenáculos de las élites mejor formadas y está hoy al alcance de cualquiera. Se ha democratizado y eso es muy positivo. Otra cosa es cómo garantizar que la información sea veraz, contrastada y de calidad. Ese sigue siendo el problema central del proceso comunicativo. Han cambiado los soportes, los emisores y la forma de acceder a la información, pero el desafío sigue siendo el mismo.

El periodismo científico tiene las mismas dificultades de verificación que siempre, y algunas nuevas añadidas, derivadas precisamente de los cambios operados en el ecosistema mediático. Una de ellas es, por ejemplo, el exceso de ruido. Es tal la avalancha de información que puede llegar a las redacciones en un momento dado sobre un tema de impacto que puede llegar a tener un efecto noqueante por saturación. El ruido mediático también se utiliza con frecuencia para distorsionar el debate público. Lo hemos visto en el caso de informaciones científicas, como las relativas al cambio climático o a la toxicidad de ciertos productos, que incomodan porque afectan a intereses económicos consolidados. En esos casos, los intereses que se sienten amenazados suelen utilizar la confusión como estrategia defensiva, volcando información contradictoria o desacreditando a las fuentes que incordian. El problema de la red es que viaja con la misma facilidad la verdad que la mentira, y con la misma apariencia de fiabilidad la información rigurosa que la manipulada.

Otra dificultad es que incluso el contenido más riguroso y mejor elaborado, una vez que entra en el circuito de las redes, puede sufrir alteraciones graves que pueden llegar a alterar su significado. Comenzando por el sistema de comentarios que los medios digitales han propiciado, y que a veces tiene un grave efecto distorsionador. El *incivismo* mediático es algo con lo que muchas veces no se cuenta, pero que en ocasiones puede llegar a modificar la percepción del público de una determinada materia, como muestra un trabajo dirigido por Ashley Anderson (2014) sobre el *nasty effect* en las tecnologías emergentes. De hecho, observamos con frecuencia maniobras y operaciones premeditadas destinadas a cambiar las condiciones de recepción del mensaje. Las distorsiones que sufre el mensaje en su viaje por el espacio comunicacional puede acabar alterando su lectura y su significado social.

6. Competencias mínimas

Por otra parte, las nuevas tecnologías ofrecen la posibilidad de acceder de forma rápida y sencilla a una gran cantidad de información científica de calidad, pero para ello es preciso un requisito importante: un conocimiento previo elevado que permita discriminar entre fuentes fiables y no fiables; que permita discriminar la información. Y, una vez que se ha accedido a ella, es precisa también una considerable competencia previa para poder interpretarla y contextualizarla adecuadamente. Es lo que Susanna Priest (2014), editora de la revista *Science Communication*, denomina «nivel mínimo de alfabetización científica crítica».

La existencia de internet ha permitido que las fuentes científicas puedan verter en la red sus contenidos, pero no siempre están traducidos a un lenguaje asequible para el gran público. Y también ha permitido que fuentes con intereses particulares puedan prescindir de ese intermediario incómodo que es el periodismo crítico y ofrecer directamente al público sus contenidos sesgados. El público puede encontrar ventajas en la posibilidad de acceder directamente a las fuentes. Eso está bien y el periodismo científico no debe sentirse amenazado por ello, pues también redunda en una mayor capacidad colectiva de evaluación y corrección. Pero la ciudadanía debe saber que esa posibilidad no satisface una necesidad social importante: la de poder disponer de una información veraz, rigurosa e independiente. La sociedad sigue necesitando una intermediación relacional, capaz de seleccionar, entre las ingentes cantidades de información que se producen, aquella que puede ser relevante, verificarla y presentarla de forma contextualizada bajo el prisma del interés general. Eso solo lo puede hacer el periodismo de calidad.

Pero también este debe conjurar sus propios demonios en relación a los cambios que introducen las nuevas tecnologías. El más importante, desde mi punto de vista, es el coste que para la calidad de la información tiene el hecho de que los medios de referencia hayan pasado de tener lectores fieles y exigentes a tener simplemente audiencia. La mayor parte de los grandes medios impresos han transformado su organización y rutinas de trabajo para dar prioridad al soporte digital. La mayoría mantienen sus ediciones de papel, pero concebido como un destilado del continuo comunicacional que es la web, y casi todos aplican la premisa del *digital first*.

Poder ver en cada momento el éxito de una determinada noticia, es decir, la audiencia que genera, tiene enormes consecuencias sobre los criterios de selección de las informaciones que se publican. Dado que la competencia entre los medios se dirime en términos de audiencia, el número de visitantes de cada noticia pasa a ser un elemento central de valoración. Por otra parte, gracias a las facilidades que ofrece internet, los lectores se han vuelto más promiscuos informativamente y ya no mantienen la relación de fidelidad que antes caracterizaba su vínculo con el medio. La búsqueda de grandes audiencias puede llevar a los periódicos a la misma deriva que ya hemos visto en las televisiones. La competencia basada en la ampliación constante de la audiencia no conduce a una mayor calidad de los contenidos. Al contrario, con frecuencia conduce a una mayor tolerancia a la espectacularidad, tanto en la selección de los temas que se publican como en la forma de presentarlos. En la dinámica de la lucha por la audiencia, lo impactante pasa con frecuencia por delante de lo importante.

Y eso es algo que, en el caso de los contenidos de ciencia, puede tener graves efectos sobre la credibilidad del medio.

Así pues, el gran desafío del periodismo científico sigue siendo mantener un nivel de rigor y de independencia respecto de las fuentes que lo haga creíble y merezca el aprecio del público.

Referencias bibliográficas

Anderson, A. A.; D. Brossard, D. A. Scheufele, M. A. Xenos y P. Ladwig (2014): «The 'Nasty Effect': Online Incivility and Risk Perceptions of Emerging Technologies», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19: 373-387. DOI: 10.1111/jcc4.12009 [consulta: 9.XI.2015].

FECYT (Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología) (2013): *Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología 2012*. Madrid: Fundación Española Para La Ciencia y la Tecnología. <http://icono.fecyt.es/informesypublicaciones/Paginas/Percepcion-Social-de-la-Ciencia.aspx> [consulta: 9.XI.2015].

Peters, H. P.; D. Brossard, S. De Cheveigné, S. Dunwoody, M. Kallfass, S. Miller y S. Tsuchida (2008): «Science communication. Interactions with the mass media», *Science*, 321 (5886): 204-205.

Priest, S. (2014): «Un panorama cambiante para los medios de comunicación», *Mètode Science Studies Journal*, 4: 199-206. <http://metode.cat/es/Revistas/Monografics/La-ciencia-de-la-prensa/Un-panorama-canviant-per-als-mitjans-de-comunicacio> [consulta: 9.XI.2015].