

VLADIMIR DE SEMIR

ENTORNO

“LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA ES ESTRATÉGICA”

Vladimir de Semir es uno de los abanderados de la comunicación científica en España. Es profesor de Periodismo Científico en la Universitat Pompeu Fabra, donde también dirige el Observatorio de Comunicación Científica y Médica, y el máster de Comunicación Científica.



¿Cómo valora el estado de la divulgación científica en los medios de comunicación convencionales?

Durante años hemos luchado por un aumento de la cantidad de información científica en los medios. Hoy tenemos que empezar a luchar por una mayor calidad, lo que puede comportar una menor cantidad aunque parezca una contradicción. Necesitamos información que se convierta en conocimiento y eso sólo se alcanza con análisis, contexto y voces expertas, además de las exclusivamente periodísticas.

En este sentido, ¿qué se podría hacer para mejorar el panorama actual?

La ciencia y la medicina deberían contar con secciones propias en los medios de comunicación y no ser tributarias de secciones como “sociedad” en las que deben luchar con otros temas por un espacio o un tiempo siempre limitados, lo que induce sin duda una cierta trivialización o banalización de los contenidos. Y, naturalmente, ampliar la masa crítica, tanto de periodistas especializados como de expertos que colaboran con sus análisis y opiniones

Las informaciones científicas parecen interesar cada vez más a un público no especialista, más heterogéneo... ¿Ha evolucionado este interés en los últimos años o la ciencia siempre ha atraído al gran público?

La ciencia da respuesta a algo innato del ser humano: la curiosidad. Por otro lado, dada la enorme aceleración del conocimiento científico y técnico, hoy es indispensable conocer para poder opinar y participar en el debate público. Creo que esto lo entiende el público y, por tanto, además de satisfacer su curiosidad busca en la divulgación científica las claves de hacia dónde evoluciona, para bien y para mal, nuestro mundo.

Sin la divulgación, imagino que sería casi imposible concienciar a la gente sobre determinadas cuestiones como es, por ejemplo, el caso actual del cambio climático. ¿Estaríamos hablando de la divulgación científica como una herramienta imprescindible de cara al futuro?

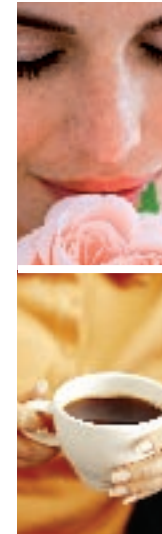
Hoy la divulgación científica se ha convertido en una herramienta estratégica no sólo cultural sino de la sociedad del conocimiento. La ecuación clave de esta sociedad es I+D+i (investigación, desarrollo,

cultura” en los barrios de Barcelona y la ciencia ha pasado a formar parte de esa cultura.

Estas iniciativas amplían el abanico de oferta destinada al gran público y además van a buscar a un público que no es el habitual de las conferencias científicas y de los museos. Creo que ayudará a incrementar las personas que se interesan por el mundo de las ciencias y de la medicina.

¿Cuál es su balance del compromiso del Instituto Novartis de Comunicación en Biomedicina con la comunicación científica? Creo que es una iniciativa pionera y que convierte a Novartis en una empresa singular en este ámbito. Hay que decir que esta línea institucional emprendida hace años por Novartis España (incluso antes cuando era Sandoz) es hoy referencia para otras delegaciones de la propia multinacional, como la Delegación de Argentina y Chile, y para muchas otras empresas.

¿Cómo puede ayudar una empresa como Novartis a fomentar la divulgación científica? Continuando una política que hace años que lleva a cabo: transparencia informativa y estrecha colaboración con los medios para facilitar



‘CAFÉS CIENTÍFICOS’ Y ‘VISIONES DE LA CIENCIA’

Novartis ha colaborado activamente a través del Instituto Novartis de Comunicación en Biomedicina con el Institut de Cultura de Barcelona en la organización de diversos ciclos de conferencias como “Cafés Científicos” o “Visiones de la Ciencia”, llevadas a cabo en diversas bibliotecas públicas de Barcelona para acercar la ciencia al público en general. Todo ello en el marco de una colaboración con el programa Barcelona Ciencia 2007 del Ayuntamiento de Barcelona. Los Cafés Científicos celebrados en 2007 han tratado cuestiones como el clima y la salud, envejecer con dignidad o los efectos sobre la salud de la Cultura del Vino.

El ciclo “Visiones de la Ciencia” ha dedicado su tercera edición al cerebro y sus mecanismos de funcionamiento.



Hoy, la divulgación científica se ha convertido en una herramienta estratégica no sólo cultural sino de la sociedad del conocimiento

innovación)... pero necesita una cuarta variable, un catalizador, para que funcione adecuadamente: la C de cultura científica. Así nuestra apuesta debe ser: I+D+i+C

¿Cuál es su valoración global del ciclo de conferencias en bibliotecas y de los ‘Cafés Científicos’?

Considero que con esta iniciativa se ha abierto un nuevo espacio de difusión del conocimiento científico y médico basado en la proximidad. Las bibliotecas públicas son hoy en día auténticas “casas de

la transmisión del conocimiento médico y sanitario a la población en general. Por otro lado, ha colaborado ininterrumpidamente durante 13 años con el Observatorio de la Comunicación Científica de la Universitat Pompeu Fabra con el objetivo de mejorar la formación de los profesionales de la comunicación científica, médica y medioambiental, sobre todo por mediación del máster que se imparte en el Instituto de Educación Continua y que se ha convertido en una referencia internacional.

¿Cuáles son las carencias más habituales entre la gente que se dedica a la comunicación científica?

Es un campo relativamente nuevo en el mundo de la comunicación y no me refiero sólo al estricto ámbito del periodismo, sino también de los departamentos de comunicación de universidades, hospitales y centros de investigación. Hoy no basta con el *cogito ergo sum*. Hoy quien no comunica no existe y esto se ha de hacer con rigor y con una cierta ética de la propia comunicación.