



Científicos y comunicadores deben estrechar relaciones

11 MAY 2010

Ciencia y Tecnología



Carolina Santamaría recordó a los investigadores que la información es más atractiva a los medios de comunicación cuando es actualizada, directa y breve (foto Laura Rodríguez).

La jerga técnica de algunos investigadores y la falta de profundidad de los periodistas representa un gran problema para que la producción de conocimiento científico llegue hasta la comunidad nacional.

La Mag. Carolina Santamaría Ulloa, del Instituto de Investigaciones en Salud ([INISA](#)) explicó en la conferencia “De la investigación académica a los medios: por qué deberíamos hacer esa difícil traducción” las **condiciones que generan las barreras entre periodistas y científicos** y recomendó algunas **estrategias para fomentar relaciones profesionales estrechas** entre ambos gremios.

Según Santamaría los principales temores de los científicos cuando sus hallazgos van a ser publicados en un medio de comunicación masiva, es que el mensaje llegue diferente, que

esto genere la pérdida de la audiencia, y que los lectores terminen concluyendo algo diferente a lo que la investigación halló.

Desde el campo de los comunicadores, el hecho de que la información científica llegue mal a la audiencia se debe, entre otras razones, a que en muchas ocasiones no buscan más información sobre el tema, dan malas interpretaciones a datos, especialmente en el caso de las investigaciones cuantitativas, a la falta de profundidad y al sensacionalismo.

Carolina Santamaría agregó que los científicos en muchos casos no buscan espacios para difundir sus hallazgos más allá de la publicación oficial de la investigación. “Los investigadores **debemos ser más proactivos**, aliándonos con los medios, y no sólo siendo reactivos ante sus solicitudes. Tenemos el deber con la comunidad de publicar esta información”.

Para lograr esto es importante que la información que los científicos envían a los periodistas provenga de **investigaciones aplicadas**, que sean relacionadas con **necesidades reales**, que generen un **impacto en la sociedad** y que las conclusiones de la investigación no tengan impedimentos insuperables en su aplicación en la sociedad. Según la investigadora estas características son fundamentales para **plantear de manera atractiva la información**, partiendo del hecho de que las salas de prensa reciben mucha información y que debe ser procesada rápidamente.

La investigadora del INISA recomienda a los científicos que la información que faciliten a los periodistas desarrolle **dos o tres puntos** principales como máximo, que tenga un objetivo claro, que involucre poca metodología pero que **no omita el período que abarcó la indagación ni el tipo de población investigada**.

[Giannina Correa Cantón](#)

Periodista Oficina de Divulgación e Información

odi.prensa@ucr.ac.cr

Etiquetas: [periodismo](#), [medios de comunicacion](#), [divulgacion cientifica](#).