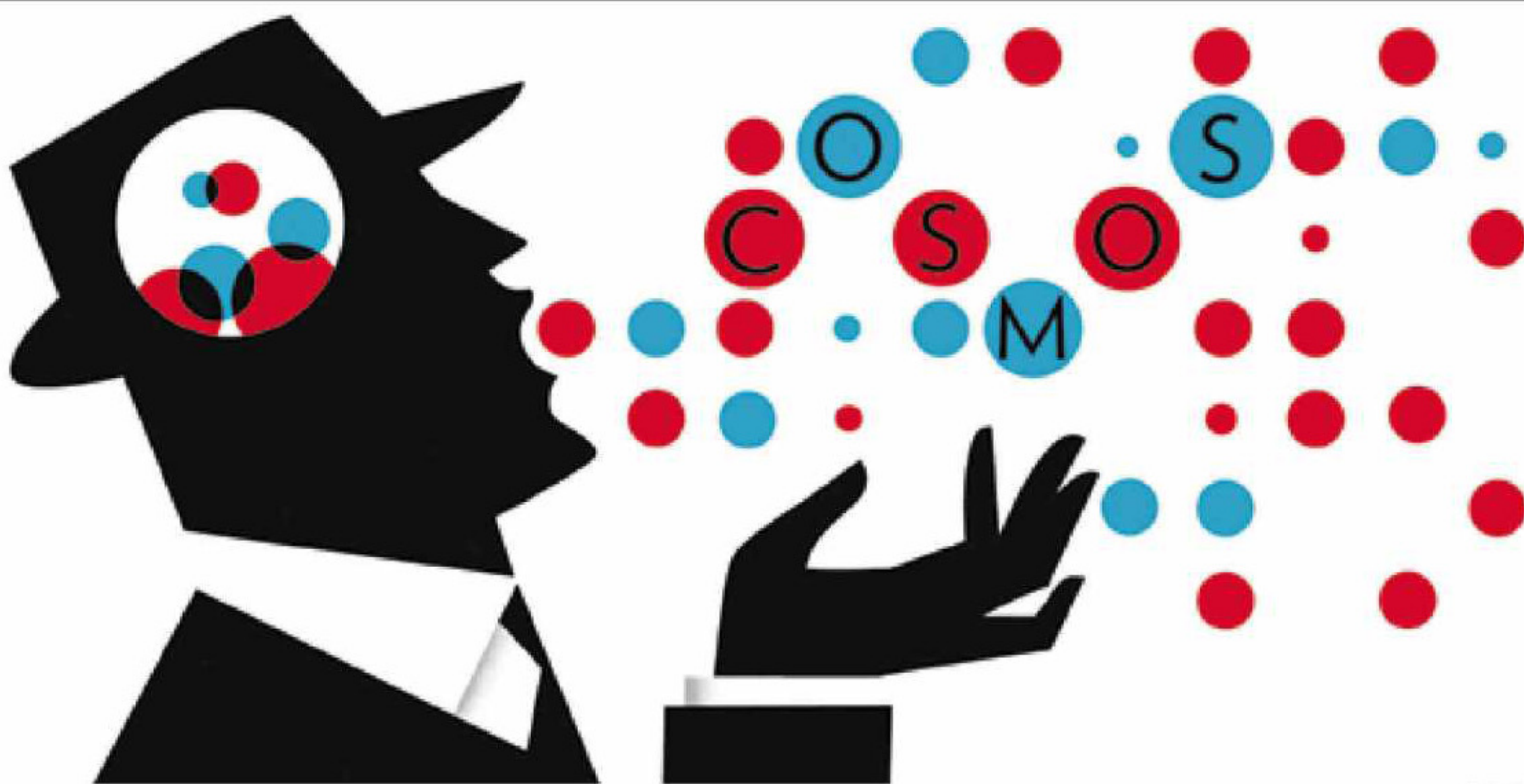


I + D + i + ... Carl Sagan



IKER AYESTARAN

Dominio público

VLADIMIR
DE SEMIR

Director del Observatorio
de la Comunicación Científica
de la Universidad Pompeu Fabra

Cosmos, la serie de divulgación científica más vista de la historia, cumple 30 años. Entre 500 y 600 millones de personas la han visto en todo el mundo y la serie sigue viva, como lo atestigua la estupenda promoción de *Público*, que permite que nuevas generaciones la conozcan, y otros muchos podamos volver a disfrutar de sus contenidos y de la extraordinaria capacidad narradora del científico Carl Sagan, un hito indiscutible de la historia de la divulgación científica.

Cosmos fue producida por Public Broadcasting Service (PBS) y estrenada en 1980. Los dos primeros capítulos de la serie, de un total de 13 –como suele ser habitual para completar un trimestre en antena–, se convirtieron de inmediato en el mayor éxito de la historia de esta cadena. Más de diez millones de personas la siguieron semanalmente desde un principio en Estados Unidos. Costó 8,5 millones de dólares, fue filmada en 40 localizaciones de 12 países, necesitó tres años para completar su producción e intervinieron 150 técnicos y expertos. No es mi intención adentrarme en la interesante biografía de Sagan –existe una excelente entrada en la enciclopedia Wikipedia de lengua inglesa–, pero sí resaltar la importancia de que un científico y, en general, el mundo de la ciencia comunique y divulgue su traba-

jo, tal como hizo magistralmente uno de los más famosos astrónomos de la historia.

Antes de *Cosmos*, Carl Sagan había comenzado a ser muy conocido entre el público norteamericano porque en los años setenta se había convertido en un invitado frecuente del famoso *The Tonight Show* de Johnny Carson. El científico valoraba de esta manera su participación en este *late show*: “Tiene una audiencia de diez millones de personas, es una enormidad, y no son lectores de *Scientific American*”. Defendía así llevar la ciencia al público y no esperar que fuera al revés, como era y en buena parte sigue siendo tradicional en la divulgación científica. Para ello, Sagan poseía un don esencial: sabía situar la ciencia en contexto, con lo que alcanzaba niveles extraordinarios de comprensión por parte del público, que quedaba –y sigue quedando– cautivado con su capacidad de adecuar su mensaje al nivel cultural de la audiencia, realizando una comunicación científica rigurosa, pero compatible con la amenidad gracias a un discurso adecuadamente recontextualizado basado en la metáfora y un nivel de divulgación capaz de captar y motivar el interés del público.

A menudo criticado por sus homólogos científicos por sus actividades de “popularización” que muchos consideraban simplificadoras del discurso científico, Sagan consideraba que hay por lo menos dos razones por las que los científicos tienen la obligación de explicar lo que hacen. “La primera es un simple y llano interés propio: la mayor parte de la financiación de la ciencia procede del público y el público tiene el derecho a saber cómo gastamos su dinero. Si los científicos sabemos incrementar el interés del público por la ciencia, hay muchas posibilidades de que acabemos te-

La comunicación social y la divulgación pública de las ciencias han adquirido una relevancia estratégica

Sería interesante saber cuántas vocaciones científicas ha promovido ‘Cosmos’ entre la juventud

niendo mayor apoyo social. Y la otra es que es tremendamente excitante poder comunicar a los otros la propia excitación que te genera el conocimiento”.

La comunicación social y la divulgación pública de las ciencias han adquirido una relevancia estratégica. No hay duda de que con los cambios que se están produciendo en la transición hacia una economía basada en el conocimiento, la ya tradicional fórmula I+D+i se ha convertido en esencial para alcanzar un lugar competente en el concierto mundial. Sin embargo, parece evidente que la suma de la investigación, del desarrollo y de la innovación olvida otra variable crítica para que esta reacción socioeconómica en cadena funcione y nos convierta en una sociedad situada en la primera línea del siglo XXI.

Necesitamos una ciudadanía preparada, que entienda, que acompañe y que sea capaz de participar en esa necesaria e ineluctable adaptación al nuevo modelo económico, social e incluso cultural que configura la sociedad del conocimiento. En consecuencia, está claro que hemos de añadir una variable a nuestra tradicional fórmula I+D+i para que realmente sea

eficaz... Una variable que, como un catalizador, haga funcionar adecuadamente la reacción: una C de comunicación científica, de cultura científica, de ciudadanía creativa y de cohesión social que nos convierta en una comunidad adecuadamente preparada y competente.

Así, la fórmula resultante para establecer ese escenario estratégico debe ser ampliada: I+D+i+C, con una variable adicional que implique el indispensable fortalecimiento de la comunicación pública de las ciencias, que nos permita alcanzar una adecuada cultura científica para llegar a configurar una ciudadanía con suficiente capacidad de participación e influencia en la toma democrática de decisiones. Una variable esencial, en suma, que sirva para impedir el declive cultural, social y económico al que podemos estar abocados si marginamos el impulso de nuestra capacitación en el ámbito de las ciencias.

Sería interesante saber, por ejemplo, cuántas vocaciones científicas ha promovido *Cosmos* entre la juventud, uno de los grandes problemas con los que nos enfrentamos. Seguro que muchas. “La televisión es –son palabras de Carl Sagan– una de las más potentes herramientas de educación que se han inventado, particularmente para la formación científica. Tenemos una sociedad construida sobre la base de la ciencia y de la tecnología, y que usa la ciencia en cada uno de los intersticios de la vida; una ciencia sobre la que el público, el ejecutivo, el legislativo y el mundo judicial poseen una muy pequeña comprensión de lo que significa. Esta es una señal clara de un futuro incierto, desastroso. La ignorancia generalizada de la ciencia es un camino suicida”.

PARTICIPA EN:

blogs.publico.es/dominiopublico