

Servicio de especialistas para los medios de difusión: Un puente entre científicos y periodistas

Se han creado programas para que científicos y periodistas estrechen relaciones

por Fred Jerome

El accidente en la central nuclear de Three Mile Island en 1979, llevó a la creación del Media Resource Service (MRS), gracias al cual los periodistas establecen contacto telefónico con los científicos de modo que la prensa pueda satisfacer las necesidades del público en lo tocante a la comprensión de la ciencia y la tecnología. El accidente de la central nuclear de Chernobil en 1986 destacó esta necesidad. El MRS está dirigido por el Scientists' Institute for Public Information (SIPI), entidad no lucrativa de los Estados Unidos de América. Desde entonces se han establecido servicios análogos en el Canadá y el Reino Unido, y muchos otros países han mostrado interés al respecto.

A las 12.45 de la tarde, hora oficial del Este, del 28 de abril de 1986, el programa Evening News de la CBS hizo una llamada al Media Resource Service de la ciudad de Nueva York solicitando ayuda para un reportaje. La periodista dijo que se había descubierto una nube radiactiva sobre Dinamarca y Suecia, y que se estaba especulando si podía haberse originado como consecuencia de algún tipo de accidente en una central nuclear soviética. Deseaba saber si la podíamos poner en contacto con cualquier experto en materia de emplazamiento y diseño de centrales soviéticas.

Al concluir el día, el MRS había recibido 35 llamadas de los medios de difusión en relación con Chernobil y al día siguiente un número sin precedente de 60 periodistas (que llegó a 160 a final de la semana) llamó con el fin de recabar la opinión de los expertos sobre el accidente nuclear.

En aquel momento, por supuesto, no se habían dado detalles oficiales sobre el accidente. Sin embargo, en los archivos del MRS, donde están registrados más de 25 000 científicos, había expertos aptos y dispuestos a hacer observaciones sobre las centrales nucleares soviéticas y establecer una comparación entre ellas y las de los Estados Unidos, así como científicos capaces de determinar si la nube radiactiva que se desplazaba en dirección de los Estados Unidos entrañaba o no algún peligro. Otras preguntas de los medios de difusión que atendimos esa semana (y las semanas posteriores), se referían a temas como la combustión del grafito, los efectos de la radiación en la cadena alimentaria y las repercusiones del accidente de Chernobil en la industria nuclear de los Estados Unidos.

Consecuencias de los desastres de gran envergadura

Hay algo en los desastres tecnológicos que nos ata a los televisores y periódicos en un afán desesperado por obtener toda la información posible. Quizás sea la forma imprevista o inesperada en que éstos ocurren —se suponía que esto no sucediera, se suponía que el transbordador volara, se suponía que la central nuclear generara electricidad— o quizás sea el hecho de que no comprendemos qué fue lo que falló. O tal vez se trate de otra cosa, algo relacionado con la falibilidad del hombre. Sea

El Sr. Jerome es Vicepresidente Ejecutivo del Scientists' Institute for Public Information y Director de su Media Resource Service en Nueva York. Se puede establecer contacto con el Sr. Jerome por conducto del Scientists' Institute for Public Information, 355 Lexington Avenue, Nueva York, NY 10017, Estados Unidos de América. El presente artículo actualiza el aparecido en la revista *Impacto: Ciencia y Sociedad* de la Unesco.

cual fuese el caso, la repercusión de tales desastres atraviesa las fronteras nacionales, nos une, y hace que todos experimentemos la misma preocupación y la necesidad apremiante de saber qué sucedió, qué está sucediendo y qué es lo que puede suceder.

Sin duda, esto fue lo que aconteció luego del desastre de Chernobil, de la explosión del transbordador espacial *Challenger* y de la catástrofe de Bhopal. Cada una de estas catástrofes sobrevenidas en tres continentes diferentes provocó una inmediata y profunda preocupación en los pueblos del mundo e hizo que todos sintieran la necesidad de disponer de información.

El papel que desempeñó el MRS contribuyendo a la divulgación de información pública a través de los medios de difusión durante esos días en que abundaba la tensión pero escaseaban los conocimientos, indica quizás la conveniencia de que en otros países, en desarrollo o desarrollados, se tome en cuenta seriamente este tipo de servicio u otro similar. No obstante, antes de analizar esta cuestión, quizás sería útil recordar los antecedentes del MRS.

Establecimiento del MRS

Siete años y un mes antes de que ocurriese el accidente de Chernobil se produjo el de la central nuclear de Three Mile Island en Pensilvania. El virtual pánico que se desató entre el público en aquella ocasión, mientras los periodistas buscaban frenéticamente información sobre la energía nuclear, la radiación y la posibilidad de una fusión del núcleo, convenció al personal del Scientists' Institute for Public Information de la necesidad de crear el Media Resource Service. A fines de 1979, Walter Cronkite, a la sazón el más conocido y reputado reportero de la televisión de los Estados Unidos, había accedido a actuar como presidente honorario del nuevo programa, y la Fundación Ford había hecho una donación de 75 000 dólares para su puesta en marcha.

El resto, como se dice, ya es historia. Varios observadores avezados pronosticaron que el proyecto nunca funcionaría. Decían que los periodistas carecían de tiempo e interés para llamar a un servicio de consultas y solicitar asesoramiento. En su opinión, los periodistas se contentaban con escribir reportajes apresurados, incompletos y sin confirmar, con el mero propósito de acaparar los titulares. Los científicos, afirmaban, estaban demasiado inmersos en su trabajo y desconfiaban demasiado de los medios de difusión para dedicar voluntariamente parte de su tiempo a hablar con la prensa.

A pesar de estos pronósticos nada halagüeños, a fines de 1980 habíamos registrado a 5000 científicos en el MRS, y a mediados de 1981 habían comenzado a recibirse llamadas de periodistas, a razón de unas 20 semanales, cifras éstas que en el transcurso de los años han aumentado constantemente. Hacia junio de 1989, más de 25 000 científicos habían devuelto al MRS cuestionarios en que se indicaba su calificación y esferas de especialización, así como sus opiniones sobre temas polémicos en sus respectivas esferas de trabajo. (Cuando la pregunta del periodista entraña una controversia, el MRS siempre recurre a expertos con puntos de vista diversos.) Actualmente en una semana normal de trabajo

Llamadas telefónicas recibidas en el Media Resource Service durante 1988 y 1989, por tipo de medio de difusión

(en porcentajes)

Periódicos	42,8
Revistas	24,1
Televisión	14,3
Radio	2,5
Otros	16,3
Locales	58,7
Nacionales	37,6
Extranjeros	3,7
No relacionados con la ciencia	70,4
Relacionados con la ciencia	29,6

atendemos más de 50 llamadas de los medios de difusión.

En los últimos años, literalmente miles de periodistas de periódicos grandes y pequeños, de boletines especializados y de importantes revistas de noticias, de pequeñas y apartadas estaciones de radio y de redes nacionales de televisión, han establecido contacto telefónico con el MRS. Sus preguntas han abarcado una amplia gama de esferas (*véanse los cuadros*). Por ejemplo, entre los temas consultados en una semana reciente figuraban las investigaciones sobre la artritis, los posibles riesgos que entrañan para la salud los nuevos cosméticos, un vertimiento de sustancias químicas tóxicas, el futuro del programa especial de los Estados Unidos, la propagación incesante del SIDA y la utilización de robots en la fabricación de automóviles.

Como es lógico, también han aumentado los gastos del MRS, que en la actualidad ascienden a unos 500 000 dólares anuales. En efecto, quizás la señal más evidente del éxito del programa sea la contribución monetaria que en estos momentos están haciendo las compañías propietarias de los medios de difusión, entre los que se cuentan desde los pequeños independientes hasta las grandes cadenas editoriales. Según los datos más recientes, 54 patrocinadores de los medios de difusión aportaban un promedio de 2000 dólares cada uno, lo que

Llamadas telefónicas recibidas en el Media Resource Service durante 1988 y 1989, por materias

(en porcentajes)

Salud y medicina	35,8
Ciencias sociales y psicología	15,1
Cuestiones ambientales	14,7
Salud y desarrollo infantiles	11,1
Ciencias biológicas	4,9
Energía	4,1
Alta tecnología	3,4
Tecnología militar, seguridad nacional	3,0
Desastres nacionales y condiciones meteorológicas	3,0
Agricultura	2,8
Otros	2,1

equivale al 20% del presupuesto del MRS. (Las contribuciones son voluntarias y las llamadas al MRS se responden independientemente de que el periodista trabaje o no para un contribuyente.) El resto del presupuesto se compone de los fondos provenientes de fundaciones (60%) y empresas no relacionadas con los medios de difusión (20%).

Nuevas cimas

Si bien en los últimos años el MRS ha llegado a ser ciertamente una de las más importantes fuentes de información, por no decir la principal, para los periodistas que atienden la esfera de la ciencia y la tecnología, en los últimos 18 meses el programa ha alcanzado nuevas cimas. Ello hay que agradecerlo, si cabe utilizar esa palabra, a los tres desastres de gran envergadura relacionados con la ciencia: Bhopal, la explosión del *Challenger* y Chernobil.

Cada una de estas catástrofes provocó un número inusitado de llamadas de los medios de difusión al MRS: 68 en la semana posterior al accidente de Bhopal, 97 durante la semana que siguió a la explosión del *Challenger*, y, como se señaló anteriormente, 160 después del accidente de Chernobil. Pero no se trata sólo de cifras. El papel desempeñado por el MRS a raíz de estas tragedias ha demostrado los beneficios que reporta a los medios de difusión un centro de respuesta en caso de crisis y lo necesario que éste resulta.

En estos momentos podemos precisar varias diferencias importantes —además del aumento en el número de llamadas— entre una semana de trabajo normal en el MRS y una semana de respuesta a una crisis.

- Durante una semana de crisis, prácticamente todas las llamadas que se reciben en el MRS se refieren a la crisis, mientras que durante una semana normal, como ya se dijo, las llamadas van desde lo más importante hasta lo más intrascendente.
- Durante una semana normal, sólo el 30% de las llamadas proviene de los principales medios de difusión —periódicos con una circulación de más de 100 000 ejemplares y cadenas nacionales de televisión— y el 70% de medios de difusión locales y más pequeños; pero, durante una semana de crisis estas cifras se invierten.
- Durante una semana normal, sólo un 15% de las llamadas proviene de las estaciones de televisión mientras que en una semana de crisis la mitad corresponde a estas mismas fuentes.
- En una semana normal, sólo entre el 10% y el 20% de los periodistas que llaman al MRS requieren consultas inmediatas (en un plazo de 2 horas), y la mayoría puede esperar hasta medio día para que le den los nombres y números de teléfono de los científicos. Sin embargo, durante una crisis, prácticamente todos los que llaman necesitan hablar con los expertos de inmediato.

Estos factores exigen que se realicen ajustes en el funcionamiento normal del MRS durante las crisis, lo que nos ha animado a crear un sistema de “de respuesta en caso de emergencia” para satisfacer las necesidades de

los medios de difusión. También destacan la importancia de incluir en nuestros archivos los nombres de los expertos más prominentes, quienes proceden fundamentalmente de las principales sociedades profesionales, centros de investigación, organismos oficiales y universidades de todo el país.

En épocas de crisis, el MRS se transforma en algo más que un “buen” programa que ofrece ayuda a los periodistas que deben verificar algunos hechos o encontrar a otros expertos cuyas palabras puedan citar. De pronto, el MRS se convierte en una fuerza crucial que hace llegar la información a un público ansioso o incluso propenso a la histeria. El productor de televisión, que llama a las 3.30 de la tarde con el fin de localizar a un experto que pueda participar en un programa en vivo a las 5.00 de la tarde para explicar los posibles peligros de la radiactividad, no tiene tiempo de recurrir a otras opciones. Esa situación pone al MRS en un serio compromiso, ya que debe recomendar expertos responsables, mesurados y elocuentes. Se trata de una función crucial que debe desempeñarse en un momento crítico.

Las entusiastas muestras de agradecimiento recibidas de los periodistas de los principales medios de difusión del país que llamaron al MRS durante las crisis de Bhopal, del *Challenger* y de Chernobil, dan fe de que hemos realizado nuestro trabajo correctamente. Al mismo tiempo, nos preparamos para posibles emergencias futuras garantizando el acceso efectivo y rápido a los expertos más destacados en las esferas de la toxicología, la radiología, la ingeniería de las estructuras, la sismología, la seguridad aeronáutica, la tecnología militar y otras; identificando a los expertos con experiencia en la televisión, y probando nuestro sistema de respuesta rápida.

Lamentablemente, las catástrofes seguirán ocurriendo. Parte del precio que pagamos por el avance de la tecnología son las repercusiones más amplias que provocan los fallos relacionados con ella. Puede afirmarse con toda justeza que es un precio que bien vale la pena pagar. No obstante, nos corresponde prepararnos lo mejor posible para aliviar la preocupación del público con una información exacta, responsable —y rápida— durante esas crisis.

Aplicación internacional

Como inevitablemente cada vez son más las naciones que desarrollan una capacidad científica y tecnológica avanzada, no sería ocioso examinar con detenimiento la posibilidad de establecer otros programas como el Media Resource Service.

Tras el desastre de Chernobil, un despacho de la *Deutsche Press-Agentur* firmado por Evelyn Bohne y fechado en Hamburgo, apareció el 9 de mayo de 1986 en el *San Francisco Chronicle* bajo el título: LA CONFUSION PROVOCA “HISTERIA RADIATIVA” EN ALEMANIA OCCIDENTAL, que en parte decía lo siguiente:

“Según un alto funcionario, el desastre nuclear de Chernobil ha desatado ‘la histeria’ entre los germanooccidentales: las calles permanecen desiertas cuando llueve y se destruyen camiones completos cargados de lechuga para evitar un veneno invisible presente en el aire ...

Este temor obedece a los consejos contradictorios que han dado funcionarios de Bonn, Hamburgo, Mainz y Hannover sobre lo que debían hacer los 60 millones de germanooccidentales para evitar la radiactividad en el aire, la lluvia y el suelo. En ningún otro país europeo la conmoción ha sido tan grande."

En este mismo sentido, un artículo publicado en el *New York Times* el 14 de mayo de 1986, procedente de París, comentaba:

"Francia anunció hoy la creación de un comité interministerial para examinar la información sobre el desastre nuclear soviético. El gobierno tomó medidas para ayudar a atenuar la preocupación del público en torno al demorado anuncio de que, a raíz del accidente, Francia había recibido una dosis de radiactividad mucho más elevada que la normal."

Todas estas noticias tienen algo que nos resulta familiar. Fue justamente esta atmósfera de temor y confusión en el público surgida tras el accidente de Three Mile Island en 1979 la que llevó a la creación del MRS en los Estados Unidos.

La idea de crear programas del corte del MRS en otros países no es nueva. De hecho, en el Canadá (1984) y en Inglaterra (1985) se organizaron programas inspirados en el MRS de los Estados Unidos, y la Academia de Ciencias de Australia está examinando seriamente la posibilidad de crear algo similar.*

Por otra parte, varios periodistas y científicos de la República Federal de Alemania han visitado nuestras oficinas en Nueva York y expresado el deseo de instaurar un tipo de servicio análogo.

Asimismo, varios países en desarrollo han expresado un vivo interés al respecto. Hemos recibido varias cartas de la India solicitando información, incluida una de K.S. Jayaraman, Presidente de la Indian Science Writers Association. Recientemente, una delegación de científicos de la República Popular de China pasó medio día en nuestras oficinas y manifestó un entusiasta interés en relación con nuestra labor. Por otra parte, Salah Galal, Presidente de la Unión de Periodistas Africanos, escribió en el otoño pasado que "la Unión de Periodistas Africanos podría contribuir al establecimiento de un servicio de especialistas en su sede en El Cairo".

Con todo, quizás sea en Filipinas donde se cree el próximo servicio de especialistas para los medios de difusión. Allí el escritor Adlai Amor, de la Press Foundation of Asia, ha formulado una propuesta por menorizada para la creación de un servicio de especialistas y en estos momentos trata de conseguir los 50 000 dólares necesarios para garantizar los primeros tres años de funcionamiento del programa.

Por supuesto, cada nación tiene sus propias condiciones concretas a las que tendría que adaptarse un servicio de especialistas. (En Filipinas, por ejemplo, el servicio telefónico no se ha difundido a casi ningún otro lugar fuera de Manila, por lo que en la propuesta de Amor se prevé la utilización de otras vías de comunicación, por lo menos al principio.) No obstante, el principio fundamental es válido: a medida que se desarrolla la tecnología aumenta la necesidad de información al público.

Desde luego, el papel vital que desempeña un servicio de especialistas para los medios de difusión no se limita a tiempos de desastre o crisis. Todo lo contrario. En los países en desarrollo, donde especialmente los avances científicos y tecnológicos son, en muchos aspectos, decisivos para el futuro, el conocimiento y la comprensión de estos avances por parte del público pueden ser determinantes. De hecho, en los últimos años la situación del medio ambiente se ha convertido en uno de los temas más acuciantes de interés internacional, tanto para el público como para los medios de difusión. Para hacer frente a estas preocupaciones y contribuir a que el público tenga una mejor comprensión de los problemas ambientales, el Scientists' Institute for Public Information ha establecido una línea de emergencia internacional. Este nuevo servicio, que constituye una ampliación del MRS, pondrá en contacto a periodistas extranjeros con expertos en cuestiones del medio ambiente de todo el mundo. Los periodistas que deseen utilizar el servicio de línea de emergencia pueden hacer una llamada telefónica de cobro revertido a Nueva York, Estados Unidos, al teléfono 212-661-9110, o dirigirse por telefax al número 212-599-6432.

No siempre todo es color de rosa en la esfera de la ciencia, pero en general, la ciencia y la tecnología son el motor impulsor del progreso social y económico. Empero, sin una información exacta, fiable y creíble, un público desinformado puede fácilmente tornarse escéptico, receloso y hasta cínico. En cambio, un público bien informado constituye un recurso inestimable para cualquier nación.

Y, en el mundo actual, un público informado depende de medios de difusión informados.

* La Canadian Science Writers Association creó el SIS (Science Information Sources or Sources d'Information Scientifique), un servicio bilingüe que tiene su sede en el Ontario Science Center de Toronto. El Media Resource Service inglés, creado por la Fundación Cibe, tiene su sede en las oficinas de la Fundación en Londres.

