



## ¿Cómo comunicamos la ciencia?

La comunicación se ha constituido como una herramienta fundamental para el trabajo científico de investigadores en todas las ramas de la ciencia. Puede decirse que es un proceso utilizado para publicar, difundir y compartir la información y el conocimiento, así como hallazgos de investigaciones, a través de canales diversos que pueden tener —entre otras— la característica de ser formales e informales. La comunicación de la ciencia, entonces, se convierte en una parte esencial de la investigación científica, dado que permite que la producción del conocimiento esté al alcance de toda la sociedad, incluida la que no forma parte de alguna comunidad científica.

Entre los diversos métodos y medios de comunicación de la ciencia, tradicionalmente se encuentran los congresos y reuniones de trabajo, en los cuales mediante conferencias o ponencias se comparten los resultados alcanzados y se intercambian opiniones al respecto. Asimismo, las publicaciones impresas —libros y revistas— han sido medios de comunicación que podríamos considerar como los máximos exponentes de la comunicación científica que perduran hasta el día de hoy.

Sin embargo, en pleno 2019, las comunicaciones científicas requieren repensarse, reconfigurarse y rearticularse entre sí, puesto que la transformación constante de la comunicación conlleva, a su vez, la evolución en tres componentes clave: el medio, el mensaje y su recepción.

La transformación del medio implica indiscutiblemente el papel de la tecnología, por lo que el surgimiento de nuevas plataformas de publicación y la adaptación de las anteriores, es inminente. Además, la portabilidad y, por lo tanto, la inmediatez en el acceso a la información obliga al medio a desarrollar y adquirir nuevas características: el paso de los formatos análogos a los digitales.

Las plataformas digitales para la comunicación de la ciencia se encuentran ahora en el *social media*: Facebook, YouTube, Instagram y Twitter, que son las más utilizadas mundialmente, entre otras aplicaciones móviles para teléfonos inteligentes y tabletas, así como *blogs*, comunidades virtuales, dispositivos de realidad aumentada y más. La comunicación científica se encuentra entonces a la mano de quien investiga, pues el internet permite un sinnúmero de opciones para compartir y poner a debate los resultados y hallazgos de investigaciones. Además, permite la articulación entre sí de productos de comunicación científica, pues la interconectividad es una de las ventajas de los medios sociales en internet, que puede traducirse en la creación de redes de colaboración.

Asimismo, el mensaje adquiere también otras propiedades, resultado de la evolución del entorno social. Es decir, la manera de comunicar —desde la construcción del discurso, en su fondo y su forma— evoluciona tal y como lo hace el lenguaje; ejemplo de ello son los memes, las infografías, las *webseries*, los videos en vivo y los cortos, las historias de diversas redes sociales o el *storytelling* (entendido como la narrativa en entornos virtuales y digitales).

Finalmente, es necesario puntualizar que la recepción del mensaje está relacionado con el usuario: antes el consumo de contenidos de medios científicos se limitaba a quien tuviera interés de buscar algún tema en particular, ahora en cualquier tipo de usuario puede surgir el interés por la ciencia como resultado de la variedad y diversidad de medios digitales y virtuales, así como de contenidos y de investigadores que realizan una labor importante de comunicación científica por medio del internet, por lo que debemos preguntarnos: ¿cuál es la forma de comunicar la ciencia a partir de lo anterior? 