



## no divulgarás

por Martín Bonfil Olivera

### ¿Cui bono, divulgador?

El divulgador científico está destinado a vivir entre dilemas.

Uno de ellos se comentó aquí, en el número 23 de nuestro boletín. Se trata de la “tensión esencial”, uno de los problemas fundamentales de la divulgación, consecuencia de las obligaciones simultáneas y opuestas de buscar que el mensaje divulgativo sea interesante y accesible para el público sin que por ello pierda (demasiado) rigor científico.

Pero la divulgación presenta muchos otros problemas. Y existe, al menos, otra “tensión esencial” que está también relacionada fundamentalmente –como todo en nuestra labor– con el público (única razón de la existencia de comunicadores de la ciencia), y es también omnipresente en cualquier proyecto de divulgación. Consiste en la decisión de *qué divulgar*. Tiene, como todo dilema, dos extremos.

Por un lado, como opción a primera vista obvia (muchos investigadores metidos a divulgadores siguen creyendo, por desgracia, que es la única posible) está la de divulgar aquello que a los expertos les parece importante. Lo que el público “debe” saber de ciencia.

Del otro lado tenemos la visión que busca darle gusto al público, ofreciéndole lo que desea, lo que le gusta.

La opción “rigurosa” tiene la ventaja de satisfacer lo que muchos científicos perciben como el “deber ser” de la divulgación. A cambio, corre el riesgo de resultar ajena, tediosa o complicada, y por tanto de llegar sólo a una fracción reducida del público potencial (con frecuencia, sólo a aquel que ya está interesado en la ciencia).

La divulgación “complaciente”, en cambio, se acerca peligrosamente a convertirse en un mero pasatiempo intrascendente, “muy interesante” pero, como lamenta Ernesto Sábato en su conocido texto, que no aporta ya casi nada de ciencia real a su muy satisfecho –y mucho más amplio– público. Después de todo, si se trata de darle al público lo que pide, más que de ciencia habría que hablar del mundo del espectáculo.

Un mensaje que requiera gran rigor tendrá que limitarse a llegar al público que esté dispuesto invertir el tiempo y esfuerzo necesarios para asimilarlo. Uno diseñado para ser muy interesante y accesible podrá llegar a un público más amplio –sobre todo a ese público no interesado en la ciencia, al que tanto nos urge acercarnos–, aunque quizá deba renunciar a profundizar mucho.

¿Cómo puede el divulgador superar el dilema? Como siempre, no hay recetas. Pero conviene tenerlo en mente, así sea para recordar que todo extremo es malo y que, dependiendo de la meta que busquemos, habrá que tomar decisiones que en ocasiones resultarán dolorosas. Pero siempre será útil preguntarse, como aconseja el adagio latino, *cui bono* (a ¿quién beneficia?).

comentarios: mbonfil@servidor.unam.mx