



Divulgación y recreación

Los divulgadores científicos tenemos problemas hasta para ponernos de acuerdo en el nombre de nuestra ocupación (divulgación, difusión, popularización...) o en su definición (aunque hay definiciones bastante útiles, como la presentada por Ana María y Carmen Sánchez Mora y adoptada por el Sistema Nacional de Investigadores; ver *El muégano divulgador* #21, pág. 9).

Pero eso sí: muchos divulgadores mexicanos coincidimos en que en la base de nuestra actividad está el proceso de *recreación divulgativa*.

Nuevamente, no hay definición unánime. Aunque, dejando de lado la homonimia trivial con la "recreación" que se busca en el cine o la feria, la palabra misma es bastante clara. *Re-crear* un mensaje es, en efecto, *volver a crear* uno que ya existe. Evidentemente, con una forma distinta; de otro modo estaríamos copiando.

Para que tal re-creación sea útil y no un simple plagio, su objetivo debe ser distinto al del mensaje original. En el caso de un mensaje científico dirigido a un público no científico, el objetivo de la recreación sería cambiar la forma original –especializada– del mensaje por otra que sea accesible a dicho público.

Y es que el lenguaje científico, precisamente debido a las cualidades que lo hacen valioso como herramienta de comunicación entre expertos (identificar, describir y sistematizar en forma ultra-compacta y eficaz los conceptos científicos), resulta prácticamente ininteligible para el lego.

Por ello, tiene que ser *traducido* –en el único sentido que algo puede traducirse, es decir, mediante la creación de un nuevo mensaje en un lenguaje comprensible y con el contexto necesario para que tenga algún sentido para su receptor.

La necesidad de recrear el mensaje científico antes de que éste pueda ser accesible al público lego va en contra de la muy extendida –y errónea– concepción de que el conocimiento puede simplemente *transmitirse*. A diferencia de una conexión entre computadoras, en la comunicación humana el emisor tiene que *construir* un mensaje que nunca representa exactamente sus ideas. A su vez, el receptor, a partir de la información que reciben sus sentidos, siempre con cierta distorsión, tiene que re-construir un sentido para dicho mensaje.

El divulgador va sólo un paso más allá: es el intérprete que ejecuta para el público la música de la ciencia, escrita en el lenguaje de las partituras científicas.

Pretender que el divulgador sea sólo un transmisor que comunica sin distorsión es ignorar que toda comunicación es, en el fondo, un acto de creativo. De ahí los problemas de la comunicación humana. De ahí también, para el buen divulgador, el reto de buscar la recreación que, aunque inevitablemente distorsione el mensaje científico, logre hacerlo accesible para su público. 🌀

comentarios: mbonfil@servidor.unam.mx



Piscolabis

"La museografía es el arte de extraer de un objeto exhibido las emociones que encierra"

Iker Larrauri