



no divulgarás

por Martín Bonfil Olivera

La divulgación está en el ojo que la lee

¿Qué es arte y qué no? ¿Cómo distinguir una obra de arte de algo que no lo es? Los posibles criterios son innumerables, y todos dejan algo que desear. Quizá, cuando mucho y en un sentido muy laxo, puede proponerse que «arte» es aquello capaz de provocar una experiencia de tipo estético en el espectador. (Queda entonces el problema de si se debe considerar arte a una puesta de sol... ¿puede haber arte «natural», sin necesidad de haber sido creado con intenciones «artísticas»? Los *objects trouvés* de Duchamp parecen ser prueba de que sí: es el contexto, y sobre todo *la experiencia* que un objeto *en ese contexto* provoque en el espectador, lo que le puede conferir la calidad de «arte» a un mingitorio.)

El problema de distinguir la divulgación científica de otras cosas (enseñanza, diversión, propaganda comercial o gubernamental) es semejante. A los divulgadores nos gusta suponer que es nuestra *intención* de comunicar la ciencia a un público voluntario y no especialista lo que le confiere su carácter divulgativo a nuestros productos. Pero es posible que el público no los perciba así.

A despecho del *emisor* de un mensaje, es el *receptor* quien lo decodifica, quien lo interpreta en sentidos que a veces difieren o contravienen directamente las intenciones originales con las que fue emitido. (Una visita a un museo puede llegar a parecer, tristemente, una clase.)

Es por eso que hay quien se lanza desesperadamente a «investigar» las maneras de lograr la menor distorsión y la mayor eficacia posible en los mensajes de divulgación. Idea que no sobra; sobre ello quizá pudieran enseñarnos más publicistas y mercadólogos que los propios pedagogos.

Pero la realidad del lector activo que «crea» (inevitablemente) su propia lectura tiene otra consecuencia: algo creado sin intención divulgativa puede ser leído con ese talante. Ejemplo obvio es una novela de ciencia ficción, pero también una conversación, la reparación de un artefacto, un paseo por el campo e incluso una clase pueden, si se abordan como la oportunidad de conocer o entender algo por gusto y no por obligación, convertirse en una excelente experiencia de divulgación. La oportunidad de acercarse a la ciencia puede saltar en cualquier lado para el espectador atento.

Quizá la obsesión por controlar cómo se reciben nuestros mensajes nos roba la oportunidad de explorar libremente la diversidad de lecturas sorprendidas que puede lograr el público. Un público que, finalmente, no está sujeto a nuestros deseos. ☞