

El estudio de la comunicación científica: contenido, narrativas, rigor, formatos y entretenimiento

The study of scientific communication: content, narratives, rigour, formats and entertainment

Fechas | En edición: 19/07/2018 - Publicación final: 01/01/2019

Dra. Montserrat JURADO-MARTÍN

Universidad Miguel Hernández de Elche. España. mjurado@umh.es

Communicating science and technology through online video. Researching a New Media Phenomenon

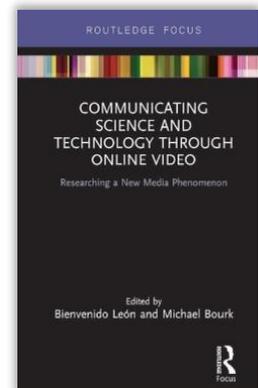
Bienvenido LEÓN y Michael BOURK

Nueva York: Editorial Routledge Focus, 2018.

140 páginas

ISBN: 978-1-138-48349-1

Ebook: 978-1-351-05458-4



Resumen

Communicating science and technology through online video refleja el estudio de reconocidos investigadores del panorama nacional e internacional, donde se muestran los resultados de un proyecto que gira en torno al periodismo científico y el uso del vídeo online para la difusión de sus contenidos. El libro se estructura en 10 capítulos y un necesario anexo donde se describe la metodología empleada. De ahí que, para entender adecuadamente el rol de cada uno de los capítulos, se requiere acudir en primer lugar al anexo. Los investigadores de *Communicating science and technology through online video* han realizado a una extensa revisión bibliográfica, el uso de la entrevista en profundidad y el análisis de contenido. En total han trabajado con más de 500 artículos y referencias a libros, se han analizado 826 vídeos y se han llevado a cabo 9 entrevistas.

Palabras clave

Análisis de contenido; comunicación científica; periodismo; tecnología; vídeo *on line*

Abstract

Communicating science and technology through online video reflects the study of renowned researchers from the national and international scene, where the results of a project that revolves around scientific journalism and the use of online video for the dissemination of its contents are shown. The book is structured in 10 chapters and a necessary annex describing the methodology used. Hence, to properly understand the role of each of the chapters, it is necessary to go to the annex in the first place. The researchers of *Communicating science and technology through online video* have made an extensive literature review, the use of in-depth interviews and content analysis. In total they have worked with more than 500 articles and references to books, 826 videos have been analyzed and 9 interviews have been carried out.

Keywords

Content analysis; journalism; online video; Science communication; technology

Calvo (1997: 186) reflexionaba sobre las posibilidades del vídeo como herramienta electrónica y afirmaba que se trata de una tecnología al alcance de todos^[1], de fácil manejo y con posibilidades en los ámbitos de la educación, lo informativo y lo cultural-artístico. Elías (2008: 115) reconocía la transformación que internet ha supuesto para la difusión de los contenidos sobre periodismo científico, "ampliando la diversidad, la cantidad y la internacionalidad".

Communicating science and technology through online video refleja el estudio de reconocidos investigadores del panorama nacional e internacional, donde se muestran los resultados de un proyecto que gira en torno al periodismo científico y el uso del vídeo *online* para la difusión de sus contenidos. El libro se estructura en 10 capítulos y un necesario anexo donde se describe la metodología empleada. De ahí que, para entender adecuadamente el rol de cada uno de los capítulos, se requiere acudir en primer lugar al anexo. Los investigadores de *Communicating science and technology through online video* han realizado a una extensa revisión bibliográfica, el uso de la entrevista en profundidad y el análisis de contenido. En total han trabajado con más de 500 artículos y referencias a libros, se han analizado 826 vídeos y se han llevado a cabo 9 entrevistas.

En su primer capítulo, que además sirve de introducción, los coordinadores Bienvenido León y Michael Bourk explican como el vídeo puede ser empleado de distintas maneras, con diferentes formatos, géneros y variedad de categorías, lo que implica una dificultad añadida en su estudio y al mismo tiempo despierta la curiosidad y la necesidad de investigar en este campo. Asumen como punto de partida las dificultades obvias de difundir los contenidos científicos, entre las que se encuentran el desplazamiento que sufren en los medios de comunicación en relación a otros como la economía o la política. No obstante, afirman que cada vez son más numerosos como consecuencia de un público más variado y con un rol más activo en la sociedad.

Explican que es creciente el uso del vídeo como herramienta para exponer los contenidos científicos en los medios pero pocos los estudios sobre el tema encaminados a valorar la calidad de los contenidos. Los coordinadores consideran dos elementos fundamentales: las posibilidades tecnológicas para la creación de productos, en concreto los vídeos *on line*; y la creatividad de aquellos que están desarrollando proyectos en un marco de participación democrática.

El verdadero primer capítulo -ya que el orden es importante en este contexto académico- es el presentado por los profesores José Alberto García Avilés y Alicia de Lara González, titulado *An overview of science online video: designing a classification of formats*. Los autores explican que su investigación se centra en el estudio de la efectividad de los vídeos de temática científica mediante el método del panel de expertos y llevan a cabo una propuesta de clasificación de sus formatos basado en el análisis de contenido. Probablemente este capítulo sea una de las grandes joyas que presenta este libro por lo significativo que pueda aportar a estudios posteriores. En total propone cuatro formatos de televisión y 14 formatos web.

María Carmen Erviti, otorga una gran importancia al papel de los productores en el proceso de creación. Bajo el título *Producing science online video*, asegura que son diversos los intereses que finalmente influyen en la creación y difusión de vídeos de contenido científico; y que estos tienen que ver con los productores, ya sean instituciones científicas, medios de comunicación u otro tipo de empresas. Desgraciadamente concluye que las instituciones científicas se esfuerzan por generar producciones que encuentran menos atención que otras con intereses menos claros en esta temática. A pesar de este panorama apuesta por un futuro de nuevas oportunidades para la producción.

De nuevo Erviti junto con José Azevedo y Mónica Codina, en *When science becomes controversial*, presentan un tema complejo de abordar: la percepción y la información errónea, la dada de forma incorrecta o falsa y los problemas que derivan de esta difusión. Afirman con innecesaria prudencia que un pequeño error en la información que se difunde, puede generar grandes problemas; y van más allá, cuando estos errores pueden transmitirse para crear expectación en el público y no tanto resultar informativos o pedagógicos.

New and Old Narratives. Changing narratives of science documentary in the digital environment, de Lloyd S. David y Bienvenido León, es un breve texto, y no por ello menos importante, donde nos recuerdan las capacidades de interactividad, narrativa colaborativa y las múltiples vías de narración. Recupera a los hermanos Lumière para refrescarnos la memoria de cómo eran las primeras narrativas y cómo han variado hasta la web 2.0. Se plantea si realmente se están explotando las posibilidades narrativas en el ámbito de los vídeos científicos y llega a la conclusión -y a buen entendedor pocas palabras bastan- de que en el ámbito de las nuevas narrativas se ofrecen oportunidades excelentes para una nueva etapa.

¿Existe rigor en los vídeos sobre contenido científico? A esta pregunta contestan con su capítulo los investigadores Miquel Francés y Álar Peris. *Rigour in online science videos: an initial approach* plantea el reto al que se enfrentan los productores de las industrias audiovisuales digitales. Los autores miden el rigor

con una serie de criterios y comprueban su cumplimiento en base a las respuestas de los entrevistados. Tanto los criterios como el método en general, aunque pueda ser discutido, es cuantificable y resulta objetivo y adecuado. Sin embargo, habría sido mejorable el número de entrevistados, que por cierto no se recuerda en el capítulo, ya que los resultados basados en tan solo 9 entrevistas, y sin restarles valor a las presentes, deben tomarse sin generalizaciones.

Por otro lado *Audiovisual formats and content in university corporate communication: Lost branding opportunities?* es un capítulo interesante que, bajo el paraguas de la temática del vídeo *on line* en la comunicación científica, se centra en los difundidos desde las universidades. No pretende, como aseguran sus autores Germán Llorca Abad y Joan Enric Úbeda, ser un análisis exhaustivo, pero sí presentar un estudio novedoso y revelador. Han investigado sobre 240 vídeos de universidades seleccionadas en base al Academic Ranking of World Universities. Sin desvelar todos sus resultados para dejar algo al lector, podemos decir que a pesar de lo interesantes y valiosas que puedan ser las producciones, su difusión es escasa.

Y, ¿qué hay del entretenimiento y la ciencia? Se puede difundir ciencia más allá del ámbito de lo informativo, y, ¿cómo se hace? En *Entertainment and science*, de Michael Bourk, Bienvenido León y Lloyd S. David, abordan este tema. Lo relacionan con otros contenidos genéricos y un resultado más que llamativo: la ciencia se difunde fundamentalmente como contenido informativo (48%) y apenas un 3% como entretenimiento.

Bienvenido León, Maxwell Boykoff, Juhi Huda y Carmen Rodrigo, estudian el *Framing in climate change videos* y concluyen que todavía queda mucho por innovar ya que se siguen compartiendo muchas estructuras del medio tradicional y no se aprovechan todas las ventajas del nuevo medio.

El capítulo 10, es una conclusión firmada de nuevo por sus coordinadores defendiendo la innovación y los retos de futuro a los que debe enfrentarse la comunicación en el ámbito científico.

Aunque la publicación es altamente recomendable, enturbia el exceso de firma de uno de sus coordinadores, que aparece en cinco de los diez capítulos. El libro es en definitiva un libro atractivo y de lectura asequible en torno a la comunicación científica y en concreto a los vídeos *on line*. Resulta mejorable en el grupo de expertos o selección de entrevistados, tanto por su número como por alguno de los perfiles. No obstante, esta deficiencia se cubre con creces por el empleo del análisis de contenido como metodología empleada, cada vez más en desuso e infravalorada, la selección de vídeos que lo integran y los diferentes estudios que se han llevado a cabo por los investigadores que firman sus capítulos.

Referencias bibliográficas

- [1] Calvo Hernando, M. (1997). *Manual de Periodismo Científico*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- [2] Elías, C. (2008). *Fundamentos de Periodismo Científico y Divulgación Mediática*. Madrid: Alianza Editorial

Notas

- 1. Atendiendo a la igualdad de género, se ha recurrido a la terminología neutra de la lengua española para la descripción de sustantivos o determinantes que acompañan a sustantivos que impliquen al mismo tiempo a hombres y mujeres. De este modo palabras como alumno, profesor, el, unos, hacen referencia a alumno/a, profesor/a, el/la, unos/unas, etc.



