



APUNTES SOBRE COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA

- 3 -

LA ESTRUCTURA DEL MENSAJE

Todo acto de comunicación se establece entre dos actores, en este caso, nosotrxs y el público. El foco de mi discurso divulgativo tiene que ser el público, para poder conseguir que el mensaje llegue eficientemente. No pienso "¿qué les quiero contar?" dado que el acento en esta frase está puesto en mí. En cambio, conviene pensar "¿qué quiero que este público se lleve?". No busco mostrar cuánto yo sé (en ese caso el foco sería yo), sino que pienso en qué me gustaría que ese público recordara o transmitiera a otrxs sobre la charla.

Podemos esquematizar el armado de un texto de comunicación científica con el siguiente gráfico:



El procedimiento requiere de una **selección** de la información que me parece importante compartir al público, una **estructuración** de las ideas para que esa información sea relevante y eficiente, y una elección de **recorrido** entre ideas que optimice la efectividad de la comunicación. Si bien en una primera etapa estos tres pasos son secuenciales, siempre resulta necesario volver sobre lo anterior para reajustar la información seleccionada, o las ideas y conceptos que determinan mi mensaje. La reescritura durante el proceso de creación es casi obligatoria para que vaya surgiendo la versión óptima de nuestro trabajo, así como una revisión posterior a su presentación ante el público, una vez observada su respuesta.

Como se observa en el esquema, el **contenido** determina e influye todo mi mensaje, con lo cual es importante tener una buena base de conocimiento sobre el tema a comunicar. Y, enmarcando todo el proceso, se encuentra el **público**, cuyas características, necesidades y deseos debemos tener siempre en nuestra cabeza para considerar qué y cómo comunico.

Analizaremos estas etapas con más detalle. En este caso, estamos pensando en el armado de un discurso desde cero, algo que no siempre sucede, dado que muchas veces ya lo tenemos armado y en uso. Es bueno tener en claro estos elementos para poder reconocerlos en nuestros discursos, revisarlos, adaptarlos y mejorarlos.

RECOPIACIÓN Y SELECCIÓN DEL CONTENIDO

Se parte de un tema que nos parece necesario o interesante hablar a determinado público. Este tema podrá ser amplio o específico, general o coyuntural, y se relaciona con nuestra idea principal (ver más abajo). Debemos considerar, sin embargo, nuestro objetivo: *¿por qué queremos contarle a este público lo que queremos contar?* De todo se puede rescatar algo que vale la pena contar, pero hablar porque sí o por autocomplacencia es poco fructífero. Para discernir nuestro objetivo, podemos tener en cuenta las “respuestas personales” a la que aluden Burns y colaboradores en su definición contemporánea de la Comunicación Científica (ver Apunte 1).

A partir de una cantidad suficiente y representativa de información sobre el tema a tratar, realizamos una selección del contenido a transmitir en función del público y de los objetivos propuestos. La primera fase de selección luego se va refinando en función de la situación divulgativa y las posibilidades de producción (el contexto espacial y temporal, los recursos multimedia, cuál será el soporte, la interacción, etc.).

Tener en claro el porqué de mi mensaje será el primer filtro de selección de información. Nuestro mensaje no deberá tener más que el contenido suficiente y necesario para cumplir nuestro objetivo. Productos que abundan en información irrelevante abruma y saturan al público, y aquellos que escatiman en contenido corren riesgo de ser improductivos o confusos.

ESTRUCTURA DEL DISCURSO

Una vez seleccionado el contenido, consideraremos el armado de una estructura para ese discurso. Será una **estructura jerárquica**, diferenciando entre ideas centrales, principales y secundarias. Una estructura de este tipo hace que nuestro mensaje tenga siempre un norte, lo cual clarifica el sentido y dirección de nuestro discurso. Caso contrario, el mensaje se vuelve sinuoso, impreciso y redundante, todas condiciones que invitan al público a desconectarse.

Definimos primero cuál es la **idea central** del discurso, lo que más me importa que el público entienda o se lleve. Esta idea debe poder definirse en una sola afirmación, una única frase que resuma el núcleo de mi mensaje (un buen ejercicio es tomar un discurso ya armado y resumirlo en una sola frase afirmativa). Dependiendo del tema y nuestro objetivo, esta idea central puede tomar distintos enfoques: una descripción, una argumentación, una narración.

No hay que dejarse engañar: comunicar UNA idea central lleva mucho desarrollo, y es un logro enorme para nuestras metas, con lo cual conviene no ser ambiciosxs y enfocarnos en una sola, sobre todo si la cantidad de tiempo o recursos es limitada. Para que sea de interés y verdaderamente permanezca en la mente del público, esa idea vendrá con muchas otras. Nuestro mensaje será finalmente muy rico, pero es esa frase sintética la que queremos que quede en limpio. Cabe aclarar que esta frase puede no ser explícita en ningún momento de nuestro discurso, pero debería ser rescatada por el público gracias al aporte de las ideas primarias y secundarias que la sostienen.

Es importante remarcar que la idea central no debe ser una pregunta, porque ésta admite muchas respuestas y de nuevo volvemos al caso de la imprecisión divulgativa. Por ejemplo, la pregunta "*¿qué son los ácidos y las bases?*" tiene muchas respuestas, desde lo fisiológico, lo químico, el enfoque molecular, el enfoque práctico, y tantas otras aproximaciones. Esto complicaría mucho la estructuración y selección de contenidos. En cambio, si propongo como idea central "*la química ácido-base tiene importantes aplicaciones en la vida cotidiana*" se acotan las posibilidades y es una buena síntesis de lo que busco que la audiencia se lleve.

Luego, definimos **ideas principales** relacionadas a esa idea central, teniendo en claro cómo se relacionan: ¿son causas de las ideas centrales? ¿Son consecuencias? ¿Les agregan información que ayuda a que se entiendan mejor? Estas relaciones constituyen el esqueleto de la estructura de nuestro texto.

Siguiendo con nuestro ejemplo de ácidos y bases, ideas principales relacionadas a eso podrían ser:

- "*un ácido es una sustancia que libera iones H^+ en agua*";
- "*ácidos y bases reaccionan neutralizándose*";
- "*muchas sustancias empleadas en la cocina son ácidos*".

En este nivel siguen valiendo las características mencionadas antes. Se deben seleccionar solo las que aporten de alguna manera a comunicar la idea central, y conviene formularlas en afirmaciones para acotar las interpretaciones.

Por último, las **ideas secundarias** son aquellas que sirven para profundizar en las ideas principales, y están subordinadas a ellas. En general, son ideas que puedo eliminar sin cambiar el objetivo del discurso o afectar su comprensión, pero resultan muy útiles para graficar nuestro relato. También pueden actuar como nexo entre ideas principales, sirviendo de disparador, motivación, conclusión, ejemplo, sirviendo de introducción a temas nuevos, etc. La selección de los recursos divulgativos sucede en general a este nivel (humor, preguntas, interacciones dirigidas, etc.).

Para completar nuestro mensaje sobre ácidos y bases podríamos decir:

- "los ácidos clorhídrico, sulfúrico, y nítrico son ejemplos de ácido", para definir lo que es un ácido;
- "La teoría moderna de ácidos y bases fue desarrollada por Brønsted y Lowry en 1923", para dar un contexto histórico;
- "El vinagre sirve para disolver el sarro porque reacciona con él neutralizando" es un ejemplo de una reacción de neutralización que se usa cotidianamente (más apropiado que "el ácido sulfúrico reacciona con hidróxido de sodio para dar sulfato de sodio y agua").

RECORRIDO DE LA ESTRUCTURA DEL DISCURSO

La forma en que recorro esa estructura de idea central, principales y secundarias puede variar según los objetivos, el público y las circunstancias. En general definimos el recorrido ya teniendo armada la estructura, y lo adaptaremos en función del público o el contexto. En los textos expositivos o argumentativos, comunes en divulgación científica, algunas posibilidades son:

- Recorrido "deductivo": va de lo general a lo particular. De la idea central salen las principales, y de éstas las secundarias. Una variante común de esta organización es el "encuadre", en el cual la idea central vuelve a repetirse en la conclusión.

- Recorrido "inductivo": va de lo particular a lo general. De los ejemplos o casos puntuales voy construyendo hasta llegar a la idea central.



Existen igualmente otros tipos de recorrido que dependiendo el tema y los objetivos podrían servir:

- Recorrido cronológico o secuencial
- Recorrido de causa → consecuencia
- Recorrido de problema → solución