

# DESAFÍOS DE COMUNICAR BIOTECNOLOGÍA

Posiblemente, si preguntásemos en alguna conversación informal qué es la biotecnología algunas personas no sabrían responder, otras pensarían en cultivos transgénicos, en jeringas o en peligros. Pocas personas asociarían la palabra biotecnología con la insulina para tratar la diabetes, el jabón en polvo para lavar la ropa o unos ricos snacks de manzanas que no se oxidan. La pregunta entonces es ¿por qué existe una percepción negativa de la biotecnología y se conocen poco sus aportes, que han mejorado nuestra salud, alimentación y aspectos de la vida cotidiana? Una combinación de factores ha creado este escenario.

## **La percepción pública: muchas voces, pero algunas se escuchan más que otras**

Hay diversos comunicadores de la biotecnología: institutos de investigación, empresas, ONG, autoridades gubernamentales, la comunidad científica, periodistas, agricultores, influencers. Pero no todas estas voces se escuchan por igual. Esto se debe a que no tienen el mismo alcance ni todas gozan de un capital clave a la hora de comunicar: la credibilidad que otorga confianza. Es por ello que aquellas voces con menos conocimiento científico, pero con amplia llegada, se escuchan más. Hoy un influencer tiene más llegada que quienes forman parte de la comunidad científica.

## **Y hablando de influencers: la desinformación y el intrusismo**

La figura del “influencer” como líder de opinión ha cobrado auge en los últimos años. Figuras usualmente mediáticas, de diversos perfiles, con miles de seguidores en redes sociales hablan sobre ciencia y tecnología en un contexto de “defensa de alguna causa”, como puede ser el cuidado del ambiente, el derecho a saber qué comemos o qué tienen las vacunas, entre otras. De este modo, personas del espectáculo, la moda, etc. pasan a ocupar el rol de las voces expertas en dichos temas dando lugar al intrusismo<sup>1</sup>, esparciendo desinformación, dando cabida a la pseudociencia e instalando algunas tendencias.

## **Y hablando de tendencias ...**

Las tendencias socio-culturales son ciertas modas que han ganado terreno en lo cultural, que invitan a “volver a lo natural” y que encuentran terreno fértil en temas relacionados con la salud y los alimentos con mensajes como: “Hay que comer natural. No a los transgénicos”. Instaladas en gran parte por los influencers, estas tendencias presentan a las tecnologías como peligrosas y potencialmente dañinas para lo “puro” y lo “natural” y son germen para el crecimiento de movimientos anti-ciencia y anti-tecnología.

## **Los sesgos y las emociones**

De lo expuesto anteriormente surge la pregunta acerca de por qué las personas creemos más en un influencer que en la comunidad científica o una autoridad oficial, y por qué nos “subimos” o nos atraen las tendencias que mencionábamos. Las razones son varias, pero hay dos clave y que quienes comunican ciencia deben tener en cuenta. Por un lado, la ciencia es percibida como una herramienta para mejorar la vida de las personas, pero al mismo tiempo genera

## DESAFÍOS DE COMUNICAR BIOTECNOLOGÍA

cautela e incluso desconfianza o rechazo (lo vemos hoy con la aceptación de las vacunas contra la COVID-19). Por otra parte, las personas somos seres emocionales, por lo cual las opiniones y creencias, cargadas de contenido emocional se escuchan más que los hechos (fácticos, científicos en este caso). Nuestros sesgos hacen que la realidad que vemos pase por nuestro propio tamiz. Tendemos a creer en aquello que confirma alguna de nuestras creencias previas (sesgo de confirmación) y preferimos la permanencia o la costumbre al cambio (sesgo del statu quo).

### **La desinformación y la infodemia**

La emocionalidad que nos caracteriza y este temor o cautela ante lo nuevo ha generado, en parte, la “infodemia” que hoy vivimos, donde la desinformación, caracterizada por un fuerte contenido emocional, se viraliza y nos invade. En este contexto es muy difícil derribar mitos relacionados con la biotecnología, los alimentos y la salud.

### **Quién dijo que todo está perdido**

La buena noticia ante este escenario que parece algo desolador es que hoy cualquier persona puede comunicar. Todos podemos a través de una red social, un blog u otras herramientas generar buenas historias, revertir estas tendencias y hacer que la voz de la ciencia se escuche más fuerte.

***¡Seamos comunicadores!***

1. Intrusismo: Ejercicio de una actividad profesional por parte de una persona sin tener una matrícula habilitante.

# LOS DESAFÍOS DE COMUNICAR SOBRE BIOTECNOLOGÍA EN LA ERA DE LAS "FAKE NEWS"

ArgenBio

Consejo Argentino para la Información y el Desarrollo de la Biotecnología

## SITUACIÓN:

- En este mundo hiper-comunicado estamos expuestos a mucha más información de la que podemos procesar
- Las "fake news" parecieran estar de moda
- Muchos de los que toman posiciones abiertamente en contra de la biotecnología, en realidad son los que menos conocimiento técnico tienen (Fernbach *et al.*, 2019)
- Generalmente los científicos no comunicamos para el público en general
- Si no comunicamos y tomamos el lugar, otras voces se adueñan del espacio y toman ventaja

## DESAFÍOS:

- Comunicar sobre biotecnología al público general y a tomadores de decisiones es clave
- La percepción pública influye la aceptación de la biotecnología
- Muchas de las creencias o posiciones del público están más basadas en la emoción que en la razón
- Una vez que las "fake news" se instalan en el imaginario social son muy difíciles de revertir
- Las preocupaciones del público pueden no estar fundamentadas pero son genuinas, debemos contestarlas de la mejor forma posible

Razón



Emoción

## ESTRATEGIAS:

- Escuchar las preocupaciones del público y ofrecer un espacio para el diálogo y el entendimiento
- Lograr que el público se pueda cuestionar sus propios conocimientos y estar más permeable
- Contar historias y ejemplos de cómo la biotecnología está presente en el día a día y contribuye a una vida mejor
- Ayudar a la audiencia a desarrollar herramientas para navegar en este mundo hiper-comunicado:
  - Desarrollar el pensamiento crítico
  - Ayudarlos a entender cómo funciona la ciencia
  - Que puedan distinguir entre evidencia y opinión, creencia o ideología
- Es muy valioso buscar aliados, formar redes que nos trasciendan



## NUESTRA EXPERIENCIA:

- Estar presente en las redes sociales es una buena forma de generar un espacio para el diálogo y el entendimiento. Es un lugar desde donde podemos contribuir a frenar las "fake news" y derribar mitos
- Vimos que había muchas preocupaciones asociadas con la seguridad de los alimentos y, junto con ILSI y la Fundación Barceló, generamos Infoalimentos, un ámbito para hablar de alimentos: su producción, aspectos nutricionales y de seguridad e inocuidad alimentaria
- Nuestro programa de entrenamiento de entrenadores, por el que ya pasaron más de 19.000 personas, donde capacitadores e influenciadores pueden aclarar sus dudas y preocupaciones sobre transgénicos, también nos ayuda a sumar voces

## CONCLUSIONES:

En este mundo hiper-comunicado, donde las "fake news" llegaron para quedarse, comunicar efectivamente es clave para la aceptación y el desarrollo de la biotecnología. Si no comunicamos y tomamos el lugar, otros lo harán por nosotros y nuestro mensaje llegará tarde.

