

DIVULGACIÓN NO ES IGUAL A CONOCIMIENTO

Divulgación no es sinónimo de conocimiento, y la mera información en sí misma tampoco lo es, así como tampoco son iguales información y divulgación. En un tiempo en el que impera una cierta confusión sobre si estamos en la llamada *Sociedad de la Información* o en la del *Conocimiento*, vale la pena indicar que la diferencia no es en absoluto superficial.

Para ilustrar la distinción, recordaremos lo indicado al respecto por el investigador español Alberto Escudero Pascual en una reciente conferencia, cuando explicaba el caso de los alumnos de cierta universidad sueca que, pese a contar en su preparación con la ayuda ‘superefectiva’ –teóricamente– de un ordenador portátil (cedido por la propia universidad desde el inicio del curso) conectado todo el día –de forma gratuita y sin cables– a Internet, habían suspendido masivamente unos exámenes.

La incapacidad para procesar y discriminar la información recibida, y de elegir lo útil, entre lo curioso y lo divertido (así como la insana pasión de *chatear* incluso en horas de clase), les había conducido a tan penosa situación.

Tras la experiencia, las notas fueron mejorando (al menos, en algunos casos), al empezar a conocer los alumnos cómo debían prepararse y usar mejor su ordenador y cerebro para aprobar las diferentes pruebas a las que los examinadores les iban sometiendo.

Si información y divulgación no son equivalentes de conocimiento ¿cómo se produce el paso de las primeras a lo segundo? Antes de liarnos en consideraciones más complejas, y enzarzarnos en batallas puramente *para-semánticas*, vale la pena definir, siguiendo la estela del diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, el acto de *informar* como el de “dar noticia de una cosa”, el acto de *divulgar* como el de “publicar, extender, poner al alcance del público una cosa” y el acto de *conocer* (con varios sentidos, entre ellos un uso bíblico frecuente que no viene al caso) como –en su primera acepción– “averiguar por el ejercicio de las facultades intelectuales la naturaleza, cualidades y relaciones de las cosas”.

Es decir, de las tres actividades, la primera, la de informar, sería la más general, y se ocuparía ‘meramente’ de comunicar algo a alguien que no lo conoce; la segunda, la de divulgar, sería algo más compleja, dado que requiere un esfuerzo del comunicador por hacer comprensible la información que se transmite –divulgar y vulgarizar tienen un origen similar– seguramente por ser cuestiones algo complejas cuya comprensión vale la pena facilitar con el fin de que lleguen a la gente.

La tercera es muy diferente, en la tarea de conocer hay implícito un esfuerzo discriminatorio, que debe realizar siempre el que recibe la información, el cual deberá poner en marcha “sus facultades intelectuales”.

Si bien en el acto de divulgar se requiere todo un proceso complejo por parte del que comunica (al igual que en el de informar, pero con el añadido de conllevar una mayor preocupación por ser comprendido); en el acto de conocer, el esfuerzo reside en quien recibe la información de su entorno, el cual debe adoptar una actitud crítica frente a ella.

Seguramente, al igual que los motores de los coches extraen potencias diferentes de cubicajes similares, lo que hace falta es crear en cada ciudadano los mecanismos adecuados que permitan reducir a lo esencial la información, eliminando o separando el ruido inherente a todo proceso de comunicación, y convirtiendo de forma efectiva la ‘energía’ en ‘trabajo’.

Probablemente, el desarrollo del espíritu crítico sea uno de los mejores instrumentos de los que puede dotarse el ser humano para conseguir que en el vasto océano de la información que nos llega, seamos capaces de seleccionar con cierta efectividad aquellos datos que sí son realmente relevantes.

Confiamos en que esta revista, y los autores que en este número colaboran en el informe especial acerca de la comunicación social de la ciencia, así como en otros temas, contribuyan de alguna forma a dotar a nuestros lectores de instrumentos con los que hacer frente a la gran cantidad de información que, desde diversos medios y con variadas intenciones, nos llega a diario. **é**