

**Debate / Controversy**

**Introducción / Introduction**

**Luis Navarro Ardoy**

Presidente del Comité de Investigación Práctica Sociológica de la Federación Española de Sociología  
Departamento de Sociología, Universidad Pablo de Olavide, España / Spain

lnavard@upo.es

Recuerdo el año 2006 cuando durante el III Congreso Andaluz de Sociología hablé de la divulgación de la sociología y del impacto de nuestro trabajo en la sociedad. Traje a colación la vocación de algunos clásicos como Comte y Tocqueville de influir en el mundo que les rodea a través de sus escritos. Lo hice durante mi ponencia sobre jóvenes en Andalucía y a través de un vídeo dinámico que mezclaba elementos visuales gráficos, imágenes y música junto con resultados de datos de encuesta escritos en un lenguaje sencillo y de fácil comprensión —sin necesidad de recurrir a la jerga y a expresiones chabacanas—. Quería provocar debate mostrando otras formas de llevar al dominio público resultados de investigación para así expandirnos un poco más de los círculos académicos habituales. Durante aquel Congreso hubo alguna conversación aislada con los pocos colegas interesados en este tipo de acciones de divulgación. Más tarde propuse impulsar una línea de divulgación de la sociología: por un lado, realizar encuentros en espacios culturales y en bares estratégicos de diferentes localidades para debatir sobre temas polémicos y de actualidad; por otro lado, elaborar una revista original y con ilustraciones para divulgar investigación en sociología. El resultado fueron cero financiaciones y pocos (muy pocos) colegas me aseguraban su colaboración. Muchos, y muchas, me respondían diciendo que su preocupación era publicar en revistas académicas (¡entendible debido a las pautas de evaluación de la producción académica!) y no dedicar tiempo a escribir artículos de divulgación con escasa rentabilidad académica. Más de lo mismo: producir por producir para obtener puntos; ninguna actitud distinta frente al lector lego. Esta interpretación es personal y puede ser discutible en opinión de algún o alguna

colega (por el momento, obviaremos enfangarnos en la discusión).

Ahora y aquí, especialmente en España, el resultado es que la situación ha cambiado. La visión dominante hace una década del académico desinteresado por la divulgación, guiado por los nulos réditos curriculares, ha girado 180 grados para asociarse con el que está interesado. La divulgación de la ciencia está de moda y sobre todo lo está porque en la mayoría de convocatorias que financian proyectos de investigación ahora sí “cuentan”, y mucho, las acciones de divulgación para generar “impacto social” (Donovan, 2008; Flecha y Soler, 2014).

El problema es que como es habitual con todo lo que se pone de moda, la divulgación está siendo utilizada con una asiduidad excesiva sin considerar el contexto para emprender una acción y esto no es un problema menor. Sin una pensada estrategia de comunicación, no habrá buenos ejemplos de acciones de divulgación. Como mínimo o al menos, habrá que considerar que no es lo mismo divulgar a través de redes sociales que hacerlo a través de artículos en medios de comunicación. Una comprensión apropiada de la naturaleza de la cultura científica, las realidades de los medios de comunicación y los rasgos que distinguen a las diferentes audiencias diana, es fundamental para el adecuado diseño y ejecución de planes y estrategias de divulgación (López, 2017). Tampoco es un problema menor que no existan (o existan muy pocos) especialistas en cultura científica ni organismos especializados que ayuden a la divulgación de la sociología. Para el profesor Estrada, la improvisación tiende a convertirse en la forma definitiva de trabajar. “Muchos creen que cualquier persona puede dedicarse a divulgar la ciencia y que esta

tarea es esencialmente filantrópica, es decir, no profesional” (Estrada, 1996: 13). Por todo lo anterior, hoy algunas de las acciones que se presentan como divulgación aparecen como un producto desordenado como si de un guirigay caótico de opiniones improvisadas se tratase.

Es cierto que algunas de las cosas que se han dicho hasta ahora son muestra del terreno resbaladizo en el que nos movemos cuando se habla de divulgación. Es igualmente cierto que la sociología tendrá que seguir enfrentándose a algunos rasgos cognitivos que seguramente condicionan la divulgación y que funcionan como barrera. Todos y todas lo sabemos: la nuestra es una disciplina académica y científicamente menos legítima que otras (por ejemplo, la física, la química, las matemáticas, las neurociencias, etc.) y es una ciencia obligada, por su mismo objeto de estudio siempre esquivo y complejo, a tropezar con más frecuencia que otras con exigencias de justificación o cuestionamiento de resultados (Lahire, 2006: 24); siempre tratando de convencer de lo sólido de sus argumentos (Castillo, 2015: 8). Hoy en día vivimos sumergidos escuchando ideas fáciles de oír porque son alimentadas por el sentido común (Lutz, 2018: 448). En parte esto ocurre porque la sociedad y lo que en ella ocurre se tiene a considerar como una cuestión de opiniones. Todos nos sentimos preparados para opinar sobre cuestiones que nos resultan “familiares” o “cercanas”, lo que Estruch (2003: 17-19) denomina “situación de mercado informado”.

Ante la situación descrita, el equipo directivo del Comité de Investigación Práctica Sociológica de la FES propuso formalmente a la RES un debate sobre divulgación de la sociología. Después del correspondiente proceso de evaluación, el resultado está listo para ser leído. El debate que presentamos incluye cuatro textos como botón de muestra, con una acentuada variedad de enfoques porque pensábamos que la variedad lo enriquecería: transcurren desde experiencias en los medios de comunicación a ejemplos de divulgación a través de audiovisuales y de infografías.

El texto de Enrique Gil Calvo (primero), que titula *Empotrado (embedded) en trincheras mediáticas*, aporta un testimonio muy elocuente y sincero, un texto vívido, del que se puede aprender mucho sobre el papel de la sociología en los medios. La

sociología tiene una parte de testimonio que Gil Calvo transmite de una forma excepcional. Contarlo de acuerdo con unas normas particulares: los investigadores sociales deben rendir cuentas de sus trabajos no solo ante sus colegas profesionales, como hacen los demás investigadores científicos, sino también y además ante sus propios conciudadanos. La razón de que esto suceda así es que las ciencias sociales se caracterizan por su reflexividad, pues su objeto de estudio es la propia realidad social a la que pertenecen y en la que se integran los investigadores sociales.

El texto de Roberto Barbeito Iglesias (segundo) sigue atento a los medios de comunicación y al papel de la sociología. Con el título tan elocuente *Querer saber y querer hacer saber: dificultades y dilemas de la comunicación sociológica en la sociedad mediática*, muestra algunas limitaciones formales y lógicas que los medios de comunicación imponen a la divulgación científica, en general, y a la sociológica, en particular. También discute el papel de los científicos, en su condición de intelectuales, para promover directamente el conocimiento sociológico, y las dificultades que supone comunicar de un modo atractivo, pero no desvirtuado, a públicos amplios.

Aunque el texto de Luis Navarro Ardoy (tercero) también mira de reojo a los medios de comunicación, es más propositivo en su objetivo al presentar claves para la divulgación, con respaldo científico pero a su vez de forma amena. Lo hace utilizando como ejemplo el vídeo titulado *La sociología en marcha*, diseñado para mejorar, entre el gran público, el conocimiento de la sociología como ciencia, sus contribuciones a la sociedad y los oficios de sociólogos y de sociólogas. El vídeo que se presenta es breve y dinámico, con un estilo directo y fresco, y permite divulgar “narrativas auténticas” de sociología a través de música, ilustraciones, animaciones, y una voz en-off que permite articular un entramado armónico de frases y dotando de musicalidad a las palabras.

El texto de Clara Guilló Girard (cuarto) presenta la última reflexión centrada en los *Retos de la divulgación feminista sobre la desigualdad de género en España*. Habla fundamentalmente de tres: los dos primeros en relación a la visibilidad de las temáticas de género y el tercero el relativo a la representación de datos mixtos en un contexto

tecnológico complejo. Como principal estrategia de divulgación científica feminista, propone las ventajas de las infografías en la representación de los hallazgos de este tipo de investigaciones.

Deseo aprovechar las últimas líneas para agradecer públicamente a quienes me acompañan en este debate: Enrique Gil Calvo, Roberto Barbeito Iglesias y Clara Guilló Girard. Gracias por vuestro esfuerzo de reflexión y profesionalidad sociológica. Con vuestros textos damos un buen empuje al debate sobre la divulgación en sociología y constituyen un eslabón más en lo que Pérez Yruela acertadamente llama “la producción de conocimiento social” (Pérez Yruela, 2018).

Termino. Este debate es más rico en preguntas que en respuestas. En él podréis descubrir las fuentes comunes a todas ellas, de analizar los obstáculos que se acumulan en el camino y de examinar de qué modo podemos desactivarlos para mejorar nuestra comunicación con el público general (Bauman, 2010: 35). En ningún caso pretende ser un recetario. No es más que una invitación a pensar si la sociología necesita o no un giro en su estrategia de divulgación para llevar los resultados de investigación a más gente, a muchísima más, contribuyendo en última instancia a que la ciudadanía comprenda mejor el mundo que le rodea y pueda decir consecuentemente en qué mundo quiere vivir y cómo construirlo. La idea es hacer llegar el conocimiento a la mayor parte del público con respaldo científico, pero a su vez de forma amena. Semejante a las figuras tan variadas de un caleidoscopio, la divulgación de la sociología es un campo abierto que necesita evolucionar para encontrar nuevas vías (formas) de conectar con un nuevo gran público, cada vez más atomizado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bauman, Z. (2010). *Miedo líquido*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Castillo, J. J. (2015). Los desafíos de la Sociología. En tiempos de crisis y esperanza. *Sociología del Trabajo*, 85, 7-26.
- Donovan, C. (2008). The Australian Research Quality Framework: A live experiment in capturing the social, economic, environmental, and cultural returns of publicly funded research. *New Directions for Evaluation*, 118, 47-60.
- Estrada, L. (1996). Divulgación de la ciencia, ¿para qué? *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 55, 11-13.
- Estruch, J. (2003). La perspectiva sociológica. En S. Cardús (ed.), *La mirada del sociólogo. Qué es, qué hace, qué dice la sociología* (pp. 17-19). Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Flecha, R., Soler, M. (2014). Communicative Methodology: Successful actions and dialogic democracy. *Current Sociology*, 62(2), 232-242.
- Lahire, B. (2006). *¿Para qué sirve la sociología?* Buenos Aires: Siglo XXI.
- López, J. A. (2017). *Comprender y comunicar la ciencia. Estrategias de comunicación social de la ciencia a la luz de la investigación demoscópica sobre cultura científica*. Madrid: Catarata.
- Lutz, B. (2018). Pierre Bourdieu. Intervenciones políticas. Un sociólogo en la barricada. *Estudios Sociológicos de El Colegio de México*, 107, 448-451.
- Pérez Yruela, M. (2018). La producción de conocimiento social: universidades y *think tanks*. *Revista Española de Sociología*, 27(2), 313-324.

