



# YOU'VE GOT SOME EXPLAINING TO DO

*Consejos dirigidos a los neurocientíficos que escriben para  
lectores no especializados*



---

## ÍNDICE DE CONTENIDOS



## YOU'VE GOT SOME EXPLAINING TO DO

*Consejos dirigidos a los neurocientíficos que escriben para  
lectores no especializados*



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Publicado por Dana Press, una división de The Charles A. Dana Foundation,  
Incorporated

Copyright 2014 por The Charles A. Dana Foundation, Incorporated.  
Reservados todos los derechos. Ninguna parte de este libro puede ser  
reproducida, almacenada en un sistema de recuperación de datos o  
transmitida por cualquier medio o forma, electrónico, mecánico,  
fotocopiado, grabado y demás, sin el previo consentimiento por escrito del  
editor, con la salvedad de citas breves incluidas en artículos o reseñas  
críticas.

Dana Press

The Charles A. Dana Foundation

505 Fift Avenue, Sixth Floor

New York, NY 10017

DANA es una marca registrada a nivel federal

Impreso en los Estados Unidos de América

ISBN-13: 978-1-932594-58-4

Library of Congress Control Number: 2013957109

Cubierta y diseño gráfico: Leslie Hanson

## **ÍNDICE DE CONTENIDOS**

### **Introducción**

#### **Primera parte: El encuentro**

##### Introducción

1. Hay que pensar en tu lector
2. Hay que pensar en tu tema
3. Qué quieren los lectores
4. Tu voz

#### **Segunda parte: Soluciones simples**

##### Introducción

5. Lo plúmbeo
6. Cortando la maleza
7. Dejando las cosas claras

#### **Tercera parte: La ciencia y el estilo**

##### Introducción

8. Decir y no decir

9. Analogías, símiles, metáforas y anécdotas

10. Qué hay que poner primero

11. Citas y paráfrasis

12. Lo que sabemos y cuándo lo sabemos

13. Hombres enmascarados y OBNIS

14. El estilo visual

**Una cosa más**



# INTRODUCCIÓN

**E**n marzo de 2013, Steven Pinker, el psicólogo de Harvard, coincidió con la humorista Fran Lebowitz para conversar en el Rubin Museum of Art de Nueva York ante el público que abarrotaba el auditorio. En un momento dado, la charla se centró en los escritos del tipo académico; Lebowitz se quejó de que leerlos era "como tratar de leer cemento". Pinker, quien es famoso por evadirse a esta clase de críticas, desactivó la acusación con un argumento que suele hacer en sus conferencias y ensayos sobre los escritos académicos redactados para el público en general: es lo que llama "la maldición del conocimiento", que describe como la dificultad de "volver mentalmente al punto en que estabas antes de saber algo y explicárselo a otros".

Fue el comentario comprensivo de quien, como académico, conoce de cerca este dilema. Si te encuentras con el problema por él descrito, que sepas que los editores de libros de divulgación también nos hacemos cargo del dolor de cabeza que supone para ti, si bien lo consideramos desde un punto de vista un tanto distinto: como la cuestión práctica de resolver los problemas que vemos que los científicos tienen --o en los que no reparan-- a la hora de escribir sobre su ciencia para los lectores profanos en la materia. El propósito que me ha llevado a escribir este libro es el de ayudarte, para que puedas resolver o evitar por tu cuenta la mayoría de tales problemas. Algunos de ellos son ridículamente fáciles de solventar. Otros requieren una gimnasia mental que (como la gimnasia de verdad) es más fácil de practicar con regularidad para unos que para otros. La resolución de estos problemas se reduce a pensar de forma diferente, en el momento de escribir sobre ciencia para los legos, al modo en que piensas cuando estás escribiendo para los colegas profesionales. No hay razón para que te preocupes: dado que la escritura especializada y la no especializada tienen buenas razones para ser como son, este libro no

constituye un ataque a tus hábitos de redacción para los colegas de profesión. Su intención más bien es la de ofrecerte las razones y la información que pueden ayudarte a adoptar otros hábitos... y a tener éxito y estar contento con la labor de escribir para los no expertos que tienes en mente.

## TÚ Y TU LECTOR

La primera parte de este libro trata de ti y tu lector, porque la escritura de hecho supone una conversación. Resulta fundamental tener una idea clara de con quién estás conversando y sobre qué estás conversando. Razón por la que he dado el nombre de "El encuentro" a esta parte del libro. El objetivo es el de capacitarte para pensar dónde la historia que tienes en mente, y el modo en que esperas escribirla, van a encontrarse con tu lector. Has de tener claro qué es lo que tú y el lector queréis antes de empezar, sobre todo si detestas reescribir (¡no tendrías que detestarlo!). Y que lo que tú quieres no siempre es lo que él quiere.

## SOLUCIONES SIMPLES

En las clases de redacción del colegio y la universidad nos decían: "escribid de forma coloquial". Entendíamos que con ello no estaban instándonos a reproducir los atajos, gramática deficiente y frases fragmentadas propios de la conversación; por lo general interpretábamos este viejo consejo como: "escribid tal como habláis, pero con frases enteras". Por suerte para los correctores profesionales, los escritores que siguen este consejo producen un sinfín de errores de redacción, sobre todo porque se olvidan de las dimensiones no verbales de la conversación. En vista de que el lenguaje lo mismo puede emborronar como suministrar dicha dimensión, en la segunda parte se habla de prácticas de uso corriente que desdibujan o precisan tu escritura. Por fortuna, los malos usos resultan fáciles de corregir, y los buenos son intrínsecamente gratificantes. Si ya cuentas



con un primer borrador, puedes revisar el uso del lenguaje y, casi con toda seguridad, hacer que sea mejor.

## LA CIENCIA Y EL ESTILO

La tercera parte trata de aquellas ocasiones en que, acaso de forma temporal, puedes tener problemas vinculados a las formas de comunicación propias de tu vida como científico. Decidir qué es lo que hay que explicarle a tu lector es una parte de la cuestión. Otra parte consiste en determinar cómo el lector profano va a procesar tus palabras. Y otra parte más implica tener presente por qué crees que el lector quiere enterarse de lo que tienes que decir. Lo que parece indicar que habrá mucho que intuir, imaginar y adivinar --como prefieras llamarlo--, yendo más allá del evidentemente necesario trabajo de recopilar, organizar y redactar el contenido. Seguramente estás preguntándote cómo puedes hacer todo esto y a la vez conseguir que tus escritos resulten ágiles y fluidos. Pero se trata de algo parecido a bailar al son de una canción que conoces bien; una vez entras en acción, te acuerdas de los pasos a seguir y consigues arreglártelas.

## ¿DE DÓNDE PROCEDEN ESTOS CONSEJOS?

Establecida por la Dana Foundation, Dana Press empezó en 1990 con un boletín informativo dirigido al público no especializado, *BrainWork*, y con el tiempo pasó a publicar otras revistas y libros de divulgación sobre el cerebro en formatos impreso y electrónico. En mi condición de jefa de edición, durante casi veinticinco años me ha correspondido la labor de editar los escritos de los científicos para el público no especializado, y los consejos en estas páginas proceden de dicha experiencia. Pero si el trabajo que tienes entre manos constituye tu primera singladura en la escritura para lectores generalistas, quizá venga bien mencionar otra circunstancia de mi carrera profesional.

Yo trabajaba como redactora y editora en un periódico cuando acepté un empleo como consultora con vista al lanzamiento y la redacción de textos para *BrainWork*, con la ayuda de tres asesores científicos: Maxwell Cowan, Floyd Bloom y Lewis Judd. Sin ellos, la publicación hubiera muerto antes de nacer. (De hecho, el número cero de la publicación *nació* muerto, pues lo encontraron detestable). Yo no tenía la menor formación científica ni había tratado temas científicos a lo largo de mi carrera. Siempre digo que mi primer año de trabajo para *BrainWork* vino a suponer una migraña de un año entero de duración. Pero, con un grado de paciencia que sigue pareciéndome asombroso, los asesores explicaron, sugirieron, dieron nombres y me enviaron a entrevistar (y volver a entrevistar) a constelaciones de científicos. Como es natural, sabía de dónde procedían los lectores interesados en leer sobre el cerebro, pero me vi obligada a aprender todo lo posible sobre la perspectiva de los científicos. Una vez que pude entender qué hacían y qué les interesaba, fue posible trazar un camino que llevaba al terreno común, ver puntos de intereses convergentes e imbricar a la ciencia y el lector en una misma página. Por consiguiente, mi desafío fue el mismo con el que vosotros ahora os encontráis, sólo que a la inversa. Y si yo lo conseguí, vosotros también lo conseguiréis, y de eso no tengo dudas.



*PRIMERA PARTE*

EL ENCUENTRO



# INTRODUCCIÓN

**S**i estás escribiendo una propuesta dirigida a los editores y predices que "este (artículo/libro/blog) va a ser leído por los lectores con estudios en general, así como por los científicos, médicos, estudiantes, antropólogos, sociólogos, psiquiatras, abogados y filósofos", detente ahora mismo.

El hecho de pensar en todos los profesionales que pueden estar interesados en una materia y de considerar que todos ellos son unos lectores en potencia constituye un error natural, pero se trata de un error con todas las de la ley. Tu materia --relacionada con la investigación del cerebro-- sencillamente es lo que los lectores advertirán al hojear una revista, navegar en la red o mirar en los estantes de una librería. Despertará su curiosidad, sin duda. Pero lo que los convertirá en lectores o en no lectores es la perspectiva que ofreces.

La perspectiva no es tu materia, sino más bien cómo tienes previsto abordarla. El propósito de mostrar que determinado fenómeno en la neurociencia resulta asombroso y hermoso implica dirigirse a un tipo de lector, mientras que la intención de mostrar el mismo fenómeno como acicate para llevar una vida sana significa dirigirse a otro tipo. Y los detalles e ideas necesarios para mostrar cada perspectiva son diferentes.

Si te encuentras en esa situación en la que justo acabas de decirte que conoces cierto hecho científico que es único o de gran interés, si tienes la impresión de que a los no científicos les encantará saber de él, tienes que pensar en el modo de llevar dicha intuición a la superficie. Tendrás que preguntarte: "¿qué es lo que tiene este hecho científico que me empuja a divulgarlo entre los no científicos? Si me encontrara con unos lectores en potencia, ¿cómo encauzaría la conversación para dirigirla a este hecho preciso?" En otras palabras, tienes que identificar con exactitud la perspectiva que te anima a escribir y que te lleva a confiar en que el tema será de interés para el lector profano.

Si ya tienes clara la perspectiva que vas a adoptar, en tal caso es posible hacerte una idea de tu lector, porque ya sabes, más o menos, qué tipo de persona atendería o respondería a una conversación efectuada desde dicha perspectiva en un entorno social. Estamos hablando del mismo tipo de persona que va a leer lo que estás pensando escribir.

La idea de la escritura como una conversación con otra persona es más que una metáfora; es una realidad. Es literalmente imposible escribir algo sin pensar en quién va a leerlo. Incluso las anotaciones dirigidas a ti mismo están destinadas a que otro las lea después; lo que sucede es que ese otro resultas ser tú mismo. La comprensión de que la escritura equivale a una conversación también es práctica, porque influye en lo que escribes. Implica que, al debatir tu perspectiva con este lector, harás mención a unas cosas y no a otras, lo que también te llevará a ajustar la voz de tu escritura.

El establecimiento de tu perspectiva, de tu lector y de tu voz es la gimnasia mental a la que me refería en la introducción. Quizá puedes pensar en ello recurriendo a otra analogía: el entrenamiento para una carrera de larga distancia. El hecho de que te pongas en forma no quiere decir que la carrera vaya a ser pan comido, pero sí que te pondrá las cosas más fáciles.

# 1. HAY QUE PENSAR EN TU LECTOR

**E**s un buen momento para escribir sobre el cerebro. Cada vez hay más lectores interesados, y son muchas las perspectivas que los atraen. Por mencionar unas cuantas de ellas: qué vinculación tienen los descubrimientos de la neurociencia con la salud, nutrición o longevidad del lector; las consideraciones para la salud del cerebro asociadas al modo en que el individuo pasa su tiempo, hace su trabajo, cuida y educa a sus niños y toma decisiones en su vida; el papel que el cerebro desempeña en la economía, en la creatividad, en los deportes profesionales y en la experimentación de la cultura y el entretenimiento; qué relación puede tener la investigación del cerebro con la justicia, el gobierno de nuestras sociedades, la guerra y el progreso de los países en desarrollo; y las cuestiones éticas que la ciencia del cerebro plantea en el plano personal y en el social. La ciencia sobre la que te propones escribir posiblemente tiene que ver con todos estos ámbitos de la vida, y el tan creciente interés indica que ya hay alguien que tiene curiosidad por saber sobre tu tema.

Esta positiva situación a la vez supone que los intereses de los lectores potenciales no especializados son más diversos que nunca, lo que obliga a formular la pregunta un poco grosera que los editores tantas veces hacen a los autores: "¿Quién crees que va leer esto?" De forma especial en el caso de la ciencia del cerebro, cuyos detalles pueden volverse arcanos con mucha rapidez, es importante tener una idea clara de tu lector. ¿Qué interés puede tener que se ajuste, no ya sólo a tu materia en general, sino también a lo que te propones decir sobre ella?

Por poner un ejemplo, supongamos que estudias el desarrollo del cerebro y tienes previsto escribir sobre cómo el juego influye en el cerebro del niño y a qué edades. Los padres, abuelos, maestros y personas sencillamente interesadas en los niños o el juego querrán saber cómo se desarrollan las aptitudes y la cognición, qué estudios lo demuestran y, quizá, qué ventajas pueden reportarles tales descubrimientos en formas

simples y prácticas. Los profesionales de la educación especial, psicólogos infantiles y pediatras estarán interesados en encontrar un mayor análisis de los datos y, si no ya estructuras de causalidad, por lo menos unas correlaciones razonadas en detalle que pueden resultar útiles en sus diferentes prácticas profesionales. Los administradores públicos o de centros educativos, diseñadores de juegos, fabricantes de equipamientos para parques de juegos y otros planificadores a largo plazo también estarán esperando leer un buen análisis, pero a la vez querrán saber hacia dónde se dirige la investigación y cómo van a tener que prepararse para lo que está por venir. Por último, otros científicos, además de estudiantes, estarán ansiosos por conocer hasta qué punto lo principal de los descubrimientos guarda relación con sus propias investigaciones. Ponerse a escribir con absoluta confianza en que sabes lo bastante sobre tu materia para complacer a *todos* estos lectores es una trampa. Ninguno de ellos quiere saber todas las cosas que tú sabes.

Como analogía, supón que te encuentras en una reunión del tipo social. Alguien -- un abogado, pongamos por caso-- te hace una pregunta sobre la memoria. Vas a responder, pero otro invitado, quien resulta ser un científico, ha oído la pregunta y se acerca para escuchar qué es lo que tienes que decir. ¿Cómo te manejas con esta situación? Lo que puede interesar al abogado será archisabido por el científico. Y Dios no quiera que el otro científico haya publicado algo sobre esta misma cuestión y se muestre crítico con tu respuesta. Pero si tratas de elaborar una respuesta destinada a contentar a los dos, lo más probable es que uno pronto se aleje de tu lado... o que lo hagan los dos, uno de ellos aburrido y el otro sin haber entendido nada. Lo mismo pasa con los lectores, cuando se dicen que en realidad no terminas de estar hablándoles a ellos, cuando tienen la impresión de que estás mirando de reojo para ver quién más se encuentra a la escucha.

En otras palabras, la conciencia de todo cuanto sabes irá en detrimento de una narrativa coherente, a no ser que antes te preguntes sobre la historia que quieres contar -- y sobre el modo de abordarla que tienes en mente, aunque sea a medias-- y a continuación visualices el tipo de lector más probablemente interesado. El hecho de tener una clara imagen mental de tus intenciones y de tu lector viene a ser una brújula. Determinados contenidos resultan obvios, otros contenidos están fuera de lugar y el tono y el lenguaje a

emplear se vuelven evidentes. Una vez determinado tu público, tu problema se reduce a, simplemente, escribir bien. Y si escribes bien, los lectores pueden sorprenderte.

Pensemos en el caso de Daniel Kahneman, psicólogo en Princeton, galardonado con el Nobel de economía en 2002 por su trabajo pionero sobre la toma de decisiones económicas. Tras haber publicado cinco libros especializados y centenares de estudios a lo largo de varias décadas, Kahneman escribió su primer libro para el lector lego, *Thinking, Fast and Slow*, publicado en 2012. La Introducción del libro comienza así:

*Cada autor, o eso supongo, tiene en mente un entorno preciso en el que sus lectores pudieran beneficiarse de haber leído su libro. El mío es el típico cuarto con la fuente de agua, presente en casi todas las oficinas, allí donde se comparten opiniones y cotilleos. Espero enriquecer el vocabulario que la gente usa al hablar sobre los juicios y decisiones de otros, sobre las nuevas políticas de la compañía o sobre las elecciones de inversión tomadas por un compañero de trabajo.*

No es de sorprender que la obra pronto apareciera en el listado de libros sobre temas de negocios más vendidos del *Wall Street Journal*. Pero lo que pasó es que también se encaramó con rapidez a lo alto de los listados de libros de no ficción en general. Incluso tuvo gran aceptación entre los neurocientíficos sin mencionar específicamente el cerebro (del que constantemente se habla entre líneas). ¿Por qué? Al escoger su objetivo (una descripción clara y no especializada de la toma de decisiones) y tener claro qué tipo de lector podría estar más interesado, el autor escribió un ensayo que resultaba muy informativo para las personas que tenía en mente y, también, para las que eran más versadas y menos versadas en la cuestión que dichas personas precisas.

Ésta es la cuestión: es posible que no hayas ganado un Nobel (por el momento), pero, al igual que Kahneman, tu ámbito de conocimientos se extiende desde lo extraordinariamente especializado hasta lo comprensible para todo el mundo. Así que



vale la pena insistir en la mención hecha por Kahneman del "entorno" que tenía presente. El autor hablaba de unos lectores de libros sobre negocios y finanzas situados al principio o a mitad de sus carreras profesionales, con motivos sólidos para pensar en la toma de decisiones. No descartaba a ningunos otros lectores, pero se hizo una clara imagen mental del individuo con quien iba a mantener esta conversación --el lector seguramente más abierto a establecer dicha conversación y a servirse de ella después--, al tiempo que confiaba en la inteligencia de otros asimismo dispuestos a leer el libro si consideraban que podría reportarles un beneficio. Tú también vas a tener que designar al interlocutor en la conversación, pero, antes de que puedas hacerlo, has de tener claro sobre qué vas a escribir exactamente.

## 2. HAY QUE PENSAR EN TU TEMA

**P**or mucho que consigas tener claro a qué lectores piensas dirigirte al extenderte sobre tu materia, si tan sólo cuentas con esto al comenzar a escribir, lo más probable es que el texto resultante no pase de ser una mera acumulación de datos.

Primero tienes que establecer con exactitud la perspectiva que estimula tu decisión de escribir sobre el tema y contar con la ilusión de exponerla. Has de estar convencido de que tu perspectiva es distinta y más interesante que lo ya publicado sobre la cuestión y, espero, de que la inspiración te haya venido de golpe. Te dirás que esto suena un poco a librito de autoayuda, ¿verdad? No es el caso. Escribir es un trabajo duro, y la motivación resulta importante.

El convencimiento de la importancia de tu punto de vista sobre el tema también es práctico: cuando te pierdas en la maraña de los detalles, conseguirás salir de ella al recordar qué te llevó a ponerte a escribir en primera instancia. También es práctico saber que tu idea es original o distinta, porque te interesa que un editor comparta tu entusiasmo, y la primera pregunta que hace un editor es si una idea resulta nueva o en qué aspectos lo es.

A la vez, si pones manos a la obra sin pensártelo más, hay aspectos que indican la aparición de problemas más adelante. Dos banderas rojas son frecuentes. Una es que la idea de un escritor acostumbra a mantenerse en transformación; la otra es que un artículo o libro por encargo en realidad no motiva mucho al escritor. En uno y otro caso, suele suceder que el escritor empezó a pensar en un proyecto por las razones equivocadas o que la idea sencillamente resulta demasiado vaga o general.

## "TENER QUE HACERLO" NO EQUIVALE A "QUERER HACERLO"

Con mayor frecuencia de lo que se supone, hay personas muy dotadas que empiezan a trabajar en un artículo o un libro porque se dicen que tienen que hacerlo, no porque de hecho quieran hacerlo. Algunas han sucumbido a las presiones de los amigos, que tan orgullosos de ellas están. Otras se ponen a escribir porque unos editores han contactado con ellas después de haber leído sobre su trabajo o haber visto entrevistas con ellas. De vez en cuando, un autor se siente obligado a corregir una idea equivocada que está volviéndose demasiado extendida, o bien es pionero en determinada materia y está harto de ver que otros escriben sobre ella sin entenderla. Muy de tarde en tarde, un científico distinguido y por lo demás cuerdo decide que ha llegado el momento de tomarse el desquite contra aquellos críticos cuyos reparos iniciales siguen escociendo mucho tiempo después. Pero, en la mayoría de los casos, el científico que se repite que "tiene que hacerlo" y ponerse a escribir sencillamente alberga la impresión de que es importante que el público no entendido esté al corriente de las últimas investigaciones. Ninguno de estos motivos es idóneo para desarrollar un proyecto, pero algunos son peores que otros.

Los editores acostumbran a rechazar los proyectos inspirados por motivaciones negativas, porque raras veces son de lectura agradable. De forma inevitable, los sentimientos del autor conforman su escritura y, como resultado, la motivación negativa tiende a resultar evidente: en el plano del contenido, en forma de demasiado texto sobre lo que está mal y demasiado poco sobre lo que está bien, y en el plano del estilo, en forma de condescendencia, sermoneos, irritabilidad o mezquindad. Los editores de hecho entienden la importancia de corregir las ideas equivocadas o de efectuar una labor de limpieza con las publicaciones poco rigurosas, pero el autor que trata de hacer estas cosas está obligado a responder con un escrito lleno de buena información que o bien hace caso omiso de la información mala, o bien la corrige sin ensañarse. También comprendemos (y muy bien) lo mucho que duele el ataque de un crítico, pero la mayoría de los manuscritos que nos llegan y tratan de responder a la crítica son defensivos en el mejor de los casos y,

en el peor, poco halagüeños para el autor. Al hablar sobre un proyecto con un escritor que se muestra preocupado por otros puntos de vista, siempre digo:

--Sácalo todo de dentro, escribe sobre estas cosas tal como estás contándomelas, y ya está.

Si quieres que te publiquen, es de esperar que tengas cosas de interés que decir. Los críticos y las tonterías de ese tipo en realidad no son interesantes.

Las motivaciones de clase positiva son mejores --por lo menos te animan a poner toda la carne en el asador--, pero con frecuencia provocan que escribir se convierta en una especie de obligación: si escribes para complacer a tus amistades, es posible que las elecciones de contenido y estilo estén motivadas por sus conocimientos, gusto y razones por las que insistieron en que escribieras, antes que por una idea clara de lo que quisieras contar al lector que tienes en mente. Si un editor te ha venido con una idea específica que tú mismo no hubieras propuesto, y si a pesar de ello sigues adelante con la idea, tu imaginación e intuición pueden aletargarse, con el resultado de que tendrás que arreglártelas para continuar avanzando a trompicones sin más ayuda que la del intelecto. La mejor de las motivaciones positivas --escribir con la idea de proporcionar un servicio público-- presenta una paradoja: consigues buenos resultados cuando eres egoísta y te concentras en aquel aspecto de tu materia que más te gusta personalmente, mientras que la simple decisión de educar al público lector viene a ser un poco como enviar una donación a una organización cuyos objetivos son encomiables; el distanciamiento emocional de la labor precisa puede generar una respuesta poco imaginativa.

La única excepción a las razones del tipo "tengo que hacerlo" la constituye la proverbial oferta que no puedes rechazar: si el *New York Times* te propone escribir un artículo de opinión, el portal WebMD te ofrece colaboraciones regulares o un editor está dispuesto a pagarte una suma de seis dígitos a cambio de que escribas un libro. Las oportunidades de este tipo tendrían que empujarte a pasar del "tengo que hacerlo" al "quiero hacerlo" en un abrir y cerrar de ojos, y no sólo porque presuponen un público lector tan nutrido como bien definido. Uno de los incentivos que lleva a los editores a

contactar con un científico es el respeto. Si el sentimiento es mutuo, tendría que resultarte fácil conseguir que el editor te diera tanta libertad para abordar el tema como si hubieras sido tú quien propuso dicho tema en primera instancia, y no a la inversa.

## UNA PERSPECTIVA CLARA

Uno de los aspectos más raros de la escritura es la gran frecuencia con que el producto final resulta ser más rico, o más pobre, que la idea con la que el escritor empezó. La razón es sencilla: el proceso de escribir tiende a aclarar los desafíos que dicha idea presenta al ir cobrando forma en palabras.

Y ahí se da un dilema que tiene que ver con la circunstancia de ser publicado. La perspectiva del escritor --la argumentación a efectuar, la cuestión que una historia explicativa va a abordar, el modo en la información será tratada-- tiene más peso que el estilo de redacción cuando el editor inicialmente considera proponer un artículo o un libro. No solo eso, sino que el editor primero quiere ver la idea resumida o concentrada, sin necesidad de leer un manuscrito entero. Lo que implica establecer el concepto, tratar de fijarlo bien, aunque sepas que puede cambiar un tanto después de haberte embarcado en el proceso de escritura.

Hazme caso: sea cual sea el tema sobre el que te gustaría escribir, probablemente resulta mucho más vago de lo que te parece al pensarlo, y hasta es posible que el tipo de ángulo que tienes previsto seguir no se ajuste bien al contenido que inicialmente has ideado. Lo que quiero decir es que si, por ejemplo, te propones escribir sobre el desarrollo del cerebro en el niño de tal modo que su lectura sea interesante para los padres, pero el contenido en el que estás pensando tan sólo se refiere a la biología y no cubre los comportamientos, ahí te encuentras con una distancia que vas a tener que recorrer. En pocas palabras, has de comenzar a articular tu perspectiva, de una manera u otra, para hacer que tu idea se torne concreta y para detectar todos los posibles problemas conceptuales al respecto.

Algunos autores hacen progresos con la perspectiva recurriendo a los amigos, hablándoles de la idea que tienen y de cómo planean expresarla, pidiéndoles su opinión al respecto. Esto funciona si hablas con personas no especializadas como las que aspiras a que lean tu libro, con colegas que han escrito con éxito para no versados en una materia o con el editor que te ha propuesto escribir. Pero tarde o temprano llega el momento en que has de dejar de hablar y ponerte a escribir, así que lo más rápido y efectivo es poner manos a la obra.

Muchos autores (yo misma soy una de ellos) de inmediato tienen que confeccionar un manuscrito, en el que más o menos incluyen todas las ideas inteligentes y aleatorias que merecen ocupar un lugar en el texto. (Aquí vale la pena recordar la broma que Ronald Reagan hiciera en su momento, sobre el chaval que limpiaba el establo porque estaba seguro de que en su interior había un poni escondido). En mi caso, a veces puedo escribir durante bastantes días seguidos hasta que creo saber qué es lo que quiero comunicar y qué aspectos específicos voy a mencionar. A continuación desecho el manuscrito en bruto que había empezado y me pongo a redactar otro que organice mejor la dirección que he terminado por encontrar. Este método no es para todos, pues consume mucho tiempo y hasta puede resultar deprimente si el nuevo texto ni de lejos hace gala del brío narrativo esperado en un principio.

Otros escritores afinan su perspectiva mediante la redacción de una sinopsis o resumen; es frecuente que elaboren varias versiones hasta llegar a una que se asemeja a la historia que quieren narrar. Otra técnica consiste en comenzar a escribir versiones en bruto de capítulos específicos, que luego barajan y vuelven a barajar, para ver qué tal resultan como el armazón de una historia. Y por último, algunos autores son capaces de concretar su perspectiva en grado suficiente como para guiarse durante la redacción de un primer manuscrito atendiendo a unas cuantas frases cortas y descriptivas, que han escrito al estilo habitual en los índices de contenidos de las revistas o en las reseñas breves de libros.

## OLVÍDATE DE LAS NOTAS DE TUS CONFERENCIAS

En referencia a las distintas formas de formular tu perspectiva, no es buena idea recurrir a las notas que escribiste para tus conferencias a fin de basarla en ellas. A los editores muchas veces nos llegan propuestas de académicos interesados en adaptar una conferencia bastante difundida a un libro para lectores no expertos. Por lo general respondemos que gracias pero no, pues las prioridades académicas útiles en las conferencias raramente son iguales que las prioridades para el lector en general.

Es sabido que ciertas materias precisas suelen interesar a los lectores profanos; como resultado, los escritores, editores y directores de editoriales recurren a formas típicas --a fórmulas, si se quiere-- a la hora de presentar dichas materias. Lo que conduce a la existencia de unos nichos que voy a describir en el capítulo siguiente. Pero detrás de todos estos nichos se encuentra una realidad fundamental que muchos científicos-autores subestiman u olvidan: el lector generalista lee por placer. Lee porque quiere, no porque tenga que hacerlo.

Un artículo de Abe Peck aparecido en octubre de 2010 en la revista *Pacific Standard* habla de un estudio por entonces recién publicado pero de un decenio de duración efectuado por el Readership Institute de la Northwestern University. Los investigadores preguntaron a 37.000 personas su opinión sobre 74.000 artículos impresos y en la red, con intención de saber hasta qué punto les habían afectado o no los textos mencionados. En las respuestas y en centenares de entrevistas de seguimiento, los investigadores identificaron más de cuarenta tipos de "experiencias". Las experiencias de los lectores más motivados a seguir leyendo aquellos artículos decían, por ejemplo: "te distrae y te relaja", "me vuelve más listo", "es mi recompensa por dedicarme a hacer otras cosas en la vida", "un artículo que compartir y del que hablar", "de utilidad práctica" y "me muero de gusto al leer esta revista". Algunas características que otros lectores describían como poco favorecedoras de la lectura eran "negatividad", "anodino", "decepcionante" o "un batiburrillo de datos".

Peck profundizaba en el caso de la revista *Popular Science*, que tiene 1,3 millón de lectores. El estudio encontró que los lectores de *Popular Science* leen la publicación con la idea de vivir una experiencia de "desconexión", y Peck a continuación incluía la reacción del director de *Popular Science* al respecto: La gente dice que nos lee para entretenerse y no como herramienta educativa, lo que nos ha recordado que es importante, por ejemplo, no usar demasiada jerga (...) ni dejar que nuestra infografía resulte demasiado ambiciosa. Si alguno de nuestros contenidos da la impresión de ser demasiado difícil de entender, o de llevar a que el lector se sienta como un tonto, de pronto estás desbaratando esa "sensación de evasión".

Por suerte, los resultados del estudio pusieron punto y final a dos clichés muy usados en referencia a los lectores profanos: que has de venirles con alguna forma de aplicación práctica de la ciencia, y que es necesario explicarles la ciencia como si fueran niños pequeños para que entiendan lo que quieres decirles. Con todo, siempre es importante recordar que los lectores en general --incluso aquellos que con el tiempo se han vuelto un poco más especializados-- tienen unos intereses distintos a los de los lectores académicos en lo referente al tipo de detalle y perspectiva que escoges para tu tema.



### 3. QUÉ QUIEREN LOS LECTORES

La idea de Steven Pinker, mencionada en la introducción, de escribir para los lectores profanos bajo una "maldición del conocimiento" resulta vívida, pero un poco lleva a pensar en un multimillonario que se quejara de la maldición del dinero excesivo. Siguiendo con esta analogía, el proyecto de escribir un texto destinado al lector en general significa olvidarse de viajar en limusina y decantarse por un Ford normal y corriente. La cuestión de fondo estriba de qué cartera financiera vas a sacar los valores en que basar tu escrito, lo que muchas veces es una decisión interesante que tomar.

Sin embargo, la descripción que Pinker hace de esta tarea --por la que es preciso "volver mentalmente al estado en que te encontrabas antes de saber algo y explicárselo a los demás"-- no parece ser muy útil. (Lo digo con todo respeto, pues es difícil reprocharle algo al éxito). Probablemente, cuando empezaste a interesarte por la ciencia, te sentiste obsesionado y empeñado en aprenderlo todo sobre ella, mientras que lo que obsesionó a otros les llevó a convertirse en abogados, hombres de negocios, maestros, artistas, clérigos, deportistas, funcionarios públicos, profesores de yoga y demás. De forma que el regreso a una versión ignorante de tu propia persona posiblemente no facilitará el encuentro con tu lector; como mucho, te encontrarás contigo mismo. Yo más bien describiría dicha tarea como la de escribir para otro adulto que está interesado en conocer tu punto de vista sobre una cuestión relacionada con la ciencia. Lo que también es interesante, porque supone que hay más ideas a compartir y establece unos límites claros en lo referente a los aspectos de tipo técnico que será necesario explicar.

El paradigma es éste: quieres escribir algo por una razón particular, y tu lector quiere leerlo por esa misma razón. No todo tiene que ver con la ciencia, esto es, sino con la ciencia que encaja con lo que a ti y al lector os atrae de esta historia precisa. Si asumes este punto, tu trabajo resultará más fácil de un modo inconmensurable, pues podrás

concentrarte en la elección del contenido científico oportuno y en hacerlo claro e interesante.

En vista de que las personas leen cosas distintas por diferentes razones, es necesario que detectes al lector que se corresponde con tu propósito como escritor, a la persona que visualizas con mayor facilidad como interlocutor en esta conversación entre autor y lector, la que más tiene que ver con lo que has previsto escribir, de la forma en que vas a escribirlo. Una forma de comenzar a visualizarla es la de tomar en consideración lo que los directores editoriales creen saber sobre sus lectores.

Las siguientes categorías vienen a ser la imagen a vista de pájaro que los editores tienen de los lectores. Hace tiempo que las revistas establecen perfiles de sus suscriptores por razones vinculadas a la mercadotecnia y la publicidad, y los responsables de publicaciones en la red ahora efectúan análisis parecidos, si bien los datos siguen siendo un tanto incompletos en algunas áreas. El sector del libro nunca ha contado con estadísticas fiables sobre los lectores y por lo general depende de su experiencia con títulos bien o mal recibidos (la recopilación de datos sobre libros en formato electrónico sin duda va a cambiar esta situación). Sin embargo, los editores de libros y los libreros utilizan categorías para ornar las cubiertas y contracubiertas de los volúmenes y para agrupar los títulos en las tiendas --dando el nombre de "nichos" a tales categorías--, y sus ideas sobre los lectores vinculados a estos nichos se corresponden bien con los análisis más sistemáticos hechos por los editores de otras clases.

Los nichos son tipos de contenidos y presentaciones que atraen a un número significativo de lectores. Los editores siempre tienen presentes los nichos a la hora de evaluar un manuscrito relacionado con la ciencia, porque se trata de un sencillo método para predecir si los suscriptores o compradores de libros van a sentirse interesados por un proyecto. En tu condición de autor, vale la pena que tengas presentes estas categorías, porque la comprensión del modo en que tu proyecto se ajusta a sus características y demografías puede facilitar que sigas adelante (cuando te bloqueas y crees sufrir de la "maldición") y facilitar que te acuerdes de tu lector.

## LECTORES CON BUEN NIVEL EDUCATIVO EN GENERAL

A la hora de hablar con un editor sobre un posible libro o artículo, los científicos muchas veces dicen que se proponen escribir para "el lector educado en general". Con esto vienen a decir que tienen pensado usar un lenguaje no técnico y dan por supuesto que los lectores con buen nivel educativo están dispuestos a leer sobre ciencia siempre que se la expliquen bien. Pero los *gerries*, como la fallecida, legendaria editora Joyce Engelson llamaba a los lectores estadounidenses de este tipo forman un grupo peculiar con unas preferencias muy marcadas. Leen revistas como *The New Yorker*, *Vanity Fair*, *The Economist* y *GQ*, así como libros publicados por editoriales como Alfred A. Knopf y Farrar, Strauss and Giroux. Están suscritos en la red o a la versión impresa de periódicos como el *New York Times* y el *Wall Street Journal*. Según los perfiles demográficos establecidos por tales editores, sus lectores son un poco más mayores, un poco más adinerados y un poco mejor educados que los lectores de otras publicaciones.

Sus gustos son eclécticos, pero los lectores con buen nivel educativo en general tienen mayor interés en lo literario que en los datos escuetos, hasta el punto de que la simple explicación de la ciencia no es la verdadera razón que les lleva a leer un artículo científico. En su caso, un libro o artículo científico excelente les permite ahondar tanto en el tema como en las personas a él vinculadas; el texto inspira admiración, fascinación, diversión o consternación. Un buen ejemplo es "Form and Fungus: Can Mushrooms Help Us Get Rid of Styrofoam?", por el veterano redactor del *New Yorker* Ian Frazier, publicado en el número de la revista correspondiente al 20 de mayo de 2013.

En un texto sobre las influencias o implicaciones de la ciencia, los *gerries* quieren encontrar un punto de vista claro, y hay que tener en cuenta que sus intereses suelen decantarse por lo cultural, social y político. Esperan hallar unas argumentaciones sofisticadas en lo referente a las implicaciones, así como concisión en lo relativo a la ciencia que sustenta tales argumentaciones. Sea cual sea la perspectiva del autor, responden de modo positivo a la claridad, la expresión original, la metáfora y la analogía,

el lenguaje matizado, el ritmo bien estructurado y el razonamiento persuasivo. En consecuencia, si tu tema es espectacular a primera vista o está ligado a una cuestión específica de importancia, estos lectores van a sentirse interesados, pero su satisfacción con el texto final tendrá correlación directa con el esmero que como escritor hayas puesto en su redacción.

## LÍDERES DE OPINIÓN

Otro lector que los científicos a veces visualizan es el perteneciente al grupo que los directores editoriales llaman "influyentes", categoría que incluye a figuras del gobierno y los negocios. Pero este colectivo resulta vago, pues "líder de opinión" es un concepto propio del marketing, no de los lectores o escritores, por lo que en el mundo académico (de las escuelas de negocios) se ha vertido mucha tinta con intención de definirlos y describir sus hábitos de lectura. Estos esfuerzos definatorios llevan a la conclusión general de que los individuos destacados leen lo mismo que el resto de la gente, sólo que en mayor cantidad. Si aspiras a despertar la curiosidad de los lectores involucrados en las subvenciones a la ciencia o en la toma de decisiones políticas, encontrarás que leen revistas como *The New York*, *The Economist*, *Scientific American* y *Bloomberg Businessweek*. Todas estas publicaciones aseguran que entre la cuarta y la tercera parte de sus lectores tienen influencia en los mundos de la ciencia, los negocios y el gobierno.

No obstante, las investigaciones del marketing dejan bastante claro que, a la hora de enviar un mensaje a los influyentes, el mejor vehículo es un periódico. Por lo que parece, los líderes de opinión leen más periódicos, y con mayor detenimiento, que el lector promedio de diarios. Hay distintas ideas sobre qué secciones son las más interesantes para qué tipo de lector, pero los editores de periódicos coinciden que, después de la primera plana, las páginas editoriales y de opinión son las más leídas por el conjunto de los lectores, de la versión impresa y de la digital. Lo más interesante en referencia a los lectores de las páginas de opinión (las *op-ed*, como se les llama en inglés) es que en principio ponen superior atención, pues están leyendo con el propósito de

actualizar sus puntos de vista personales. Las columnas de opinión de los periódicos y algunas revistas están abiertas a colaboraciones exteriores, y éste es un caso en el que la condición de experto tiene gran ventaja sobre la de escritor profesional. La dificultad en escribir artículos de opinión radica en la forma. La extensión media por lo general no llega a las mil palabras, lo que tan sólo permite describir los hechos más destacables y proporcionar una información que sustente la argumentación y, a la vez, sea nueva y relevante. Con todo, para los ensayos que se ajustan a estos criterios, los artículos de opinión son unas excelentes plataformas.

## LECTORES DE PUBLICACIONES SOBRE LA SALUD

La salud es uno de los temas que más interesan a los lectores de los países desarrollados del mundo entero. Un ejemplo: en 2009, Rodale, la editora de revistas como *Prevention*, *Women's Health* y *Running Times*, informó de que el número global de lectores de *Men's Health* había superado los veintidós millones. Entre esa fecha y 2012, Rodale lanzó *Runner's World* en China, *Men's Health* en Bulgaria y Hungría y *Women's Health* en Tailandia y Alemania. *Prevention* tiene casi nueve millones de lectores en Estados Unidos, así como diez ediciones internacionales.

En Estados Unidos, los lectores de publicaciones sobre la salud por lo general tienen entre cuarenta y sesenta años, unos ingresos superiores al promedio nacional y una educación ligeramente mejor que la de los lectores de otras publicaciones. Los lectores se decantan a edades más tempranas --entre los treinta y los treinta y cinco años-- en el caso de las revistas especializadas en temas concretos, como el ejercicio físico o los hijos, no directamente centradas en la salud pero con numerosos contenidos al respecto. El rasgo común más fundamental entre los lectores de artículos sobre la salud es una perspectiva individualizada. Por poner un ejemplo, el lector o la lectora de *Women's Health* o *Men's Health* está interesado en las cuestiones de salud que afectan en mayor medida a las personas de su propio sexo, mientras que quien se suscribe a una revista sobre *fitness* espera encontrar contenidos de salud relacionados con el *fitness*. La conclusión es que un

poquito de ciencia tiene mucho eco entre estos lectores. Se dan cuenta de que la biología de un trastorno o fenómeno --el "porqué"-- resulta importante, pero les importa mucho más su manifestación y el modo en que tendrían que responder a él. Cuando la ciencia arroja luz sobre tales aspectos, las consecuencias pueden ser óptimas tanto para el autor como para el lector.

Sugiero que no tengas reparo en escribir sobre la salud y el cerebro para los portales en la red y publicaciones digitales especializados en la salud, siempre que sean de buena calidad. El sector de salud para no expertos ha mostrado gran crecimiento en internet. Las revistas y libros impresos siguen manteniéndose en el campo de la salud, a pesar de las presiones económicas provocadas por la costumbre de leer en internet. La única excepción la constituyen los libros impresos de referencia sobre la salud; han perdido lectores con rapidez en favor de sus propias versiones *online* y de las nuevas referencias digitales.

## LECTORES DE AUTOAYUDA

Los lectores de textos de autoayuda son distintos a los lectores de textos sobre la salud: lo que quieren es recibir consejos de tipo preceptivo, en gran cantidad, de ser posible en forma de planes o programas que pueden utilizar para resolver un problema o conseguir un objetivo que les interesa personalmente. Estos lectores son fascinantes, por optimistas, independientes e inseguros. Si un plan inicialmente prometedor no funciona, prueban con otro nuevo. De forma extraña, bastantes de ellos no confían ni en la ciencia ni en la medicina, y de ahí viene el éxito de los programas de autoayuda inventados por pacientes que perdieron la fe en los tratamientos ortodoxos. En vista de lo cual, este lector en principio no parece estar muy interesado en informarse sobre la neurociencia. Sin embargo, unos cuantos autores han logrado introducir la neurociencia, y sin distorsionarla, en obras de autoayuda muy vendidas. Es el caso de Daniel Amen, Daniel Goleman y John Ratey, cuyos libros y portales en la red tienen numerosos seguidores interesados en la autoayuda. El secreto de estos autores estriba en abstenerse de impartir

lecciones de neurociencia de alto nivel a sus lectores y en tener claro qué temas vinculados a las ciencias del cerebro motivarán a los lectores a seguir lo que muchas veces son unas recetas de las que han oído hablar o que incluso han ideado por su cuenta.

## LECTORES DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

El lector de textos de divulgación científica sigue siendo una figura muy importante, por la continua razón de que la ciencia revela cosas fascinantes. A estos lectores sencillamente les gusta la ciencia, y en su mayoría no son científicos profesionales.

En su conjunto, las tres principales revistas estadounidenses de divulgación científica --*Popular Science*, *Discover* y *Scientific American*-- tienen casi dos millones y medio de lectores en la red y en letra impresa, y la mayoría de tales lectores cuentan con una educación superior a la del adulto estadounidense promedio\*. En el plano nacional, cerca del 26 por ciento de los adultos tienen una diplomatura universitaria de algún tipo y el 30 por ciento una licenciatura, doctorado o similar. Pero entre el 1,3 millón de lectores de *Popular Science*, el 67 por ciento cuentan con educación universitaria de alguna clase y el 32 son profesionales; de entre los 565.000 lectores de *Discover*, el 55 por ciento cuenta con alguna formación universitaria. *Scientific American*, con 491.000 lectores, está considerada como una revista de divulgación porque no todos sus lectores son científicos, pero sí que tienen una muy elevada formación: más de la mitad son profesionales, y el 92 tienen un título universitario de alguna clase.

Es posible hacerse una idea de los perfiles de estos lectores a partir de los modos diferentes en que las tres revistas abordan los gráficos y el texto. En su versión digital, *Popular Science* es visual y textualmente muy rápida, casi caótica; en la impresa es más convencional, pero sus artículos principales son breves incluso cuando, caso frecuente, tratan de cuestiones muy profundas. *Discover* lleva a pensar en los artículos principales que aparecen en la sección "Ciencia" del *New York Times*, pero con unos gráficos

---

\* <http://www.census.gov/compendia/statab/2012/tables/12s0231.pdf>

impresionantes. Y *Scientific American* muchas veces tan sólo parece diferenciarse de una publicación especializada porque se las arregla para tender un puente entre sus científicos-escriores de muy alto nivel con sus lectores no científicos.

Lo que estas tres populares revistas de divulgación científica comparten son las crónicas accesibles para el lector profano sobre descubrimientos nuevos, inesperados o transformadores, o sobre la ascensión a determinadas cumbres de la ciencia. En todas ellas, los autores mencionan la conexión entre la ciencia y cuestiones de la vida cotidiana, pero dicha conexión raras veces es lo principal; lo que importa es la ciencia. Por consiguiente, si te preguntas qué es lo que más te interesa presentar en el tema propuesto y al momento te respondes que "es la ciencia", en tal caso el lector de divulgación científica es tuyo.

## LECTORES DE BLOGS

Los lectores de blogs se cuentan por millones, pero no está claro quiénes son y qué es lo que quieren, pues la blogosfera es una suerte de *big bang* digital, un fenómeno increíblemente vasto y nuevo. Algunos académicos y profesionales de la tecnología de la información se han esforzado en aclarar un poco el panorama, y sus hallazgos sugieren que, en el caso de los blogs independientes, los lectores acostumbran a ser jóvenes que apoyan los blogs de sus amigos y de otros que comparten sus aficiones o intereses. Estos lectores también dan la impresión de considerar que los blogs tienen tanto de actividad participativa como de actividad lectora, impresión que se ve reforzada por el hecho de que la mayoría de los blogs permiten insertar comentarios de los lectores. El factor juvenil decrece, sin embargo, en el caso de los blogs que tienen decenas de millares de lectores o los albergados en publicaciones en la red o portales de organizaciones y sitios dedicados a intereses específicos.



El desarrollo de un artículo para su inclusión en un blog puede ser una opción; muchos de ellos (incluyendo el de la Dana Foundation\*) recurren a autores invitados. Sin embargo, resulta difícil determinar cuáles de ellos lo hacen. El filtro de búsqueda de Google puede limitar los resultados a comunicaciones o inclusiones en blogs, pero los treinta y nueve millones de resultados para "brain blog" ("brain" en inglés significa "cerebro") no son de mucha ayuda. La primera página de Google con resultados *no* filtrados para la misma búsqueda es un poco más informativa, pues en ella aparece un puñado de artículos sobre blogs sobre el cerebro, como "10 Best Brain Blogs" (un blog de autor invitado publicado por blogs.com en 2009). Uno de tales blogs, el bien considerado Brain Blogger, ha establecido unas directrices para quienes piensen en enviar sus textos\*, guía que puede venir a reflejar lo que otros blogs te pedirán si piensas proponerles un artículo. Dado que una de las características habituales en este ámbito es que las entradas resultan breves --normalmente inferiores a 750 palabras (excepto en el caso de BrainBlogger, que no exige un número determinado de palabras), tu primera decisión ha de ser la de si un blog en realidad es adecuado para lo que quieres escribir, y para la forma de expresarlo que tienes en mente.

Por otra parte, la puesta en marcha de tu propio blog (a solas o con la ayuda de un colega) puede ser una forma estupenda de narrar un relato en progresión sobre el cerebro, de moverte con absoluta libertad por el terreno que amas. Pero un blog independiente también es una empresa de micropublicación. Por poner un ejemplo, lo normal es que te veas obligado a operar como un vendedor de tu propia persona, al menos de forma temporal, pues el principal obstáculo en el sector de los blogs parece ser la obtención de la atención de los lectores. Otra labor es la más familiar de determinar a qué lector quieres dirigirte y asegurarte de que las entradas se ajusten al perfil de dicho lector... y sin contar con un editor que constantemente te recuerde la necesidad de hacerlo. También tendrás que decidir qué hacer en lo tocante a los comentarios de los lectores, pues los lectores de blogs son apasionados a la hora de expresar sus opiniones. Si permites que los lectores inserten comentarios, vas a tener que filtrar obscenidades y frases calumniosas, y

---

\* <http://danapress.typepad.com/>

\* <http://brainblogger.com/call/>

responder a --como poco-- unos cuantos de los comentarios. Vale la pena navegar por la red un tiempo para ver qué es lo que los propios blogueros cuentan sobre sus experiencias tras recurrir a este tipo de publicación. Suele haber muchos blogs sobre los blogs, y los blogueros proporcionan consejos, a veces solicitados a sus propios lectores. Vale la pena buscar: "who are the readers for blogs" ("quiénes son lectores de blogs").

## LAS REDES SOCIALES

La demografía de las redes sociales sugiere que hay una interesante masa de lectores en potencia. Según informa el blog Pingdom, basándose en datos del Google Display Network Ad Planner, la mayoría de los usuarios de los sitios más populares tienen treinta y cinco años o más: específicamente, el 55 por ciento de los usuarios de Twitter, el 65 de los Facebook y el 79 de los de LinkedIn. En el espectro de una docena aproximada de redes sociales, la edad promedio era de casi treinta y siete años, con mayor número de mujeres que de hombres. Otro sitio, Mashable.com, incluye datos de numerosas fuentes e indica que más del 80 por ciento de los usuarios de redes sociales tienen educación secundaria o universitaria, y que el 60 por ciento o más cuentan con ingresos superiores a la media de la población en general.

Sin embargo, los usuarios con la mente puesta en una u otra red social no lo hacen para leer. Un informe Nielsen recogió las respuestas de 1.865 adultos a la pregunta: "¿qué haces en estos portales?". El resultado fue que las principales actividades eran de orden personal y práctico: mantener el contacto con la familia y los amigos, informarse sobre productos y servicios, cultivar contactos interesantes desde el punto de vista profesional. En lo referente a los usos vinculados al "entretenimiento y estilo de vida", cerca de la mitad de los encuestados dijeron que buscaban información práctica del tipo "¿cómo hacer esto o lo otro?", y el 67 por ciento declaró usar estos portales para su "entretenimiento", categoría que, en algunos casos, puede incluir el intento de enterarse de las últimas ideas en la ciencia. Los usuarios de las redes sociales han dicho a otros investigadores que tales redes son su fuente primordial de noticias, cuyos enlaces envían

a otros usuarios, y viceversa. En consecuencia, estos lugares pueden ser útiles para crear interés en lo que tienes pensado tratar en un texto a publicar en otro sitio.

Sacarle partido a las redes sociales puede resultar divertido si no eres tímido. En vez de limitarte a enviar enlaces después de la publicación de tu texto, pues hacer que los usuarios te "sigan" o le den al "me gusta" en Twitter y Facebook. Hay muchos usuarios que siguen de forma regular a quienes operan en su propio campo o en otro relacionado, o que descubren a alguien por medio de una búsqueda por palabras. Por ejemplo, una persona que está recopilando información sobre los tumores de cerebro o el autismo puede ponerse a seguir a un investigador que cuelga actualizaciones de divulgación sobre los progresos o problemas en la investigación o llama la atención sobre los nuevos descubrimientos expuestos en los congresos profesionales. La decisión del usuario de seguir o darle al "me gusta" está influida tanto por la personalidad del autor como por el interés que el seguidor tiene en la materia o la autoridad precisas. Es imposible saber cómo va a funcionar el asunto en tu caso hasta que estés metido de lleno en él y comiences a recibir *feedback*.

El *feedback* es lo que hace que las redes sociales sean sociales. Los usuarios esperan desempeñar un papel: participar, hablar y compartir intereses. En muchos sentidos, la comunidad virtual es como una comunidad física. Según un estudio mencionado en el número de mayo de 2012 de la *Harvard Business Review*, los que siempre están quejándose no son bienvenidos; sí que lo son quienes hacen gala de sentido del humor. La autopromoción funciona, y otro tanto pasa con las consultas a los seguidores. Y como muestra el volumen de vídeos y enlaces a noticias que circula entre los usuarios, se otorga valor a la información que es novedosa. Sin embargo, lo que decide la cuestión es el reconocimiento de la comunidad: que, por ejemplo, todos los seguidores reciban tu respuesta al comentario interesante de un seguidor y dicha respuesta haya sido formulada de tal modo que también comparta el mencionado comentario. La capacidad del usuario para embarcarse en la acción y permanecer en ella explica por qué las redes sociales son tan populares.

Muchos buenos autores usan las redes sociales, pero saber escribir bien no es un prerrequisito. Por el contrario, el nivel resulta tan bajo que prácticamente es inexistente. No hay quien se ponga a seguir a otros admirado por su gramática u ortografía (sobre todo no por su ortografía), pero nadie deja de leer a otros porque escriban demasiado bien. Según un artículo publicado por Mashable.com en 2012 sobre los autores más seguidos en Twitter, William Shakespeare tenía 6.771 tuits y 23.337 seguidores. Así que no todo está perdido.

## LOS LOCOS POR LOS LIBROS

Si bien los editores no tienen las cosas claras en el aspecto demográfico, las personas que gustan de leer libros también gustan de hablar sobre ellos, y los comentarios dejados en internet por los amantes de los libros muchas veces incluyen algo sobre ellos mismos, lo que puede ser revelador. Sabes que en Amazon.com hay reseñas de los lectores, pero encontrarás comentarios de lectores de tipo más interesante y personal en Goodreads.com, un club virtual del libro con más de cinco millones de miembros (que Amazon compró a principios de 2013, pero con la promesa de dejar que siguiera siendo independiente). Teclea el título de un libro de divulgación sobre el cerebro escrito por un neurocientífico --un libro que admiras y supones que se ha vendido bien-- y verás por qué a los lectores les gustó la obra o no. Si el proyecto que acaricias es un libro y crees saber cómo vas a escribirlo, Goodreads puede darte una buena estimación de quiénes van a leerlo.

Mientras piensas en los lectores y decides a quiénes va a gustarles lo que planeas escribir, recuerda que los lectores generalistas suelen gustar de leer algo sobre lo que después pueden hablar, que pueden utilizar o encontrar estimulante y gratificante. Escribir para ellos es distinto a dar clases, escribir para publicaciones, contribuir a libros de texto o pronunciar conferencias. En estos otros entornos, tu capacidad para cubrir hasta el más mínimo detalle a fin de mostrar que tu información resulta intachable está considerada como señal de excelencia, como una cualidad que has tenido que trabajarte

muy bien. Ahí es donde puedes sentir la existencia de la "maldición": al dejar de lado el rigor y la exhaustividad con la idea de que tu tema resulte interesante y absorbente para los menos exigentes. Es hasta posible que comiences a preguntarte qué importancia albergan, ya que tu lector no necesitará replicar aquello de lo que estás hablando ni tiene una carrera profesional que le obligue a estar a la última. Pero interesar y conmover al lector profano también es una aptitud, una excelencia por sí misma, así como una contribución al bien común y un mérito para tu campo. Por estas razones, verdaderamente vale la pena llevar a cabo lo que te has propuesto.

## 4. TU VOZ

**Algunos** autores consideran que la voz es el estilo, pero estos dos términos no son equivalentes. La voz es la presencia de la persona situada tras el escrito. No resulta tan clara como la voz de mamá al teléfono, pero, al igual que una voz física, la voz narrativa es exclusiva del escritor; suya y de nadie más. También es un instrumento flexible para la expresión. Como sucede con el tono de voz, es posible bajar o subir el tono de tu escritura, agregar una risita o un bufido desdeñoso, un murmullo o un grito. Tu voz revela tu preferencia por el diálogo o por el monólogo, por la sociabilidad, por el relato, por la reflexión, la exploración o la meticulosidad. Puedes sacarle partido de forma consciente a estas cualidades que tienes o atenuarlas, también de forma consciente, y en la medida en que entiendes el efecto que ejercen en tu narrativa, terminas por hacer las dos cosas.

En pocas palabras, tu voz como escritor es la combinación de tu estilo técnico -- sintaxis, gramática y uso del lenguaje en general-- y de la influencia de tu personalidad en lo que escribes. A la "escucha" en la mencionada conversación, el lector está interesado en lo que pasa por la cabeza del autor y quiere valorar el pensamiento que está detrás del texto y ajustarse a él. El lector en gran parte se hace esta idea a partir de la voz del escritor.

Me propongo hablar de todo esto clasificando unas cuantas voces científicas, con intención de mostrar por qué a los lectores les gustan tales voces y explicar por qué un escritor a veces deforma o desvirtúa su propia voz. Que quede claro que todas ellas son invenciones, estereotipos. Toda persona tiene un poco de cada voz, razón por la que un mismo autor puede ser capaz de escribir sobre descubrimientos científicos, problemas sociales o historias dramáticas. Pero, lo mismo que el timbre de una voz física, el modo en que un autor escribe tiende a estar presente con independencia de aquello sobre lo que escriba.

EL ENTUSIASTA

A la hora de escribir, el entusiasta es un incondicional admirador de la ciencia; es tan incapaz de sentir indiferencia por el detalle como de volar a la luna. Hablar sobre la ciencia es una alegría, y la escucha de lo que dice, si consigues ir absorbiendo el torrente de información, también es una alegría, porque el entusiasmo resulta contagioso. La suya también es una voz insistente, y el entusiasta sabio, consciente de que su voz puede ser abrumadora, recurre al vocabulario imaginativo para describir lo abstruso y establece asociaciones con objetos, acontecimientos y dinámicas ajenos a la ciencia. Cuando empieza a intuir que el lector va a quedarse rezagado a pesar de todas estas técnicas, el entusiasmo pisa el freno, pone punto y final y pasa a la siguiente cuestión.

Las cosas no siempre funcionan así. El texto habrá empezado con el tipo de subidón que el entusiasta es capaz de brindar, del tipo anecdótico, cinematográfico o universal y prometedor. "Lo que vas a leer te dejará maravillado". Y el lector, quien ha detectado la formidable inteligencia oculta tras las palabras, sintiéndose más listo a cada minuto que pasa, se lo habrá creído. (No olvidemos que eso de "me vuelve más listo" es un valor clave para los lectores por placer). El escritor ha estado siendo una compañía muy agradable... hasta que la voz cambia.

Cuando la voz del entusiasta enronquece, empieza a ser audible el sonido del sermoneo, como, si en lugar de seguir con los codos sobre la mesa, la barrera que diferencia entre "nosotros", el autor se hubiera levantado y subido a una tarima. Es el sonido del detalle que muta en lo profesoral, la imagen de frases propias de la enseñanza diseminadas por el texto: "ahora veremos que", "como hemos visto", "como antes indiqué, ahora tenemos que", "a continuación verás que". Lo peor de todo, quizá, es la expresión "aquellos de vosotros" o locuciones similares reveladoras de que el autor está dirigiéndose a un colectivo de lectores, por mucho que la lectura sea una experiencia que tiene lugar entre una persona y otra.

De hecho, éste no es el comportamiento natural del entusiasta; el autor se sentiría mortificado al ver que alguien se menea en la silla con impaciencia o está mirando en derredor para ver quiénes más están implicados en ese "aquellos de vosotros". Todo se reduce a que el entusiasta ha terminado por fatigarse --¿he mencionado que escribir no es

fácil?-- y, empeñado en no dejarse vencer por el cansancio, también está extenuando al lector.

## LA VOZ AMIGABLE

La escritura del científico amigable es pausada y tranquila al narrar una historia seria, conversacional tanto en el contexto formal como en el informal y, ocasionalmente, vehemente. Las referencias y anécdotas personales aparecen con facilidad. La explicación técnica muchas veces es rápida y específica, y la exposición más en detalle resulta clara, compacta y sin adornos. Lo contrario de la voz insistente, la voz amigable puede ser lo bastante relajada como para que el lector sienta el impulso de decir la suya.

El ofrecimiento de igualdad intelectual al lector, que es lo que esta voz hace, resulta encantador; logra que el lector se sienta participante en el debate o trabajo científico que el autor está describiendo. Este compañerismo tiene gran atractivo para el lector que quiere leer como "mi recompensa por dedicarme a otras cosas en la vida". Un lector cuya motivación se resume en la frase "me vuelve más listo" posiblemente preferiría verse desafiado de una forma más agresiva, pero va a seguir leyendo con interés si las credenciales del autor son buenas, pues tendrá claro que el texto será de provecho intelectual.

¿Tienes una voz narrativa amigable? ¿A veces suena fatigada? ¿Enronquece? ¿Cómo podrías perderla? ¿Por qué estoy haciendo tantas preguntas? Porque esto es lo que la voz amigable hace cuando falla: formular preguntas. Los autores del tipo relajado a veces se sienten tan cómodos con el lector que su debate interior sobre lo que después van a decir se convierte en parte del texto. He llegado a ver hasta seis preguntas seguidas para abrir un nuevo tema, hechas por un autor que hasta ese momento llevaba bien sujetas las riendas de la narrativa. Como si el autor estuviera a punto de gritar: "¡Estoy perdido!" Ésta es la impresión bondadosa.



No tan bondadosa es la impresión de que el autor está exigiendo que prestemos atención (quizá al final hay un examen de algún tipo). Las preguntas que dan esta impresión no son lo mismo que las preguntas retóricas --que nos gustan, porque conocemos las respuestas-- y no vienen a anticipar nuestras propias preguntas, estrategia que, usada de forma puntual, puede ser un ejemplo de buena escritura. Son preguntas creadas para acceder a nueva información, y el problema es que nos empujan a rebuscar mentalmente unas respuestas que no estamos capacitados para aportar.

## EL AUTOR EXHAUSTIVO

La voz narrativa exhaustiva tiende a ser sobria, con inflexiones juiciosas y buena para describir una imagen al completo así como los píxeles en ella. La voz narrativa exhaustiva parece proceder de entornos vinculados a la toma de decisiones políticas y, si está en buena forma, tiene el necesario puntito de seriedad, carece de estridencias, se expresa con corrección, de modo pormenorizado y consigue proyectar el espíritu de la persona que está detrás. Con frecuencia, la voz exhaustiva que habla de la ciencia es la voz de una figura destacada en algún campo de interés particular, y la persona que adopta dicha voz es una muy buena escritora de textos de opinión para periódicos y artículos de revistas sobre los últimos avances registrados en este u otro campo.

Los lectores reconocen la voz exhaustiva con facilidad, y a quienes gravitan hacia ella les complace sentir que el autor exhaustivo puede, y se propone, responder con concisión a las preguntas importantes que los no especializados se hacen sobre un tema. Pertenecen a la subcategoría ejemplificada por "me vuelve más listo": leen con cierta intención de estar bien informados sobre una materia específica, y el autor exhaustivo raramente les decepciona. Pero cuando lo hace...

"Sobrecargada" es el adjetivo para la voz exhaustiva pero descontrolada. Todo escritor puede ser intenso y, si se suelta el pelo, al autor exhaustivo no hay quien lo pare. Muy al contrario, la premisa inicial será defendida por medios excesivos o abarcando demasiados detalles. Suele revelarlo con claridad una frase que se extiende hasta las

cincuenta palabras o más, suficiente para volver loco al profesor de lengua más ducho en establecer diagramas. Es el autor exhaustivo en estado frenético.

## LA VOZ INTELECTUAL

Por "intelectual" me refiero a la persona que gusta de aprender por el placer de aprender, cuya segunda naturaleza es la de sumergirse en aquellos ámbitos que le interesan. Las mejores voces narrativas intelectuales dan la impresión de combinar el aprendizaje profundo con la expresión oportuna y la empatía, junto con el gusto del autor por las cuestiones de alto nivel. El uso del vocabulario es agradable --rico y apropiado--, y las asociaciones con ideas y hechos bien conocidos, efectuadas en atención a los no especializados, resultan elegantes. La voz es una voz que nunca parece estar tratándote como a un tonto.

Los lectores cuya intención es "recompensarse a sí mismos" se unen a los del tipo "me vuelve más listo" en su gravitación hacia esta voz que promete mucho y hace entregas generosas. La recompensa tiene tanto que ver con la voz en sí como con lo diferenciado del tema, con una posible educación adicional para el lector a modo de beneficio añadido.

De modo predecible, si la voz intelectual pierde su timbre, no es por culpa de la jerga científica, sino de los palabros abstrusos y las referencias o conceptos oscuros. No es que el escritor haya desertado del bando del lector, sino que más bien se ha olvidado de él. Feliz a flote en el cálido mar del conocimiento, no se fija en que algunos lectores están ahogándose y hundiéndose.

## EL TEÓRICO

La voz del teórico es creativa. Al teórico le gusta establecer conexiones y pensar en razones para las cosas, en unas razones en las que nadie ha caído hasta ahora. La suya es

una voz amistosa y servicial con un timbre a la expectativa, que urge a los lectores a "pensar saliéndose de lo trillado" junto con el propio autor.

En función de la actitud que el teórico muestre hacia los hechos bien establecidos, los lectores interesados en volverse más listos u obtener recompensas van a seguirle, sobre todo si trata de presentar unos temas bien conocidos bajo enfoques novedosos. Hay un lector distinto que también se compenetra con el teórico: el que gusta de "compartir el texto y hablar de él" o encuentra que la perspectiva es "de utilidad práctica". Los lectores de textos de autoayuda o sobre la salud reconocen la voz, que les gusta.

La voz del teórico ha de estar bien gestionada desde el principio, pues el científico competente que escribe sobre ciencia de modo creativo se encuentra en la cuerda floja: un tono demasiado cauteloso que distinga entre los datos y la especulación confunde a los lectores interesados en la "utilidad práctica" y "compartir y hablar del texto", mientras que el tono excesivamente hiperbólico y arrollador deja escépticos a los proclives a las "recompensas" o quienes quieren volverse "más listos".

Lo fundamental sobre la voz es que permite al lector ver quién eres a través de tus escritos. Incluso cuando la ajustas para la "conversación" con un lector en general y hablas de la ciencia de manera distinta a como lo haces al hablar con un colega, sigues siendo tú mismo; la persona que eres cuando escribes y cuando no lo haces. Motivo por el que es tan importante esclarecer la perspectiva que te brindó la idea de escribir para un público no versado. Queda bastante claro que lo más probable es que tu texto encaje sin problema con uno de los muchos segmentos del público lector, y puedes estar seguro de que se ajustará a una de las numerosas razones por las que las personas quieren leer. Pero también puedes estar seguro de que la experiencia será una lucha si no terminas de determinar a qué clase de lector lego vas a dirigirte, pues en tal caso te dirigirás a quienes son como tú, y por defecto. Y en tal caso sí que podremos hablar de una verdadera, muy real "maldición del conocimiento".



*SEGUNDA PARTE*

SOLUCIONES SIMPLES



# INTRODUCCIÓN

**UN CASO REAL:** Un viernes de verano, hace unos cuantos años, recibí la llamada de un editor empleado en una editorial que publica libros de divulgación. Unos meses antes, su firma y nuestra fundación habían llegado a un acuerdo para copublicar varios libros. Ahora tenía uno de los manuscritos y estaba tratando de leerlo, pero, según me dijo: No hago más que dejarlo para después. Pensé: "seguramente es demasiado científico para lo que está acostumbrado". También me había llegado un ejemplar, así que prometí leerlo durante el fin de semana y sugerí volver a hablar durante la semana siguiente. A continuación llamé a un amigo que también había recibido un ejemplar. Le pregunté si lo había leído.

--Es plúmbeo --respondió con voz sombría--. No sé bien qué sugerirte.

--Ya se te ocurrirá algo --dije, mientras tomaba una anotación para recordarme mirar el significado de "plúmbeo".

Lo encontré al día siguiente, pero no en el diccionario. Tras sentarme a leerlo en el soleado porche de mi casa, al poco rato me entró el sueño. Al despertar, atribuí lo sucedido a lo caluroso de la tarde y decidí hacer un poco de trabajo de edición para mantenerme despierta. Algo de actividad me vendría bien para no volver a quedarme roque. Pero al cabo de unas pocas páginas comprendí que no me había quedado dormida por efecto del calor. El manuscrito tenía la culpa. Había un montón de frases que empezaban con "Hay esto", "Hay aquello", "Esto es", "Aquello otro es"... Tic-toc, tic-toc, como un metrónomo. Tanto pronombre te dejaba hipnotizada.

Pocas cosas son tan desalentadoras como escuchar que tus escritos no interesan al lector y no saber por qué. Estabas convencido de que habías hecho un buen trabajo. El tema es intrínsecamente interesante, y eres una autoridad en la materia. Tu perspectiva era fascinante, presentabas buena información, conseguías que la ciencia fuera comprensible

y evitaste el uso de jerga. Hiciste lo posible por entretener al lector. Hasta incluiste unos cuantos chistes. Y sin embargo, ahora te dicen que tus editores no han terminado de leer el manuscrito, que lo han dejado a medias.

Por supuesto, es posible que tu texto necesite revisión y modificación, que sea necesaria una reorientación, la adición de ciertos párrafos, la supresión de varios otros. Pero dejemos todo esto para más adelante. El problema muchas veces tiene que ver con el uso descuidado o repetitivo de palabras y frases cotidianas, hasta el punto de provocar cierto torpor o vaguedad en la narrativa. Gran parte de estas elecciones de vocabulario procede del discurso oral, donde tienen un propósito: ralentizar el flujo de sustancia y proporcionar al oyente tiempo para digerir lo que le están diciendo. Mi sospecha es la de que el cerebro a la escucha necesita todo esto, quizá también para procesar las expresiones faciales, gestos del hablante y demás, y para organizar una respuesta física además de mental. Cuando estamos leyendo, sin embargo, las mismas palabras y frases se tornan superfluas, y ahí es donde aparece el aburrimiento. Estas muletillas son de número reducido, pero su corrección puede suponer una enorme diferencia.

## 5. LO PLÚMBEO

**Existe** un pequeño puñado de muletillas que son suficientes para hacer que un texto resulte tan aburrido como para inducir al sueño. Porque ralentizan el escrito, lo convierten en tedioso o generan creciente dificultad a la hora de prestar atención. La revisión de tu texto para arreglar lo plúmbeo es un buen método para electrizar y aguzar lo escrito. Mejor todavía, si te las arreglas para evitarlo en primera instancia, el resultado será mucho más gratificante, porque lo que cansa o aburre al lector con frecuencia ejerce el mismo efecto sobre el propio autor.

### *HAY ESTO/HAY AQUELLO*

De entre todos los usos a evitar, el inicio de frases con *Hay esto/Hay aquello* tiene que estar en lo más alto del listado. Todas las palabras con forma, peso, sonido, textura o energía fluyen río abajo a partir de ese comienzo. Lo que es peor, entre las palabras a la espera se cuentan el verdadero sujeto y predicado de la frase, debilitados por su degradación a un rango inferior. Dado que *Hay esto/Hay aquello* refrena el brío de la narrativa y reblandece el armazón de una frase, su utilización repetitiva chupa la vida de un manuscrito. Fijémonos en lo mucho que mejora una frase al quitar *Hay*:

Hay centenares de científicos que ahora están investigando las lesiones cerebrales causadas por la práctica del deporte.

Ahora, centenares de científicos están investigando las lesiones cerebrales causadas por la práctica del deporte. El ligero zumbido de *Hay esto/Hay aquello* tiene ciertas aplicaciones positivas. Puede ayudar a reducir el ritmo narrativo o separar dos pensamientos con claridad. Por ejemplo, al principio de una frase, *Hay esto* puede separar dos ideas complejas que quizá resulten demasiado difíciles de leer para una persona no

especializada en caso de estar unidas con una conjunción. Una frase bastante compleja de este tipo podría ser:

En los estudios clínicos sobre la estimulación cerebral profunda para la depresión resistente al tratamiento, los investigadores implantan los electrodos en una región que es hiperactiva entre los pacientes deprimidos, el área 25 de Brodmann, porque esta región conecta, no ya sólo con el hipotálamo, el regulador de cosas tan fundamentales como el sueño y el apetito, sino también con otras tres estructuras alteradas en caso de depresión.

Ésta sería una forma mejor:

En los estudios clínicos sobre la estimulación cerebral profunda para la depresión resistente al tratamiento, los investigadores implantan los electrodos en una región que es hiperactiva entre los pacientes deprimidos, el área 25 de Brodmann. Hay una buena razón para usar el área 25: esta región conecta, no ya sólo con el hipotálamo, el regulador de cosas tan fundamentales como el sueño y el apetito, sino también con otras tres estructuras alteradas en caso de depresión.

*Hay esto/hay aquello* también resulta útil para otorgar prioridad, restando un poco de énfasis a la frase que inicia. Esta atenuación puede ser necesaria para que el lector tenga claro cuál de dos puntos adyacentes es más relevante o puede ser indicada para mantener clara la dirección de la historia. Resulta útil, por ejemplo, cuando la frase únicamente sirve para aportar textura, como sucede en este párrafo:

Los directores del estudio indicaron a Smith que, según consideraban, era preciso suspenderlo. Hubo quejas inevitables entre los alumnos de posgrado, si bien ellos mismos se daban cuenta del problema. Smith tomó la decisión poco después de examinar los datos del grupo.

*Hay esto/hay aquello* puede resultar preferible cuando lo que sigue quizá suena forzado u obliga a decirlo de un modo que no encaja bien con el resto del texto. Por ejemplo, pensemos en "No hay razón para pensar que..."; es posible cambiarlo a "No existe razón para pensar que...", pero esta última opción puede sonar poco natural. Tienes la opción de eludir *No hay* si has estado dirigiéndote al lector como "tú". En tal caso basta con poner "No tienes que pensar que..." Pero si has estado redactando de modo más formal, *No hay* ya te viene bien, porque de hecho opera como un pronombre, como un sustitutivo de "tú".



Por último, *Hay esto/Hay aquello* puede ayudarte a eludir implicaciones no deseadas. Por ejemplo, si has estado hablando de un nuevo consenso científico y quieres mencionar el antiguo consenso sin dar la impresión de desdeñar a quienes siguen adhiriéndose a él. "Hay quien sigue considerando que..." es mejor que el un tanto mordaz "Algunos científicos siguen considerando que..."

Para resumir: la supresión de *Hay esto/hay lo otro* de tu texto sería una tontería. Lo importante es tener en cuenta su pronunciado efecto debilitador y utilizarlo a propósito cuando convenga.

### *ES/ERA... QUE*

Como sucede en el caso de *Hay esto/Hay aquello*, el uso excesivo de esta fórmula diluye la atención del lector. Echemos un vistazo a estas dos frases:

*Es obvio que...* (Un tanto más formal que "obviamente")

*Es convicción de muchos científicos que...* (anodino; es mejor recurrir a "Muchos científicos piensan que...")

En la mayoría de los casos, la construcción *Es/Era... que* resulta sencillamente sosa. Y hay veces en las que incluso puede confundir al lector. Un ejemplo de este tipo se da cuando un autor empieza una frase con *Es/ era... que* justo después de una serie, como un listado de rasgos del cerebro o de ideas sobre el cerebro. Con la simple intención de hacer una pausa antes de pasar a hablar de un elemento en la serie, el autor redacta, por ejemplo: "Era (el elemento) que parecía explicar la mayoría de los problemas, por lo que planificaron los próximos pasos sobre dicha base..." El problema radica en que esta pausa infinitesimal, previa a nuestra lectura de lo que te dispones a decir, es una forma de suspense. Nos empuja a prepararnos para el significado adicional de "Era... que", y cuando el siguiente punto no parece ser más importante que el precedente, el lector tiene la sensación de que posiblemente se ha perdido algo importante.

En este ejemplo, el elemento tan sólo ha sido aislado para proseguir una explicación, y "Era...que" resulta superfluo. Con todo, si el elemento que has aislado supone el final de un tema y el comienzo de otro en la narrativa, el suspense tiene su valor: "Era (el elemento) que, hoy, parece más relevante para la consecución del primer medicamento efectivo. Con la base de este descubrimiento, los investigadores ahora se centran en..."

Ya sea para dotar a la construcción de fuerza o de aportar una pequeña rúbrica, *Es/ era... que* merece ser usado con el propósito general de alertar al lector para que esté pendiente de lo que viene a continuación. Si el giro aparece demasiadas veces por ninguna razón en particular, el interés decae al tiempo que dejamos de ser sensibles a su aparición. Pierde su capacidad para llamar la atención y, como autor, te ves obligado a buscar unas fórmulas menos rápidas y ágiles para mantener el interés.

### *UN NÚMERO DE*

Sugiero buscar *Un número de* en algún diccionario de sinónimos. Es probable que los resultados vayan desde *ninguno* a *incontables...* lo que es muestra de lo indeterminado de la expresión. Se trata de otra fórmula de origen coloquial. Alguien pregunta: "¿Por qué?", y el otro se encoge de hombros y contesta: "Por un número de razones". El mensaje de fondo: "No vale la pena explicarlo en detalle".

La lógica que lleva a usar *un número de* en la escritura es otra. El autor tiene una magnitud en mente, emplea *un número de* para denotarla y depende del contexto para sugerir a cuál de los numerosos sinónimos está refiriéndose. El giro resulta vago al tiempo que perezoso, pero funciona bien en el contexto de un tema general que --ya sea por experiencia personal o por el influjo de los medios de comunicación-- el lector no tiene dificultad en reconocer la magnitud representada por la expresión.

Empero, a la hora de escribir sobre el cerebro para lectores generalistas, la falta de especificidad perjudica al texto en mayor medida que si estuvieras escribiendo sobre

denuncias colectivas ante los tribunales, pongamos por caso. Es menos probable que los lectores profanos entiendan lo que *un número de* significa en la investigación y, al no tenerlo claro, es más probable que lo interpreten en el sentido coloquial de "No vale la pena explicarlo en detalle". Como consecuencia, además de resultar indeterminado, *un número de* puede eutanzar el hecho al que está vinculado.

Como muy poco, los indicadores de número (como *muchos, bastantes, decenas, multitud de* o *unos pocos*) o proporción (como *la mayor parte, una minoría* o *casi todos*) resultan preferibles porque resultan más nítidos. Pero cuando la cuestión es lo bastante importante para merecer su inmediata descripción científica, seguramente también es deseable proporcionar algo de contexto. Si el espacio lo permite, una construcción como "En el último decenio, decenas de estudios han examinado (dicha cuestión) y en su mayoría han encontrado que..." probablemente dejará más claro el asunto en la mente del lector.

#### *DE HECHO Y EFECTIVAMENTE*

*De hecho* y *efectivamente* son intensificadores, muy útiles en la conversación y la pedagogía; en cierta forma operan como los vistosos sombreros de los guías turísticos que indican quién está al frente del grupo. *Efectivamente* es el giro más versátil de los dos. Según el tono preciso de la voz o la expresión facial exacta, lo mismo puede significar "hablo en serio" que "no me lo creo". Puede sugerir severidad, como en "vas a tener que hacerlo *efectivamente*", o sarcasmo, como en "*efectivamente*, era lo único que podías hacer". De hecho cumple una sola función: introducir un factor decisivo, convenciendo al oyente de que es cierto y verdadero.

Ninguno de los dos giros ejerce el mismo efecto en el lenguaje escrito; de hecho, ambos son anodinos. Resultan superfluos porque las razones para usarlos en el lenguaje hablado no están (o no tendrían que) estar presentes. Como lectores, nos ponemos en tus manos bajo la asunción de que no vas a embromarnos o regañarnos, de que no hace falta que insistas en que lo que nos estás diciendo es verdad. En vista de que estas

justificaciones no son necesarias, embarullan o incluso disminuyen lo que se supone que tienen que intensificar.

Quizá te preguntes qué conviene hacer cuando no has dejado totalmente claro un hecho o sospechas que el lector puede albergar dudas sobre él. Antes de recurrir a *de hecho* o *efectivamente*, vale la pena referirse de forma específica a las circunstancias precisas del hecho. En lugar de "Al final resultó que el transmisor *efectivamente* era un inhibidor", es adecuado optar por "Fueron necesarios más estudios, pero al final quedó claro que..." Si es preciso subrayar el dato, no está de más poner: "Cada vez había más pruebas, hasta que el estudio de Smith disipó las últimas dudas..."

La experiencia me dice que *de hecho* y *efectivamente* aparecen cuando el autor está empezando a sentirse cansado después de una larga jornada de escritura. Mi consejo es: si tienes la impresión de que una de estas expresiones está viniéndote a la cabeza con demasiada frecuencia, toma buena nota, cierra el archivo de trabajo por hoy y vuelve a ponerte con él por la mañana. Con la cabeza clara, seguramente encontrarás mejores formas de decir lo que quieres decir.

### *COMPLEJO (Y SUS VARIANTES)*

Si sirves a tus amigos un plato exótico, ¿les pasas los platos diciendo algo parecido a lo que sigue? Tiene unos ingredientes a los que no estáis acostumbrados. Es posible que no os guste. Supongo que no. Lo más probable es que compartas tu entusiasmo al presentarles el plato y que, quizá, les hables de la primera vez que lo probaste. Entonces, ¿cómo se explica que tantos científicos vengan a avisar al lector generalista de que posiblemente no va a entender aquello de lo que están hablando?

Con demasiada frecuencia, la frase inicial de una explicación viene a ser de este tipo: "El (trastorno/ fenómeno) es muy complejo". "Ciertas normas complejas están inscritas en el (rasgo neuronal)" o "Este (fenómeno) es una de las funciones más complicadas del cerebro".

La alusión a la complejidad es frecuente en las publicaciones especializadas, por lo que sospecho que tales construcciones son el resultado de escribir para otros expertos, quienes han de tener presente la complejidad de una investigación. El lector en general, por otra parte, no necesita que le advierten que una explicación o descripción científica encierra aspectos complejos. Al comenzar de este modo, nos entra el miedo de que vayamos a decirnos más de lo que tenemos que saber... y de que vayamos a dejarnos confusos al hacerlo. La profecía puede terminar convirtiéndose en realidad. Y, peor todavía, si has hecho bien tu trabajo y escrito la información de modo que es perfectamente clara para el no especializado, la inserción de timbres de alarma supone pegarte un tiro en el pie.

El mejor uso de *complejo* y sus variantes se da cuando la complejidad tiene importancia por sí misma. Por ejemplo, puedes estar escribiendo sobre unos trastornos que se resisten a dar respuestas claras, como el autismo y el Alzheimer, cuando el lector acaso espera que vayamos a informarlo de que la curación está a la vuelta de la esquina. La mención a lo complejo de la ciencia puede llevar a que los lectores seamos más realistas, pero el truco consiste en decirlo de tal manera que nos anime a continuar leyendo. De tal manera que dejas claro que está aludiendo a lo particularmente complejo de determinada cuestión de investigación, y no avisando de que tu escrito va a resultar difícil de seguir.

La descripción o comentario de la complejidad que plantea desafíos a una investigación refuerza los textos de cierto tipo. Puede favorecer la clase de buena narrativa que atrae a los lectores en general y, sobre todo, a los lectores de divulgación científica. En aquellos artículos y libros cuya extensión te permite compartir algo de la vida del científico, sin limitarte a la simple exposición de la ciencia, estas matizaciones son de interés y ayudan a que el lector aprecie mejor la investigación científica.

Para resumir: si sigues sintiendo necesidad de presentar uno u otro aspecto haciendo mención a su complejidad, revisa lo que acabas de escribir o piensa bien lo que vas a redactar. Lo más probable es que puedas explicarlo de forma más sencilla y clara.

Puede parecer extraño que las pocas palabras y expresiones corrientes abordadas en este capítulo vayan a ser perniciosas. Al escribir sobre un tema familiar, seguramente

lo sean menos (aunque siguen resultando poco imaginativas). En lo referente a las materias bien conocidas, los lectores disponen de abundante conocimiento y están al corriente de muchos puntos de vista; por consiguiente, incluso si la redacción es sosa, no les cuesta debatirse con las ideas. El lector interesado en una cuestión del cerebro está menos seguro y es menos rápido en entender qué estás diciendo. En último término, tu redacción está sometida a un estándar más elevado.

## 6. CORTANDO LA MALEZA

**Esperamos** de los novelistas que se piensen muy bien el lenguaje --su herramienta para convertir lo imaginario en real--, pero no imaginamos que los escritores de artículos y libros de no ficción hagan otro tanto. Damos por supuesto que lo que importa son los hechos, y que si acaso serán puntillosos a la hora de seleccionarlos y organizarlos de forma interesante. Nos guste o no la no ficción que leemos, pensamos en la impresión de conjunto que nos ha dejado: aburrido o fascinante, lírico o pedestre, humorístico o conmovedor, mezquino o generoso, etcétera. Tales impresiones son el resultado del lenguaje, el estilo y la voz del autor, pero el lenguaje está en la base de todo. Los buenos escritores de no ficción prestan intensa atención al lenguaje. El estilo y la voz no están fácilmente sujetos a revisión; en general vienen establecidos desde el principio, como resultado de las decisiones del autor sobre el tema, la perspectiva y el lector. El lenguaje, por otra parte, bien puede ejecutar con éxito lo que te propones decir, bien puede matarte... y las malas elecciones lingüísticas son el equivalente a una muerte muy atroz.

En los manuscritos sobre ciencia, ciertos usos tienden a infligir estas atrocidades. Si proliferan, lo que hacen es inundar el manuscrito con incertidumbre. Los tres aspectos que voy a debatir en este capítulo --la jerga, la voz pasiva y las construcciones negativas-- pueden hacer que los párrafos resulten complicados y densos. Son como la maleza que recubre un sendero no cuidado. Habrás oído advertencias sobre los tres primeros un millar de veces, así que mi intención es la de convencerte de la necesidad de prestarles oído. El tercero, las construcciones negativas, está extendido, y por lo general ni es bueno ni es malo, pero su uso irreflexivo en textos científicos tiene su precio.

JERGA

Casi todo científico que se dispone a escribir para el público lego recibe el mismo aviso: "¡no uses jerga!" Pocas personas explican con exactitud por qué esto tiene su importancia, y al leer un manuscrito muchas veces tengo la impresión de que el autor contempla este consejo con escepticismo. Lo que es todavía más frecuente al leer manuscritos de mayor extensión, donde el autor empieza mostrándose solícito con el lector profano, pero la terminología poco a poco va acumulándose.

Voy a ofrecer el que me parece el mejor argumento para considerar que la jerga es material peligroso: el lector dejará de leer. Pensemos en la investigación de la Northwestern University sobre las maneras en que un texto gusta al lector: "vale la pena compartirlo y debatirlo", "me vuelve más listo", "es mi recompensa por dedicarme a otras cosas". En un artículo o libro sobre el cerebro, la capacidad del lector para encontrar estas recompensas depende de la claridad de la información técnica. Cuando los lectores se dan cuenta de que están luchando con la terminología, queda el esfuerzo pero la recompensa se pierde. Incluso pueden desinflarse los lectores en principio mejor dispuestos a esforzarse más: por ejemplo, los que están leyendo sobre un trastorno que les afecta. Pero estos lectores de hecho pueden rendirse con mayor facilidad, porque hablar de o transmitir lo que han leído para ellos no es una recompensa, sino una necesidad.

La supresión de la jerga es difícil, porque el lenguaje que utilizas a diario no da la impresión de ser jerga, y quizá albergas el deseo de que todos estuvieran interesados en conocerla mejor. Pero, con independencia de lo que necesiten o quieran recordar, los lectores no expertos tienen que hacerlo en su propio lenguaje. Por lo general no tienen motivos para usar términos científicos en sus vidas sociales o laborales, y el vocabulario no usado es un vocabulario que no permanece.

Igual estás diciéndote: "Un momento. Si todo esto es verdad, ¿cómo es que *neurona* y *sinapsis* se han convertido en palabras de uso corriente? Tales palabras aparecen en guiones de televisión y en las actuaciones de los humoristas. Cosa que no pasaba hace veinte años". La respuesta sardónica es: la culpa la tiene la publicidad. La verdadera respuesta, sin embargo, es la de que *tú* las convertiste en relevantes, por medio de tu investigación y, después, por medio de las personas que escribían sobre tu



investigación en múltiples contextos, incluyendo la redacción de textos publicitarios para la industria farmacéutica. También es de ayuda que tales palabras son cortas, fáciles de pronunciar y fáciles de ilustrar con unos simples dibujos.

Te encuentras con un dilema cuando, en algunos momentos, pareces estar obligado a emplear lenguaje científico. Ciertos términos referentes al cerebro son importantes pero apenas pronunciables --pensemos en *oligodendrocito*-- y, desde luego, no lo bastante melodiosos para capturar la imaginación del lector. Y si hablamos del *giro posterior medio temporal*, ya sabes que el lector va a quedarse rascándose la cabeza.

Puedes solventar este dilema preguntándote a ti mismo por qué te crees obligado a usar el nombre científico de marras. Si te parece necesario porque es parte de cómo entiendes el cerebro y te propones ser meticuloso, es razón suficiente, siempre que entre dentro de la relación establecida entre el autor y el lector. Esto es, siempre que tu lector tenga muy claro que vas a entrar en detalles técnicos, como en el caso de un artículo de divulgación científica o de un artículo sobre un trastorno descrito sin trampa ni cartón como "la explicación científica de X". También resulta apropiado emplear el término científico si evidentemente estás escribiendo desde una perspectiva personal, como unas memorias sobre un descubrimiento de importancia. El lector sabe que el contexto es profundamente técnico y tiene previsto encontrarse algo de terminología intimidante. (En este caso, sin embargo, es preciso saber cuándo hay que decir basta. El lector está interesado en saber sobre ti o sobre el episodio preciso, no en saber todo cuanto tú sabes).

En la mayor parte de los demás textos para lectores no especializados, esta misma meticulosidad terminará por imponerse a la perspectiva que escogiste y que el lector espera. Por consiguiente, el mejor medio de mantener la jerga bajo control consiste en recordar *por qué* estás escribiendo lo que estás escribiendo. El dilema de la jerga por lo general asoma la cabeza cuando pierdes de vista el objetivo, y si te pasa, al lector también le sucede. Los dos de pronto estáis perdidos en un bosque. Por eso, en la mayoría de los casos, la solución es simple y brutal: eliminar la jerga y eliminar todo aquello que la jerga denota.

Cuando no puedas evitar la jerga --quizá necesites escribir *oligodendrocito* en referencia a la esclerosis múltiple, por ejemplo--, conviértela en interesante, pues al hacerlo proporcionas al lector un medio de fijarse en ella y recordarla. Por ejemplo, nota que la palabra suena un poco similar a *oleomargarina*; dale la bienvenida para que sea buena acompañante de otra palabra que vas a tener que emplear: *mielina*. El lector se dará cuenta de que la atención que prestas a una palabra por su condición de palabra es indicación de la importancia de digerirla y recordarla.

No es necesario andarse con muchos rodeos en torno a una expresión técnica que sospechas que tu lector conoce de algo. Por ejemplo, *hipocampo* aparece en la mayoría de los escritos sobre la memoria y el envejecimiento, al igual que el *síndrome por estrés postraumático*. No obstante, en deferencia al lector y para no quedarte corto, éste es un ejemplo de cómo acentuar una palabra entre paréntesis: "...*hipocampo* (de la palabra griega para "caballito de mar", al que se parece)..."

Por último, en la mayoría de los casos, si un párrafo necesario está preñado de jerga, la mejor solución es concentrarse en su significado final y redactar una traducción completa al lenguaje no especializado. La peor solución es usar los términos técnicos acompañados por traducciones al lenguaje lego entre paréntesis. Además de ser poco imaginativa y hacer que el párrafo resulte difícil de seguir, los paréntesis se convierten en una suerte de jerga visual, provocando que el texto parezca aún más complicado de lo que es.

## LA VOZ PASIVA

La gran acusación contra la voz pasiva suele ser la de que es mala escritura. En una frase en voz pasiva, el carro está antes que los bueyes: el actor es secundario o no aparece mencionado, y el objeto de la acción está operando como sujeto de la frase. La crítica es la de que el emplazamiento del actor después de la acción priva de energía a la acción y la convierte en más difícil de visualizar. Por ejemplo: "La puerta al lugar del asesinato fue abierta por el policía de guardia". Para ver la acción, el lector mentalmente da la vuelta a

la frase: "El policía de guardia abrió la puerta al lugar del asesinato". Lo que hace que la voz pasiva sea tediosa es que el lector ya está tomándose el trabajo de detallar la imagen --los brazos y piernas del policía, su uniforme oscuro, la gorra, la pistola--, por lo que la labor adicional de situar al actor y la acción en orden resulta molesta.

En la lectura ordinaria, el contenido por lo menos es reconocible. En un texto científico, la voz pasiva puede ser doblemente negativa, porque el lector no está familiarizado con el contenido. Lo normal es que ya le cueste lo suyo retener detalles previos del texto --unos detalles que desde luego no le son tan ricos o tridimensionales como lo son para el autor--, y que tenga problemas para dar la vuelta mental de la voz pasiva a la activa con la seguridad de estar entendiéndolo todo bien.

Algunos científicos me han explicado que la voz pasiva para ellos es un hábito porque desde siempre ha sido la norma en los textos para las publicaciones, como muestra de rectitud, para apartar la atención del responsable de la investigación y ceñirse a los resultados. Es fácil decirse que no habrá problema en hacer un uso parecido de la voz pasiva con el lector profano cuando estás explicando ciencia y el lector sabe qué es lo que estás haciendo. Pero el no experto es un lector por placer que se está tomando un respiro (o bien es un lector necesitado, pues necesita manejarse con un trastorno), no un colega que examina un estudio. La descripción de un panorama por medio de vigorosas frases en voz activa puede suponer la diferencia entre conquistar al lector o alienártelo.

Incluso en un texto de contenido ordinario --"fueron presentados tres informes sobre el descubrimiento", por ejemplo--, la voz pasiva obliga al lector no especializado a imaginar el entorno físico, la persona que presentó tales documentos y el modo en que los presentó. Todos estos detalles son obvios para el científico que escribe, pero no necesariamente lo son para el lector. En este caso, lo directo de la voz activa es de ayuda para el autor, al que entonces es más fácil ver cuándo está dejando de lado una información que el lector acaso no puede suministrar por su cuenta. La voz activa te ayuda a proporcionar un contexto o a permanecer en el que ya proporcionaste, dejando más claro cuándo estás aventurándote por territorio innecesario. En otras palabras, ayuda a que tanto tú como el lector os mantengáis alejados de la maleza.

Dicho todo esto, la voz pasiva existe por una buena razón: es frecuente que el objeto de una acción tenga que ir por delante del sujeto y del verbo, porque de hecho estás escribiendo sobre el objeto, y el uso de la voz activa trasladaría la atención a un actor que es secundario. Pero incluso así, todo depende del paisaje que te propongas pintar. Aquí tenemos un ejemplo sencillo, un relato con un perro:

El perro fue hacia la puerta abierta. Fue seguido por el gato.

El perro fue hacia la puerta abierta. El gato le siguió.

Ambos párrafos son correctos, pero cada uno proporciona una impresión algo distinta. En el primero, la voz pasiva sugiere algo así como que el perro salió y se llevó al gato consigo. En el segundo, la voz activa sugiere que un perro no muy despierto está siendo seguido por un gato. Esto es, se trata de una situación con dos actores, en la que el gato es tan protagonista de una voz activa como el propio perro.

## LAS CONSTRUCCIONES NEGATIVAS

Por "construcciones negativas" me refiero a la estructura tan habitual que dice: "Esto no es X, sino que es Y". Es un uso que advierte al lector: "Un momento. Posiblemente no es lo que crees".

El propósito clásico de la construcción negativa es el de conseguir que el lector tenga claros el significado y la dirección de una narrativa. Este párrafo procedente de una reseña literaria publicada por el *Wall Street Journal* constituye un buen ejemplo: "Está claro que el libro de viajes que transcurren en trenes es un subgénero popular; pensemos en Paul Theroux, por ejemplo. Sin embargo, "Italian Ways" no es, en palabras del autor, "exactamente un libro de viajes". El crítico sabe que, por lo que ha descrito del libro hasta el momento, el lector está pensando que se parece a otros libros de viajes. Recurre a la construcción negativa para corregir una probable suposición errónea y, a la vez, para reforzar el interés por lo que de distinto tiene este libro.

Pero el uso tan cuidadoso resulta raro. La construcción negativa está convirtiéndose en una muletilla. Es poco menos que típica de los escritos redactados para lectores con muy elevada educación, y su función no es otra que la de variar la estructura de la frase o, con frecuencia, hacer gala del propio conocimiento sobre un objeto o una idea incluso cuando es poco probable que el lector tenga perfectamente claro qué es lo que el autor está desestimando. Algunos escritores habilidosos han encontrado que la construcción a la vez aporta un toque de languidez a su estilo, porque la pausa para determinar lo que un sujeto *no* es resta energía al texto; la mini-divagación consume algo del empuje hacia delante de las principales ideas en la narrativa.

Pero, en la escritura científica, la mención indiscriminada a cosas o ideas con el único propósito de alejar al lector de ellas debilita la comprensión de dicho lector. Hace demasiado énfasis en lo que algo *no* es y demasiado poco en asegurar que el lector sabe lo que *es*, sobre todo si el autor se embarulla al debatir determinado punto atendiendo a lo que no es. Cuando el lector no sabe mucho ni sobre X ni sobre Y, sencillamente se trata de una mala idea.

A veces, sin embargo, puedes sentirte empujado a decirle al lector que lo que estás diciendo no es lo que él seguramente considera. Es más que posible que en tales ocasiones estés escribiendo una narrativa para no expertos sobre uno de los numerosos temas vinculados al cerebro que son populares, sobre el envejecimiento cerebral, por ejemplo. Entiendes que tu lector puede tener ideas confusas o equivocadas a partir de lecturas previas y estás decidido a que tu información nada tenga que ver con los conceptos pedestres "que corren por ahí". Y entonces recurras a "Y no es X".

Trata de no hacerlo. En el caso de algunos temas, inundarás el manuscrito con denegaciones, y el lector acabará por preguntarse: "si no es esto ni tampoco es aquello, ¿de qué demonios se trata? O, peor todavía, si la mala información es más entretenida y fácil de digerir que los hechos que estás explicando, el lector puede decirse que tu rechazo a dicha información es del tipo defensivo, un simple método para amargarle la existencia con algo que es demasiado complicado. Con tanta denegación, de pronto te encuentras en la maleza.

La primera línea de defensa consiste en apartar de la mente la información irrelevante o errónea y darlo todo a la hora de hacer que tu propia información resulte interesante y convincente. Véndela. Haz que el lector vaya a ser la sensación entre sus amigos y familiares gracias a la información que estás facilitándole y que pronto podrá regalarles. Si escribes de forma verdaderamente convincente, lo más probable es que ni siquiera tengas que mencionar lo que deseas apartar de la mente del lector.

Al evitar que la concentración del lector se disperse ante construcciones negativas innecesarias, el autor puede seguir contando con ellas para el momento en que ningún otro recurso sea suficiente. Esto es, ciertas ideas erróneas se tornan tan extendidas que pueden llevar al lector a malinterpretar y hasta menospreciar lo que estás escribiendo. Éste es el momento en que una construcción negativa puede resultar poderosa y efectiva. Por ejemplo: "Los videojuegos no siempre disparan la cognición de forma automática. Pero los investigadores están comenzando a descubrir que ciertos tipos de juegos específicamente diseñados pueden ser usados en combinación con el ejercicio mental para mejorar la memoria y la atención de los mayores".

En resumen, evita el elegante negativo en favor de una redacción que haga que el lector, cuidadosamente pendiente de tus palabras, siga plenamente concentrado en la información que estás proporcionándole.

## 7. DEJANDO LAS COSAS CLARAS

**Este** capítulo trata de las palabras que crean problemas de claridad en un contexto científico. Se trata de un número muy reducido de palabras ordinarias que es mejor usar con cuidado o evitar. Su efecto en un texto vinculado a la ciencia resulta desmesurado, por la razón expuesta en el capítulo previo: porque el lector no está familiarizado con el tema.

Pero estas palabras encierran un matiz adicional. También pueden confundir a un editor o corrector, del tipo generalista sobre todo. Tienen propensión a escapársenos de las manos. No sabemos que hemos confundido su significado; todo cuanto sabemos es que algo no está muy claro. La consecuencia es que empezamos a efectuar unas sugerencias de edición que no resuelven el problema y que hasta pueden empeorarlo. Es posible que un revisor modifique estos términos en el último minuto, pero lo mejor es resistirse a ellas al escribir, siempre que sea posible recurrir a un sinónimo o a la buena prosa para expresar tu idea.

Estas palabras problemáticas son los términos adaptados, los usos no autorizados y los pronombres.

### PALABRAS PRESTADAS

Aquí estamos hablando de palabras que se han vuelto importantes en la neurociencia. Los científicos reconocen lo que significan y pueden usarlas en sus escritos de una forma que también resulte clara para el lector no especializado. Pero cuando el uso no está claro, el lector se pierde o se llama a error. Los términos prestados son causas más que frecuentes de tales problemas.

*Función* (en todas sus formas). *Función* es un nombre emparentado con un verbo, un adjetivo y un adverbio. Se trata de la palabra más excesivamente usada --y para mí, la menos bienvenida-- en todo manuscrito de neurociencia. Su significado depende por entero del contexto, tanto en el uso cotidiano como en la neurociencia, donde puede designar muchas cosas, ya sea una labor, propósito o papel científicos como la acción de interpretar, operar o comportarse.

La frase que sigue es típica del modo en que *función* aparece en los manuscritos sobre neurociencia:

Los lóbulos temporales tienen importantes funciones y están involucrados con la función auditiva y visual.

Esto parece decir que los lóbulos tienen unos papeles de importancia, pero no determina si tienen una responsabilidad fundamental o si facilitan otras funciones del cerebro, lo que tampoco deja claro si el resto indica que los lóbulos afectan a la operación del oído o la vista o sencillamente intercambian información con ellos. El lector generalista que tan sólo está comenzando a hacerse una idea de la geografía y los circuitos del cerebro no tiene medio de saber qué significa esta frase.

Lo ideal es abstenerse de usar *función* por completo. Mejor resulta emplear sinónimos no ambiguos como *papel*, *trabajo*, *operación* o *labor*. Una posible excepción tiene lugar cuando una descripción inmediatamente anterior o posterior a *función* deja claro su significado. Por ejemplo: "El hipocampo envía información a la memoria a largo plazo, y el síndrome de estrés postraumático desequilibra esta función" (aunque mejor sería escribir el efecto específico de dicho síndrome, lo que ya nos daría una idea de que "desequilibra esta función").

*Modular*: Como sucede con otros términos, los significados generalista y neurocientífico de *modular* son diferentes, y el significado general está tan extendido que el lector puede



vacilar al encontrarse con el término. La definición normal "variar con fines armónicos las cualidades de sonido en el habla o en el canto" o, más simple aún, "modular los altavoces de un equipo de sonido", tiende a reducir el significado al simple control de volumen. Por consiguiente, frases como "las señales visuales están moduladas por el estado y las necesidades conductuales del animal" o "la vocalización de un simio modula los procesos en el cerebro de otro mono" parecen indicar que tales moduladores simplemente elevan o bajan la intensidad de la cosa modulada. El lector profano se pierde cualquier otra relación más interactiva, sutil o multidimensional entre ellos, y cuanto sigue se torna aún más impreciso. Por desgracia, *modular* por lo general no cuenta con un sinónimo de uso corriente que resulte totalmente efectivo, por lo que suele requerir una frase entera o la revisión al completo del párrafo en el que se encuentra. Incluso si la narrativa se sostiene tras la inclusión de *modular*, vale la pena pensarlo un poco y dar con un término sencillo que aclare la idea.

*Factor*: Los lectores saben que un factor es algo que contribuye a un resultado y, al leer sobre unas acciones o acontecimientos corrientes, por lo general pueden visualizar otros factores que contribuyen y determinan la importancia de tales contribuciones. En el caso de la ciencia, el término *factor* termina siendo confuso --incluso cuando al factor se le otorga un nombre-- cuando la contribución y su importancia escapan al conocimiento del lector. En la mayoría de los manuscritos donde se mencionan factores, el autor sencillamente está indicando que el contribuidor principal no es el único existente. Lo que es una mala solución, pues la mención a unos factores sobre los que el lector nada puede intuir emborrona la imagen. Un buen principio es el de resistirse a *factor* en tanta medida como a *función*. Una buena solución es recurrir al diccionario o tesauro en busca de palabras que puedan clarificar la imagen sin necesidad de embarcarse en explicaciones más prolijas. Seguramente es mejor incluir sinónimos como *pieza fundamental*, *componente* y *miembro*, o a conceptos relacionados, cual *arte* y *parte*, *aspecto* y *faceta*. Cualquier cosa que proporcione el sentido de la categoría de la contribución y una forma de concebirla.

*Delinear*: Éste es un ejemplo de palabra corriente con un significado científico que puede errar el tiro. Sus definiciones habituales --"representar algo por medio de líneas dibujadas o pintadas" (una zona de espera, por ejemplo), "perfiar algo" (acaso por medio de las luces en una pista de aterrizaje) o "explicar en detalle"-- resultan útiles al hablar de la ciencia del cerebro. Pero algunos científicos también usan la palabra para indicar "descubrir una estructura o proceso". Cuando lo que se quiere decir es *descubrir*, el autor puede recurrir a este verbo directamente. De lo contrario, el lector generalista no lo entenderá bien, porque "descubrir" no es una de las definiciones corrientes de *delinear*. Una palabra común todavía más susceptible a este tipo de mala interpretación es *describir*, como sucede cuando el autor hace referencia a investigadores que por primera vez explicaron de forma completa una estructura o proceso cerebral. Si no tiene claro que la descripción de una estructura o proceso biológicos puede constituir un progreso en sí, el lector en general no termina de percibir su verdadera importancia.

Otras palabras con significados más o menos artísticos, como *representar*, en el terreno científico tienen unos significados que son distintos de los habituales, si bien aparecen en unos contextos que permiten al lector deducir su significación científica. En el plano ideal, basándonos en la teoría de que el lector ya tiene que hacer bastante esfuerzo con la jerga inevitable, lo mejor es que no obligues al agotado lector a fatigarse todavía más. Por consiguiente, si puedes eliminar de tu manuscrito estos términos prestados, lo mejor es que lo hagas.

## USOS NO AUTORIZADOS

Por "usos no autorizados" me refiero a usos extendidos pero no reconocidos por los lexicógrafos. Esta sección se centra en una palabra que muchos autores emplean de un modo al que los lexicógrafos siguen resistiéndose. La mayor parte de las personas deducen correctamente las inferencias de cada uso --el tradicional o el no autorizado-- en

los textos sobre cuestiones corrientes, pero pueden ser incapaces de hacerlo en el caso de los escritos científicos.

*Problemático*: En su calidad de adjetivo significa "incierto, cuestionable, difícil de resolver o decidir", como en "la elección fue problemática". No tiene otra definición formal. Hoy, sin embargo, son muchos los escritores que lo usan para designar "afligido por la dificultad" o "lleno de problemas", como en "esta ley ha sido problemática desde el primer día". Quizá estés diciéndote que, bueno, una ley puede ser cuestionable o estar llena de problemas. Y ésta es la razón por la que *problemático* resulta problemático: porque, en ausencia de mayor información, no tienes forma de saber qué es lo que el autor quiere decir exactamente. Otro ejemplo: el lector profano no puede estar seguro de si un estudio "problemático" del cerebro dejó preguntas sin responder o estaba plagado de errores. Es una buena norma emplear los términos atendiendo nada más que a sus sentidos formalmente establecidos, pero *problemático* da la impresión de ser un caso especial: dado que su uso en el sentido de "afligido por la dificultad" hoy está tan extendido, puede ser malinterpretado aunque lo utilices en su acepción correcta de "incierto". La mejor opción seguramente es la de no emplear este adjetivo en absoluto.

## PRONOMBRES

Los pronombres, en particular *esto*, *eso* y *esos* tienen propensión a convertirse en pequeñas fuentes de confusión. Dado que parecen resultar inocuos, tendemos a pasarlos por alto cuando tenemos la sensación de que una narrativa está perdiendo claridad. Sin embargo, muchas veces, no está claro qué es lo que el pronombre designa y, en consecuencia, las ideas que siguen parecen ser menos lógicas o no tan nítidas para el lector como lo son para el autor.

Por poner un ejemplo, hace poco edité un manuscrito que trataba de la adicción. Tras mencionar unos estudios que encontraban relación entre los elementos inductores

presentes en el entorno y la recaída, el autor describió otro estudio que sugería que la mayoría de los veteranos que se volvieron adictos a la heroína en Vietnam dejaron de consumirla tras ser repatriados, porque habían dejado atrás los elementos inductores que promovían su adicción. La siguiente frase rezaba: "Esto deja claro que la adicción es una enfermedad crónica".

Al escribir, lo mismo que en el habla cotidiana, *esto* siempre se refiere a --o *tendría que* referirse a-- lo que precede de modo inmediato, y el efecto en este caso era sorprendente. Una se quedaba con la impresión de que el autor había llegado a una conclusión fundamental a partir de un dato aislado. El autor en realidad estaba haciendo referencia a todos los datos expuestos en la página anterior, por lo que mejor hubiera hecho en comenzar la frase de este modo: "En su conjunto, los estudios sobre la recaída dejan claro que..."

De forma más habitual, el recurso al pronombre sencillamente crea confusión. Es frecuente que *esto*, *eso* o *aquello* vengan después de una frase compleja que encierra más de una idea, por lo que no está claro a qué idea precisa se refiere el pronombre. En otros casos, la construcción precedente quizá tan sólo incluye una idea pero también una enumeración o listado de cosas, y es posible que el pronombre que inicia la siguiente frase no designe de forma evidente ni la serie ni el idea.

He dejado estas consideraciones sobre los pronombres para el final, porque estar constantemente pendiente de los pronombres mientras escribes resulta pero que muy difícil. Es útil tener presente que pueden causar problemas, pero tampoco hay que obsesionarse. En este sentido, quizá te quedes más tranquilo al saber que la consulta más frecuente que hacen los revisores y correctores suele ser: Veo que aquí has puesto *esto* (*eso*, *estos*, *esos*). ¿A qué estás refiriéndote exactamente?



*TERCERA PARTE*  
**LA CIENCIA Y EL ESTILO**



# INTRODUCCIÓN

**Algunas** personas consideran que para escribir bien hay que tener talento. Lo que seguramente es cierto al modo que sucede con otras actividades: el deporte, la música, la cocina, el baile, la pintura, la fotografía, el canto o la actuación. Hay unas pocas personas que sencillamente tienen el don, pero muchas otras lo hacen bien, a nivel profesional o no, porque la actividad en su momento les atrajo y decidieron cultivar una aptitud personal. Lo mismo pasa con la escritura.

La inspiración y la pasión son de ayuda, pero el estilo nace de la comprensión que el autor tiene de los elementos de la escritura y del modo en que ensambla estos elementos. Uno es el lenguaje... que siempre constituye una dificultad cuando la ciencia forma parte de la ecuación. Pero igualmente importantes resultan otras elecciones de tipo fundamental: qué describir o explicar, qué analogías o anécdotas usar, cómo organizar la narrativa, si parafrasear o citar directamente, etcétera. Por mucho que hagas estas elecciones en el momento de redactar una línea precisa, es necesario que pienses en ellas de forma anticipada, mientras reúnes el material y desarrollas una sinopsis.

El estilo es flexible, al igual que la vestimenta: el modo en que nos vestimos para ir al cine no es el mismo modo en que nos vestimos para asistir a una cena de gala. Y tenemos ciertas limitaciones personales, hay ciertos estilos de vestimenta que nos sientan mejor, y otro tanto pasa con determinados estilos de escritura. Pero no por ello dejamos de hacer nuestras elecciones teniendo presente lo que es adecuado para la ocasión. Y por último, de la misma forma que por lo general llevamos puestas las mismas ropas a lo largo del día, el estilo que resulta adecuado para un proyecto es consistente hasta el final.

Otra analogía la ofrece nuestra visualización de las personas con las que esperamos encontrarnos. La predicción de quiénes van a leernos y por qué lleva a determinadas elecciones y excluye otras.

Si tienes en mente una publicación específica para el artículo que te propones escribir, es importante saber cuál es el estilo editorial de dicha publicación. Si la lees con regularidad, ya tendrás una idea del modo en que aborda los temas en sus artículos, pero disfrutar de la lectura de una revista no es lo mismo que estar preparado para escribir en ella. Para asegurarte de que la forma en que te propones escribir el texto se ajustará al estilo de la publicación, examina números anteriores con disposición analítica, prestando particular atención a otros artículos sobre cuestiones científicas. Fíjate en qué elementos estilísticos --por ejemplo, la presencia o no de anécdotas-- influyen en tu percepción general de la revista y considera hasta qué punto tales elementos se ajustan a tu perspectiva y al tipo de información que quieres incluir. Quizá encuentres necesario cambiar tus planes (por ejemplo, vestir de manera un poquito más formal o bien prescindir de la americana) y hasta puedes terminar por decidir que ésta de hecho no es la publicación adecuada para tu texto.

Los siguientes siete capítulos describen determinadas elecciones estilísticas que hacer a la hora de escribir sobre ciencia para lectores generalistas. Las has visto todas con anterioridad, pero quizá no has pensado en ellas en lo tocante a la escritura para el público lector no experto. Algunas de ellas pueden ser unas herramientas que nunca te han hecho falta --o que incluso pudieran haber sido indeseables-- al escribir para tus colegas de profesión. Otras son simples medios alternativos de hacer lo que ya estás haciendo.

# 8. DECIR Y NO DECIR

**Este** capítulo principalmente trata del problema cognitivo vinculado al estilo de un escrito científico que Steven Pinker denomina "la maldición del conocimiento", pero empieza por hacer referencia a un problema en especial que se da en numerosos textos científicos destinados al lector de tipo general: el olvido de explicar por qué algunas cosas son importantes.

## EL PROBLEMA DEL "POR QUÉ"

Incluso cuando la explicación científica es excelente, el olvido de explicar "por qué" puede provocar que el proyecto entero resulte desdibujado, de tal forma que un artículo o libro parece ser tedioso o sencillamente demasiado complicado. Dicho olvido lleva a que toda clase de escritos académicos descarrilen, pero los daños son mucho mayores en el caso de los textos científicos, porque el grueso de los lectores profanos carecen de conocimientos procedentes de otras fuentes mientras van tratando de asimilarlo todo. Así, un abogado que escriba sobre una sentencia del tribunal supremo puede describir los precedentes legales y abstenerse de explicar por qué tales precedentes llevan a que la mencionada sentencia sea importante. En el caso de la ciencia, los lectores generalistas pocas veces contamos con una información adicional que pueda compensar la abstención del autor a la hora de explicar por qué, por ejemplo, es necesario extenderse sobre los priones en un artículo sobre el Alzheimer.

El olvido del "por qué" parece afectar de modo particular a los autores capaces de crear descripciones bonitas y accesibles de características y actividades biológicas. Tengo la intuición de que, absorto en el desarrollo primoroso de tales detalles, la concentración absoluta del autor le lleva a suponer que su importancia será obvia o por lo menos clara para todos. Otra razón puede ser la de que la larga experiencia de escribir para colegas profesionales empuja a los científicos a centrarse en los hechos sin pararse a pensar si el lector puede encontrar sentido a tales hechos sin ayuda de otros. Pero cuando la razón



para detenerse en determinados detalles resulta oscura para el lector lego en la materia, los detalles parecen carecer de rumbo preciso y se convierten en aburridos, inducentes a la confusión o ambas cosas a la vez. En el peor de los casos, la narrativa se ve sumida en una especie de síndrome del manual escolar, y la descripción aparece huérfana, como a la espera de que aparezca un instructor para explicar qué es lo que significa.

La comprensión de la necesidad de decir por qué contribuye en gran medida a resolver el problema que Pinker describía como "volver mentalmente al punto en que estabas antes de saber algo y explicárselo a otros". El viaje en el tiempo no es la respuesta. El "por qué" generalista tiene que ver con el modo en que la ciencia respalda la premisa en un artículo o libro. No se trata de una pregunta científica, del tipo "¿por qué una actividad biológica produce otra?"

El entendimiento de que tienes un problema con el "por qué" viene a ser como "la primera ley de los agujeros" estipulada por el humorista Will Rogers: si te encuentras metido en un agujero, deja de excavar. Si estás escribiendo un párrafo científico y te sientes atormentado al tratar de traducir los detalles a un castellano claro, es posible que te encuentres en un agujero del "por qué". Haz una pausa y pregúntate: "¿por qué estoy incluyendo esta información?" Si resulta que el aspecto que estás desarrollando resulta fundamental para tu perspectiva, en tal caso pregúntate por qué importa exactamente y al momento plasma la respuesta en tu texto.

El primer beneficio tendría que ser que la percepción del "por qué" en blanco y negro te dice hasta qué punto el aspecto mencionado conecta con tu historia principal y, por consiguiente, qué grado de detalle efectivamente necesitas para establecer la conexión. Y en segundo lugar, habrás escrito algo que no puedes permitirte dejar de lado: una explicación de por qué la ciencia que estás describiendo es relevante con respecto a la idea situada en el corazón de tu artículo o libro.

Una vez metido en el proceso de la escritura, puede ser difícil recordar todos los motivos que están llevándote a desarrollar una cuestión o perspectiva. En el plano ideal, lo mejor es dejar claros tales motivos antes de ponerse a escribir, por medio del resumen

de tu proyecto en forma de frases que expliquen por qué los contenidos que tienes en mente tienen que ver con la premisa. Por ejemplo, en un artículo sobre la búsqueda de tratamientos para el Alzheimer, este resumen puede incluir la frase "segundo apartado: hablar de los priones porque..." Un resumen de este tipo funciona como referencia si te encuentras metido en un hoyo del "por qué" y, también, como chuleta con la que cotejar el primer manuscrito completo, para asegurarte de que respondiste a todos los "por qué" previstos.

La razón mejor y más gratificante para dilucidar el "por qué" es que "por qué" resulta más iluminador para el lector que "qué", sobre todo para el lector que lee para "compartir y debatir" o porque "me vuelve más listo". Y ello es así porque para el lector situado en un lugar nuevo y extraño, el "por qué" está íntimamente ligado a ti, el narrador y acompañante. Decir por qué un aspecto es importante deja claros tus puntos de vista sobre el tema y, en consecuencia, facilita que el lector los entienda. También humaniza la lectura.

David Mahoney, hoy fallecido pero durante largo tiempo director de la Dana Foundation, quien hizo que la fundación pasara a ocuparse principalmente de la neurociencia, cristalizó la cuestión del por qué durante los primeros años del boletín informativo *BrainWork*. Cada vez que no se sentía satisfecho con un borrador de artículo que le había llegado, Mahoney me llamaba y me decía algo que puede resumirse en "no tengo idea de por qué esto es importante". Hace tiempo que me he olvidado de las palabras y los casos precisos, pero recuerdo bien la frase que siempre repetía: Lo que yo quiero saber es qué es lo que lleva a los neurocientíficos a levantarse de la cama por la mañana. Para él, lo esencial de una historia radicaba en por qué dicha historia era importante para los científicos. Lo que también era fundamental para su objetivo de lograr que la opinión pública sintiera aprecio por la ciencia.

De forma similar, cuando expongas una cuestión o tema que a tu modo de ver tendría que preocupar o interesar al lector no experto, los "por qué" han de ser la carne y la sangre de tu historia:

## DECIR Y NO DECIR

A la hora de escribir un artículo o libro, el núcleo del problema del autor que se dispone a explicar la ciencia radica en que la mayoría de sus lectores carecerán de los tipos discretos de conocimiento que sustentan la historia descrita en el texto. Y el desafío para el escritor no se limita a reconocer el conocimiento del que el lector puede carecer, sino que también implica determinar si es necesario que se lo proporcione. Muchas veces no es necesario, pero hay ocasiones en que si no se lo proporciona, las consecuencias pueden ser fatales o casi.

*Qué decir.* En el momento de manejarte con tu ciencia, la decisión sobre lo que vas a contar empieza por establecer hasta qué grado quieres que sea "de ciencias". Si tu perspectiva es "la ciencia que explica el fenómeno X", en tal caso tienes claro que tu lector está dispuesto a leer sobre la ciencia como ciencia, en oposición a un enfoque del tipo "estrategias para combatir el estrés", que más bien lleva a enhebrar la ciencia en la narrativa. En el caso de la ciencia como tal, sin embargo, aún tienes que considerar hasta dónde vas a llegar en lo referente al conocimiento y los conceptos. Puedes esperar que el lector ya cuente con algo de ideas e información --aunque es muy posible que arrinconadas en algún recóndito cajón mental cubierto de polvo--, y es posible que haya reparado en que ciertos descubrimientos recientes han llamado un poco la atención de los medios informativos. En la historia seguramente vas a incluir otros hechos y conceptos de ultimísima generación, pero por lo demás tienes bastante claro que este lector en particular disfruta con aquellas lecturas que exigen un poco de esfuerzo por su parte.

A pesar de lo que pueda decirnos la intuición, escribir sobre la ciencia como tal puede llevar a que empieces a pensar --o que tu editor empiece a pensar-- en la "maldición del conocimiento" mencionada por Pinker. Resulta increíblemente fácil caer en la tentación de considerar que el lector es un recipiente pasivo --un contenedor en el que verter un número X de palabras sobre ciencia pura--, y no alguien a quien has

prometido una perspectiva. El recuerdo de la perspectiva es lo que te salva, porque te obliga a escoger con cuidado los detalles que son esenciales para la historia, esto es, los que van más allá de formar simple parte de ella.

Otras formas de abordar la ciencia permiten ceñirse más al meollo de la cuestión, ya sea cuando estés escribiendo con intención preceptiva, expresando una opinión o debatiendo un problema filosófico o social. En estos casos sabes en qué puntos la ciencia se solapa con tu punto de vista y tienes claro que ni tú ni tu lector estáis interesados en que el resultado venga a ser una lección científica. En consecuencia, el punto de vista ejerce un mayor control; es más fácil seleccionar la ciencia y la profundidad de la explicación. Por poner un ejemplo, si te pones a escribir un artículo sobre un medicamento contra el Alzheimer que prometía pero ha resultado decepcionante, te centrarás en por qué la gente pensaba que iba a funcionar y lo que el fiasco revela. Te basta con unas pocas pinceladas científicas gruesas para comunicar la imagen de conjunto de la biología de la enfermedad y de todas las demás hipótesis de tratamiento.

*Qué no decir:* Con independencia de si un artículo o libro sobre todo contiene ciencia o tan sólo encierra un poco de ella, no decir lo suficiente es tan confuso para el lector profano como explicar demasiado, con la matización de que al autor le resulta más difícil advertirlo. Un simple vistazo a la página puede decirte que estás pasándote por exceso, pero, por definición, las omisiones no aparecen en la página. Las omisiones más perjudiciales en general tienen que ver con un hecho bien conocido por todos cuantos trabajan en la ciencia. Por ejemplo, el científico no necesita explicarle a un colega por qué una imagen cerebral tan sólo es informativa de modo parcial.

La solución no consiste en tratar de dilucidar qué es lo que tu lector no sabe, sino en imaginar qué es lo que tu lector podría *preguntar*. Si estuvieras conversando con él, qué es lo que podría llevar al otro a decir: "Vaya, ¿y por qué hicieron eso que dices?" o bien "¿Qué era exactamente lo que trataban de averiguar?"

Una vez más, la perspectiva que hayas escogido (¿es posible que esté repitiéndome un poco?) resulta decisiva. Cuando permites que controle tu narrativa, las preguntas del lector acostumbran a acudir a tu mente con mayor facilidad. En el ejemplo de las imágenes cerebrales, si estuvieras hablando con un vecino sobre los progresos hechos en la rehabilitación de los afectados por embolias, no te extenderías mucho sobre las limitaciones inherentes a la toma de imágenes del cerebro; más importante sería hablar sobre otros aspectos no vinculados a las imágenes. Pero si tu perspectiva tiene que ver con el debate sobre el uso de imágenes cerebrales por parte del abogado defensor de un presunto criminal, seguramente estarás al corriente de que los medios de comunicación nunca explican que los escaneados del cerebro han de ser examinados atendiendo a un método de agregación. Por lo que estás obligado a precisar este punto clave, para que el lector no especializado entienda que la utilización de los escaneados a veces puede ser impropio.

Cuando tengas la impresión de que quizá has olvidado mencionar algo necesario, tu formación y experiencia acaso te lleven a sentirte abrumado por el impulso de dejárselo todo más que claro al lector. Para no exagerar, recuerda que el lector no especializado por lo general se interesa por el significado de un concepto o punto clave, no por las relaciones existentes entre todos los detalles subordinados.

# 9. ANALOGÍAS, SÍMILES, METÁFORAS Y ANÉCDOTAS

**N**o te hace falta, ya lo sé, pero volvamos al colegio un momento, Los términos que encabezan este capítulo significan comparación (analogía), expresión del parecido entre dos cosas (símil), figura retórica por la cual usamos una cosa para representar otra (metáfora) y breve episodio extraído de la experiencia personal (anécdota). El viejo dicho de que una imagen vale más que mil palabras es de aplicación para todos ellos.

## ANALOGÍAS, SÍMILES Y METÁFORAS

En la neurociencia, determinadas imágenes verbales nos acompañan desde hace largo tiempo. La analogía más famosa es de tipo numérico: el cerebro tiene más neuronas que todas las estrellas en la Vía Láctea. Hay por lo menos tres símiles que están en el origen de términos científicos: dendritas (como las ramas de un árbol); hipocampo (como un caballito de mar); y amígdala (como una almendra). Y por lo menos una palabra de la neurociencia es una metáfora con todas las de la ley: el reloj circadiano.

Desde el punto de vista de tu lector, todas las ayudas de este tipo son bienvenidas. Ha pasado mucho tiempo desde que el grupo de Marc Raichle en la Washington University en Saint Louis publicó las famosas imágenes del cerebro leyendo unas palabras, pero determinados estudios actuales están tratando de determinar con precisión qué es lo que sucede cuando el individuo está leyendo literatura. Los resultados sin duda serán de interés, pero los escritores y lectores habituales ya saben qué es lo que pasa: el lector visualiza aquello que está leyendo transformando la impresión unidimensional en

una experiencia tridimensional. La buena ficción depende de la capacidad del lector para perderse en la "película", pero la buena no ficción asimismo hace que el lector se sienta absorbido por la realidad retratada en impresión unidimensional.

La comprensión de que leer es una experiencia de tipo participativo también es una salvación para el autor, porque significa que todos los sentidos del lector están dispuestos a elaborar lo que el autor propone. Si escribes que el cerebro tiene la consistencia del tofu, el lector así lo siente y lo ve, y si escribes que la activación de las neuronas tiene un sonido similar al de las interferencias en una radio, el lector así lo oye. En otras palabras, lo que estás haciendo es arrojar unos vocablos muertos como pelotas contra una pared en la que van a rebotar; una imagen que resulta vívida para tu mente también va a serlo para la mente del lector si consigues expresarla bien con las palabras.

Incluso puedes estar seguro de que el lector será capaz de hacerse una buena imagen nada más que con pistas o indicios, con fragmentos de símiles, por así decirlo. Por ejemplo, puedes decir que un canal de iones libera potasio en el espacio extracelular, pero también puedes decir que "las compuertas se abren de golpe" y los iones de potasio "salen para invadir" el espacio exterior a la célula. La primera formulación describe un hecho científico; la segunda recurre a unas palabras texturadas, visuales, para mostrar al lector algo que has visto con tus propios ojos.

Las analogías, símiles y metáforas tienen su lugar en cualquier tema y cualquier formato destinados a los lectores en general. Al facilitar que el lector aplique lo que es familiar a lo que no lo es, hacen que el lector se sienta más vinculado a la historia, al tiempo que la materia se torna más memorable. Dado que las imágenes pueden clarificar y a veces reemplazar la exposición científica, son particularmente valiosas cuando es virtualmente seguro que casi todo cuando necesitas decir sobre la ciencia va a resultar nuevo para tu lector.

Otros dos aspectos de estos recursos tienen su importancia. Uno es que pueden ser explotados de forma excesiva. Una imagen en palabras subraya la luz situada en torno a una idea o el detalle a ella asociada, y por consiguiente empuja al lector a recordarla o

recordarlo. Sin embargo, la proliferación gratuita de adornos de este tipo puede complicarle las cosas al lector a la hora de establecer qué es lo que tú consideras más importante en la narrativa.

El segundo aspecto se refiere a que veces puede parecer que necesitas una imagen en palabras, cuando en realidad no es el caso. Si estás trabajando en una explicación, y a tu mente acude una explicación, mírala bien e intenta ponerla en palabras. Es muy posible que hayas reconocido un punto que el lector no entenderá con facilidad y que la imagen efectivamente sea de ayuda. Por otra parte, si estás escribiendo un párrafo que sabes que resultará difícil para el lector, pero a tu mente no acuden fácilmente unas imágenes o palabras inductoras de imágenes, el intento forzado de crear una imagen por lo general tan sólo produce una imagen forzada. En tal caso, seguramente es mejor solución revisar el párrafo para que resulte más simple o sucinto.

## ANÉCDOTAS

Las anécdotas son viñetas. Cuando muestran la ciencia en forma de un paciente o voluntario, o durante el trabajo de laboratorio, insuflan auténtica vida a una crónica científica. Consideremos, por ejemplo, la diferencia entre decir que los científicos pensaban que una cosa era esto pero luego resultó ser aquello y contar que cierto hallazgo inesperado tuvo lugar después de que a unos investigadores les llegaron unas remesas de ratones cuya edad no era la adecuada, pero que los estudiosos no se arredraron y decidieron seguir adelante con el experimento.

Si un artículo ha de tener una extensión menor a mil palabras, pongamos por caso, las anécdotas tienen que ser breves, pero el lector puede hacerse una idea incluso a partir de pequeños apuntes. Por poner un ejemplo, supongamos que tienes un par de líneas para incluir una referencia a la historia de la ciencia. En tal caso puedes mencionar que, en el Londres del siglo diecinueve, la rivalidad entre dos investigadores era tan enconada que sus partidarios respectivos llegaron a acallar a uno de ellos a grito pelado en el curso de una cena. Es todo cuanto necesitas. El lector ya se imaginará el antiguo comedor



londinense, las velas titilantes, el vocerío de los comensales y el orador científico boquiabierto, y sin mayor dificultad. En función de los demás detalles que hayas incluido en la anécdota, es posible que el lector vea, escuche y sienta el incidente lo bastante bien como para recordarlo largo tiempo después de haber leído tu texto.

Las anécdotas desde siempre han tenido presencia en los artículos de revistas para el lector no especializado y son habituales en los escritos para los periódicos desde hace por lo menos un siglo. En fecha más reciente, durante el decenio de 1980, el recurso a una anécdota como inicio de un texto empezó a ser usado, y desde entonces está de moda en la obras de cualquier extensión. Hoy es tan típico que un artículo sobre medicina o tema científico emparentado comience refiriendo el caso de un paciente que quizá te digas que su obligación ineludible es la de conmover o sorprender al lector para captar su atención. Pero no es exactamente así. Sencillamente se trata del método más obvio para apelar al interés que el lector tiene por leer un artículo que goza de importancia, que será ameno y útil, o que dará respuesta a una pregunta de envergadura, presentará un problema novedoso, explicará un misterio o pondrá al lector en un lugar o situación no personalmente experimentado hasta la fecha. Si bien el inicio de cariz anecdótico típicamente sugiere que uno o más de estos alicientes está cerca, la obertura explicativa puede decir de modo más directo qué viene a continuación. Lo que pasa es que resulta más difícil escribir una obertura explicativa que sea interesante.

Incluso si no es particularmente fascinante, el inicio explicativo puede ser más adecuado para aquellos temas que son muy visibles desde hace unos años, como el mal de Alzheimer, el síndrome por trastorno postraumático, la adicción al alcohol y las drogas, la depresión, el autismo y las lesiones cerebrales traumáticas. Las anécdotas sobre pacientes con un trastorno así han perdido su capacidad para sorprender, en razón de que la aparición, desarrollo y consecuencias de tales trastornos suelen ser los mismos para todos los pacientes. No es que los lectores se hayan vuelto insensibles a la suerte de las personas afectadas; más bien se dirán que a un comienzo tan familiar va a seguirle una información que también es conocida. Como el problema sigue siendo de su interés, recurrirán a otros medios --el titular, el subencabezamiento, los despieces, las fotos, un

vistazo superficial a la página-- para determinar si el texto dice algo nuevo. En otras palabras, una obertura que es un cliché pierde la capacidad de ganarse al lector.

Muchos autores (o sus editores) siguen diciéndose que es indicado empezar un artículo sobre medicina o ciencia con una historia triste, incluso cuando la anécdota casi nada tiene que ver con el tema. Un artículo publicado en junio de 2013 en *The New Yorker* por el doctor Jerome Groopman, conocido divulgador de la medicina, empieza con una anécdota así: la descripción de la decadencia y muerte de un enfermo de Alzheimer. La única vinculación es que el fallecido era el abuelo de un investigador que codirige cierto importante estudio sobre el tratamiento del Alzheimer en fase temprana. El resto del artículo se centra en los debates sobre el tratamiento en fases iniciales y en si es la betamiloide, la tau u otra cosa la que causa la dolencia. En un artículo más corto sobre este mismo tema escrito para una publicación de distinto tipo, un tal comienzo resultaría engañoso para el lector; el autor tendría que empezar de otro modo y, posiblemente, hacer mención al abuelo un poco más tarde. Pero un artículo de 5.500 palabras deja espacio para las conexiones tenues, y el *New Yorker* de hecho es famoso por incluir digresiones variopintas y por empezar los artículos recurriendo a casos de interés humano.

Por norma, la decisión de qué cabe tratar de forma anecdótica y cuándo hay que hacerlo tendría que estar estrechamente ligada, no ya sólo al grado en que la anécdota representa o anticipa los temas en tu narrativa, sino también a lo que tu lector posiblemente encuentre familiar. La función principal de una anécdota es la de ponerle un rostro humano a una idea; es un ejemplo que no empieza con "por ejemplo". En vista de que la ciencia es rica en historias de sorpresa, fracasos, carreras para ser los primeros en encontrar algo, casualidades del tipo feliz y demás, tienes mucho material interesante entre el que rebuscar.

# 10. QUÉ HAY QUE PONER PRIMERO

**E**l mensaje fundamental que aquí quiero expresar es el siguiente: no pongas lo primero en primer lugar. Has oído bien: *no lo hagas*.

El estilo punto por punto --el que consiste en decir: primero viene esto, después esto otro, luego estas otras cosas y, por último, aquí está el resultado-- es adecuado para recetas de cocina, relatos policíacos y *thrillers* en general. En la exposición explicativa viene a ser el equivalente a la albañilería: todo se reduce a acumular datos sobre más datos, cada uno de los cuales merece cierta atención, con poca o nula referencia al significado del conjunto.

Los historiadores y biógrafos a veces escriben de este modo cuando dan por supuesto que los lectores en general conocen los hechos y contextos primordiales de una era, y el resultado final sencillamente es aburrido. Cuando el estilo es científico, sin embargo, el estilo punto por punto resulta directamente mortífero. Para el lector no experto, el intento de seguir y retener un hecho desconocido tras otro en un contexto desconocido viene a ser como avanzar por un pasillo a oscuras palpando las paredes.

Muchos científicos que escriben para los lectores profanos intentan proporcionar una guía insertando al principio del artículo o libro unos párrafos orientadores o una introducción en la que se identifica el tema, se explica por qué es relevante y cómo afecta al lector. Pero, al llegar al material científico, recurren a la exposición punto por punto, con frecuencia describiendo más de un conjunto de hechos antes de sumar el resultado final. Lo siguiente que pasa es que sus editores se irritan y les devuelven el manuscrito con los márgenes garabateados con la tan familiar pregunta, repetida una vez tras otra: "¿y esto qué quiere decir?"

Es posible que hayas reconocido el problema a partir de esta descripción: el texto ha sido escrito en estilo periodístico --material de introducción, crónica de los hechos sin

adornarse, interpretación reservada para el final--, abandonando al lector a su suerte en lo tocante a la comprensión de los detalles. Y los lectores (y editores) raras veces tienen el suficiente conocimiento general y contextual de la ciencia para llevar a cabo dicha labor por su cuenta.

¿Qué hacer? Las conferencias, la enseñanza y la redacción de estudios para publicaciones especializadas son poderosos condicionantes, y no resulta fácil reprimir un estilo que para uno es natural y familiar. Un buen instrumento sería una fórmula sencilla y evidente para escribir divulgación, pero, por supuesto, tal fórmula no existe. Pero puedes establecer dos estrategias personales para terminar un primer manuscrito sin tener que batallar tanto en el combate contra el punto por punto.

La primera estrategia, y seguramente la más útil, consiste en resumir el proyecto nada más que con frases conceptuales, resistiéndote por entero a la tentación de enumerar detalles científicos. Recuérdate a ti mismo que conoces la ciencia lo bastante bien como para necesitar detalles en un esquema de este tipo y que lo que aquí te interesa es abordar la narrativa. Por acumulación, las sentencias darán lugar a una sinopsis de tu historia, te proporcionarán una imagen de sus proporciones que posiblemente suprimirá el impulso de ir punto por punto y, lo principal, en todo momento te llevará a no perder de vista qué importancia tienen unos y otros aspectos. Sigue un sencillo ejemplo para un hipotético artículo de entre 1.750 y 2.000 palabras sobre las perspectivas en lo referente al descubrimiento de un tratamiento para el Alzheimer.

(Anécdota inicial) En 2011, los científicos adoptaron una nueva estrategia contra el Alzheimer.

La necesidad de cambio era urgente; el número de personas en situación de riesgo estaba creciendo con rapidez.

A pesar de que la ciencia lleva años estudiando esta enfermedad, sus causas siguen sin estar claras, y las terapias existentes son escasas y poco efectivas.

Incluso cuando la causa es elusiva, es posible que aparezcan nuevas estrategias de prevención y mejores tratamientos. Pero para ello hace falta una mejor comprensión de la dolencia. Cosa que ahora tenemos.

Tenemos más clara la biología, gracias a tres descubrimientos fundamentales, cada uno de los cuales nos ha aportado un entendimiento de importancia.

Uno de ellos nos permite comprender mejor la patología.

Otro ha dejado claro por qué algunas personas en principios son más vulnerables a la enfermedad que otras.

Y el tercero, anunciado en 2011, ha llevado a que hoy pensemos de otro modo en lo concerniente a cuándo el tratamiento puede contribuir a preservar los recuerdos y la calidad de vida.

Hoy están estudiándose nuevas estrategias clínicas, basadas en estos entendimientos.

En el decenio de 1990 se consideraba que no pasaría más allá de otra década antes de que la dolencia fuera domeñada, pero lo que en realidad pasó fue que sencillamente estábamos aprendiendo una lección sobre las predicciones.

Pero esta época fue productiva, y no ya sólo para la clarificación de la biología, pues nos aportó indicaciones de que el ejercicio físico, las relaciones sociales y la educación favorecían el mantenimiento de la cognición durante el envejecimiento. Tales datos, en conjunción con anteriores diagnósticos, tendrán su importancia en la aparición de mejores estrategias contra la enfermedad.

Nuestro regreso a los archivos de la investigación contra el Alzheimer ha resultado ser productivo.

El resumen sin detalles te obliga a pensar en los mismos términos precisos que el lector: en los términos de las consecuencias de la ciencia. Cuando a continuación escoges los detalles que van a impulsar una narrativa, lo que estás haciendo es dotar a la argumentación científica de un ritmo natural y dinámico. Por ejemplo, la segunda frase en el resumen de arriba hace referencia al riesgo de enfermar, que, en un listado convencional de puntos científicos, bien podría incluir los posibles efectos protectores de la educación. Pero cuando estás llegando al final del texto surge un uso de la educación que quizá es más relevante, uso que seguramente no acudiría a la mente al mirar un listado convencional. La contemplación de tu estructura narrativa en blanco y negro hace que puedas escoger aquella ciencia que mejor ilumina cada concepto y determinar hasta qué grado hay que debatirla, atendiendo a las proporciones de la historia.

La otra estrategia que sugiero tiene su lugar durante la redacción del primer manuscrito. Por muy raro o incongruente que te parezca, cuando te vuelvas hacia una explicación científica, empieza por explicar *por qué* la ciencia que vas a describir resulta importante. En realidad ya has pasado por este proceso cuando dilucidaste qué fue lo que te llevó a saber que tenías una historia que contar a los no expertos. La inmediata declaración del "por qué" seguramente no discurrirá con mucha fluidez, pero, ahora que el lector va a tener que fijarse con atención en la ciencia que describirás, necesitas que se encuentre a tu lado, para que tenga la sensación de que vale la pena. Puedes revisar y mejorar tales transiciones bien mientras las escribas, bien cuando ya tengas el primer manuscrito. Lo fundamental es contar con un borrador que continuamente sea absorbente en el plano conceptual.

# 11. CITAS Y PARÁFRASIS

**Numerosos** autores escriben en una suerte de estado mental unidireccional. Se adhieren de forma tan estricta a la exposición que pasan por alto las ventajas de las citas y las paráfrasis. No obstante, las unas y las otras son amigas del autor, porque las palabras e ideas de otros muchas veces resultan interesantes y útiles. Los comentarios históricos -- como los hechos por William James-- pueden aportar peso y textura a una afirmación; la cita de una autoridad contemporánea puede subrayar un punto de vista consensuado o poner de relieve un hecho importado de otra ciencia. Las citas atrevidas --como el famoso chiste de Woody Allen, en referencia a que el cerebro es "mi segundo órgano preferido"-- pueden recordarle al lector la necesidad de relajarse. Si las palabras de otro seguramente resultan ideales, pero no cabe citarlas por razones de espacio o necesidad de permisos, siempre se puede recurrir a la paráfrasis.

Las citas y las paráfrasis son unos componentes muy agradables del estilo. Sus convenciones de uso son simples y flexibles; se ajustan sin problemas a casi todo formato y extensión. Por supuesto, es importante usarlas con un propósito; el recurso a las citas porque sí tan sólo consigue que el texto resulte ampuloso o embarullado. Las citas también tienen sus inconvenientes.

## LAS VENTAJAS

Es útil pensar en las citas como en unos datos de prueba. La inclusión de una cita proporciona respaldo a una argumentación, a un modo de ver las cosas o, simplemente, a una conclusión que al autor le interesa dejar clara.

En el curso de una argumentación, las citas resultan más interesantes que la simple exposición de un punto que te propones dismantelar. Por ejemplo, en lugar de declarar que muchos gurúes de la autoayuda defienden cierta idea nefasta, cita al más famoso de dichos gurúes y a continuación haz trizas la idea por él defendida.

Hay veces en que alguien resume un modo de ver las cosas de forma tan brillante como para hacerlo famoso. La cita de este parecer es un medio excelente de dejar atrás las consideraciones genéricas y pasar a lo concreto. Una cita, como la de un axioma bien conocido, también puede eliminar la necesidad de establecer un concepto fundamental y posibilitar que el autor se concentre en sus matices.

Cuando vale la pena subrayar el significado de una idea, una cita puede aportar dicho énfasis. Por ejemplo, al escribir sobre la neurogénesis, un autor puede limitarse a escribir que nadie la creyó posible hasta la década de 1990. Pero la cita del punto de vista predominante durante casi un siglo es una forma más categórica de comunicar la magnitud de la transformación, y en este caso da igual que la cita proceda de Cajal o de un conocido manual escolar de biología publicado en el decenio de 1980.

*Algunos aspectos fundamentales:* En lo referente a las citas, existen algunos puntos fundamentales. En primer lugar y de forma obvia, las citas tienen que ser atribuidas a sus fuentes, pero las atribuciones a la vez tienen que resultar claras. Muchas veces, y no tan sólo en la escritura científica, no es el caso. La atribución poco clara más frecuente consiste en declarar que cierta fuente en su momento dijo algo cuando, en realidad, tal persona lo escribió. El empleo de *dijo* en lugar de *escribió* por lo general es un simple descuido, pero algunos autores lo emplean bajo la errónea idea de que el uso de *escribió* en una obra sin notas obliga a mencionar la fuente de publicación, el título y hasta la fecha correspondientes. Pero resulta perfectamente aceptable poner *ha escrito* o, si la fuente ha fallecido, *una vez escribió*. La construcción da a entender que lo que importa son las palabras en sí, y no el documento de procedencia. El lector que quiera averiguar



más sobre dichas palabras por lo menos tiene claro de que seguramente podrá encontrarlas en internet.

El uso apropiado de *dijo* o *escribió* tan sólo es una entre varias formas de atribución. La caracterización de la afirmación o el escrito puede redundar en una atribución interesante e informativa. Verbos como *contestó*, *especuló*, *declaró*, *pensó* y *comentó* pueden denotar el ánimo escondido tras las palabras de la fuente o reforzar el contexto. Sigue siendo adecuado indicar si las palabras fueron escritas, pero no necesariamente recurriendo al consabido *escribió*. Por ejemplo: "En un informe posterior, Charcot *replicó* que..."

Otro punto fundamental: hay que asegurarse de que el lector entiende que las palabras en el contexto sirven como prueba. Por poner un ejemplo, supongamos que estás componiendo un texto sobre el abandono del desarrollo de cierto medicamento por parte de algunas compañías farmacéuticas. Como el autor que eres, puedes describir la existencia de distintos medicamentos orientados a pacientes diferentes, citar al directivo de una empresa farmacéutica sobre las muchas esperanzas que su firma tenía puestas en un medicamento que al final no superó las pruebas pertinentes y terminar por señalar que el anuncio hecho por la empresa de que tiraba la toalla en lo tocante al desarrollo de fármacos psicoactivos forma parte de una situación cada vez más amplia. En otras palabras, una cita raramente puede sustentarse por sí sola; es preciso que quede claro por qué se encuentra allí.

Las citas siempre aparecen integradas en una frase, porque una cita por sí sola raramente tiene sentido. El modo más habitual de integrar una cita es una frase con la estructura: "[Nombre] [dijo/escribió] "[cita]"". Muchas veces, sin embargo, hay posibles citas que son demasiado verbosas o incluyen otras ideas que no vienen al caso, por lo que conviene recortar la cita y dejarla en las palabras precisas que te interesan. El autor se encarga de resumir o parafrasear el resto. Por ejemplo: "Los investigadores concluyeron que el medicamento no tenía efecto alguno; según anotaron, "el resultado es por completo insignificante"".

Como es natural, la intención del original tiene que estar en consonancia con el uso que el autor hace de él. Por ejemplo, si los investigadores citados no hubieran estado escribiendo sobre un medicamento finalmente abandonado por la farmacéutica, no sería de recibo emplear la cita como si fuera el caso, incluso si los investigadores hubieran puesto otro compuesto a prueba con el mismo propósito. En tales casos, el autor está obligado a establecer la distinción y aportar la razón por la que está citando una circunstancia ajena a lo que le ocupa.

En el momento de la integración, a veces es buena idea dividir la cita, si es que una u otra parte expresa mejor la intención con que el autor está usando dicha cita. Por ejemplo, este autor recurre a una cita para respaldar la idea de que determinado rasgo es la norma: "Un subgrupo de voluntarios fueron incapaces de realizar la tarea", escribieron los investigadores, "pero el 95 por ciento de ellos la ejecutaron sin mayor problema".

La paráfrasis resulta esencial cuando una cita prometedora es muy importante pero irremediablemente anodina o preñada de jerga. Los científicos tienen la conmovedora debilidad de rendir tributo al trabajo pionero de un amigo o colega a quien admiran citando literalmente de un estudio redactado por dicha persona. Y antes de que el editor pueda echar una mirada, el autor ya ha compartido el borrador con otros, incluyendo el amigo o colega de marras. Pues vaya. ¿Cómo decirle: "esto es horroroso"? Hay que hacer lo posible por mantener la cabeza fría: algunas de las publicaciones de tus colegas son de lectura terrible, para los no expertos por lo menos. Utiliza tu propio lenguaje para rendir homenaje al investigador pionero... y a continuación parafrasea.

## INCONVENIENTES

El peligro más real de una cita consiste en equivocarse en algún punto. Por el puro gusto de hacerlo, acabo de mirar bien la cita de Woody Allen tal y como casi siempre aparece escrita por los autores sobre el cerebro que recurren a ella: "Como dijo Woody Allen, "el cerebro es mi segundo órgano preferido"". Resulta que aquí hay cuatro errores, en la cita, la redacción, la puntuación y posiblemente la atribución.

En el sentido general, la cita y la atribución son "Woody Allen dijo", lo que implica que, hablando bajo su verdadera identidad, Allen efectuó el chiste, quizá en el curso de una entrevista. Pero las palabras fueron pronunciadas\* por un personaje interpretado por Allen en una comedia de ciencia ficción estrenada en 1973. En la película *El dormilón*, Allen es Miles Monroe, propietario del restaurante macrobiótico Happy Carrot. Sometido a congelación criogénica, dos médicos lo descongelan pasados doscientos años. Los médicos le advierten de que si el gobierno se entera de la descongelación, tanto él como ellos serán destruidos. Monroe pregunta qué quieren decir con eso de "destruidos", y los galenos explican que serán "electrónicamente simplificados" Su reacción horrorizada es: ¿Mi cerebro? ¡Estamos hablando de mi segundo órgano preferido!

Sugiero que compares las diferencias entre la expresión y la puntuación existentes entre el original y lo que hoy acostumbramos a ver.

Pero la atribución (en el sentido de la originación) constituye la metedura de pata más interesante. Lo más fácil es suponer que, en su calidad de guionista-actor-director de la película, Allen fue quien se inventó el chiste, pero Woody coescribió *El dormilón* con su colaborador de por entonces, Marshall Brickman, otro escritor humorístico, guionista principal durante años para Johnny Carson y Dick Cavett (y reciente autor del musical *Jersey Boys*). Seis años después de *El dormilón*, Allen y Brickman volvieron a mencionar el cerebro como órgano en otra colaboración, *Manhattan*. En este filme, el personaje de Allen, Isaac "Ike" Davis dice

--Confías demasiado en el cerebro. El cerebro es el órgano más sobreestimado.

Por consiguiente, las posibilidades son dos: que Brickman escribiera uno o los dos chistes y que ninguno de ellos sea un comentario mordaz sobre el cerebro ideado por el propio Allen.

---

\* <http://www.youtube.com/watch?v=ngizj5FIcjo>

Muchos autores cuidadosos (por ejemplo, Nancy Andreasen en *The Broken Brain*), han sabido dar con la frase real sobre el cerebro y citarla tal y como fue pronunciada. Por lo demás, no parece que ni Allen o Brickman hayan tenido problema en aceptar que la cita sea generalmente atribuida al primero. ¿Y por qué iban a tenerlo? Brickman ha contado que su colaboración solía reducirse al proceso de dar paseos y conversar durante la elaboración de los guiones. Y, por lo demás, la cita se ajusta a Woody a la perfección.

Con todo, la situación puede ser diferente en el caso de una frase, casual o sustantiva, recogida erróneamente en alguna de las cuatro formas vistas cuando la cita de Allen: cita, expresión, puntuación o atribución. Y determinados estilos y formatos de divulgación son bastante proclives a la aparición de tales trampas.

Es raro que los científicos-escritores se equivoquen al efectuar una cita, así que no me extiendo sobre el tema. Pero la atribución muchas veces resulta deficiente a la hora de escribir para lectores profanos. Es lo que puede suceder cuando un artículo o párrafo ha de ser breve. Por ejemplo, en el momento de simplificar o comprimir, tratar de incluir matizaciones e insertar una cita reducida, el autor quizá no advierte que el párrafo resultante da la impresión de hacer referencia a un investigador que se apropia tanto de un descubrimiento como del principio en que aquél estuvo basado... por mucho que el primero en desarrollar dicho principio de hecho fuera otro investigador. El riesgo de estos tropiezos es superior cuando el autor se encuentra entre la espada y la pared: la proliferación de nombres y matizaciones, si bien tediosa, es perfectamente rigurosa, pero el texto es más vivo cuando la gente *hace* cosas, cuando los descubrimientos y los principios están en voz activa y cuando hay uso de citas. Todo lo que tienes que hacer es revisar con cuidado el pasaje resultante final.

Cuando la temática no es la ciencia como tal, seguramente es posible reducir la probabilidad de errores tratando a los descubrimientos como hechos, en lugar de referirse a ellos como a descubrimientos, y no entrar en descripciones muy detalladas a fin de que no cometamos el error accidental de incluir un descubrimiento anterior sin atribuirlo debidamente. Pero hablar de los hechos sin mencionar a quién corresponde el mérito de

su descubrimiento a veces oscurece un aspecto extraordinario de la investigación. Esto es, determinados descubrimientos no tan sólo son hechos, sino que además resultan tan fascinantes que es casi imposible mencionarlos sin atribuirlos. Durante años seguidos, fue el caso con cuanto tuviera que ver con la amígdala: resultaba impensable olvidarse de atribuir determinados hechos fundamentales a la investigación realizada por Joseph LeDoux. En muchos otros casos, sin embargo, por mucho que a los lectores profanos les guste saber qué personas concretas hicieron el trabajo de campo para establecer unos hechos, el "quién", el "cómo" y el "qué" con frecuencia son irrelevantes. Así, el recorrido hasta la atribución, con o sin cita directa, se convierte en una cuestión de estilo. ¿El proceso de descubrimiento fue lo bastante interesante como para mejorar nuestra narrativa? Si es el caso, la atribución por el nombre resulta necesaria, y no ya opcional.

En lo tocante a la formulación y puntuación de una cita, es difícil equivocarse cuando tienes las palabras de la fuente en blanco y negro delante de los ojos. De modo parecido, como sucediera en el caso de la cita de Woody Allen, las palabras tomadas de una grabación de audio o vídeo, serán las precisas si estás escuchando o mirando el original, al tiempo que las inflexiones de la voz y el lenguaje corporal pueden ayudar a establecer la puntuación. El problema potencial aparece al citar un discurso no escrito previamente: por ejemplo, las palabras de un conocido orador público que en cada intervención siempre viene a decir algo parecido y de forma similar. La puntuación puede proporcionar una inflexión errónea: por ejemplo, un signo de exclamación provoca que un comentario venga a ser un grito, cuando el hablante en realidad usaba un tono de broma. La consecuencia puede no ir más allá de que el hablante se irrite y considere que una tal puntuación viene a suponer un transplante de personalidad, pero el problema se torna más serio si atendemos al contexto.

Por ejemplo, pensemos en la "maldición del conocimiento" expresada por Pinker, a la que tantas veces me he referido. En las grabaciones de apariciones públicas suyas de que dispongo, Pinker está hablando de la cognición e instando al público a ser comprensivo con los académicos que hacen lo posible por escribir para el lector lego en sus materias. Sin embargo, yo he estado utilizando sus palabras en contraste con las formas que los científicos-escritores tienen a su disposición y que a mí me parecen

adecuadas para conseguir su objetivo. Si quisiera, Pinker podría protestar que mi contexto lleva a pensar que sus palabras suponen un consejo en vez de una muestra de empatía, cuando en sus extensas charlas sobre la escritura ya ofrece sus propios consejos al respecto. ¿Y bien? Mi respuesta sería la de que ambos estamos usando sus palabras del mismo modo: a fin de que el científico que se dispone a escribir para los no versados establezca su propia perspectiva. Sus oyentes y mis lectores están interpretando sus palabras de la misma manera: a los científicos les resulta difícil escribir para el lector profano.

Los hechos científicos son más concretos que escribir sobre la escritura, lo que en principio parecería evitarte las quejas sobre el contexto. Pero no es eso lo que sucede, en especial si estás citando de un discurso no escrito, pero a veces también cuando tu cita procede de un texto escrito. El contexto puede convertirse en una objeción porque escribir para los lectores generalistas es interpretativo; el significado que asignas a un hecho puede ser, o parecer ser, distinto al que le da la persona a quien de hecho estás citando. Por consiguiente, incluso si una cita parece ajustarse bien a tu interpretación, es necesario que te asegures bien del contexto en que el hablante o escritor expresó lo que te dispones a citar. Se trata de una precaución importante: la conferencia o el informe de turno pueden diluir el significado de sus palabras, hasta el punto de que tal significado ahora quizá ya no es el indicado para tus propósitos.

# 12. LO QUE SABEMOS Y CUÁNDO LO SABEMOS

**Cuando** hay espacio para exponer unos cuantos puntos más en sustento de una premisa, los libros y artículos más largos invitan a usar multitud de detalles para mostrar cómo una cosa lleva a la otra y para llegar a cuestiones periféricas que influyen en el tema. La oportunidad de enriquecer tu historia puede suponer un alivio, pero se trata de un arma de dos filos. La mayor extensión a veces empuja a los autores a considerar que hay espacio para otros lectores, lo que tiene efectos adversos en el estilo de la escritura. Y a continuación se desarrolla un problema, que tiene que ver con lo que nosotros, los lectores generalistas, sabemos y cuándo lo sabemos.

Cuando los académicos --no ya sólo los científicos-- publican obras más extensas para el público no experto, los colegas y estudiantes también las leen, en busca de nuevos hallazgos en el terreno. Los académicos-escritores son conscientes de ello y, el hecho de que tienen espacio adicional para satisfacer la curiosidad de sus colegas, muchas veces les lleva a pensar en ellos, no siempre de forma consciente, mientras escriben. El resultado es el equivalente literario a la multitarea, y la atención dividida del autor se cobra un precio. Lleva a que el autor esté menos pendiente del lector no especializado y a que su atención este puesta en otras cosas. El autor sigue siendo consciente de que el lector generalista no sabe mucho, pero en "presencia" de otro lector más sofisticado, el objetivo ahora es el de situar al lector profano a altura más o menos similar a la del especializado. La premisa de lo profano ha dejado de guiar al autor; las observaciones, los mecanismos y los elementos fundamentales ahora son lo principal.

Es lo que pasa cuando tiene lugar la multitarea: cuando por primera vez aparece un detalle científico --por ejemplo, el ácido aminobutírico, o GABA--, el autor se apresura a contrarrestar la ignorancia del lector lego describiendo el GABA

pormenorizadamente, así como su papel en el sistema nervioso, sus mecanismos y el mecanismo específico que lo vincula al tema inmediato de la obra. La siguiente vez que se hace mención al GABA, en referencia a otra acción y relevancia, el autor, quien antes ha explicado el concepto, da por sentado que el lector profano ahora sabe lo que es y en consecuencia habla del GABA con familiaridad. Sin embargo, el lector, tan sólo concentrado en la relevancia anterior, ha olvidado las demás acciones mencionadas y, muy posiblemente, incluso se ha olvidado del término GABA. La narrativa de pronto se ha vuelto oscura y borrosa.

Algunos autores reconocen que el lector puede haber olvidado un término presentado anteriormente. Con intención servicial, escriben "como se menciona más arriba" o "como se describe en el capítulo X". Lo que empeora la situación, pues están diciéndole al lector que se ponga a hacer consultas. Pocos lectores no especialistas están dispuestos a volver atrás en busca de información; la mayoría se lo toma como una imposición, pues el tiempo para la lectura por entretenimiento resulta precioso.

En estos casos, la cuestión estriba en cómo sacarle el mejor partido al lujo del espacio extenso sin hacer que la lectura se convierta en una labor desagradable para la persona no experta.

Una forma estriba en recordar lo que el lector sofisticado necesitó para convertirse en sofisticado y en ser realista en lo referente al lector generalista. Lo que tendría que resultar fácil. Como neurocientífico, cuentas con la ventaja de comprender lo que la mayor parte de los autores tan sólo ven: que la lectura consume gran cantidad de memoria activa. Si el ser humano puede considerarse afortunado de recordar siete dígitos con los que no está familiarizado, sabes que no van a acordarse de mucho de cuanto aparecía en un centenar aproximado de palabras con detalles abstrusos tras haber leído mil palabras más.

Dado que los seres humanos necesitamos algo más que unas simples abstracciones flotantes en la memoria activa, es preciso recurrir a otros sistemas para facilitar nuestro recuerdo. Siguiendo con el ejemplo del GABA, el punto número uno a



tener en cuenta es que, a la primera mención, lo que el lector lego necesita es lo *contrario* a un tutorial. Si bien podemos aprehender una buena descripción simplificada de los mecanismos, vamos a olvidarla, porque los mecanismos no nos muestran el GABA desde una perspectiva cuyo alcance e importancia dejan claro que el término reaparecerá en lo que estamos leyendo.

El autor puede conseguirlo empujándonos con fuerza a ver y sentir que el GABA es uno de los principales actores en el escenario del cerebro. Estamos más abiertos a metáforas como "caballo de tiro"; nos resulta más fácil registrar la acción de un neurotransmisor cuando viene asociada a cosas que son sencillas de visualizar, como el efecto de "calmar los nervios". Nos sentimos cómodos al leer que, sea lo que sea lo que el GABA hace en su primera mención, se trata de la primera cosa importante que vamos a leer sobre el repertorio del transmisor.

Lo que el autor ha de tener presente de modo fundamental es que no es preciso que explique a la vez todo cuanto vamos a necesitar saber sobre el efecto del GABA. Si los mecanismos salen a relucir mientras estamos quedándonos impresionados con lo que ese neurotransmisor consigue, seguiremos y digeriremos mejor esas vertientes mecánicas. A la segunda mención y siguientes, esas referencias iniciales son tu herramienta. Les habremos asignado un significado tangible --"ah, vaya, otra vez el caballo de tiro, el transmisor que calma los nervios"-- y en principio estaremos dispuestos a absorber nuevas asociaciones.

# 13. HOMBRES ENMASCARADOS Y

## "OBNIS"

La gente reconoce a las figuras legendarias sin necesidad de ver sus nombres completos. Hay algo en Julio César, Washington, Napoleón, Churchill, Hamlet, la pequeña Nell, el tío Tom, Gatsby, Miguel Ángel, Van Gogh, Picasso, Galileo, Newton, Edison, Einstein, Freud, Watson y Crick que siguió influyendo en la humanidad después de las eras en que se hicieron célebres. Las personas con educación superior han estudiado a más figuras todavía, y la literatura profesional está salpimentada de locuciones como "Spinoza reconocería el actual..." o "como predijo fulano..." Los lectores profesionales saben quiénes son estas personas, pero es probable que sus apellidos apenas suenen a los lectores menos sofisticados (o especializados).

Las referencias eruditas a un apellido sin nombre y otras referencias inexplicadas forman parte de un fenómeno que llamo "hombres enmascarados y OBNIS" por la confusión que genera entre los lectores no especializados, quienes por definición viven en el exterior de los marcos de referencia de la ciencia. Al igual que los ciudadanos confusos por una circunstancia inesperada que aparecían en las viejas películas, los lectores se detienen un momento a mirar, se encogen de hombros y siguen por su camino, haciendo caso omiso de lo que tales referencias tendrían que evocar.

### HOMBRES ENMASCARADOS

Como no quieren que los lectores se salten sus frases, los científicos-autores casi siempre responden bien a las peticiones editoriales de incluir el nombre de pila y una identificación. Reaparece el nombre de pila, junto con unas palabras destinadas a quitarle la máscara al rostro, a situar a la persona en su época, lugar, institución y área de significado. Resulta que los investigadores destacados tienen unos nombres interesantes o han llevado a cabo su labor en lugares interesantes; resulta que otras figuras no tan

conocidas han dado la vuelta por completo a enteros campos de estudio. No sólo eso, sino que el establecimiento de una identificación a veces anima al autor a afinar un poco el punto de referencia y la meditación sobre el nombre en ocasiones lleva a una rápida digresión que aporta color a la narrativa o mayor interés a la cuestión. Como consecuencia, la identificación completa opera en favor de la narrativa; ya no sólo se trata de una onerosa responsabilidad destinada a no desconcertar al lector.

Con menor frecuencia, la petición editorial de mayor información lleva a que el nombre en cuestión desaparezca, junto con el aspecto que llevó a su aparición. Esto sucede porque, al añadir el nombre de pila y ponerse con la identificación, el autor se dio cuenta de que dicho aspecto era más abstruso o menos relevante de lo que consideraba. El problema es que el simple borrado puede terminar por debilitar la narrativa.

Las referencias a hombres enmascarados no equivalen a la adopción de una actitud profesoral. Tales referencias tienen más que ver con el "por qué" que con el "qué" --pues el texto acerca al lector al marco de referencia del propio autor, en lugar de expulsarlo de él-- y suelen hacer aparición cuando la narrativa fluye bien (es la razón por la que el editor se limita a pedir una identificación). La opción del borrado resuelve el problema de un aspecto que era menos que fundamental, pero el autor seguramente tenía razón al creerse necesitado de algo parecido al pensamiento representado por la referencia. El autor a continuación encuentra necesario hacer una afirmación semejante de modo distinto, lo que le obliga a escribir más, para asegurarse de que el debate del "por qué" sigue bien vivo.

La mejor medida preventiva contra los hombres enmascarados es acostumbrarse a brindar los nombres completos y unas pequeñas identificaciones en el primer manuscrito, sin necesidad de esperar a que el editor te lo pida. Esta costumbre respalda la narrativa con solidez, sobre todo cuando la identificación meditada proporciona un estímulo inesperado, y si resulta que la identificación muestra que cierto aspecto no viene mucho al caso, ahorra tiempo y esfuerzo a la hora de escribir (y editar). Esto es, no tan sólo ahorra el tiempo dedicado a un aspecto innecesario, sino también el dedicado a

reconsiderar y redactar un párrafo alternativo más tarde, cuando la publicación está a la vuelta de la esquina. ¿Qué puede ser mejor?

## OBNIS

Los OBNIS son objetos biológicos no identificados y, al igual que los OVNIS, resultan ser cosas que ya hemos visto antes, pero no con frecuencia, o bajo una luz distinta. Encontramos el OBNI en artículos y libros más largos y densos, porque es una referencia a un detalle científico previamente explicado, sin que el autor se digne recordarnos la anterior explicación.

La identificación y evitación del OBNI es la segunda parte de mi anterior consejo de subrayar las cualidades tangibles, fácilmente visualizables de un detalle biológico, como el GABA, en el mismo momento de su presentación. Tras establecer unas buenas marcas de identificación durante la mención inicial y pasar a otras cosas después, el autor necesita formular la nueva referencia de tal modo que active dichas señales de identificación. Un término técnico como *GABAenergico* no basta para conseguirlo. Conseguirá evocar el nombre, GABA, pero la sensación de familiaridad del lector depende de la evocación de algo de la coherencia proporcionada por el escritor en el curso de la mención inicial.

El propósito es dual: recordarnos a los lectores de qué está hablando y prepararnos para la revelación de un nuevo aspecto, por lo que la labor puede parecer complicada. Por ejemplo, resulta fácil recordar a los lectores que el GABA es un caballo de tiro --basta con llamar al GABA caballo de tiro otra vez--, pero el anterior uso de una cualidad como "calmar los nervios" para después pasar a la función excitatoria del GABA seguramente confundirá más las cosas en lugar de aclararlas, ¿no? No. De hecho, facilita la labor, porque el nuevo aspecto resulta más interesante en razón de ser tan distinto a la cualidad previamente mencionada. El autor tan sólo necesita volver a mirar lo que escribió en primera instancia y asegurarse de que el nuevo aspecto es justo lo contrario. En otras

palabras, acuérdate de lo que escribiste, decide qué va a ser distinto en lo que ahora vas a escribir y recalca esa diferencia.

Quizá supongas que con dos o tres apariciones y explicaciones de un rasgo biológico tiene que bastar para que el lector lo entienda todo bien. No lo des por sentado; por lo menos no en términos de mecanismos y relaciones biológicos. Hace veintidós años que sé lo que es el GABA, pero ni por asomo lo conozco tanto como tú. Tuve que consultar Wikipedia para confirmar todo cuando acabo de apuntar. Pero *sí* que vamos a comprender la importancia y significación de los rasgos biológicos sobre los que escribes, y eso es lo más importante que quieres transmitirnos. Y sí, nos sentiremos personalmente orgullosos de haberlo aprendido y muy agradecidos a tu persona.

## 14. EL ESTILO VISUAL

**L**as personas se forman una impresión sobre un artículo o un libro sin leer una sola de sus páginas; ganamos o perdemos interés basándonos en un rápido escaneado visual. Como consecuencia, tan pronto como deciden escribir para los no expertos, la mayoría de los autores comienzan a pensar en encabezamientos, formatos y diseño gráfico, los aspectos visibles del estilo. De modo específico, hay escritores que tienen presente el aspecto con que temas parecidos son presentados en revistas o libros, qué otros artículos o volúmenes le causaron buena impresión y qué cosas les gustarán más a los amigos y colegas del propio autor.

Estas consideraciones tienen su utilidad, pero la mejor forma de pensar en el estilo visible se basa en lo que he estado constantemente subrayando, en lo que te propones decir y en el lector que tienes en mente. Para empezar, la certidumbre en lo tocante a la sustancia y el lector es una buena autodefensa, y es que los editores empiezan a ejercer su influencia tan pronto como suponen cuál va a ser la primera impresión de un lector. Tiene suerte (o es muy listo) el autor que logra conservar el mismo título que encabezaba el manuscrito, y más de un escritor se ha llevado un chasco al ver las primeras galeradas de un artículo o libro. Si lo que está en el manuscrito se ajusta a su impresión visual, el editor (inevitablemente) va a seguir sugiriendo cambios, pero estos en principio tendrían más de ajuste fino que de remodelación.

Una razón todavía más importante para insistir en tu formulación de sustancia/lector es que los encabezamientos, el texto y el diseño gráfico, que en principio parecen ser unas elecciones independientes o hasta mecánicas, están estrechamente ligadas a cómo escribes tu manuscrito. Hay que evitar que las ideas que puedas tener sobre el estilo visual predeterminen el aspecto final que vaya tener, porque tu propio texto generará los adecuados requerimientos visuales. Lo que puede ser otra forma de decir: "La forma sigue a la función".

## ENCABEZAMIENTOS

Los encabezamientos son mensajes breves, y el lector potencial se los toma como tales. Los lectores responden al tema o materia sugerido por el título de la obra y consiguen un mayor entendimiento a partir del subtítulo y la progresión del índice o el listado de secciones. Pero hasta que el manuscrito llegue a la fase final de edición, estos elementos desempeñan otro papel, como mensajes que el lector se envía a sí mismo: "así es como quiero que progrese mi historia".

*Los títulos provisionales.* La expresión "título provisional" lleva a pensar algo así como "bueno, seguramente es el posible título final, más o menos". Pero es más que eso. Una vez que ha tenido la idea, el autor desarrolla tal idea y se hace una imagen del lector ideal, de tal modo que la premisa hace aparición tras la dilucidación de la idea y del lector mencionado. El título provisional es expresión de ambos y tiene su sustento en ambos.

Por ejemplo, durante la redacción de su libro de 2012 *The Age of Insight*, el título provisional de Eric Kandel era *Uncovering the Unconscious*, lo que era el reflejo tanto de su concepción neurocientífica como de un lector no especializado pero interesado en la psicología. Dudo que otro título provisional hubiera sido de tan gran ayuda en el momento de redactar, pues Kandel estaba basándose en un enorme conjunto de material no neurocientífico --arte, literatura, medicina y la psicología vienesa de finales del siglo diecinueve y comienzos del veinte-- y filtrándolo todo por el tamiz de la moderna neurociencia. El título de publicación tampoco hubiera sido tan bueno como título provisional, por su alusión tanto a la era como a la perspectiva científica. El título final resulta brillante, pero su enfoque dual hubiera puesto en riesgo la intención de anclaje del título provisional y, posiblemente, incluso la misma redacción de la obra.

En pocas palabras, el título provisional funciona para el escritor. Resulta más útil que nunca cuando captura la premisa de forma tan buena como para que el autor sea

capaz de expresarla y consigue que el autor no se olvide del lector. No es tan útil si únicamente resulta llamativo o parece comercial. La forma tampoco importa. Puede tratarse de una frase entera o de un fragmento y puede adoptar una forma activa por medio de un verbo u otra estática consistente en nombres. Un escritor puede sentirse más cómodo con un título provisional que deja amplio espacio para respirar, tal y como *Uncovering the Unconscious* dejó espacio a Kandel para pensar tanto en las sutilezas exploratorias de la era precedente como en los descubrimientos hechos por la neurología moderna. Otro autor posiblemente prefiera constreñir la idea para evitar posibles polémicas y decida que unos nombres ya sirven para su propósito. Un caso sería éste, de cuando los títulos provisionales eran títulos reales: *El Origen de las especies por medio de la selección natural, o la preservación de las razas preferidas en la lucha por la vida*.

La única exigencia de redacción para que un título provisional constituya un buen anclaje es que el título haga referencia al modo en que tienes previsto abordar la materia en beneficio del lector en el que piensas. Esto es, si los lectores que tienes en mente son los de la revista *Prevention*, te decantarás por "El gen que no quieres ver en caso de Alzheimer" en lugar de por "El fenotipo de la apolipoproteína E en la enfermedad de Alzheimer". Por supuesto, si lo que te ocurre es algo como "Cincuenta sombras de GABA", yo ahí no puedo ayudarte.

*Subencabezamientos*. Los editores son duchos en la perpetración de subtítulos, y el público lector ha sido condicionado para esperarlos. Hoy son corrientes en los artículos, incluso los poco extensos, y en casi todos los libros de no ficción. En vista de que su propósito principal es el de explicar unos títulos que de lo contrario pueden ser desconcertantes, el autor pertrechado con un buen título provisional que ya lo dice todo no necesita preocuparse por el subencabezamiento hasta que haya terminado de escribir. Pero muchos autores empiezan con un título misterioso y atrayente que a su modo de ver refleja el tema de su idea y llamará la atención del lector idóneo, incluso si dicho título no revela la perspectiva desde la que están escribiendo. A veces es suficiente, y el texto termina por resultar claro y bien estructurado. En otras ocasiones, el tema no termina de



guiar la escritura, y la narrativa se resiente. Ahí es donde un subtítulo puede ser útil, para articular una premisa que canalice la narrativa, operando como una suerte de título provisional.

*Títulos de secciones y capítulos.* Una vez publicados, muchos artículos y libros no tienen títulos de esta clase. Pero en el primer borrador de un libro o artículo extenso, los títulos de secciones y capítulos pueden resultar útiles como títulos provisionales en miniatura. Puedes relajarte y concentrarte en la escritura y, una vez terminado el borrador, volver atrás y examinarlos para ver si has puesto todo lo que te dijiste que tenías que poner. Si puedes conseguir que aparezcan en el texto publicado, siempre tienes el recurso de editar estos mini títulos provisionales para que ejecuten su función de enviar unos mensajes, al lector profano esta vez.

Para mí, la intención de contar con títulos de secciones y capítulos es la razón para plasmar un excelente resumen sinóptico en frases antes de ponerme a redactar. Dado que lo habitual es que muestres una sinopsis al editor, la forma en frases indica que te dispones a narrar un relato, no contentándote con identificar simples bloques de contenidos. Pero la preparación de la sinopsis según este modelo sobre todo te beneficia a ti, porque te brinda una estupenda referencia a la hora de escribir. Cuando hablo de una "referencia", no quiero decir que el editor te obligará a atenerte a ella; la mayoría de los manuscritos terminan por ser distintos de la sinopsis inicial. La sinopsis en forma de frases más bien puede facilitar la redacción del primer borrador en dos maneras.

En primer lugar, metido en la faena de escribir, es fácil perder comba de lo que te proponías decir a continuación. Al acudir a la sinopsis que desarrolla la historia, es posible que descubras que te has desviado espontáneamente por una dirección diferente, una que te gusta pero que eventualmente te obligará a volver a otros puntos que te propusiste incluir. La consulta de la sinopsis te empuja a pensar en manejarte con la nueva dirección antes de que el desvío escape a tu control. En segundo lugar, al llegar a la sección anticipada en la sinopsis, la frase que la resume puede darte, o inspirarte, la

formulación que precisas para el subencabezamiento de la sección o el título del capítulo. También, en lo concerniente a una sección científica, la formulación puede recordarte cómo tenías previsto explicárselo todo al lector.

## RUPTURAS EN EL TEXTO, SANGRÍAS Y NOTAS AL PIE

Dado que los lectores profanos temen como la peste ponerse a leer un texto de temática científica y encontrar que es demasiado denso para entenderlo, un artículo o libro bien puede ser una joya de la escritura de divulgación y sin embargo ahuyentar a los lectores por causa del aspecto del texto. Por suerte, puedes asegurarte de que ello no va a suceder prestando atención al estilo visual que estás estableciendo. El buen uso de las rupturas en el texto, las sangrías y las notas al pie posiblemente indicará a los lectores que van a ser capaces con el peso y el ritmo de la historia... y con la información, o eso se deduce.

*Rupturas en el texto.* En vista de que las rupturas en el texto nos proporcionan unas breves pausas que son bienvenidas, suele aconsejarse la evitación de los largos párrafos que pueden llevarnos a sentir que estamos avanzando dificultosamente por las páginas. En el plano virtual, la ausencia de párrafos extensos también es buen indicio en general, pues sugiere que la redacción es de estilo más relajado. Pero la ruptura de párrafos científicos en pro de la apariencia puede ser contraproducente porque a veces provoca que el texto parezca ser más, y no menos, técnico. Esto es, el lector que revisa las páginas a vista de pájaro se fija en el alto número de párrafos técnicos, lo que no sucedería si los párrafos científicos fueran un poquitín más largos.

Un ejemplo estupendo de buena disposición de los párrafos en un libro lo ofrece *The Emperor of All Maladies: A Biography of Cancer*, por Siddhartha Mukherjee. Sus párrafos no técnicos no suelen superar el centenar de palabras; los que describen estudios y descubrimientos muchas veces tienen el doble de longitud. En periódicos y revistas, tanto impresos como en la red, el uso de columnas lleva a presiones para utilizar párrafos

breves, pero dejar que los de tipo científico sean más extensos sigue siendo buena idea; el mensaje visual en su conjunto aporta la ilusión de más material no especializado.

Dicho esto, la utilización de los párrafos ha de tener sentido inherente. Dado que cada párrafo trata de una cuestión, no es posible recortar uno de ellos arbitrariamente porque resulta demasiado largo. Sí que puedes preguntar por qué resulta largo. Quizá encuentres que es demasiado ampuloso o excesivamente técnico, que habla de más de un tema, o las tres cosas juntas.

Una valiosa ruptura del texto la constituye la línea en blanco adicional situada entre dos párrafos. Se trata de una característica de impresión, y los editores de revistas la prefieren como medio de crear secciones sin recurrir a subencabezados. Muchos editores de libros también recurren a ella para separar secciones, sin poner nada más que un símbolo tipográfico en el centro del renglón en blanco. Si el libro cuenta con subencabezados, la ruptura de renglón denota un cambio de aspecto en el seno de la subsección. Esto es, el nuevo aspecto sigue formando parte del tema indicado por el subencabezamiento pero es distinto al aspecto precedente. En vista de que la proliferación de subencabezados puede llevar a que un texto tenga aspecto desigual o algo caótico (como a veces pasa con los manuales de enseñanza), el renglón en blanco es una buena herramienta de separación entre temas relacionados a combinar bajo un solo encabezamiento.

Está claro que tiene que haber rupturas en el texto al final de las secciones y capítulos, y que el siguiente subencabezado o título de capítulo es el que indica al lector potencial qué viene a continuación. Pero la ausencia de un nuevo encabezado o la presencia de uno muy interesante lleva a que nuestra atención se fije en los renglones previos y posteriores a la separación, y este hecho obliga a hacer una pequeña advertencia sobre las transiciones de principio y final.

Un seco párrafo final de resumen o una obertura que designa el tema siguiente no te hacen ningún favor. Las transiciones han de ser interesantes en el sentido narrativo y han de recurrir al lenguaje expresivo. Por poner un ejemplo, fíjate en el lenguaje que

Mukherjee usa al cerrar una subsección y abrir la siguiente en su capítulo sobre las terapias citotóxicas (los subrayados son míos):

A fin de conseguir la remisión de un cáncer, no era preciso recurrir a un *veneno* celular tan *tóxico e indiscriminado* (como el cisplatino o la mostaza de nitrógeno).

\*\*\*

Si resultaba posible *casi matar de hambre* al cáncer de próstata por medio de la *asfixia* de la testosterona, ¿valdría la pena recurrir a la *deprivación* hormonal para *matar de inanición* a otro cáncer dependiente de las hormonas?

El lenguaje atrayente por encima y por debajo de una pausa de este tipo sugiere que el lector igualmente va a encontrar atrayente el resto de la obra.

*Sangrías*. Las citas largas se leen mejor cuando aparecen separadas en el texto tras su conversión en párrafos o fragmentos con sangría. Dado que la sangría resalta la cita, también constituye un estilo visual que indica al lector que preste atención y viene a decir que la cita tiene particular interés. Lo que tiene sus efectos a la hora de escoger una cita precisa. El primero de ellos es que la cita ha de ser merecedora de tanta distinción visual; la redacción tiene que ser por lo menos tan legible como la tuya y el contenido claramente interesante por sí mismo. Y por último, si la sustancia de la cita es de tipo científico, ha de estar escrita con buen lenguaje divulgativo. Una cita extensa procedente de un documento científico, incluso una que informe de un descubrimiento de envergadura, seguramente va a ser demasiado técnica como para que el lector la entienda. Y si el lector aún no se ha decidido a leerlo, lo natural es que suponga que el texto normal y sin sangría también va a ser de lectura complicada.

*Notas al pie.* Las revistas de tipo generalista no emplean notas a pie de página, pero ciertas publicaciones para usuarios con intereses particulares --sobre la salud, por ejemplo, y sobre todo en la red-- aceptan un muy pequeño número de notas finales, en el caso de los artículos escritos por médicos y académicos. La diferencia tiene origen en el hecho de que las notas llevan a pensar en un texto académico; los editores de revistas para generalistas hacen hincapié en el aspecto de ocio de la lectura, mientras que los de revistas para usuarios con intereses particulares tienen claro que a sus lectores les gusta la señal de autoridad denotada por tales notas. En paralelo, cuando un libro tiene gran número de lectores en potencia, las notas al final son bienvenidas (aunque haya muchas de ellas), cosa que no sucede con las notas al pie. Si estás escribiendo para el lector generalista y la publicación a la que tienes echado el ojo no utiliza notas, lo mejor es que te olvides de incluirlas. (Aunque es buena idea guardar las referencias hasta el final del proceso de edición, pues pueden resultar útiles para responder a esta u otra consulta de tu editor).

## DISEÑO GRÁFICO

Con esta expresión englobo toda imagen visual --fotos, dibujos, escaneados, gráficas o tablas--; se trata del elemento de estilo visual que más influye en la percepción que el lector tiene de la forma en que un artículo o libro aborda su tema. También puede influir en el modo en que el autor escribe.

Muchos autores hacen acopio de material de diseño gráfico desde el mismo principio, antes incluso de ponerse a escribir, pero --con la salvedad de los manuales de texto y artículos explícitamente educativos-- por lo general es mejor ponerse a escribir sin pensar en el diseño gráfico en absoluto. La expectativa de emplear material gráfico, sobre todo imágenes como escaneados y dibujos-- fomenta el uso de un lenguaje más técnico y debilita el incentivo de usar el lenguaje para dotar de vida a las ideas. Si el autor depende en exceso de lo gráfico, el texto puede tornarse farragoso, con detalles vinculados a lo

gráfico que resaltan en exceso o compiten con unos conceptos que el lector por lo demás entendería y absorbería con facilidad.

En función de la temática y el lector que tengas en mente, comprometerte de antemano a un diseño gráfico en particular también puede ser una pérdida de tiempo y energía. La mayoría de las publicaciones impresas de tipo generalista no están interesadas en nada de todo eso. Lo que quieren es que el texto del autor sea lo bastante bueno como para que todo material gráfico constituya un apoyo o una mejora, sin que tenga carácter explicativo. La preferencia por que las palabras sean las que narren la historia también se da en las publicaciones por internet, si bien los portales de las revistas ofrecen al lector material gráfico por separado, al que se puede acceder por elección. Las publicaciones sobre campos específicos, impresas o en la red, están más dispuestas a incluir material gráfico junto al texto, pero sin pasar del puñado de imágenes. Por su parte, los editores de libros rehúyen de forma instintiva el material gráfico de cariz técnico, incluyendo diagramas y tablas, pues tienen claro que hace falta muy poco para que un libro empiece a tener aspecto de manual de enseñanza. Son más generosos en lo tocante a las imágenes convencionales (categoría a la que hoy pertenecen los vistosos escaneados cerebrales, según consideran algunos editores).

La mejor forma de armonizar el manuscrito y lo gráfico estriba en olvidarse de la investigación y las elecciones de material gráfico en el momento de escribir y, si a la mente acuden imágenes, preguntarse: ¿acaso me vienen porque tengo dificultad en expresarme? ¿Porque estoy entrando en detalle excesivo? ¿Porque soy un científico? Si la respuesta es que la imagen expresa visualmente lo que has sabido poner en palabras y además tiene fuerza, vale la pena hacer una anotación en el texto para su examen posterior. Una imagen que puede parecer atrayente en el calor de la escritura quizá no lo sea tanto al pensarlo con mayor frialdad, y la finalización del manuscrito antes de seleccionar material gráfico de cualquier tipo te permitirá evaluar tanto párrafos individuales como el manuscrito en general con idea de encontrar las imágenes más adecuadas. Con ello seguramente también lograrás estar más de acuerdo con lo que el editor finalmente decida a este respecto, porque si bien los editores sí que echan una

ojeada al material gráfico que hayas seleccionado mientras editan el manuscrito, no van a tomar ninguna decisión hasta que termine el proceso de edición.

La capacidad de lo gráfico --del arte-- para conformar la experiencia del lector viene implícita en la expresión propia del mundo editorial "programa artístico", referente a la propuesta de material gráfico para un manuscrito y su efecto editorial, de forma específica y acumulativa. Se considera que toda clase de aspectos influyen en la percepción que el lector tiene de un artículo o libro publicado: hasta qué punto el arte habla por sí solo, su calidad (de resolución de imagen, por ejemplo), qué tipo de leyenda requiere para ser entendido y si de hecho vale la pena ilustrar la idea en el texto asociado. Si bien tenemos la impresión de que el arte tan sólo tendría que ser una parte de la narración de tu relato, de forma inevitable supone el mensaje visual más directo que llega al lector para el que has estado escribiendo. Es importante que dicho mensaje sea el oportuno.



UNA COSA MÁS





La conclusión de un borrador inicial supone una gran alegría, sobre todo si eres uno de esos autores que constantemente revisan al escribir, con intención de hacerlo todo bien desde el primer momento. No obstante, vas a tener que hacer más revisiones después de acabar.

Es más que de esperar que tu editor tenga muchas sugerencias que hacer, pero una vez que cuentas con el borrador inicial, antes de entregárselo al editor, una de las cosas más valiosas que puedes hacer es encontrar unos cuantos lectores no especializados dispuestos a leerlo y reseñarlo. Haz que te digan qué fue lo que no entendieron y, si pueden, por qué. Numerosos científicos dejan que algunos de sus colegas lean un manuscrito, pero pocos colegas son duchos en leer un manuscrito tal y como lo haría un no experto. Al fin y al cabo cuentan con su propia comprensión profunda de la ciencia, de la que les cuesta desprenderse, ya estén leyendo algo comprado en un kiosco o el texto de divulgación redactado por un amigo.

Los científicos que escriben para los no científicos pueden conseguir opiniones de los profanos por muchos medios, pero la apelación a los familiares y, a veces, a los amigos de estos parece funcionar bien. Piden a estos asesores que lean el manuscrito impreso en papel con un lápiz o bolígrafo a mano y señalen los puntos de la narrativa que les resultan complicados, ante los que se confunden o cuyo lenguaje no entienden, y que mencionen, de ser posible, la naturaleza exacta del problema. Se trata de un buen método de recabar comentarios, porque resulta más fácil reconocer que un párrafo no está claro que detectar de dónde procede el problema. Hay personas muy capaces de expresarlo pormenorizadamente, mientras que otras apenas alcanzan a señalar con el dedo el punto en que se han perdido. En relación con este tipo de *feedback*, lo principal es que es lo más cerca que vas a estar de un lector de verdad antes de que hagas entrega del manuscrito al editor. (Si resulta que el editor también es un científico, el *feedback* de tales asesores aficionados resultará todavía más decisivo).

Las respuestas de tales aficionados pueden ser contradictorias, porque las personas se manejan de distintos modos con la información novedosa. Lo que a ti te vendrá bien sencillamente será la oportunidad de recibir y examinar todas las preguntas y

comentarios suscitados entre quienes leyeron tu manuscrito con la mirada limpia. En todo caso, no es aconsejable que tales comentarios y preguntas automáticamente te empujen a meterte en revisiones. Las personas pueden estar equivocadas al expresar qué es lo que no les gusta de un texto, y ello por variadas razones: quizá porque la perspectiva no les interesa demasiado o porque no les gusta la voz usada por el autor.

El primer manuscrito es el primero porque va a ser sometido a revisión, pero tú eres quien tiene la última palabra sobre las correcciones oportunas, de las que vas a ser el mejor juez. Lo bueno del *feedback* de los lectores es que te ayuda a desligarte un poco del primer manuscrito, que ahora puedes releer de modo más objetivo y cambiar de mejor gana y con mayor distanciamiento. Así van a notarlo en sus carnes las frases más flojas, que no las más conseguidas.

¡Buena suerte!

# LECTURAS ADICIONALES

## **Sobre los lectores**

Baumer, Eric; Sueyoshi, Mark; Tomlinson, Bill; “Exploring the Role of the Reader in the Activity of Blogging,” publicado en Proceeding, CHI '08 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, páginas 1111–1120; ACM New York, NY, USA ©2008. En la red:

<http://ericbaumer.com/wpcontent/uploads/2012/10/chi1132-baumer.pdf>.

“Bloggers and Readers Blogging Together: Collaborative Co-creation of Political Blogs,” de los mismos autores, aborda las relaciones entre lectores y blogueros en el contexto de los blogs políticos (artículo de acceso gratuito):

<http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10606-010-9132-9/fulltext.html>

Peck, Abe; “The Third Way to Media Success,” *Pacific Standard*, Nov–Dec 2010.

Edición en la red: <http://www.psmag.com/media/the-third-way-to-media-success-23575/>

“Report: Social Network Demographics in 2012,” Royal Pingdom; colgado en el blog Tech el 21 de agosto de 2012, por Pingdom. En la red:

<http://royal.pingdom.com/2012/08/21/report-social-network-demographics-in-2012/>

Shore, Jennifer; “Twitterature: 14 Connected Authors Worth Your Follow,”

Mashable.com, 14 de septiembre de 2012. En la red:

<http://mashable.com/2012/09/14/twitter-writers/>

“State of the Media: Social Media Report Q3”; Nielsen/

NM Incite, 2011. En la red: <http://www.nielsen.com/us/en/reports/2011/social-media-report-q3.html>

Stanford University, “MRI Reveals Brain’s Response to Reading.” *Futurity*, Sep. 10,

2012. En la red: <http://www.futurity.org/science-technology/mri-revealsbrain%E2%80%99sresponse-to-reading/>

## **Sobre la escritura**

“Writing and Submitting an Opinion Piece: A Guide.” The Earth Institute, Columbia

University, rev. Feb. 2010.

Blum, Deborah; Knudson, Mary; Henig, Robin Marantz; *A Field Guide for Science Writers: The Official Guide of the National Association of Science Writers*, segunda edición. Oxford University Press, USA, 2005. 336 páginas.

Graves, Robert; Hodge, Alan; *The Reader over Your Shoulder: A Handbook for Writers of English Prose*. Random House, segunda edición, 1979. 290 páginas.

kdel09; "Carl Zimmer's Advice for Aspiring Science Writers." Sciopic (blog), Jan. 29, 2013. En la red: <http://sciopic.wordpress.com/tag/science-writing/>

Leite Vieira, Cássio; "The Little Manual on Science Communication: A summary." SciDevNet, 2008. En la red: <http://www.scidev.net/global/communication/practical-guide/-the-little-manual-on-science-communication-a-summ.html>

Safire, William; *Fumblerules: A Lighthearted Guide to Grammar and Good Usage*. Doubleday, 1990. 153 páginas.

Scharf, Caleb A.; "In Defense of Metaphors in Science Writing." *Scientific American* blog, Life, Unbounded, July 9, 2013. En la red: <http://blogs.scientificamerican.com/lifeunbounded/2013/07/09/in-defense-of-metaphors-in-sciencewriting/>

"Write for Us" (Submission Guidelines), BrainBlogger.com: <http://brainblogger.com/call/>

## ÍNDICE

### A

académicos, lectores

*Age of Insight, The*

Allen, Woody

Amazon.com

Amen, Daniel

amigable, escritura

analogías

Andreasen, Nancy

anécdotas

*aquello*

arte (diseño gráfico)

audiencia. *Véase* lectores

### B

blogs, lectores de

Bloom, Floyd

borradores

Brain Blogger

*BrainWork*

Brickman, Marshall

### C

capítulos, encabezamientos de

cerebro, ciencia del. *Véase* neurociencia

científica, escritura. *Véase* escritura

citas

atribución de

clarificador, propósito

errores

formulación de

integración de

mención de

puntuación

sangrías

ventajas de

claridad

*complejo*

conferencias, escritura a partir de notas tomadas para  
Cowan, Maxwell

## **D**

Dana Foundation

Dana Press

*de hecho*

*delinear*

dibujos

*Discover*

divulgación científica

## **E**

encabezamientos

*Emperor of All Maladies, The: A Biography of Cancer*

Engelson, Joyce

escritura. *Véase también* estilo

autor, voz del

banderas rojas

borradores

categorías de lectores  
claridad de la  
entusiasta, la escritura  
estilo y  
exhaustivo, el autor  
*feedback* de los lectores generalistas  
jerga  
largos, textos  
lectores, consideraciones sobre los  
lenguaje, usos del  
motivaciones negativas para la  
negativas, formulaciones  
nichos y  
pasiva, voz  
perspectiva de la  
relajado, autores de estilo  
revisiones  
sobrecargada, la escritura  
sobreutilizadas, expresiones  
temas, consideraciones sobre los

*eso*

estilo

analogías  
anécdotas  
arte  
citas  
elección de un estilo  
encabezamientos  
decidir qué decir  
determinar por qué el tema es importante  
editorial, estilo

metáforas  
no explicadas, referencias  
notas al pie  
para textos más largos  
párrafos  
punto por punto, estilo  
renglones, rupturas de  
sangrías  
símiles  
sinopsis de frases conceptuales  
texto, rupturas en el  
visual, estilo  
voz del escritor y

*este es/ era... que*

*esto*

*estos*

expresiones, repetición excesiva de

## **F**

Facebook

*factor*

*feedback*

fotografías

frases, sinopsis mediante

Frazier, Ian

*función*

## **G**

general, lectores con educación

generalistas, lectores. *Véase* lectores

*gerries*



Goleman, Daniel

Goodreads.com

gráficos

Groopman, Jerome

## **H**

*hay*

## **I**

"influyentes"

intelectual, escritura

## **J**

jerga

Judd, Lewis

## **K**

Kahneman, Daniel

Kandel, Eric

## **L**

lectores

apasionamiento por los temas

autoayuda, lectores de

blogs, lectores de

conocimiento de los

consideraciones sobre los

diferencias entre lectores académicos y generalistas

divulgación científica, lectores de

general, lectores con educación en

legos, lectores

"locos de los libros"

obtención del *feedback* de los lectores generalistas

opinión, líderes de

recompensas, lectores que buscan

redes sociales, lectores en las

salud, lectores sobre la

lenguaje, usos del

Lebowitz, Fran

LinkedIn

## **M**

Mahoney, David

Mashable.com

*Men's Health*

metáforas

Mukherjee, Siddhartha

## **N**

negativa, formulación

neurociencia. *Véase* también lectores; escritura

lectores, consideraciones sobre los

temas, consideraciones sobre los

*New Yorker*

nichos

no explicadas, referencias

no reconocidos, usos

Northwestern University Readership Institute

notas al pie

## **O**

opinión, columnas de  
opinión, líderes de

## **P**

párrafos

paráfrasis

ventajas de

inconvenientes de

pasiva, voz

Peck, Abe

periódicos, lectores de

Pinker, Steven

*Popular Science*

prestados, términos

*Prevention*

problemático

pronombres, uso de

provisionales, títulos

punto por punto, escritura

## **R**

Raichle, Marc

Ratey, John

Readership Institute

renglones, rupturas en los

revisiones

recompensas, lectores que buscan

redes sociales, lectores en las

Rodale

*Running Times*

## **S**

salud, lectores interesados en la

sangrías

*Scientific American*

símiles

sinopsis

sobreutilizadas, expresiones

subsección, encabezamientos de

subencabezamientos

## **T**

tablas

técnica, terminología

teóricos

terminología

texto, rupturas en el

*Thinking, Fast and Slow*

Twitter

## **U**

*un número de*

## **V**

visual, estilo

arte

encabezamientos

importancia del

notas al pie

paráfrasis

renglones, rupturas en los

sangrías  
texto, rupturas en el  
voz  
amigable, la voz  
autor, voz del  
estilo y  
exhaustivo, el autor  
intelectual, la voz  
pasiva  
relajado, escritores de estilo  
sobrecargada, la escritura  
teórico, el

## **W**

*Wall Street Journal*

*Women's Health*



### **SOBRE LA AUTORA**

Jane Nevins, editora en jefe de Dana Press con título emérito, empezó su carrera en el sur de California como escritora y editora para periódicos y revistas. Más tarde se trasladó a la Costa Este, donde trabajó como directora de relaciones con el público para la Voz de América y como redactora de discursos para la secretaria del trabajo Ann McLaughlin y para el secretario de vivienda y desarrollo urbano Jack Kemp. Empezó a colaborar con la Dana

Foundation en 1990. Es autora de *Turning 200: A Bicentennial History of the U.S. Constitution* (Richardson & Steirman, Nueva York; 1987).

Referencia

\$2.99

***You've Got Some Explaining to Do* ofrece consejos informativos y prácticos para los científicos que escriben para lectores no especializados.**

Uno de los grandes desafíos a que nos enfrentamos como científicos especializados en el cerebro es el de explicar nuestra investigación al público lector en general de una forma rigurosa y coherente, perfectamente comprensible e igual de interesante para el lector no profesional. La labor no es fácil, y --como puedo asegurar personalmente-- nadie está mejor capacitado que Jane Nevins para ayudar en la escritura para el segmento no profesional. Me he sentido entusiasmado al saber que ha explicado su experiencia en detalle por medio de un libro maravilloso: *You've Got Some Explaining to Do*. Este libro es la referencia indispensable para el autor neurocientífico del siglo veintiuno. Una lectura ineludible y una lectura que es un placer. No pierda un segundo y hágase con un ejemplar ahora mismo.

**Doctor Eric Kandel, premio Nobel, director del Kavli Institute for Brain Science, Columbia University College of Physicians and Surgeons**

Jane Nevins observa que "es un buen momento para escribir sobre el cerebro" pero que, a la vez, "a los científicos les resulta difícil escribir para los lectores profanos en la materia". Si se dispone a presentar sus últimos éxitos en la saga de su investigación científica, deje que esta muy juiciosa editora le guíe desde "un concepto continuamente interesante" hasta un producto final que deje a su lector informado y ansioso de saber más.

**Floyd E. Bloom, profesor emérito, The Scripps Research Institute**

Este librito breve, conciso e ingenioso está lleno de información y consejos útiles que ayudarán a los neurocientíficos a escribir mejores libros para un amplio espectro de lectores generalistas. Jane Nevins ha sido su guía durante años, y su saber y experiencia proporcionarán a los autores del mañana una brillante luz de referencia.

**Doctora Nancy C. Andreasen, Andrew H. Woods Chair of Psychiatry, The University of Iowa Hospitals and Clinics**

Nevins recurre a sus muchos años de experiencia y nos ofrece una guía útil para quienes se proponen comunicar su ciencia. ¡Y predica con el ejemplo! Habla de forma directa, con una voz clara, evitando la jerga y concentrándose en lo que el lector tiene que saber. Sus sencillas soluciones prometen dinamizar la escritura y facilitar que el aspirante a escritor sostenga una verdadera conversación con el lector. Personalmente no tengo dudas: las lecciones de este libro van a mejorar el pensamiento, además de mejorar la lectura.

**Paul Matthews, profesor de neurociencia clínica, Imperial College de Londres, coautor de *The Bard on the Brain***

En un recorrido apasionante que lleva un paso más allá las prescripciones de estilo habituales, Nevins plasma y transmite el verdadero significado de la comunicación por la escritura. Su punto de vista es tan interesante como la neurociencia que promueve. Este libro es de lectura obligada para todo científico y académico joven y ambicioso.

**Doctora Judy Illes, profesora de neurología, University of British Columbia**