

Estudio muestra que el movimiento anti-transgénico pierde fuerza en todo el mundo



BioEconomía

julio 18, 2022



El estudio revisado por pares, publicado en la revista académica de código abierto *GM Crops & Food*, encontró una caída significativa en la relevancia del tema de los OGM entre 2018 y 2020, lo que sugiere una conversación más favorable y menos polarizada en todo el mundo.

«Esto parece una buena noticia cautelosa para la ciencia», dice el autor del estudio Mark Lynas, líder de investigación en Alliance for Science (AfS). «Dado el consenso científico mundial sobre la seguridad y la utilidad de la modificación genética, esto sugiere que la información errónea sobre los transgénicos está perdiendo su capacidad de persuasión, incluso en las redes sociales».

«Los datos del artículo muestran un cambio real hacia una conversación y un sentimiento positivos hacia los OGM», agrega la coautora Joan Conrow, editora gerente de AfS. «Esto sugiere que las personas son cada vez más receptivas a las tecnologías que pueden desempeñar un papel en la disminución de los impactos ambientales de la agricultura, especialmente en lo que respecta al cambio climático».

El estudio analizó la cantidad y el tono de más de 100.000 artículos impresos y online publicados en inglés en los medios de comunicación más importantes entre 2018 y 2020, así como 1,7 millones de interacciones en las redes sociales.

Encontró que el tono general de la conversación sobre OGM ha sido sorprendentemente positivo, con un promedio de 73 por ciento favorable si se combinan los informes neutrales y positivos, y parece haberse vuelto aún más favorable durante el período estudiado.

Aunque las redes sociales tienden a ser un poco más negativas que las tradicionales, esa brecha se ha reducido, y el tono de la conversación en las redes sociales ha mejorado de un 62 % favorable a un 78 % favorable a finales de 2020.

El estudio se llevó a cabo en colaboración con Cision, una compañía de información y monitoreo de medios utilizando su base de datos de medios en inglés. El análisis de opinión se generó utilizando análisis informáticos automatizados en tiempo real, utilizando el procesamiento de lenguaje natural y los diccionarios personalizados de Cision. Una proporción también estuvo sujeta a validación humana.

«Hasta la fecha, este estudio representa una de las vistas más completas de la percepción de los OMG tanto en las plataformas de redes sociales como en los medios de comunicación en general, aprovechando más de tres años de seguimiento y análisis continuos realizados por nuestro equipo en Cision», dijo el coautor Jordan Adams, analista senior de datos de Cision.