

LA TIMIDEZ DE LA INVESTIGACIÓN EUROPEA

THE SHYNESS OF EUROPEAN RESEARCH

Peter Green

La investigación europea del siglo XXI se merece investigadores que se comporten cómodamente frente a los medios de comunicación y responsables de prensa que puedan convocar a los periodistas para dar a conocer noticias científicas relevantes. El criterio de selección de las noticias sobre ciencia y del momento en que hay que darlas a conocer son los dos pilares sobre los que se construye la imagen pública de una institución a largo plazo.

European research in the XXI century deserves researchers who can handle the media with confidence who can call on journalists to inform on relevant scientific news. The criteria of selecting the news about science and the moment of disseminating it to the press are the two pillars on which the public image of an institution is built over time.

La investigación es la piedra angular de la futura prosperidad de Europa. En Lisboa, el Consejo Europeo reclamó que Europa fuera la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo. Y ello es consustancial a garantizar que los contribuyentes y los jóvenes europeos, así como el comercio y la industria de todo el mundo, comprendan la importancia y el entusiasmo del trabajo procedente del área de investigación europea.

Sabemos lo que sucede en el mundo que nos rodea a partir de los medios de comunicación. Un nuevo jugador del AC Milán. El tiempo que hará mañana. Un cambio en los tipos impositivos. Qué películas hacen. Nos enteramos de todo esto a través de los medios de comunicación. Obvio. Entonces, ¿por qué lo repetimos?

Bien, ¿cómo aprendemos sobre cuestiones científicas? ¿Mediante visitas a los laboratorios? ¿Conferencias en el ayuntamiento? ¿Quizá leyendo folletos? Estas acciones son, sin duda, valiosas y existen en otros campos, pero para casi todos nosotros la información nueva nos llega a través de la televisión y de la prensa. Entonces, ¿por qué la investigación europea destina

tan poco tiempo a mejorar su cobertura mediática? ¿Por qué los gabinetes de prensa de las organizaciones investigadoras a menudo carecen de los recursos necesarios, o éstos están infravalorados o, sencillamente, ni siquiera existen? ¿Por qué los científicos no quieren ver sus nombres en los diarios?

La tradición de la revisión por pares estimula un debate cerrado. «No debemos confundir o alarmar a las audiencias no especializadas.» «Cuando estemos seguros de nuestros hechos, los explicaremos públicamente.» «Los políticos no entenderán que el desacuerdo no devalúa la investigación.» Sentimientos admirables, pero que no necesariamente implican no hablar con los medios de comunicación. ¿Por qué la investigación se considera a sí misma tan diferente o especial?

El comentario desafortunado de un político puede ocasionar pánico en los mercados de divisas, recortar en millones el valor de inversiones, reducir impuestos y los ingresos de los contribuyentes. ¿Los ministros de economía se mantienen alejados de los medios de comunicación por ese motivo? No, asumen que deben estar en la arena pública, pero que dicha obligación conlleva dirigirse a los medios de comunicación de manera responsable. Lo aceptan porque la

importancia de su trabajo hace de ellos personajes públicos. Aceptan que sus afirmaciones sobre el estado de la economía serán debatidas y a menudo discutidas por periodistas económicos y expertos. Pero eso no les impide hablar con la prensa.

¿No se aprecian aquí similitudes con la ciencia? Por ejemplo, un comentario erróneo sobre la posibilidad de que un meteorito impacte contra la Tierra, y sobreviene el pánico. Sugerir, sin tipo de fundamento alguno, que el helecho puede causar cáncer sería desastroso para las vidas de las personas que habitan la mayor parte de las tierras altas de Europa, arruinaría buena parte de la industria turística y tendría un enorme impacto en las economías nacionales. Pero si creemos que la ciencia es fundamental para vivir en la Europa moderna, los científicos, al igual que los políticos, deben saltar a la arena pública.

Y hay maneras de hacerlo sin poner en peligro el proceso vital de la revisión por pares (*per review*).

Los nuevos descubrimientos deberían evaluarse mediante la revisión por pares en primer lugar, pero una vez se publican los resultados deberían explicarse con vigor. Demasiado a menudo se anuncia un descubrimiento en una revista científica y el investigador responsable no está disponible para ser entrevistado. O el gabinete de prensa en cuestión no tiene ni idea del asunto. Son este tipo de noticias las que requieren un gabinete de prensa bien preparado para su correcta difusión, si bien es cierto que también hay

«La investigación debe tener la confianza suficiente como para ocupar el lugar que le corresponde en la cultura europea y mundial.»

Peter Green



Jefe ejecutivo de la Fundación AlphaGalileo. La Fundación, con sede en Londres, proporciona el gabinete de prensa de *AlphaGalileo*, una publicación digital especializada en noticias de ciencia, medicina, ingeniería, arte, humanidades y ciencias sociales. *AlphaGalileo* se define como: «*The World's leading resource for European research news*» (www.alphagalileo.org).

peter.green@alphagalileo.org



otro tipo de noticias que no requieren tanto apoyo profesional.

Las noticias científicas, y las noticias que el público quiere escuchar sobre ciencia, incluyen la aplicación de conocimientos y tecnologías existentes a nuevas áreas, descubrimientos incrementales que apuntan a nuevas líneas de investigación: avances tecnológicos que aceleran o mejoran la investigación, que apuntan hacia nuevos desarrollos por parte de la industria, grandes cambios en la política científica o en su financiación y, por supuesto, noticias divertidas. Por ejemplo, un descubrimiento serio, realizado por la Universidad de Greenwich en el Reino Unido, que tenía grandes implicaciones para comprender el comportamiento de los dinosaurios marinos, logró una cobertura global porque se trataba de vómito fósil.

Para superar el bajo perfil de la investigación europea, necesitamos investigadores que puedan manejar a los medios de comunicación con solvencia, y responsables de prensa que puedan orientar a los científicos y alertar a los periodistas sobre noticias serias. Esto no es un ruego para conseguir *spin doctors* (asesores de medios estratégicos) de la ciencia, sino para lograr gabinetes de prensa competentes y dotados de los recursos necesarios, que son conscientes del valor que las noticias sobre ciencia aportan a la imagen pública de su universidad o laboratorio a largo plazo, y que saben cómo dar a conocer estas noticias a los medios de comunicación, de la manera y en el momento adecuados.

La investigación europea del siglo XXI se merece algo mejor. La investigación debe tener la confianza suficiente como para ocupar el lugar que le corresponde en la cultura europea y mundial. Es un gran actor en el escenario mundial y debería utilizar los medios de comunicación adecuadamente, con confianza y profesionalidad. ¶