

UNA PROPUESTA DE POLÍTICA DE COMUNICACIÓN PARA EL CSIC EN GALICIA

Ana BELLÓN RODRÍGUEZ^{1,2*}; Antonio M. DE RON PEDREIRA^{1,3}; Juan E. GUTIÉRREZ RIVERO¹

¹ Delegación Institucional en Galicia, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Santiago de Compostela, España.

² Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidade de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela, España.

³ Misión Biológica de Galicia, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Pontevedra, España.

* ana.bellon@csic.es

Recibido: 10-Octubre-2022

Aceptado: 07-Noviembre-2022

Publicado on-line: 24-Noviembre-2022

Cita:

Bellón Rodríguez A, De Ron Pedreira AM, Gutiérrez Rivero JE. 2022. Una propuesta de política de comunicación para el CSIC en Galicia. Mol 22: 5.

Resumen

En pleno siglo XXI, no hay debate acerca de la importancia de acerca la I+D+i al público general ni de la necesidad de alfabetizar e incrementar la cultura científica de la sociedad a través de diferentes vías, entre ellas, los medios de comunicación. Pero, ¿qué se puede y debe comunicar dentro del ámbito de la I+D+i? Para dar respuesta a esta pregunta se pone en el foco en la labor del mayor organismo público de investigación de España, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), en una de las 17 Comunidades Autónomas en las que está presente: Galicia. Se identifica un decálogo de temas con los que se puede y debe fomentar su visibilidad en los medios de comunicación. Como muestra de lo que se puede lograr siguiendo esta línea de actuación, se presentan los resultados alcanzados en los últimos cinco años (2017-2021).

Abstract

In the 21st century, there is no doubt about the relevance of bringing R+D+i closer to the general public and the need for increase the scientific culture of society through different channels, including the mass media. But the question is: what should be communicated within the field of R+D+i? To answer this question, the focus is on the scientific work of the largest public research body in Spain, the Spanish Council for Scientific Research (CSIC), in one of the 17 Autonomous Communities in which it is present: Galicia. In this work it is identified a decalogue of topics to encourage the visibility in the media of the CSIC in Galicia. As a sample of what can be achieved by following this communication policy proposal, the media impacts in the last five years (2017-2021) are presented.

Introducción

La Ley 14/2011, de 1 de junio, de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, en vigor desde diciembre de 2011 y cuya reforma se ha aprobado en agosto de 2022, establece el marco para el fomento de la investigación científica y técnica y sus instrumentos de coordinación general. Entre sus objetivos figura impulsar la cultura científica, tecnológica e innovadora a través de la educación, la formación y la divulgación en todos los sectores y en el conjunto de la sociedad. Entre sus medidas para situar la legislación española en materia de ciencia y tecnología e innovación en la vanguardia internacional figura el establecimiento de derechos y deberes del personal investigador y técnico, entre los cuales está difundir los resultados de sus investigaciones. Esa difusión, concebida fundamentalmente en publicaciones científicas, puede implicar un concepto más amplio y llegar a los medios de comunicación y, por consiguiente, al público no especializado.

La citada ley tiene en cuenta a la pluralidad de agentes que conforman el Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación, al que define como aquellos “públicos y privados que desarrollan funciones de financiación, ejecución o coordinación en el mismo, así como al conjunto de relaciones, estructuras, medidas y acciones que se implementan para promover, desarrollar y apoyar la política de investigación, el desarrollo y la innovación en todos los campos de la economía y de la sociedad”. Entre dichos agentes destacan los de ejecución, como el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).

Se creó por la Ley de 24 de noviembre de 1939, asumiendo las competencias y locales de la Junta para la Ampliación de Estudios e Investigaciones Científicas (JAE). Los orígenes de la institución han sido objeto de estudio por Puig (2007), Sánchez Ron (1998) o De Ron (1996), entre otros. El marco jurídico más reciente para el CSIC incluye el Real Decreto 1730/2007, de 21 de diciembre, por el que se crea la Agencia Estatal CSIC y se aprueba su Estatuto.

A día de hoy el CSIC es el mayor organismo público de investigación en España y uno de los más destacados del Espacio Europeo de Investigación. Integrado por más de 13.000 personas repartidas entre la Organización Corporativa (ORGC) y los 121 institutos de investigación y tres centros nacionales (CN) - Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria-INIA, Instituto Geológico y Minero de España-IGME e Instituto Español de Oceanografía-IEO- distribuidos por toda la geografía española y entre los que se incluye también un Instituto en Roma. Cuenta, además, con Delegaciones Institucionales en las Comunidades Autónomas y Bruselas.

En Galicia el CSIC está presente a través de una Delegación Institucional y los siguientes institutos de investigación: Misión Biológica de Galicia (MBG, sedes en Pontevedra y Santiago); Instituto de Estudios Gallegos Padre Sarmiento (IEGPS, Santiago de Compostela, mixto con la Xunta de Galicia), Instituto de Investigaciones Marinas (IIM, Vigo), Instituto de Ciencias del Patrimonio (Incipit, Santiago de Compostela), el Centro Nacional Instituto Español de Oceanografía (IEO, Centros Oceanográficos de Vigo y A Coruña) y la sede Atlántica de la Unidad de Tecnología Marina (UTM, Vigo). Además, el CSIC participa en el Centro de Supercomputación de Galicia (CESGA, Santiago de Compostela).

El cometido del CSIC es el fomento, la coordinación, el desarrollo y la difusión de la investigación científica y tecnológica, de carácter multidisciplinar, con el fin de contribuir al avance del conocimiento y al desarrollo económico, social y cultural, así como a la formación de personal y al asesoramiento a entidades públicas y privadas en estas materias. Su actividad investigadora se encuadra en tres grandes áreas globales, Sociedad, Vida y Materia, que cubren la gran mayoría de las disciplinas del conocimiento humano.

Entre las actividades que lleva a cabo en cumplimiento de su misión figura la generación de conocimiento a través de la investigación científica y técnica; la transferencia de los resultados de la investigación o el fomento de la cultura científica en la sociedad. En relación a esto último se pueden identificar dos grandes bloques de actuación: la divulgación científica, concebida como actividades e iniciativas para llegar al público no especializado y la comunicación científica, que tiene entre sus soportes los medios de comunicación, las páginas webs institucionales y los perfiles institucionales en redes sociales.

La Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) realiza desde 2002 con periodicidad bienal la “Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología”. En sus sucesivas ediciones ha revelado tanto un incremento del interés de la sociedad por la I+D+i como un déficit de información sobre esta misma temática. En concreto, en su última edición (FECYT, 2020), elaborada a partir de 8000 encuestas en todo el territorio nacional, destaca que el 14% de los encuestados manifiesta de manera espontánea interés por los temas de ciencia y tecnología -proporción similar al de la economía (16%), educación (15%) o medio ambiente (10%)- siendo mayor en hombres (19%) que en mujeres (10%). También se constata que la televisión sigue teniendo un papel relevante como canal de información científica en todas las edades –el 72% declaran informarse por ese medio-, mientras que Internet se consolida como un medio fundamental de información y comunicación científica –el 61% manifiesta informarse por la Red sobre I+D+i, principalmente por redes sociales y medios generalistas en su versión digital-.

Una de las vías para que la información científica y tecnológica generada por los agentes del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación llegue a los medios son los Departamentos de Comunicación. Se trata de estructuras activas, organizadas, y habitualmente estables, de información que cubren las necesidades comunicativas tanto internas como externas de aquellas organizaciones y/o personas de relieve que desean transmitir de sí mismas una imagen positiva a la sociedad influyendo de esta forma en la opinión pública (Ramírez 1995). Fernández y Torre (2009) apuntan que son unidades dirigidas en general por profesionales de la comunicación y en particular por periodistas, mientras García (2009) incide en que se encargan de la planificación, implementación y evaluación de la política comunicativa de la organización.

Entre las principales funciones de un Departamento de Comunicación figuran la redacción de notas de prensa, la convocatoria de ruedas de prensa, la elaboración del resumen de apariciones en medios y el mantenimiento/actualización de los contenidos en las páginas webs y perfiles institucionales en redes sociales.

Se han acometido estudios sobre sus funciones en la administración local (Camacho 2001) o la estructura funcional del gabinete de prensa político en los entornos informativos locales (Mateos 2003), y Bellón (2018) ha realizado una primera aproximación al tema de los gabinetes de comunicación de los agentes del sistema de I+D+i, y ha destacado que las informaciones generadas por los agentes pasan un doble proceso de selección: primero, el del propio gabinete; después, el del medio. Dando continuidad a ello, en este artículo se pretende profundizar en ese primer proceso de selección, tal y como se pasa a explicar en el epígrafe siguiente.

Material y Métodos

Se pretende reflexionar, desde una perspectiva multidisciplinar que aúne periodismo y ciencia, acerca de la política de comunicación que debería seguir un agente del Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación para alcanzar una correcta visibilidad entre el público no especializado. Para ello, se pone el foco en la labor del CSIC en Galicia, una de las 17

Comunidades Autónomas de España en las que está presente la institución, como se ha expuesto en el apartado anterior.

La política de comunicación a seguir estaría enfocada a valorar qué corresponde y no comunicar, sin entrar en el posteriormente análisis para decidir el ámbito: medios de comunicación, página web institucional y redes sociales (se considera que eso hay que hacerlo caso por caso dentro de la temática propuesta).

La Metodología se apoya tanto en análisis efectuados desde una perspectiva investigadora y científica, para la parte de identificación y propuesta de temas, como en la cuantificación e interpretación de datos procedentes del “Informe de Visibilidad del CSIC en Galicia”, un clipping de medios que se elabora con periodicidad semestral desde la Delegación del CSIC en Galicia con el cometido de conocer la repercusión en medios de la labor del Consejo en la citada Comunidad Autónoma.

Se toma como referencia temporal para ello los últimos cinco años (2017-2021), y se destacan los cinco temas más mediáticos por anualidad.

Resultados y Discusión

Propuesta de política de comunicación de I+D+i

A continuación, se presentan, explican y analizan los principales temas por los cuales se considera que una institución científica, como es el caso del CSIC en Galicia, debe ser objeto de difusión al público general.

Proyectos de I+D+i

Se trata del componente fundamental de toda política científica y tecnológica. Se diferencian de otro tipo de proyectos en que los resultados a los que llegan pueden diferenciarse sustancialmente de los objetivos iniciales y no por ello dejar de ser valiosos, ya que a veces conseguir algo nuevo, distinto del objetivo previsto, o no conseguir el objetivo es un resultado apropiado para la I+D+i.

Buena parte de la investigación científica se ejecuta y financia a través de proyectos de investigación financiados por convocatorias de concurrencia competitiva, como es el caso del Plan Estatal del Gobierno de España o el Programa H2020, de la Comisión Europea. Por su financiación con fondos públicos, este tipo de proyectos debe priorizarse: la sociedad tiene el derecho de conocer en qué se invierte su dinero en el ámbito de la investigación.

Si dentro de la misma institución hay varios beneficiarios en una misma convocatoria, se considera conveniente optar por una difusión conjunta con el fin de reforzar la imagen de cohesión de la institución y promover una política comunicativa unitaria. Posteriormente, se irán valorando individualmente los resultados e hitos alcanzados en cada proyecto para promover acciones de comunicación específicas.

Publicaciones Científicas

Constituyen el soporte para dar cuenta de los avances en las investigaciones. Generalmente, el público general no consulta este tipo de publicaciones por tratarse de artículos que no están escritos en tono divulgativo, pues se dirigen a la comunidad científica, pero los intermediarios

entre los investigadores y la sociedad, en este caso los periodistas de las instituciones, traducirán ese lenguaje científico-técnico en accesible.

Se priorizará la difusión de los artículos en revistas de impacto indexadas en las principales bases de datos científicas (SCOPUS, WOS), teniendo en cuenta el cuartil y el decil de aquellos artículos con resultados de notable interés general. Deben tener a investigadores del agente entre los firmantes y ser fruto de investigaciones realizadas en el marco de su labor como personal de la Institución. Si el firmante más relevante es un investigador del agente que difunde el tema y en el artículo participan investigadores de otras entidades, corresponderá al Departamento/Unidad de Comunicación del agente liderar la acción, lo que incluye la coordinación con el resto de partes implicadas.

Como buena práctica, cuando un investigador tenga constancia de que va a publicarse de forma inminente un artículo que reúne los criterios anteriormente citados debe ponerlo en conocimiento del Departamento de Comunicación y facilitar un post-print de dicho artículo. Con objeto de hacer coincidir la acción de comunicación con el desembargo de la publicación es conveniente que se facilite la información con el tiempo suficiente para preparar dicha comunicación.

Congresos, Simposios y Jornadas Científicas

Son los puntos de encuentro, debate y discusión de la comunidad científica con líneas de investigación afines.

Con carácter general, el Departamento de Comunicación se hará eco de todos los congresos, simposios y jornadas científicas que se celebren organizados por el agente, priorizando los eventos científicos internacionales. Igualmente, tendrá en consideración aquellos eventos científicos de especial interés o relevancia científica o social en los que participe, por invitación, el personal del agente.

Tesis Doctorales

Se trata de un trabajo original de investigación, elaborado por el doctorando, sobre una materia relacionada con el campo científico, técnico, humanístico o artístico del Programa de Doctorado realizado.

Se dará la difusión a aquellas realizadas por personal investigador en formación del agente o que estén dirigidas o codirigidas por personal investigador vinculado.

En principio, no se contempla la difusión de Trabajos Fin de Grado (TFG) o Trabajos Fin de Máster (TFM), a menos que sus resultados tengan especial interés científico y social, siempre y cuando el autor haya tenido vinculación con el agente.

Se recomienda que el responsable de la dirección o codirección de tesis ponga en conocimiento del Departamento de Comunicación (antes de la defensa de la tesis) el título, el contacto con el doctorando que la ha realizado y una breve referencia de la relevancia de los resultados obtenidos, con el fin último de preparar con tiempo suficiente su difusión.

Transferencia de Tecnología y de Resultados de Investigación

Engloba un conjunto de acciones dirigidas a facilitar la explotación comercial y el impacto social de las capacidades investigadoras y los resultados de investigación alcanzados gracias a las actividades de I+D+i.

Es importante que haya una comunicación fluida entre el personal investigador y el Departamento de Comunicación del Agente, acerca de los resultados y avances que se produzcan en el trabajo de investigación.

Se trata de una línea de actuación que conviene poner en valor, con las cautelas y tiempos que requieren estas cuestiones (protección de resultados y de conocimiento). En todo momento, desde la institución se mantendrá la confidencialidad requerida.

Contratos con Empresas y Convenios de Colaboración

Son otras vías de financiación y apoyo a la investigación. El Departamento de Comunicación del agente podrá acceder a la información sobre los contratos y convenios que hayan firmado por la institución con empresas y otras entidades públicas o privadas, y proponer acciones de comunicación, contando siempre con la conformidad del personal investigador responsable.

Si al Departamento le correspondiese liderar dicha acción, se hará en coordinación con el resto de participantes. En caso contrario, se seguirá la misma línea de actuación con el personal investigador como intermediario.

Rankings Académicos y de Investigadores

Se trata de clasificaciones de entidades o personas según diferentes criterios previamente definidos.

En caso de que el agente o su personal investigador tenga conocimiento de su inclusión en un puesto relevante en un ranking antes de que éste sea público, se lo hará saber al Departamento de Comunicación para que se valore la pertinente acción de comunicación.

Iniciativas de Cultura Científica

Son actividades y propuestas pensadas para acercar la I+D+i al público general de un modo ameno y divulgativo.

El Departamento de Comunicación del agente recibirá información relevante sobre iniciativas de este tipo que lleven a cabo los institutos y unidades, grupos de investigación y el personal investigador, con el fin de valorar posibles acciones de comunicación.

Se promoverá especialmente la visibilidad de aquellas iniciativas de largo recorrido, dirigidas a un amplio número de personas y/o colectivos específicos, apoyadas por financiación pública y que reúnan alguna singularidad.

Recursos Humanos

Con sus diferentes perfiles, son la base de cualquier institución: investigadores predoctorales, posdoctorales, senior, visitantes, nuevos científicos...

Las direcciones y/o los responsables de recursos humanos del agente tratarán de facilitar al Departamento de Comunicación información sobre las incorporaciones de personal investigador que se produzcan por diversas vías y programas; de la promoción interna del personal investigador y técnico; de los relevos y nombramientos en los órganos de dirección y de los reconocimientos al personal investigador.

Otra información

Este decálogo de temas pretende terminar de un modo abierto, dejando la puerta abierta un sinfín de hecho o acciones relacionadas con la I+D+i acerca de las que debe estar informado el Departamento de Comunicación de la entidad para valorar si corresponde o no darle difusión y a través de qué vías.

Un ejemplo de esa política: visibilidad del CSIC en Galicia en los medios (2017-2021)

En primer lugar, conviene dejar constancia de que los datos que se presentan a continuación hacen referencia a una presencia del CSIC en Galicia distinta a la presentada en la Introducción. Si bien en 2021 tuvo lugar la integración del IEO en el CSIC y del Instituto de Investigaciones Agrobiológicas de Galicia en la MBG, ello no tuvo en ese año todavía repercusión en las acciones llevadas a cabo en el ámbito de la comunicación.

En los últimos cinco años el CSIC en Galicia alcanzó, a través de la difusión de notas de prensa y de la convocatoria de ruedas de prensa, más de 3000 impactos en medios de comunicación, destacando por soportes Internet (con más de 1500) y prensa (con más de 1100).

Por ICUs (Institutos, Centros y Unidades), el ranking de mayor visibilidad está encabezado por el IIM, tanto en prensa como en Internet, y cierra la clasificación el extinto IIAG (figuras 1 y 2).

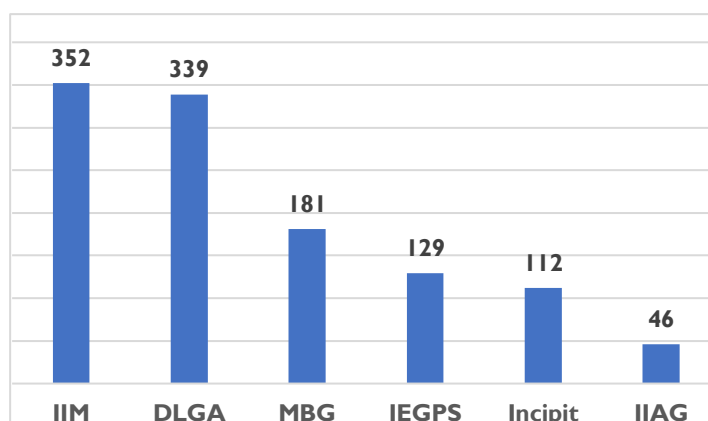


Figura 1. Impactos en prensa por ICUs en 5 años (2017-2021).

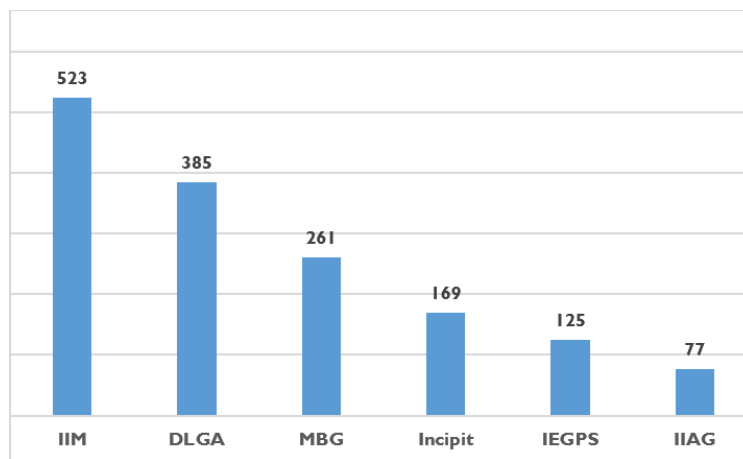


Figura 2. Impactos en internet por ICUs en 5 años (2017-2021).

Visibilidad en 2021

El CSIC en Galicia alcanzó 684 impactos, siendo los cinco temas de mayor visibilidad los que se exponen a continuación.

1. El conjunto de iniciativas diseñadas y desarrolladas por la institución en la Comunidad Autónoma para conmemorar la Semana de la Ciencia y la Tecnología y el Mes da Ciencia en Galego.
2. El nombramiento de Javier Rey Campos como delegado institucional en Galicia, relevando en el cargo a Antonio De Ron Pedreira. Además de estar al frente de la Delegación Institucional en Galicia, se ocupará de diseñar y poner en marcha el proyecto de divulgación científica “Casa de la Ciencia”, que contempla el CSIC para la Casa de la Parra (Santiago de Compostela).
3. La secuenciación del virus SARS-CoV-2 en muestras de aguas residuales. Este hito se ha alcanzado por el IIM en el marco del proyecto DIMCoVAR, financiado con más de 200000 euros por el Fondo Supera COVID de la CRUE- Santander. Este avance permite conocer el pool de virus que circula en cada zona, así como identificar tanto las mutaciones más frecuentes como las asociadas a variantes de riesgo.
4. El centenario de la fundación de la MBG. Creada en 1921 por la Junta para la Ampliación de Estudios e Investigaciones Científicas, en 1939 se integró en el CSIC. Su objetivo fundacional era realizar investigaciones y trabajos de biología aplicados a la agricultura y ganadería de Galicia.
5. Los avances alcanzados por la MBG, tras más de dos años de trabajo de laboratorio, en la investigación “Valorización de variedades de uva minoritarias por su capacidad para la diversificación vitivinícola y enológica y su resiliencia a las enfermedades fúngicas influenciadas por el cambio climático”.

Visibilidad en 2020

El CSIC en Galicia alcanzó 450 impactos, siendo los cinco temas de mayor visibilidad los que se exponen a continuación.

1. La selección del proyecto “Mentes materiales. Estudio de las interacciones entre el cerebro predictivo, los artefactos culturales y la exploración visual”, coordinado por el Incipit, como uno de los beneficiarios de la convocatoria “Synergy Grant”, del European Research Council. La investigación, que se desarrollará hasta 2027, ha sido dotada con una financiación de 10 M€ y tiene como objetivo explorar, con el trabajo conjunto de especialistas en arqueología, ciencias de la visión y filosofía cognitiva, en qué medida los ambientes artificiales que construimos los seres humanos alteran nuestra mente y nuestra forma de procesar la información.
2. El inicio, por parte de la MBG y de Bodega Mar de Frades, de la investigación del potencial de tres variedades de vid blancas, minoritarias y desconocidas. Se abordará su estudio agronómico y se explorará su potencial para elaborar nuevos vinos blancos de calidad, diferentes y originales.
3. La selección, mejora, descripción y análisis genético, por primera vez, de una variedad de rosa antigua cultivada española, nombrada Rosa Narcea. El trabajo, liderado por la MBG, se publicó en la revista “Horticulture Research” y supone el primer paso para su protección, conservación y reconocimiento oficial.
4. La publicación, en “Science of the Total Environment”, de un estudio con participación del IIM que demuestra que el análisis de las bacterias presentes en las aguas residuales puede ayudar a predecir la propagación del virus SARS-CoV-2 en una determinada comunidad.
5. La secuenciación del genoma completo del mejillón mediterráneo por investigadores del IIM y de la Universidad de Vigo. Se ha revelado que la especie contiene 65000 genes, más del doble que los del ser humano y se ha desvelado una arquitectura genómica totalmente inusual para un animal. El trabajo se publicó en “Genome Biology”.

Visibilidad en 2019

El CSIC en Galicia alcanzó 349 impactos, siendo los cinco temas de mayor visibilidad los que se exponen a continuación.

1. La clonación, por parte del IIAG, del almendro Gladiator, un árbol singular de 300 años situado en Membrilla (Valdepeñas, Ciudad Real). El avance científico se enmarca en un contrato de apoyo tecnológico entre el CSIC y la Fundación Internacional para la Restauración de Ecosistemas.
2. El acuerdo de traslado, entre la Xunta de Galicia y el CSIC, del Incipit al edificio Fontán de la Ciudad de la Cultura de Galicia. El acuerdo prevé la cesión por parte de la Xunta de 2271 metros cuadrados al CSIC durante un periodo de 75 años y que el CSIC aporte 2,4 M€ para la construcción del edificio.
3. La firma de un contrato de transferencia de material entre el CSIC a través de la MBG con los viveros A Revolta (A Coruña) y Costa de Lóngaras (Lugo), por la cual se les concede a

ambos una licencia no exclusiva para la multiplicación y comercialización de las dos primeras variedades de olivo autóctono gallego: Brava gallega y Mansa gallega.

4. La selección del proyecto “StateHorn”, coordinado por el Incipit, como uno de los beneficiarios de la convocatoria “Starting Grant” del European Research Council. La investigación, dotada con una financiación de 1,5 M€, tiene como objetivo analizar las razones del éxito de los Estados medievales del Cuerno en África, en contraste con los problemas de los Estados contemporáneos.
5. La localización, por parte de un equipo de arqueólogos liderado por el Incipit, de dólmenes a 2100 metros de altura en el Parque Natural de los Valles Occidentales (Huesca), con lo que se convierten en uno de los monumentos más altos del Pirineo aragonés.

Visibilidad en 2018

El CSIC en Galicia alcanzó 741 impactos, siendo los cinco temas de mayor visibilidad los que se exponen a continuación.

1. La campaña arqueológica, dirigida por el Incipit y por la Universidad de Santiago de Compostela, en el campamento romano de Penedo dos Lobos (Manzaneda, Ourense), uno de los recintos militares de campaña mejor conservados del noroeste Peninsular, para conocer con detalle la morfología del yacimiento y su encaje en el proceso de conquista y control por parte el Imperio Romano.
2. La publicación, en “Nature Communications”, de un estudio del IIM, en colaboración con la Universidad de Viena (Austria), acerca de cómo afectan los residuos plásticos vertidos en el mar a los niveles más bajos de la cadena trófica, los microbios. Se observó que ese plástico lidera compuestos orgánicos que estimulan el crecimiento de las bacterias marinas.
3. El programa desarrollado por el CSIC en Galicia para conmemorar el “Día Internacional de la Mujer y la Niña en Ciencia” en torno a un ciclo de charlas divulgativas en centros de enseñanza de las provincias de Pontevedra y A Coruña, impartidas por científicas y técnicas de la Delegación y de los cinco institutos de investigación.
4. La publicación, en “Ecology” y por parte del IIM, de los resultados de la necropsia realizada al primer calamar gigante hallado vivo en Galicia, que ha permitido conocer el origen de las marcas y heridas con las que llegó a la costa, así como la causa de su presencia en aguas gallegas.
5. El nombramiento de Francisco Saborido Rey como director del IIM, relevando en el cargo a Antonio Figueras Huerta. El nuevo director es licenciado (1988) y doctor (1994) en Biología por la Universidad Autónoma de Madrid. Inició su labor investigadora en el IIM en 1989 y en 2006 obtuvo una plaza de científico titular. Sus líneas de investigación versan sobre el estudio de la ecología pesquera de especies explotadas, costeras y tropicales.

Visibilidad en 2017

El CSIC en Galicia alcanzó 831 impactos, siendo los cinco temas de mayor visibilidad los que se exponen a continuación.

1. La publicación, en “Scientific Reports”, de un estudio realizado por el IIM y la Universidad de Aberdeen (Reino Unido) sobre la anisakiasis en España, patología principalmente gastrointestinal causada por una parasitación activa por larvas del género *Anisakis* a través del consumo de pescado crudo o poco cocinado parasitado.
2. La publicación, en “Scientific Reports”, de un estudio, realizado por el IIM con la colaboración de la King Abdullah University of Science and Technology (Arabia Saudita), en el que se determinan por primera vez los mecanismos genéticos asociados al cambio de sexo, de macho a hembra, del pez payaso.
3. La presentación del libro “El destacamento penal de las minas de wolfram de Valborrás de Casaio (Carballeda de Valdeorras, Ourense)”, autoría de Isidro García Tato, científico titular del CSIC en el IEGPS, número 46 de la serie Anejos de Cuadernos de Estudios Gallegos y publicado por Editorial CSIC.
4. El inicio del proyecto “Caracterización y recuperación de variedades de olivo autóctonas de Galicia”, que desarrollará la MBG durante los próximos cuatro años, que cuenta con la colaboración de la Asociación de Productores de Aceite y Oliva de Galicia y que está financiado por la Fundación Juana de Vega.
5. El biobanco del IIM, puesto en marcha en 2013 y que supuso que Vigo albergase el primer biobanco de ADN de muestras y moléculas marinas de parásitos de especies comerciales de pesca extractiva a nivel mundial, alcanza los 250000 ejemplares y presta servicio a más de 50 centros de investigación de referencia a nivel mundial.

Tal y como se indicaba en el resumen, no hay debate, en pleno siglo XXI, acerca de la importancia de acercar la I+D+i al público no especializado a través de diversas vías, entre ellas, los medios de comunicación. El debate surge en torno a qué temas deben priorizarse en esa difusión cuyo objetivo pasa por alfabetizar y responder a las necesidades de incremento de cultura científica de la sociedad. ¿Todo lo que se genera en ciencia es susceptible de difusión al público general? ¿Qué debe comunicarse sin lugar a dudas? ¿Qué puede ser o no objeto de divulgación?

De acertar en la respuesta a dichas cuestiones radica, en parte, la imagen que la ciudadanía tendrá de las instituciones que ejecutan la investigación. Debe ser una imagen real y ceñida a lo que se realiza en los centros de investigación. Una imagen en la que la publicación de un paper, la defensa de una tesis doctoral o la obtención de financiación para iniciar una investigación pasen a formar parte de la visión que tienen los consumidores de medios acerca de lo que es la I+D+I y lo que hacen las personas que se dedican a ello.

La investigación de calidad debe ir acompañada de una comunicación de calidad.

Conclusiones

Se apuesta por acciones de comunicación dirigidas desde un Departamento/Unidad de Comunicación, preferentemente propio de la entidad, si bien también se podría optar por externalizarlo. En todo caso, debe llevarse por profesionales de la comunicación.

Se considera que las partes implicadas en la difusión de una tema científico y técnico son los responsables del Departamento/Unidad de Comunicación y sus integrantes, el personal que genera el tema (investigador y técnico) y el personal directivo, quien debe velar por la correcta visibilidad de la institución.

La decisión de difundir o no un tema obedecerá al criterio institucional, periodístico y científico, intentando siempre que se produzca por consenso entre todas las partes.

La información que se difunde debe responder a criterios de objetividad, calidad, honestidad, responsabilidad y transparencia. Es decir, la investigación de calidad debe ir acompañada de una comunicación de calidad.

En el caso objeto de estudio, se confirma que el decálogo de temas propuestos tiene su reflejo en una presencia constante de la visibilidad de la institución en los medios, alcanzado, con esta política de comunicación, más de 3000 impactos, de los que 684 se corresponden con la anualidad 2021; 450 con la de 2020; 349 con la de 2019; 741 con la de 2018 y 831 con la de 2017.

Referencias

- Bellón Rodríguez A. 2018. Gabinetes de comunicación del sistema Ciencia, Tecnología e Innovación: el puente que cruza la I+D+i para llegar a los medios. *Communication Papers* 7 (13): 9-26. http://dx.doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v7i13.21992
- Camacho Markina I. 2001. Funciones de los gabinetes de prensa en la administración local. *Revista Latina de Comunicación Social* 4: 44.
- De Ron A M. 1996. Orígenes del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y su presencia en Galicia. *Mol* 4: 23-27.
- Fernández Asenjo G, Torre Alfaro N. 2009. Gabinetes de comunicación en mínimos. Fragua. Madrid, España.
- FECYT (Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología). 2020. X Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología. FECYT. Madrid, España.
- García Orosa B. 2009. Gabinetes de comunicación online. Claves para generar información corporativa en la red. *Comunicación Social Ediciones y Publicaciones*. Sevilla, España.
- Ley 14/2011, de 1 de junio, de la ciencia, la tecnología y la innovación (BOE 02/06/2011) <https://www.boe.es/boe/dias/2011/06/02/pdfs/BOE-A-2011-9617.pdf>
- Ley de 24 de noviembre de 1939 (BOE 28/11/1939) <https://www.boe.es/datos/pdfs/BOE/1939/332/A06668-06671.pdf>
- Mateos Martín C. 2003. Descripción de la estructura funcional del gabinete de prensa político en los entornos informativos locales. *Revista Latina de Comunicación Social* 6: 54.
- Puig-Samper MA (Ed.). 2007. *Tiempos de investigación: JAE-CSIC, cien años de ciencia en España*. Editorial CSIC-CSIC Press. Madrid, España.
- Ramírez T. 1995. *Gabinetes de Comunicación. Funciones, disfunciones e incidencia*. Bosch Comunicación. Barcelona, España.

Real Decreto 1730/2007, de 21 de diciembre, por el que se crea la Agencia Estatal Consejo Superior de Investigaciones Científicas y se aprueba su Estatuto (BOE 14/01/2008)
<https://www.boe.es/eli/es/rd/2007/12/21/1730>
Sánchez Ron JM. 1998. La historia del CSIC: Relevancia y necesidad. Arbor 160: 631-632.