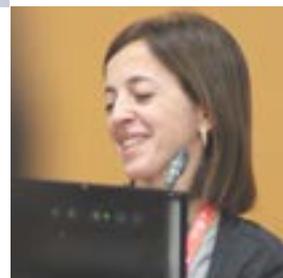


MESA REDONDA

JORNADAS CUENTA CIENCIA

SOBRE COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES



IIS La Fe



Quién, cómo y para qué contar la ciencia: reflexiones sobre la comunicación y la divulgación científica y su valoración en el CV investigador

ÁREA DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CIENCIA IIS LA FE | 17 ENERO DE 2025

El pasado 17 de enero, expertos en investigación y comunicación científica cerraron las **Jornadas Cuenta Ciencia IIS La Fe** con una mesa redonda en la que participaron **Laia Tolosa** (IIS La Fe), **Carlos Romá-Mateo** (UV), **Cintia Refojo** (FECYT) y **Mariola Penadés** (Conselleria de Sanidad). El debate, moderado por **Anna Juan**, coordinadora de Comunicación del IIS La Fe, abordó tres grandes bloques: la importancia de comunicar ciencia, quién debe llevar a cabo esta tarea y cómo reconocer la labor de divulgación.

Bloque 1: ¿Por qué y para quién comunicar y divulgar?



Carlos Romá-Mateo
«Comunicar bien nos hace mejores investigadores»



Laia Tolosa
«Divulgar es un disfrute y un compromiso»



Cintia Refojo
«Si no tenemos en cuenta las preocupaciones e intereses de la ciudadanía, nuestro mensaje no llegará»

El debate comenzó con una reflexión sobre la necesidad de que la ciencia sea comunicada de forma eficaz. La cita “la ciencia que cuenta es la que se cuenta” sirvió como punto de partida para subrayar que la comunicación científica no es un mero acto de difusión, sino un componente esencial del propio proceso científico.

Carlos Romá-Mateo destacó que “comunicar bien nos hace mejores investigadores”, al enfatizar que el acto de transmitir los hallazgos de la investigación, tanto a públicos especializados como no especializados, no solo facilita la comprensión, sino que también enriquece el trabajo de los propios investigadores. Para **Romá-Mateo**, comunicar con claridad ayuda a los investigadores a sintetizar y estructurar sus ideas, lo que potencia la calidad de la investigación en sí misma

Por su parte, **Laia Tolosa** compartió su experiencia personal con la divulgación y destacó dos razones fundamentales para implicarse en estas actividades: el disfrute personal y la responsabilidad social. “Para enganchar a la gente a la divulgación, primero tienes que disfrutar tú mismo. Si disfrutas,

todo fluye”. Señaló que, si bien encontrar tiempo es un reto, los beneficios superan con creces las dificultades: “A veces me levanto a las cinco de la mañana para enviar un proyecto porque si no, no me daría tiempo a preparar el taller de la Noche de la Ciencia. Pero me compensa. Cuando termino un taller, vuelvo a casa con una energía increíble”.

Cintia Refojo destacó que, históricamente, la comunicación científica ha sido entendida como la difusión de información cuando la verdadera comunicación debe incluir la escucha activa. “Si no tenemos en cuenta las preocupaciones e intereses de la ciudadanía, nuestro mensaje no llegará”, subrayó Refojo, sugiriendo que es necesario fomentar una comunicación bidireccional y participativa que fortalezca la relación entre la ciencia y la sociedad.

Refojo advirtió que la falta de diálogo ha generado rechazo hacia la ciencia en ciertos sectores y abogó por incorporar mecanismos que permitan una comunicación participativa, con iniciativas como la evaluación ciudadana de proyectos.

Bloque 2: ¿Quién debe comunicar y divulgar la investigación?



En este bloque, se debatió sobre el papel de los investigadores y las instituciones en la tarea de comunicar y divulgar la ciencia. Aunque la comunicación científica es esencial para generar confianza, surgió la pregunta de quién debe liderar esta tarea: ¿los investigadores, como creadores del conocimiento, o las instituciones, a través de sus departamentos de comunicación, que proporcionan herramientas y estrategias para hacer la ciencia accesible? Para los ponentes, el reto radica en repartir esta responsabilidad y fomentar la colaboración entre actores.

Carlos Romá-Mateo resaltó la importancia de trabajar en equipo, subrayando que, aunque no todos los investigadores son comunicadores natos, la práctica y la formación pueden mejorar significativamente las habilidades de comunicación. “No nacemos con un don para comunicar, pero se puede aprender. Al principio, puede parecer impensable, pero a medida que uno va practicando, se va haciendo cada vez mejor”. Para **Romá-Mateo**, es esencial que las instituciones integren la comunicación científica en el día a día de la investigación, apoyando

a los investigadores en su labor divulgativa. También destacó que contar con personas expertas en comunicación y divulgación en los grupos de investigación puede ser tan importante como contar con perfiles como técnicos de laboratorio, bioestadísticos, etc.

Laia Tolosa destacó la falta de recursos y formación como factores que dificultan que la divulgación científica sea valorada adecuadamente dentro del ámbito investigador. En su intervención, subrayó la necesidad de crear una cultura en la que la comunicación



Carlos Romá-Mateo
«No nacemos con un don para comunicar, pero se puede aprender. La clave está en la colaboración y el trabajo en equipo»



Laia Tolosa
«Es importante crear una cultura que valore el retorno a la sociedad para fomentar la divulgación»



Cintia Refojo

«La comunicación científica es una disciplina de investigación en sí misma, y los investigadores deben estar implicados, pero con el apoyo adecuado»



Mariola Penadés

«Una ciencia bien contada deja huella, pero una ciencia mal comunicada genera dudas y desconfianza»

científica se considere una parte integral del trabajo investigador. «Esta mentalidad permitiría a los investigadores involucrarse en la divulgación sin perder el enfoque en su actividad científica», aseguró.

Tolosa reconoció que existen sistemas y procedimientos, como los departamentos de comunicación o las Unidades de Cultura Científica y de la Innovación (UCCI), como el caso del IIS La Fe, pero señaló que «lo que falta son manos». En este sentido, explicó que puede ser complicado conseguir la participación de los investigadores si este trabajo no es valorado por algunos responsables de grupos. «A menudo, se cuestiona el tiempo que dedicamos a actividades como asistir a una feria de la ciencia en lugar de estar trabajando en el laboratorio». Según **Laia Tolosa**, es fundamental crear una conciencia colectiva sobre el valor de devolver el agradecimiento a la sociedad a través de la divulgación.

Desde FECYT, **Cintia Refojo** comentó que la comunicación científica es una disciplina de investigación en sí misma, con raíces en diversas áreas como la psicología y la sociología. Defendió la necesidad de contar con profesionales especializados en comunicación científica y, por supuesto, con la implicación y

participación de los investigadores, con una condición: «Si la institución no les proporciona tiempo, recursos y profesionales que les respalden, solo se está generando una carga más en su trabajo. La comunicación científica no puede ser solo un complemento decorativo dentro de la estrategia institucional; debe formar parte de un compromiso real y bien estructurado», explicó.

Cintia Refojo también advirtió sobre «una visión ingenua de la comunicación que consiste en pensar que, cuanto más comunicación haya, mejor, pero eso no es cierto. Se necesita mucha comunicación, sí, pero no cualquier comunicación es efectiva; en algunos casos, puede ser incluso contraproducente».

Mariola Penadés coincidió en esta idea y dijo que «no todos los investigadores tienen que dedicarse a la comunicación científica». También hizo hincapié en la idea de priorizar la calidad a la cantidad de comunicación y divulgación. Aseguró que «una ciencia bien contada deja huella, pero una ciencia mal comunicada genera dudas y desconfianza, lo cual es muy peligroso. Lo hemos visto en momentos en los que la comunicación científica ha sido abundante, pero confusa y poco clara».

Bloque 3: ¿Cómo debe reconocerse la divulgación científica?

El último bloque trató sobre la integración de la divulgación científica en la evaluación de la carrera investigadora, un aspecto que aún no está completamente consolidado. En este sentido, los ponentes y el público discutieron sobre cómo debe reconocerse esta actividad dentro de la trayectoria profesional de los investigadores, qué criterios de medición del impacto son adecuados y cómo debería incluirse en los currículos de los investigadores, con

referencias a iniciativas como la Guía de Valoración de la Actividad de Divulgación Científica del Personal Académico e Investigador 2.0 o la propuesta de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA).

Carlos Romá-Mateo señaló que, aunque se está avanzando en el reconocimiento de la divulgación científica, aún queda mucho por hacer. «Hace unos años, las actividades de divulgación se

hacían casi a escondidas y ahora se valoran en el CV normalizado». **Romá-Mateo** calificó el momento actual como «de transición» y comentó que, aunque la valoración sigue siendo superficial, «estamos en disposición de poder clarificar cómo la divulgación encaja en el concepto de transferencia de conocimiento», señalando que la divulgación debe ser vista como una forma válida de transferencia, al igual que las patentes o los proyectos de investigación aplicada.

«Llevar la ciencia a la sociedad es una forma de transferencia tan válida como las patentes. Debemos definir criterios de evaluación y fomentar una cultura donde la divulgación científica sea vista como parte esencial del trabajo investigador», concluyó **Carlos Romá-Mateo**.

En este sentido, **Laia Tolosa** apuntó que, al igual que se valoran aspectos del trabajo, como los proyectos de transferencia, la internacionalización o la innovación docente, cada investigador debe ser evaluado en función de su perfil y especialización. «Por ejemplo, un investigador que no sea médico no puede presentar como mérito una guía de práctica clínica, pero sí otros aspectos de su trabajo relacionados con la transferencia a la sociedad. Igual que existe diversidad en las áreas de trabajo, la valoración también debe ser diversa», señaló.

Cintia Refojo comentó que FECYT no tiene una postura oficial sobre este tema y que, cuanto más se analiza el reconocimiento de la divulgación en otros países y se estudia su impacto, «más nos damos cuenta de su complejidad y de los riesgos que implica». Entre los factores que dificultan la reflexión, **Refojo** señaló los dos grandes problemas a los

que se enfrenta la comunicación científica. Por un lado, la ausencia de un sistema de revisión por pares para evaluar su calidad y el hecho de que no existe un único enfoque ya que la comunicación y la divulgación dependen del objetivo, del público, del formato y de los recursos disponibles.

Cintia Refojo también avisó de que «uno de los mayores peligros es convertir los indicadores en el objetivo final» y recordó el «efecto cobra», un fenómeno ampliamente estudiado en ciencias sociales que describe cómo una solución mal diseñada puede empeorar el problema que intenta resolver. Este fenómeno se refiere a cómo en la India colonial se pagaba a la gente por cada cobra muerta para reducir su población. Una medida que tuvo un efecto adverso ya que algunas personas empezaron a criarlas para cobrar la recompensa. «En este sentido, podríamos estar promoviendo un efecto similar», comentó **Refojo**, que insistió en la complejidad del debate y en la necesidad de abordarlo con cautela. «Nuestra preocupación es que, en el intento de fomentar la comunicación científica, se termine promoviendo un modelo ineficaz o incluso contraproducente».



Carlos Romá-Mateo

«Estamos en un momento de transición y es fundamental clarificar cómo encaja la divulgación en el concepto de transferencia a la sociedad»



Cintia Refojo

«Es un debate complejo y el peligro es convertir los indicadores en el objetivo final»



Destacados mesa redonda: Comunicación y divulgación en el currículum personal investigador y la solicitud de proyectos



Comunicación científica vs. comunicación corporativa

Uno de los retos en la divulgación de la ciencia dentro de instituciones de investigación es el equilibrio entre **comunicación científica** y **comunicación corporativa**. A menudo, los investigadores pueden sentir que su trabajo se instrumentaliza para hacer marketing institucional. La **comunicación científica** busca compartir **conocimiento**, generar **debate** y acercar la investigación a la **sociedad**. La **comunicación corporativa**, en cambio, tiene objetivos más ligados a la imagen, la reputación y el posicionamiento de la institución

Un sistema viciado: las notas de prensa como único indicador

La comunicación institucional de la ciencia sigue basándose en gran medida en notas de prensa que, en muchos casos, son el único reflejo del impacto. Esto genera un ecosistema donde lo que más se valora es la cantidad de impactos mediáticos, sin tener en cuenta la calidad de la comunicación o su verdadero alcance en la sociedad.

Métricas y evaluación de la comunicación científica

Carlos Romá, profesor titular del Departamento de Fisiología en la Universitat de València: “Llevamos años diciendo que los indicadores clásicos no sirven para medir la calidad de la investigación ni la trayectoria de una persona. Con la comunicación científica ocurre algo similar. Necesitamos herramientas más sofisticadas y cualitativas que reflejen su verdadero impacto.”

Anabel Forte, profesora titular en el Departamento de Estadística e I.O. de la Facultad de Ciencias Matemáticas: “No podemos medir la comunicación científica ‘al peso’. Debemos definir muy bien los criterios para evitar sesgos”.

Cambio generacional

María José Herrero, responsable del Grupo de Investigación en Farmacogenética del IIS La Fe: “Nuestra generación ha aprendido sobre comunicación científica como ha podido. Ahora debemos abandonar viejas imposiciones y fomentar una cultura donde se valore y se facilite la divulgación. Los nuevos investigadores principales debemos impulsar un cambio. No solo los doctorandos, sino también los técnicos y otros perfiles en la investigación deben tener espacio y libertad para formarse y comunicar”.

Almetricas y el paper sobre un ratón con genitales gigantes: ¿qué estamos midiendo?

Para Cintia Refojo (FECYT), la comunicación científica enfrenta varios problemas. El primero es la ausencia de un sistema de *peer review* específico para evaluar su calidad. El segundo es que no existe una fórmula universal y, al igual que ocurre en ciencia, una metodología puede ser eficaz en ciertos contextos, pero no en otros. Todo depende del objetivo, del público al que nos dirigimos y de los recursos disponibles para evaluarla.

“El desafío está en que el intento de fomentar una buena comunicación científica no termine logrando el efecto contrario”, destacó Cintia Refojo. Como ejemplo, Refojo habló del uso de alométricas y del caso del **artículo** en el que un equipo de investigación generó con IA la imagen de un ratón con testículos gigantes. “La ilustración tenía etiquetas incorrectas y el artículo fue retractado en unos días. Sin embargo, en ese corto tiempo, se convirtió en el número uno en las alométricas de la revista en los últimos 10 años”.

La inclusión de esta imagen generó controversia y cuestionamientos sobre los procesos de revisión por pares y el uso de IA en la creación de contenido científico. Aunque el contenido textual del artículo parecía legítimo, la presencia de imágenes inexactas y texto sin sentido puso en duda el rigor de la publicación.

La polémica generada incrementó la atención en redes sociales y otras plataformas digitales, lo que se reflejó en las métricas alternativas que miden el impacto y la difusión de publicaciones científicas en entornos digitales.

“Aquí surge la cuestión: las alométricas son útiles para medir qué contenido genera conversación, y eso, en sí mismo, es positivo. Pero ¿deberíamos reconocer el mérito de un autor simplemente porque su artículo ha generado una discusión viral en Twitter a raíz de una ilustración sin ningún sentido en términos anatómicos? Probablemente no. Ese no es el verdadero objetivo de la comunicación científica”.

Guo X, Dong L and Hao D (2024) Cellular functions of spermatogonial stem cells in relation to JAK/STAT signaling pathway. Front. Cell Dev. Biol. 11:1339390. doi: 10.3389/fcell.2023.1339390



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES



IIS La Fe

