



Massimo Marchiori, en la Universidad Jagiellonian de Cracovia. / A. R.

INFORMÁTICA

Una red social para agilizar la comunicación científica

Atomium Culture desarrolla una nueva herramienta para mejorar el contacto entre los investigadores europeos

ALICIA RIVERA
Cracovia

La comunidad científica es un entorno de constante intercambio de información, pero esa comunicación entre investigadores no es uniforme y, en cualquier caso, es mejorable. Con esta idea en la cabeza, el italiano Massimo Marchiori, creador del motor de búsqueda por internet Hypersearch (uno de los pilares de Google) ha diseñado una red social dedicada directamente a la comunidad científica, con el objetivo de facilitar el trabajo intersectorial e interdisciplinar. Ha propuesto esta REIsearch a la plataforma Atomium Culture, de la que es responsable de tecnología, y ya está en desarrollo.

La red social para investigadores responde al reto de "cómo organizar el conocimiento", señaló Marchiori en la presentación pública de REIsearch. "Facebook es muy eficaz para reunir gente, para ponerla en contacto, y podemos aprender de esta experiencia haciendo algo similar para la ciencia europea". La nueva herramienta "permitirá no solo la conexión, sino la creatividad en grupo".

El desarrollo tecnológico de REIsearch, del que se ocupan fundamentalmente los laboratorios de Orange en Polonia, estará listo a principios de 2012, pero su entrada en funcionamiento se calcula para dentro de un año, según han explicado sus responsables en Cracovia (Polonia), en una cumbre de Atomium Cultura (AC) celebrada la semana pasada en la Universidad Jagiellonian. Las empresas de la plataforma han aportado un millón de euros para su puesta en marcha.

En una primera fase, REIsearch estará abierta a las 26 universidades europeas de AC (el 14% de los investigadores europeos), con acceso para los 17 medios de comunicación de dicha plataforma, incluido EL PAÍS.

Pero nada impide, si así se deci-

de, abrir la red social científica a otras instituciones y empresas, que pueden buscar, o preguntar o proponer a los expertos —participar, en definitiva— soluciones que capaces de mejorar su competitividad. La promoción de la economía del conocimiento y de la innovación en Europa es un objetivo básico de AC.

En la primera fase, el año que viene, REIsearch arrancará con las bases de datos de las universidades de la plataforma y la información que los científicos quieren meter en esta red. Pero la apertura de la lista de participantes a más universidades y a organismos de investigación europeos es seguramente una necesidad a medio plazo si REIsearch no quiere dejar fuera entornos de investigación de altísimo nivel.

La iniciativa permitirá la creatividad en grupo

REIsearch se abrirá en una primera fase a 26 universidades

Maciej Sobolewski, profesor de la Universidad de Cracovia y jefe del proyecto en los laboratorios de Orange en Polonia, adelantó algunos detalles de la futura red social. Será una herramienta segura de intercambio de información en la que cada usuario decidirá a quién da acceso a sus entradas. Tendrá herramientas de intercambio de noticias, de oportunidades, de acontecimientos, de ofertas de trabajo, de blogs, así como de colaboración, búsqueda e identificación de potenciales colaboraciones, etcétera, todo ello con muchas opciones de filtros. Además, tendrá herramientas de control de la propiedad intelectual,

avanzó Sobolewski. La red exigirá autorización de registro con control de la identidad. De momento, en el desarrollo técnico de REIsearch se ha completado la base gráfica de la herramienta y la definición de contenidos. Los servidores del sistema estarán en Telekom Polska, la empresa de telecomunicaciones polaca.

"Las investigaciones que hacemos en Europa ahora no se aprovechan al máximo en gran medida porque funciona en un entorno de comunicación de hace años", explicaba Marchiori, profesor en la Universidad de Padua. "Los científicos se conocen todos entre sí dentro de su área, pero no saben lo que hacen los de un área distinta y resulta que ahora, cada vez más, a lo mejor un desarrollo en un campo diferente del mío tiene soluciones que pueden resultarme útiles, o mis técnicas pueden ser aplicables para otros. Un investigador se crea un círculo de científicos de su campo a su alrededor y puede no cambiar apenas en toda su vida". En amplios sectores de la ciencia, gran parte de los contactos entre los investigadores son personales, en congresos, en reuniones, y muchas veces por casualidad, sostiene el especialista italiano.

En cuanto a la participación de los periodistas, la red social puede ser útil, por ejemplo, para localizar expertos en cada campo, buscar explicaciones, encontrar y contrastar informaciones, etcétera, propone Marchiori. El periodista también podría incluir en la red la información que publica y extender su alcance. De los científicos no se espera que se presenten en la red social resultados de investigación antes de ser publicados en revistas científicas, pero podrán extender su impacto después por su red social.

¿Tendrá éxito REIsearch? Nadie lo puede predecir, dice Marchiori. La nueva red social debe estar funcionando en unos meses y, como siempre en informática, no hay forma de anticipar adónde llegará.

Internet y los lectores

Un pilar de Atomium Culture es salvar la distancia entre ciencia y sociedad a través del puente de los medios de comunicación, por lo que una de las sesiones de trabajo de la cumbre celebrada en la Universidad Jagiellonian de Cracovia se dedicó a los retos y oportunidades que las nuevas tecnologías ofrecen —e imponen— a los medios para reforzar ese diálogo ciencia/sociedad. Lydia Aguirre, adjunta a la dirección de EL PAÍS, abordó el entorno de cambios acelerados en la tecnología, las audiencias, los

nuevos accesos a la información, la competencia e incluso en el modelo de negocio, "todo esto en una industria que hace diez años trabajaba aún con la misma estructura y procesos que en el siglo XVIII".

Aguirre destacó la importancia de implicar a los ciudadanos con el trabajo de los investigadores y de estimular a los jóvenes hacia la ciencia. En cuanto a la experiencia de EL PAÍS, señaló que ahora hay más lectores que nunca y que los medios conocen mejor a sus audiencias: "Sabe-

mos que la gente adora los contenidos científicos, sigue las noticias, los análisis y los debates acerca de la investigación y la innovación". Puntualizó que "con Internet no ha lugar la comunicación unidireccional".

Luca de Biase, director de ciencia (Nova) de *Il sole 24 ore*, destacó que se han abierto enormes oportunidades de comunicación y que millones de personas comparten información online, "frente a la agenda reducida de noticias de los medios de comunicación tradicionales".