LOS SÁBADOS, **CIENCIA**

Ciencia que se arriesga

Las fundaciones privadas suelen ser más valientes que las públicas en la investigación científica

PERE
Puigdomènech

Cuando hay que decidir si vale la pena emprender una investigación científica nos encontramos en una situación a menudo contradictoria. Por un lado, todo el mundo parece querer conseguir resultados que abran nuevas vías al pensamiento y a tecnologías innovadoras. Pero por otro, sobre todo cuando se gasta dinero público, se quiere tener una cierta seguridad de obtener resultados de lo que se financia. Esta contradicción la sufren cada día los investigadores cuando solicitan dinero por su trabajo y los gestores que los administran. Un debate reciente en Barcelona dentro de la serie B-Debat ha abordado cómo se puede resolver esta cuestión.

CUANDO hablamos de investigación de riesgo no queremos decir investigación que pueda dar lugar a peligros para el experimentador, la sociedad o el medioambiente. Esto está bien legislado en la mayoría de los países y significa a menudo que evitar estos riesgos cuesta dinero, pero los científicos ya están acostumbrados a que por razones de seguridad solo grandes laboratorios y grandes empresas puedan emprender cierto tipo de investigación que implica medidas especiales de control. Estamos hablando de la investigación que se plantea cuestiones que rompen con lo que se sabe en un momento dado y por lo tanto hay una probabilidad, que puede ser alta, de que fracase. Aunque hay que pensar también que si acierta, el beneficio puede ser muy alto porque la innovación será muy significativa. Un dilema que quienes financian investigación deben tratar de aclarar.

En la mayoría de los países la investigación se financia con fondos competitivos. Los investigadores se dirigen a agencias públicas o privadas que hacen convocatorias y ponen en marcha mecanismos para evaluar las propuestas. En la mayor parte de los casos solo una pequeña proporción de las demandas se financian, y para elegirlas se tienen en cuenta criterios de calidad tanto del grupo que presenta la propuesta como del proyecto. Este trabajo corresponde a evaluadores que son científicos, porque solo otros profesionales tienen información suficiente para saber si lo que se pide se puede hacer y si tiene sentido en el contexto de lo que se sabe en ese momento. Uno de los criterios es qué probabilidad hay de que el proyecto produzca resultados, lo que necesariamente tiende a pronunciamientos conservadores. Por un lado hay que producir resultados nuevos, pero por otro hay que tener garantías de que vale la pena hacer el trabajo. Esto hace que ideas realmente creativas lo tengan difícil y nos podamos preguntar qué se puede hacer para estimularlas.

Algunos lo tienen más fácil que otros para responder a la pregunta. Los países anglosajones, por ejemplo, tienen una gran tradición de fundaciones privadas. Y responden de lo que hacen ante sus patronatos, que a menudo tienen criterios empresariales en lugar de la actitud de los fondos públicos, que pueden tener más dificultades en asumir decisiones arriesgadas. Esto puede obedecer al respeto que hay que tener en la gestión de los fondos públicos, pero también al amedrentamiento típico de las estructuras burocráticas. El hecho es que en EEUU hay fundaciones como la Howard Hughes, y en el Reino Unido como la Wellcome Trust, que tienen un gran impacto en la investigación. Confianza en el investigador, flexibilidad en el uso de los recursos y apoyo a largo plazo son características de estos fondos. No es de extrañar, por ejemplo, que la Howard Hughes se precie de que entre los autores de sus proyectos figuren 13 premios Nobel.

NUALART

En España empiezan a despuntar iniciativas de mecenazgo no oficial muy prometedoras

También hay experiencias públicas de financiar investigación de riesgo. De hecho, en el debate reciente se presentaron trabajos de las principales agencias americanas de financiación de la investigación destinadas a apoyar científicos jóvenes e ideas nuevas. En Europa, el European Research Council es una iniciativa reciente para apoyar de forma generosa investigadores individuales. En España existe una iniciativa, el programa Explora, que desde hace unos años ha dado ayudas para empezar líneas de investigación que propongan ideas atrevidas que los programas normales no financiarían.

ESTE DEBATE ha demostrado diferentes cosas. Una de ellas es la fuerza que el mecenazgo privado tiene en algunos países. El mundo anglosajón nos da un buen ejemplo, pero hay casos cercanos interesantes como la Fundación Juan March, la Ramón Areces o *La Marató* de TV-3 y otras más pequeñas. Y es el objetivo de la Fundació Pasqual Maragall, destinada a la investigación sobre la enfermedad de alzhéimer, organizadora del debate. Otra conclusión es que hay que tener ideas claras de lo que se quiere con la inversión en investigación. Si se quieren ideas renovadoras hay que apostar por proyectos que vayan más allá de las vías transitadas. Y hay que apostar por investigadores jóvenes, no asfixiarlos con burocracia y dotarlos durante bastante tiempo con fondos suficientes. Desgraciadamente, estos son los problemas que tiene ahora nuestro sistema. ≡

Director del Centro de Investigación Agrigenómica (CSIC-IRTA-UAB).

El turno

LLUCIA
Ramis

La crisis no es igual en todas partes

Los taxistas que han vuelto a Argentina reconocen que la crisis en España es real. Pero añaden: «Al menos, cuando acabe, tendrán infraestructuras». El aeropuerto de El Prat me deslumbra. El taxi va por las ordenadas calles de Barcelona donde incluso los turistas tienen su área reservada. Arrastro la maleta sobre aceras sin agujeros, la basura descansa clasificada en los contenedores más protegidos del mundo (1,7 policías por cada uno en las últimas manifestaciones).

En Buenos Aires se mezclan el ruido, el caos, la polución, con el ir y venir de la gente en una urbe tan llana que carece de perspectivas y horizonte, cuyo encanto consiste en que lo que ves es lo que hay. Ha sido un viaje al pasado estético de los 80, quizá al futuro económico que nos espera.

Allí las huelgas van en serio. ¿Cómo que servicios mínimos? Tres días sin metro y la ciudad colapsada. Qué boludez es esa de los «gritos mudos» en Sol. «Ya verán cuando tengan que comprar la leche en bolsas porque no pueden pagar el tetrabrik», advierten, «Hasta el detergente iba a granel». Aquí somos civilizados, no sucederá eso; aunque los niños sea el colectivo más pobre del país.

En Argentina tienen una economía de Monopoly, como aquí si volviéramos a la peseta

Dos meses fuera y he olvidado cómo va la Nespresso. Bajo al bar y de paso compro ropa *guay,* que en Argentina era cara. Tienen una economía de Monopoly como la que tendríamos si volviéramos a la peseta, con fecha de caducidad en un sistema globalizado. Sufren una crisis cada siete años, no les asusta la próxima. Son supervivientes. Se creen europeos y en Europa nos recuerdan que nosotros no acabamos de serlo. ¿Venderíamos el iPad para llegar a fin de mes? Deberíamos aprender de sus errores, podríamos cambiar los valores de la apariencia por una reflexión estructural. Pero quién quiere vivir de tangos. ≡

Perlas del papel

El himno de la España eterna

El españolismo excluyente se afirma y suenan tambores de guerra por Gibraltar

Una variable de la ley de Murphy dice que, cuanto más nos embarramos en una ciénaga como la de Bankia y otras ruinosas maravillas contables, más cunden las maniobras de distracción, para lo que el ungüento patriótico obra milagros. O sea, que el *carajillo party* exprimía ayer la veta españolista de la final de Copa que caldeó su *lideresa* **Espe.** Si **Federico Jiménez Losantos** *(El Mundo)* despotricaba de **«la marcha sobre Madrid de los *fascios* redentores de Euskal Herria y los *Países Catalans»,*** *La Gaceta* dedicaba esa portada doble que ahí ven a glosar la españolidad de Athletic y Barça (*Dos históricos españoles se juegan hoy la Copa del Rey)* y glosar la partitura del **«himno ejemplar de la nación más vieja de Europa** (...), **el único que no habla de sangre ni de derrotas ni de venganzas» (Carlos Dávila** *dixit***)**

Y *Abc* y *La Razón* abrían otra veda con belicosas portadas en defensa de Gibraltar a cuenta de las escaramuzas navales. Editorial de *Abc:* **«No está España en su mejor momento para salir a la palestra internacional y relanzar la cuestión nacional. Pero no siempre se puede elegir cuándo y con quién hay que medirse, y, en todo caso, debe servirle al Gobierno la conciencia clara de que la razón histórica y legal está de parte de España, nunca del lado de una rancia exhibición de colonialismo».**

LA GACETA

Dos históricos españoles se juegan hoy la Copa del Rey

HIMNO NACIONAL

Acostumbrémonos, que la eterna España está de vuelta. Lo certificaba **José María Marco** *(La Razón),* puntal de ese faro que es la FAES, al denunciar **«las tendencias regresivas»** del 15-M, del **«republicanismo utópico de la bandera tricolor»** y, sobre todo, de los otros nacionalismos: **«Las naciones en trance de invención requieren la segregación y la supresión de lo ajeno, en este caso de lo español, para tomar cuerpo en su pureza prometida. Se entiende así por qué el nacionalismo es una forma de regresión, de las más peligrosas además».** Además, **«se siente en la obligación de manifestarse contra la Corona** (...), **que viene a ser la garantía última de la diversidad y del respeto al pluralismo».** ≡ XAVIER **CAMPRECIÓS**

GRUPO ZETA

Fundador: ANTONIO ASENSIO PIZARRO. **Presidente:** Antonio Asensio Mosbah. **Presidente de la Comisión Ejecutiva:** Juan Llopart Pérez. **Director General:** Conrado Carnal. **Director Editorial y de Comunicación:** Miguel Ángel Liso.
Directores de área: Prensa: Enrique Simarro. **Comercial y Publicidad:** Pablo San José. **Libros y Plantas de impresión:** Román de Vicente. **Revistas:** Marta Ariño. **Recursos:** David Casanovas.
EDICIONES PRIMERA PLANA: Director General: Enrique Simarro. **Directores:** J. Garçon (comercial), J. Alegre (márketing y comunicación), M. Fañanàs (r. externas), J. L. Busquets (tesorería), J. Sicart (control de gestión), J. Coll (administración), L. M. Blasco (sistemas de edición), K. Olivier (tecnologías), M. Moya (producción). **Impresión: Gráficas de Prensa Diaria. Gerente:** J. Casanovas. **Distribución: Logística de Medios Catalunya S.L. Director:** J. Solà. Consell de Cent, 425-427, 3ª planta. 08009. Barcelona. T: 93 265 53 53. Fax: 93 484 37 48. **Publicidad: Zeta Gestión de Medios. Dir. gerente:** P. San José. Consell de Cent, 425-427, 6ª planta; 08009 Barcelona. T: 93 265 53 53. Orduña, 3. 28034 Madrid. T: 91 586 97 00.