

JEANNE M. HOLM, ARQUITECTA JEFE DE CONOCIMIENTO DE LA NASA Y PORTAVOZ DE DATA.GOV

“Es fascinante que algunas ciudades españolas publiquen sus datos en la web”

Los ciudadanos deben ser partícipes de todo lo que les rodea, ya sea información gubernamental o ciencia que va más allá de las estrellas. Esa es la filosofía de Jeanne M. Holm, arquitecta jefe de conocimiento de la NASA y portavoz del proyecto de datos libres del gobierno de Obama, data.gov. La experta ha compartido con SINC su visión de una información sin límites.

Laura Chaparro

25/5/2011 11:43 CEST



Jeanne M. Holm, arquitecta jefe de conocimiento de la NASA y portavoz de data.gov. Imagen: SINC.

Usted forma parte de data.gov, la iniciativa de datos libres del gobierno de Obama. ¿Qué implica que las administraciones ‘cuelguen’ la información?

Es importante que los gobiernos de todo el mundo abran datos para que los ciudadanos puedan ver cómo están funcionando. Es fascinante que *open*

data esté empezando en España: hay varias ciudades que están abriendo ya sus datos. [En España existen [14 iniciativas](#) oficiales para crear proyectos de este tipo].

¿A qué se refiere su eslogan *empowering people* ('dando poder a la gente')?

Estamos pensando en cómo dar a la gente el poder para que pueda mejorar su vida diaria. Por ejemplo, proporcionamos datos para que cualquier ciudadano compruebe el avance de la investigación de un tema específico. Además, suministramos mapas y otra información para que el público pueda crear aplicaciones para móviles y teléfonos inteligentes. Solamente están limitados por su imaginación y por cómo quieran usar los datos del gobierno para mejorar sus vidas.

Dos años después del lanzamiento de *data.gov*, ¿cuál es su balance?

Hemos ido muy lejos en dos años: se han publicado 390.000 conjuntos de datos y se han creado 1.000 aplicaciones para que la gente pueda aprovechar esta información. También estamos encantados con las nuevas comunidades de [salud](#), [legislación](#), clima y energía, porque cuentan con expertos que ayudan a la gente a comprender qué quieren decir los datos.

Además de *data.gov*, usted también forma parte de la unidad de conocimiento de la NASA. ¿Por qué es importante explicar los avances de la agencia a la sociedad?

Nuestra labor principal es educar a la gente para que sepa percibir el universo. Tenemos que conseguir que la ciencia espacial sea comprensible para todos y con ese fin, hemos puesto en marcha programas de educación desde el colegio hasta la universidad. Además, acudimos a las redes sociales como Facebook, Twitter o MySpace para estar presentes en todas las conversaciones. Queremos estar en su entorno y formar parte de la comunidad.

Un papel importante, por tanto, el de las redes sociales en la agencia espacial.

Hemos sido los primeros en enviar *tweets* desde el espacio. Queremos

comunicar la excitación que nos provocan nuestras noticias a los ciudadanos de EE UU, que pagan por ello. Lo más importante para nosotros es saber qué dicen y qué quieren aprender y para eso, tenemos que estar en las redes sociales.

¿Participan los investigadores en las tareas de divulgación?

Algunos no son muy buenos explicando conceptos al público pero todos están encantados con la investigación que hacen y a veces les ayudamos a transmitir sus descubrimientos. Tenemos muchos investigadores en España y además, una de nuestras herramientas más importantes para comunicarnos con los astronautas es el Complejo de Comunicaciones del Espacio Profundo de Madrid, en Robledo de Chavela.

A la gente le gusta la astronomía por su espectacularidad, mientras que las matemáticas y la química atraen menos. ¿Qué podemos hacer?

Nosotros tratamos de enseñar a la gente de diferentes formas: algunos leen, otros escriben, otros ven vídeos, otros juegan... Utilizamos muchos métodos. Por ejemplo, dejamos a los ciudadanos ser 'marcianos' para que exploren la superficie de Marte y seleccionen el siguiente punto en el que vamos a aterrizar en el planeta rojo. Así aprenden sin tener que recurrir a las matemáticas y conseguimos que se interesen por el tema.

¿Y cómo explican conceptos complicados como por ejemplo 'momento angular'?

Estos términos más especializados los utilizamos en función del grupo al que estamos tratando de llegar. Los expertos de la NASA van a colegios para poder enseñar a los niños in situ; para los adultos utilizamos vídeos, juegos o lecturas de entretenimiento.

Todos los días habla con científicos, gobiernos, ciudadanos... ¿Qué público prefiere?

Prefiero el tipo de público que está interesado y tiene curiosidad por el mundo que nos rodea. Hay tanta información que podemos comunicar que lo que nos apetece de verdad es saber qué quiere saber el público y buscar la

mejor estrategia para hacérselo llegar. Queremos que la gente presente sus propios retos a la NASA, tanto los niños como los mayores, para que podamos mejorar.

Derechos: **Creative Commons**

TAGS

OPEN DATA | DATOS | DATA.GOV | LIBRES | BWS | TWITTER | FACEBOOK |
NASA | ESPACIO | DIVULGACIÓN | REDES SOCIALES |

Creative Commons 4.0

Puedes copiar, difundir y transformar los contenidos de SINC. [Lee las condiciones de nuestra licencia](#)