

# DIVULGA AECC

## DEL LABORATORIO A LA SOCIEDAD

### CAPÍTULO 2. ¿QUÉ LE INTERESA AL PÚBLICO?

Los artículos académicos tienen una estructura muy definida: introducción, métodos, resultados y discusión/conclusiones. De todo eso, ¿qué es lo importante cuando divulgamos?. Para definirlo es necesario tener en cuenta una serie de puntos:

1. Definir el público al que te diriges.

2. Plantear el problema, la incógnita y hacer que sea la del público: lo que tiene que mover al público a prestar atención seguramente sea lo mismo que ha movido a los investigadores a trabajar sobre ello, porque jugamos con la misma curiosidad.

3. Resolver la incógnita: explicar qué se ha hecho, qué se ha encontrado, y como se puede continuar en el futuro.

4. Mantener el rigor quitando lo árido.

### ¿CÓMO GENERAR INTERÉS?

Una forma de conseguir este objetivo es centrarse en ideas o mensajes, no temas. Del tema que queremos explicar, pensar bien en que es lo importante o necesario contar (no para ti sino para tu audiencia)..



#### DIVULGA TIPs:

Elegir 2-3 ideas clave.

Empezar con una pregunta puede ser una buena opción.

Otro factor importante es que el mensaje a comunicar tenga fuerza. ¿Cómo conseguirlo?



#### DIVULGA TIPs:

1. Crear contraste entre conceptos.

💡 EJEMPLO DIVULGA: hablar de un oncogén frente a un gen supresor de tumores, o explicar en qué diferencia una célula tumoral de una célula sana.

2. Ir a lo concreto, a lo real, a ejemplos que sean familiares para nuestra audiencia y nos sirvan para explicar los conceptos más abstractos:

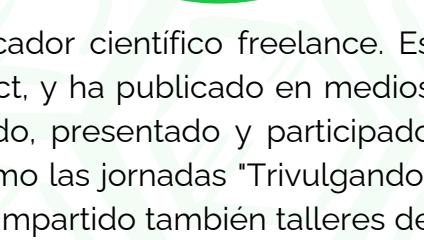
💡 EJEMPLO DIVULGA: en el Alzheimer, se pierde antes la memoria episódica que la semántica. Eso significa que los pacientes olvidan antes eventos que han vivido (donde han dejado las llaves o si hay que comprar fruta) que hechos que conocen sobre el mundo (quién es el presidente de EE.UU).

3. Hacer visual la explicación:

💡 EJEMPLO DIVULGA: si queremos hablar de "una nanopartícula modificada con ligandos en su superficie para interaccionar con la célula tumoral", puede ayudar si conseguimos que la gente visualice la nanopartícula como una especie de nave espacial microscópica que se introduce en el cuerpo para buscar el tumor.

4. Buscar el mejor momento para divulgar sobre un tema

## SOBRE PABLO IZQUIERDO



Pablo Izquierdo es bioquímico, neurocientífico y comunicador científico freelance. Es editor de salud en la plataforma de fact-checking Metafact, y ha publicado en medios como El País, The Conversation y Principia. Ha organizado, presentado y participado como ponente en eventos de ciencia en varios países, como las jornadas "Trivulgando" o el festival internacional de cine científico "InScience". Ha impartido también talleres de comunicación para investigadores en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, y con niños (en colaboración con British Council) en Francia.

Beca Falling Walls de periodismo de investigación en 2020, Premio 'Jot Down' de divulgación científica en 2019 y tercer premio en el concurso de monólogos científicos Famelab en 2017.