

DIVULGA AECC

DEL LABORATORIO A LA SOCIEDAD

CAPÍTULO 9. UN ALTAZO PARA LA CIENCIA

La investigación científica es la profesión para generar conocimiento. Esta labor se realiza empleando el método científico para minimizar los sesgos o errores inherentes a cualquier actividad humana. Por tanto, en un centro de investigación se buscan respuestas para ampliar el conocimiento o para solucionar problemas sobre un área concreta. Si producir conocimiento sólido es la actividad fundamental en un centro de investigación, toda su comunicación externa gira en torno a este objetivo prioritario. Por ello, el gabinete de comunicación de un centro de investigación, es un altavoz fundamental para difundir el conocimiento que se genera en él.

Hay diferentes colectivos interesados en el conocimiento generado en un centro de investigación, como no son grupos homogéneos, es fundamental adaptar los mensajes para acercar la ciencia a la sociedad. Si esta comunicación científica no se realiza adecuadamente, en lugar de acercar la ciencia, en muchos de los casos se conseguirá el efecto contrario.

La comunicación realizada en un centro de investigación está dirigida a diferentes colectivos:

- Estudiantes en distintas etapas educativas.
- Científicos que acuden o participan en convocatorias de formación como seminarios, congresos, jornadas.
- Empresas que ofrecen productos que se emplean en los laboratorios de biomedicina.
- Asociaciones de familiares o pacientes sobre una patología concreta.
- Periodistas:
 1. A partir de la difusión de una noticia del propio centro sobre un nuevo avance científico generado por sus investigadores y es el periodista quien contacta con el centro para ampliar la información.
 2. Que busquen un especialista que amplíe o aclare algún tema científico sobre el que están trabajando o sobre una noticia científica publicada en una revista especializada.

*Los periodistas especializados son fuente de información rigurosa sobre su especialidad, y al mismo generan noticias.

SOBRE ALMUDENA TIMÓN



Almudena Timón es responsable de Comunicación y Marketing del Centro de Investigación del Cáncer (CIC-IBMCC) desde 2001. Especializada desde 1998 en gestión y divulgación de I+D, ha desarrollado su trabajo fomentando la cultura científica y el marketing social para reforzar el posicionamiento del CIC.

Desde el 2009 al 2012, trabajó en el Centro de Referencia Estatal del Alzheimer en la elaboración de manuales de referencia Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, así como trabajos de vigilancia tecnológica y eventos para fomentar la colaboración entre grupos de investigación sociosanitaria de la enfermedad de Alzheimer.