



Universitat de Barcelona



Universitat de Barcelona

Comunicar la ciencia para multiplicar el impacto social: ¿una obligación, un reto o una oportunidad?

Alejandra Campos. Dra. en Comunicación por la Universidad Pompeu Fabra (UPF).
Senior advisor en proyectos internacionales, Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).

Congreso CODI, Facultad de Información y Medios Audiovisuales (FIMA)
Universitat de Barcelona, 19 de febrero de 2026

Introducción y contexto

En 2020 el **programa marco Horizonte 2020** era el **mayor programa de financiación de ciencia e innovación** a nivel mundial.

- Un presupuesto público de casi **80.000 M€** para el período **2014-2020**.
- Instrumento financiero para **implementar políticas públicas**.
- En una economía basada en **el conocimiento como motor de crecimiento**, la inversión pública en investigación permite el **avance de la sociedad**.



El problema

En 2017 la **evaluación intermedia** del Programa Marco europeo de investigación e innovación **Horizonte 2020** (2014-2020) detectó **siete retos clave pendientes de mejora** durante **2017-2027**, uno de los cuales estaba centrado en la **comunicación efectiva**:

“Existe la necesidad de **una mejor divulgación a la sociedad civil para explicar mejor los resultados y los impactos y la contribución que la investigación y la innovación pueden hacer para abordar los retos sociales** e involucrarlos mejor en el **codiseño** del programa (establecimiento de la agenda) y de su implementación (**cocreación**).”



Objetivo

Estudiar la **comunicación efectiva de la ciencia a audiencias amplias** en el contexto de los proyectos de ciencia e innovación de los programas marco europeos.

Horizonte 2020 (2014 a 2020)
80.000 M€



Horizonte Europa (2021 a 2027)
95.500 M€



El concepto de comunicación en la UE

La UE define la **comunicación** como:

”Un proceso **planificado estratégicamente** que **se inicia al comienzo de la acción** y continúa durante toda su vida útil, con el objetivo de **promover la acción y sus resultados**. Requiere **medidas estratégicas** y específicas para comunicar a una **multitud de audiencias**, incluidos los **medios de comunicación y el público**, de manera estratégica y **efectiva** y posiblemente participando en un intercambio bilateral.” (EC, 2016)



“Las **políticas públicas** estructuran la sociedad. Las políticas determinan quién obtiene **recursos** y quién no; cuáles **problemas** se abordan y cuáles no; y qué **enfoques** para **mejorar el bienestar** se emplean y se evitan.”

(Kendall-Taylor y Levitt, 2017).

Propuestas que compiten, proyectos que impactan



La **comunicación** es la manera en que la **investigación** sale de los laboratorios, de los artículos, del proyecto y del entorno de los beneficiarios del proyecto **para llegar a múltiples audiencias de la sociedad** (EC, 2016).

“La ciencia actual está financiada en gran parte por (los dólares de) los contribuyentes y, debido a esto, los científicos tienen la responsabilidad de garantizar que su investigación se comuniquen de manera efectiva a los contribuyentes y a los responsables políticos que determinan la distribución de esos fondos.”

(Bushana et al., 2019).

**¿Es la comunicación una obligación,
un reto o una oportunidad?**

La comunicación es una obligación

- Es una **condición de elegibilidad en programas competitivos de vanguardia** como el programa marco europeo derivada a otras regiones o países de la UE.
- Es una **obligación contractual**, parte del proyecto que se financia y un **resultado** a alcanzar.
- Avanzar el conocimiento es parte del ejercicio de la **profesión científica**. El conocimiento como bien público **debe comunicarse para existir**.
- **Transferir conocimiento a audiencias amplias, incluyendo los medios y el público**, es una **responsabilidad social** inherente a la profesión científica.
- **Papel fundamental de los medios de comunicación, en sentido amplio.**

La comunicación es un reto

- La comunicación de la ciencia tiene el **reto de transferir sus avances** en forma interdisciplinar para que otras disciplinas puedan comunicar a la sociedad.
- **Socializar la información** fomenta el **modelo embajador** con la participación ciudadana (cocreación) **ante el modelo del déficit**.
- La comunidad investigadora necesita **formación** en cómo comunicar sus proyectos.
- Se necesitan **herramientas para facilitar la comunicación** a grupos de investigación no necesariamente expertos en comunicar sus ciencias.

La comunicación es una oportunidad

- La comunicación **multiplica el valor de la ciencia y el impacto social** de la inversión pública en ciencia.
- Al **multiplicar el impacto social**, da **visibilidad**, **potencia la carrera investigadora** y es una **oportunidad** para atraer **expertos, colaboraciones, socios estratégicos**.
- Fomenta la ciencia como **bien común** y potencia la **confianza** en el proyecto de la UE.
- Comunicar a los **creadores de políticas** permite influir en futuras oportunidades de financiación y el **codiseño de las agendas** y la **cocreación** con la sociedad.
- Comunicar para **socializar la información** de proyectos financiados, aporta **información de base científica** y ayuda a **luchar contra la desinformación**.
- Oportunidad para **profesionales y académicos** de la comunicación social.

“El conocimiento científico es comunicable,
no es inefable sino expresable,
no es privado sino público”

(Mario Bunge. 1960)

“El saber es un bien público por excelencia”

(Thomas Piketty, 2019)

Conclusiones generales

Conclusiones

- La estrategia de comunicación en fase de propuesta es crucial para propuestas más sólidas. Es criterio de **elegibilidad**. Es un resultado y una **obligación contractual**.
- Comunicar que se investiga con fondos públicos es una **responsabilidad social y ética** de la comunidad científica con la sociedad y **parte de su actividad**.
- La comunicación es la actividad que permite **multiplicar el impacto social, económico/tecnológico y académico** de la inversión pública en investigación e innovación, que es nuestra base de continuidad de la profesión científica.
- La **comunicación** de la ciencia es un **reto** para la comunidad científica en conjunto porque es una ciencia en si misma. Somos quienes nos dedicamos a la ciencia y a la comunicación quienes podemos traducir la complejidad en narrativas accesibles.
- Hay una gran **oportunidad** para profesionales de la comunicación y para la investigación en comunicación.

Conclusiones

- En el contexto actual de desafíos globales y desinformación, la **comunicación** puede ser una herramienta de cambio social y convertirse en el **motor** que impulsa y **multiplica el impacto social de la ciencia**.
- **Acortar la brecha entre la ciencia y la sociedad** desde **la comunidad científica**.
- **La inversión en ciencia busca el bien común**, y es una manera de **generar confianza en el sistema** y en las **políticas públicas que dan soporte a la ciencia**.
- La información de calidad de base científica **pone en valor la ciencia**, da un marco de seguridad y **ayuda a combatir la desinformación**.
- **Comunicar efectivamente requiere estrategia y un plan con objetivos de impacto**.

SCICOMM-Tool: aportación pragmática y de transferencia de nuestra investigación

Estrategia y planes de comunicación efectiva

Nuestra **herramienta conceptual SCICOMM-Tool** es un resultado de **transferencia y una aportación pragmática** para **definir la estrategia y planes de comunicación efectiva**, con foco en el **impacto social**.

- ✓ Basada en la definición de proyectos **sociales** (Ander-Egg & Aguilar Idáñez, 2005) y en la **herramienta de 10 preguntas clave** (Campos y Codina, 2020).
- ✓ Es una **herramienta conceptual e intuitiva** para idear, planificar y evaluar un plan dinámico-estratégico de comunicación de proyectos
- ✓ Pensada para **grupos de investigación no necesariamente expertos en comunicación**.



SCICOMM-Tool: 10 preguntas y 10 dimensiones

1 ¿por qué? FUNDAMENTOS

Condiciones con las que financian el proyecto, políticas públicas, obligaciones y qué se espera del proyecto (resultados, impacto), y la responsabilidad social que asumimos con los fondos.

2 ¿a quiénes? AUDIENCIAS

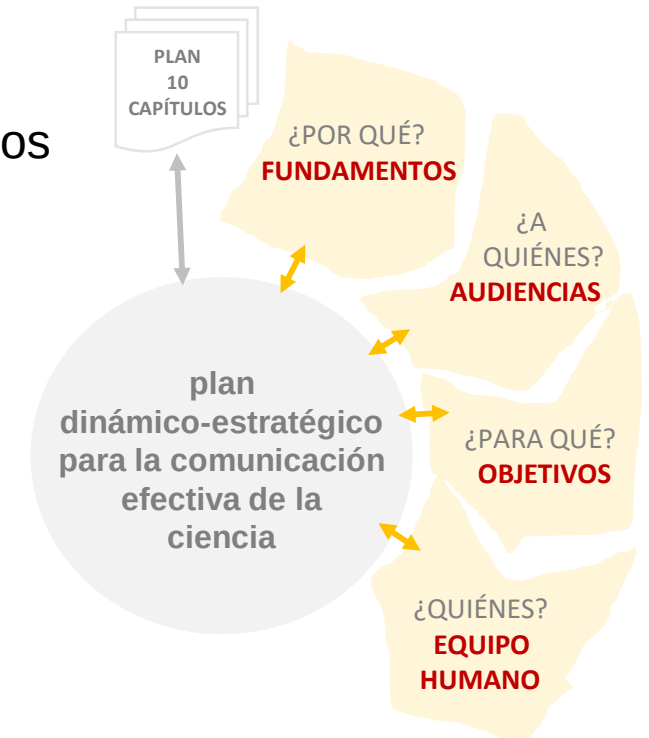
Alcanzar a audiencias de la sociedad, sus segmentos y a los medios como agentes multiplicadores, a creadores de políticas, a socios estratégicos, etc.

3 ¿para qué? OBJETIVOS

Impacto social, visibilidad de la investigación, los resultados y los fondos públicos. Poner en valor la investigación. Concientizar de la inversión pública para el bien de la sociedad.

4 ¿quiénes? EQUIPO HUMANO

Equipo humano que coordina y participa en las actividades de comunicación: el director de comunicación y todos los que intervienen.



CC BY-NC-ND 4.0

SCICOMM-Tool: 10 preguntas y 10 dimensiones

5 ¿con qué?

RECURSOS

Aparte de los recursos humanos, con qué recursos económicos, materiales y técnicos contamos para comunicar, de acuerdo a la dimensión de la acción

6 ¿dónde?

CANALES

Diferentes canales de comunicación a utilizar según a qué segmentos de audiencias o públicos objetivos queremos alcanzar.

7 ¿cómo?

ACTIVIDADES Y MÉTODOS

Qué tipo de actividades y métodos utilizaremos para cada canal que hayamos seleccionado: web, dossiers, material audiovisual, microblogging, blogs, podcasts, eventos singulares, etc.

8 ¿cuándo?

PLANIFICACIÓN

Cronograma de las acciones de comunicación que hayamos definido.



SCICOMM-Tool: 10 preguntas y 10 dimensiones

9 ¿qué?

MENSAJES A
COMUNICAR

Buscar el mejor mensaje para cada canal y medio, no solo para cada audiencia sino para cada uno de sus segmentos y públicos objetivos o targets.

10 ¿cuánto?

IMPACTO A LOGRAR

Establecer la dimensión de la comunicación que queremos alcanzar (KPIs) que puedan medirse y evaluarse, en cada canal, actividad y método.

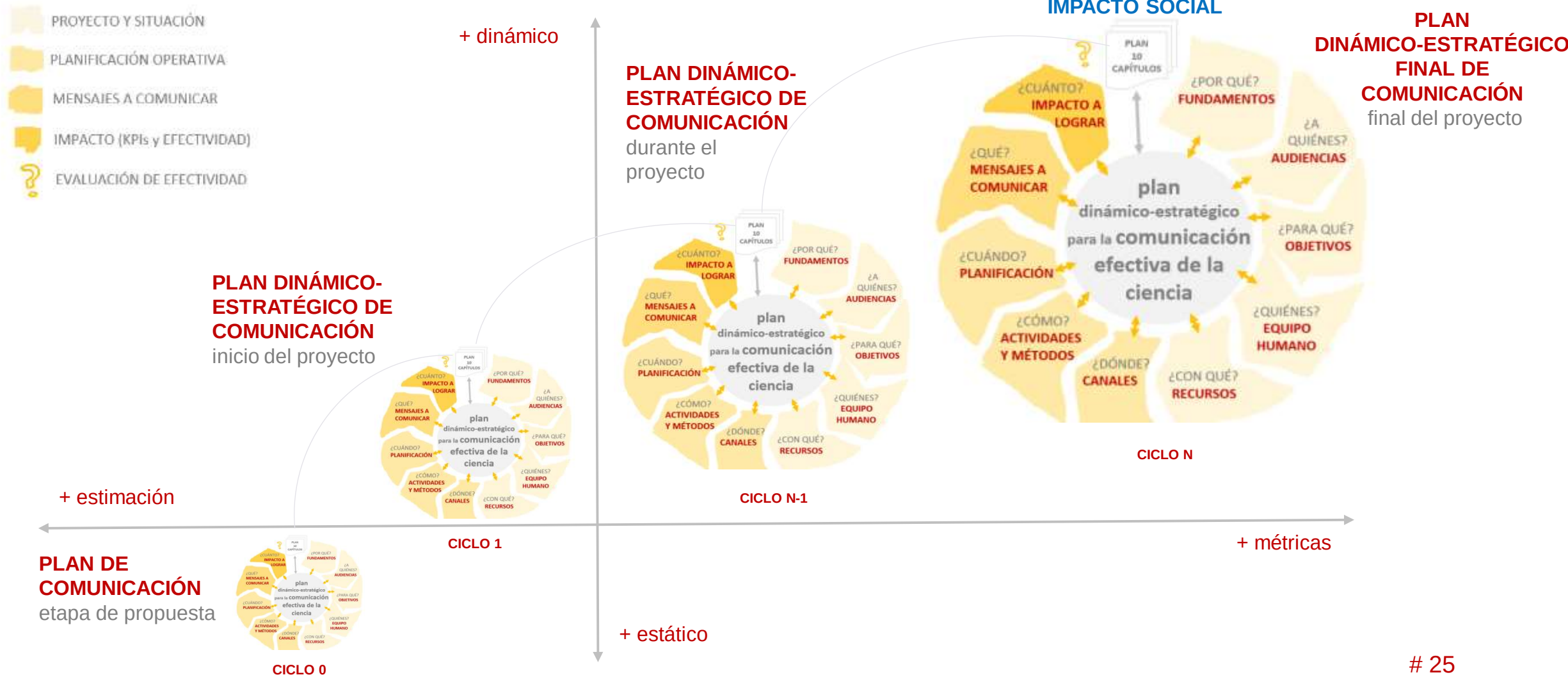


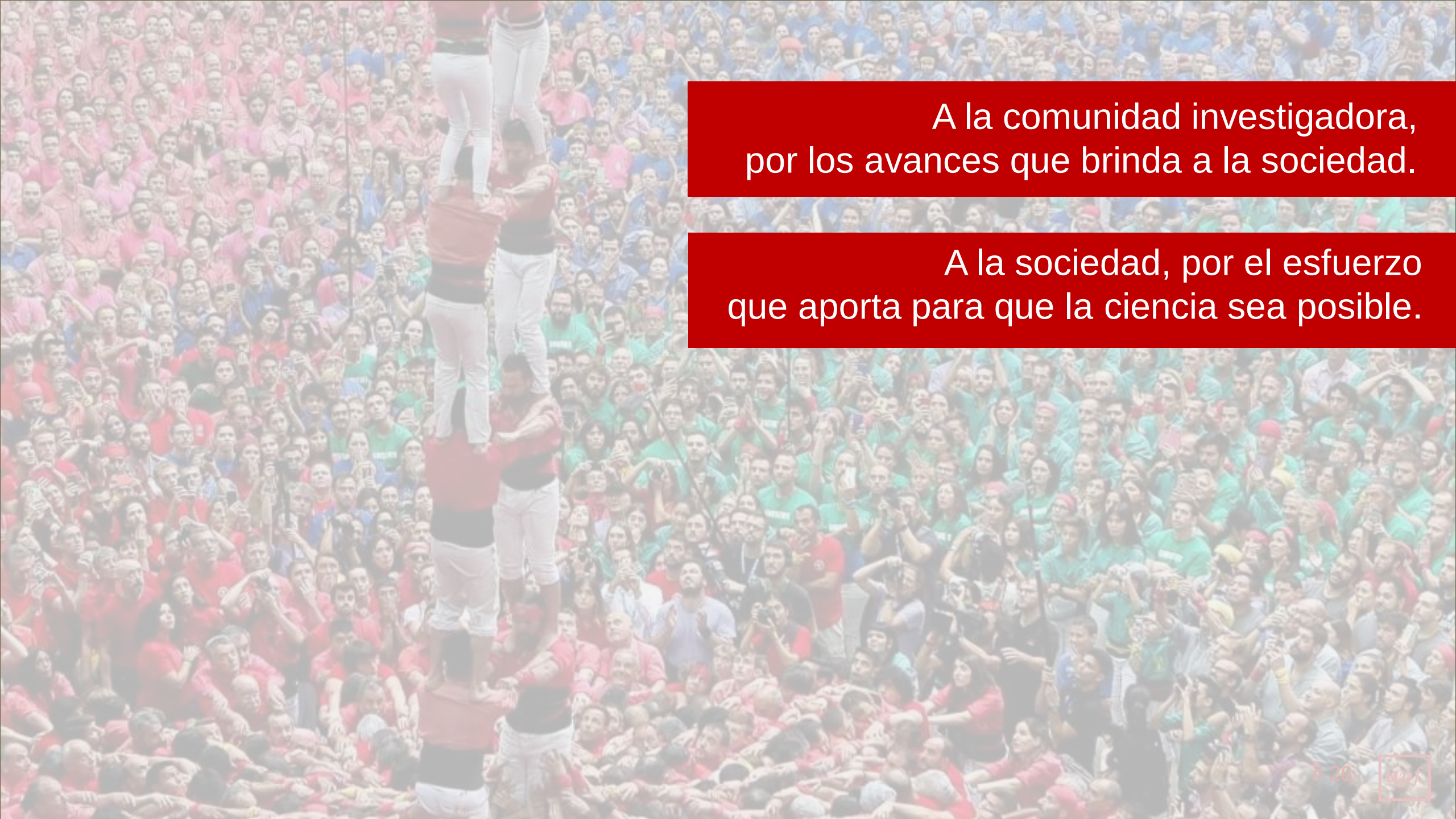
SCICOMM-Tool: diseñar la estrategia y el plan dinámico-estratégico de comunicación

CAPÍTULO	1
INDICADOR	FUNDAMENTOS
PREGUNTA	¿POR QUÉ? Esta pregunta exige explicar la razón del plan estratégico de comunicación a desarrollar. La respuesta debe describir tanto el origen de la existencia del proyecto, como su alcance y el motivo por el cual pondremos en marcha este plan.
FASE	PROYECTO Y SITUACIÓN
EXPLICACIÓN	Explicar la fundamentación, las bases, el sentido del plan estratégico de comunicación conociendo las políticas que dan origen de la existencia del proyecto, su alcance y el motivo del plan
ALCANCE	✓ Políticas implementadas en la convocatoria ✓ Responsabilidad social de proyectos financiados con fondos públicos ✓ Indica el por qué se financia y qué se espera del proyecto
DESCRIPCIÓN DETALLADA PARA LA PREPARACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN	✓ Origen de la existencia del proyecto y por qué se ha financiado ✓ ¿El proyecto se financia con fondos públicos? ✓ ¿Qué programa, convocatoria, fondos y tipo de financiación recibe? ✓ ¿Qué responsabilidad social se deriva del contrato o proyecto? ✓ ¿Qué obligaciones de comunicación o de alcance al público derivan del contrato? ✓ Motivo por el cual se implementará el plan de comunicación



SCICOMM-Tool: ciclo evolutivo del plan dinámico-estratégico de comunicación



A large, dense crowd of people, mostly young adults, is gathered for a festival or event. In the foreground, a human pyramid is being built, with several people standing on the shoulders of others. The crowd is diverse in age and appearance, and many are holding up phones to take pictures. The background is filled with more people, creating a sense of a large-scale gathering.

A la comunidad investigadora,
por los avances que brinda a la sociedad.

A la sociedad, por el esfuerzo
que aporta para que la ciencia sea posible.

¡Gracias por vuestra atención!

Dra. Alejandra Campos
campossalva.alejandra@gmail.com

Google scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=0ad9LpoAAAAJ&hl=ca>

Linkedin: [linkedin.com/in/alejandracampos](https://www.linkedin.com/in/alejandracampos)

Orcid: [0000-0002-3067-2647](https://orcid.org/0000-0002-3067-2647)

REFERENCIAS

- Ander-Egg, E., & Aguilar-Idañez, M.-J. (2005). Como Elaborar Un Proyecto. <https://bit.ly/3nLXcr4>
- Beardsworth, S. J. (2020). Building Knowledge Bridges through Effective Science Communication. Chemistry - A European Journal, 26(8), 1698-1702. <https://doi.org/10.1002/chem.201905685>
- Booth, A., Papaionnou, & Sutton, A. (2012). Systematic Approaches to a Successful Literature Review. London: Sage.
- Brick, C., McDowell, M., & Freeman, A. L. J. (2020). Risk communication in tables versus text: A registered report randomized trial on «fact boxes». Royal Society Open Science, 7(3). <https://doi.org/10.1098/rsos.190876>
- Bunge, M. (1960). La ciencia, su método y su filosofía. Ediciones Siglo XX. Buenos Aires.
- Bushana, P. N., Szent, C., & Kozlovich, S. (2019). Engaging Scientists in Policy Discourse. Current Protocols in Essential Laboratory Techniques, 19(1). <https://doi.org/10.1002/cpet.37>
- Campos, A. (2022). Comunicación efectiva de la ciencia, diseminación y explotación: actividades multiplicadoras del impacto en el sistema europeo de investigación e innovación. Instituto Aragonés de Ciencias de la Salud (IACS). Campus Universidad de Zaragoza, España. Junio 2022. (Vídeo). <https://www.youtube.com/watch?v=1D1KSikFAAM>
- Campos, A., & Codina, L. (2020). Planes de comunicación efectiva para proyectos de ciencia e innovación. En J. Sotelo González & J. Gallardo Camacho (Eds.), Comunicación especializada: historia y realidad actual (1.a ed., pp. 1215-1244). McGraw-Hill Interamericana de España. ISBN 978-84-486-2430-9 <https://doi.org/10.5281/zenodo.4726177>
- Campos, A. & Codina, L. (2020). Planes de comunicación efectiva para proyectos de ciencia e innovación, 2020. I Congreso Internacional de Comunicación Especializada (I CICE). 30 Noviembre 2020. (Video resumen) <https://bit.ly/3b9TDGd>
- Campos, A., & Codina, L. (2021a). Análisis de estrategias de comunicación, diseminación y explotación en Horizonte 2020: claves para multiplicar el impacto de proyectos europeos. Revista Prisma Social, 32. <https://revistaprismasocial.es/article/view/3935/4790>
- Campos, A., & Codina, L. (2021b). Communication, dissemination and exploitation strategy analysis in horizon 2020 keys to multiply the impact of European projects. Prisma Social, 32, 293-320. <https://revistaprismasocial.es/article/view/3935/4854>
- Campos, A., & Codina, L. (2022). Comunicación efectiva de la ciencia: multiplicar el impacto y combatir la desinformación. En “Nuevas tendencias en comunicación especializada y en educación” en E. Vaquerizo Domínguez, A. Ma Sandulescu Budea y M. López Pérez, (coords.). Historia de los Sistemas Informativos. Editorial Gedisa, S.A. <https://bit.ly/3LhO78>
- Campos, A. & Codina, L. (2020). “Comunicación efectiva de la ciencia: multiplicar el impacto y combatir la desinformación”, 2021. Libro de Actas del XIII Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, 1, 2 y 3 Diciembre 2021. ISBN 978-84-32379-1. <https://youtu.be/UT5zh2dKL3U?t=12449>
- Campos, A., Pedraza-Jiménez, R., & Codina, L. (2021). Comunicación efectiva de la ciencia, diseminación y explotación: actividades multiplicadoras del impacto en el sistema europeo de investigación e innovación. Revista EPI, 1-95. <https://doi.org/10.3145/digidoc-informe6>
- Carpenter, S. (2021). The open notebook. <https://www.theopennotebook.com/>
- Codina, L. (2017). Revisiones de la literatura y cómo llevarlas a cabo con garantías: systematic reviews y SALSA Framework. <https://www.lluiscodina.com/>. <https://www.lluiscodina.com/revision-sistematica-salsa-framework/>
- Codina, L. (2019). SEO Académico: definición, componentes y guía de herramientas. <https://www.lluiscodina.com/seo-academico-guia/>
- Codina, L., & Lopezosa, C. (2020). SEO de contenidos: conceptos, componentes y guía de recursos 2020. <https://bit.ly/3c3eUSD>
- Coller, X. (2005). Estudio de caso. Centro de Investigaciones Sociológicas. ISBN 10: 8474763878.
- Cortiñas, S., & Alonso, F. (2014). La decadencia de las secciones de ciencia en los medios tradicionales: Análisis de sus causas desde los paradigmas dominantes del pensamiento contemporáneo. Prisma Social, 12, 402-435. <http://bit.ly/38Pr7s5>
- Council of the Royal Society. (1995). The public understanding of science. Interdisciplinary Science Reviews, 20(4), 110-116. <https://doi.org/10.1179/isr.1995.20.4.110>
- Darr, K. D., East, J. L., Seabrook, S., Dundas, S. J., & Thurber, A. R. (2020). The Deep Sea and Me: Using a Science Center Exhibit to Promote Lasting Public Literacy and Elucidate Public Perception of the Deep Sea. Frontiers in Marine Science, 7. <https://doi.org/10.3389/fmars.2020.00159>
- Davis, E., Caffrey, J. M., Coughlan, N. E., Dick, J. T. A., & Lucy, F. E. (2018). Communications, outreach and citizen science: Spreading the word about invasive alien species. Management of Biological Invasions, 9(4), 515-525. <https://doi.org/10.3391/mbi.2018.9.4.14>
- De Saille, S. (2015). Innovating innovation policy: the emergence of ‘Responsible Research and Innovation’. Journal of Responsible Innovation, 2(2), 152-168. <https://doi.org/10.1080/23299460.2015.1045280>
- DESCA. (2017). DESCA model for Horizon 2020 (Vol. 1.2). <https://bit.ly/44kLwOO>
- DESCA. (2021). DESCA Model Consortium Agreement for Horizon Europe. December, 1-64. www.desca-agreement.eu
- Druckman, J. N., & Lupia, A. (2017). Using frames to make scientific communication more effective. The Oxford Handbook of the Science of Science Communication, June, 351-360. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190497620.013.38>
- EASME. (2017). Communication workout webinar (60-minute), EASME. <https://ec.europa.eu/easme/en/commsworkout-webinar>
- EC Dashboard. <https://bit.ly/3jAWDxL>
- EDMO. (2022). European Digital Media Observatory. <https://edmo.eu/>
- El País. (2006). La española Geovirtual desafía a Google Earth. El País. https://elpais.com/diario/2006/11/23/ciberpais/1164252266_850215.html
- European Commission. (2010a). EUROPA 2020: Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. En Derecho y Cambio Social (Números 2224-4131). <https://bit.ly/3LbZOCg>
- European Commission. (2010b). EUROPE 2020 A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- European Commission. (2014a). Communicating EU research and innovation guidance for project participants. <https://bit.ly/36Y5EvL>

REFERENCIAS

- European Commission. (2014b). HORIZON 2020 in brief. <https://doi.org/10.2777/3719>
- European Commission. (2016a). EU Open Innovation, Open Science, Open to the World. <https://doi.org/10.2777/061652>
- European Commission. (2016b). The EU guide to science communication (videos filmed at the EuroScience Open Forum 2016). ESOF. <https://bit.ly/3aOpuuF>
- European Commission. (2017a). Horizon 2020: Key findings from the interim evaluation. Press Release. <https://doi.org/10.2777/46837>
- European Commission. (2017b). Horizon 2020 Self-evaluation form Form 2018-2020 (RIA, IA, CSA). (Issue October 2017). <https://bit.ly/3tGQaGr>
- European Commission. (2018). A new Horizon for Europe. Impact Assessment of the 9th EU Framework Programme for Research and Innovation (Directorat). <https://doi.org/10.2777/978720>
- European Commission. (2019a). Annotated Model Grant Agreement. <https://bit.ly/3tQAOzl>
- European Commission. (2019b). Commission to invest €11 billion in new solutions for societal challenges and drive innovation-led sustainable growth. European Commission news. [Comunicado de prensa] <https://bit.ly/3aOzfZZ>
- European Commission. (2019c). H2020 Programme, AGA – Annotated Model Grant Agreement V5.2. <https://bit.ly/2KChYrQ>
- European Commission. (2019d). Hacia una Europa sostenible en 2030. <https://bit.ly/3aO6754>
- European Commission. (2019e). Horizon 2020, General Annexes. 2020 (July 2019). Funding and Tender opportunities. Consultado el 4 de abril de 2020. <https://bit.ly/3jAmUMN>
- European Commission. (2019f). HORIZON 2020 Key achievements and impacts.
- European Commission. (2020a). Communicating your project in Horizon 2020. Funding and Tender opportunities. Consultado el 4 de abril de 2020. <https://bit.ly/3cYu4Jl>
- European Commission. (2020b). Communication, dissemination and exploitation. Why they all matter and what is the difference? Consultado el 4 de abril de 2020. <https://bit.ly/3HkhqD6>
- European Commission. (2020c). Dissemination and exploitation of Results in Horizon 2020. <https://bit.ly/2XXcmir>
- European Commission. (2020d). Glossary Horizon 2020, Funding & tender opportunities. <https://bit.ly/2MQxPpJ>
- European Commission. (2020e). Programme Guidance Social media guide for EU funded R&I projects. Abril, 1–19. <https://bit.ly/3rvolyW>
- European Commission. (2020f). Horizon 2020 EC Dashboard. <https://bit.ly/2NeFNbT>
- European Commission. (2020g). Horizon 2020 EC Dashboard Funded Projects. <https://bit.ly/3jAWDxL>
- European Commission. (2020h). Horizon 2020 EC Dashboard, Publications. Consultado el 4 de abril de 2020. <https://bit.ly/3Hong6j>
- European Commission. (2020i). Horizon 2020 EC Dashboard Reported IPR. Consultado el 4 de abril de 2020. <https://bit.ly/2ZxGEWQ>
- European Commission. (2020j). Horizon 2020 Funding and Tenders Reference Documents. Consultado el 4 de abril de 2020. <https://bit.ly/2SfzjZ2>
- European Commission. (2020k). HORIZON 2020 Key achievements and impacts. <https://bit.ly/3oQIcwW>
- European Commission. (2020l). Horizon 2020 Reference Documents, On-line Manual. <https://bit.ly/2SfzjZ2>
- European Commission. (2020m). Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/intellectual-property_en
- European Commission. (2020n). What do you need to know about Horizon 2020 calls. <https://bit.ly/3rItFiB>
- European Commission. (2021a). Monitoring the open access policy of Horizon 2020. <https://bit.ly/3oITVNn>
- European Commission. (2021b). EU Funding & Tenders Online Manual. February, 1-82. <https://bit.ly/44kXDNM>
- European Commission. (2021c). EU Grants: AGA – Annotated Model Grant Agreement - EU Funding Programmes 2021-2027. November, 185. <https://bit.ly/3oGIRS2>
- European Commission. (2021d). Horizon Europe. Strategic Plan 2021-2024. En European Commission. <https://doi.org/10.2777/08>
- European Commission. (2022a). Communicating your project — Acknowledgement of EU funding. <https://bit.ly/40EOc8M>
- European Commission. (2022b). Funding and tender opportunities: FAQs. <https://bit.ly/3LBNAfM>
- European Commission. (2022c). Glossary of the Participant Portal. <https://bit.ly/3HIUzH4>
- European Commission. (2022d). Guides and manuals. <https://bit.ly/3AAYWue>
- European Commission. (2022e). Horizon Europe Evaluation Form (HE CSA), April, 26. <https://bit.ly/3n7PcV6>
- European Commission. (2022f). Horizon Europe Evaluation Form (HE RIA and IA). June, 1-10. <https://bit.ly/3HmetBY>
- European Commission. (2022g). Horizon Europe Programme. Standard Application Form (HE CSA). <https://bit.ly/423Pxah>
- European Commission. (2022h). Participant Portal. Funding and tender opportunities. <https://bit.ly/2CcGysO>
- European Commission. (2022i). Reference documents. <https://bit.ly/2RjdPc7>
- European Commission. (2022j). Standard Application Form (HE RIA, IA). <https://bit.ly/3LgLhxe>
- European Commission. (2022k). How to evaluate the communication, dissemination, exploitation. (Videos). <https://bit.ly/426hA8P>
- European Commission. (2023). Communication network indicators. <https://bit.ly/3VesgQx>
- European Council. (2019). A NEW STRATEGIC AGENDA 2019 – 2024.
- European IP Helpdesk. (2022). Successful valorisation of knowledge and research results in Horizon Europe. Boosting the impact of your project through effective communication, dissemination and exploitation. <https://bit.ly/446Y4uX>
- European IPR Helpdesk. (2016). Fact Sheet Plan for the Exploitation and Dissemination of Results in Horizon 2020. European IPR Helpdesk. <https://bit.ly/3q0PEkh>

REFERENCIAS

- European IPR Helpdesk. (2018). Making the Most of Your H2020 Project Boosting the impact of your project through effective communication, dissemination and exploitation. <https://bit.ly/3jxH1v4>
- European IPR Helpdesk. (2020). Ficha Informativa Gestión de PI en Horizonte 2020: fase de propuesta (Vol. 2). <https://bit.ly/41H9LXu>
- European Union. (2016). The EU Guide to Science Communication (videos). <https://www.youtube.com/playlist?list=PLvpwIjZTs-Lhe0wu6uy8gr7JFfmv8EZuH>
- European Union. (2018). Presupuesto de la UE para el futuro Horizonte Europa. <https://doi.org/10.2779/078018>
- European Union. (2022a). Are you communicating your Horizon Europe project? 95080. <https://doi.org/10.2848/078892>
- European Union. (2022b). Communication and visibility rules European Union. European Union funding programmes for 2021–2027, Guidance for Member States. <https://bit.ly/3AAQZ8o>
- European Union. (2023). CORDIS Projects and results. <https://cordis.europa.eu/projects/en>
- Expografic. (2022). Expografic. <https://expografic.es/>
- Fingfeld-Connett, D. (2018). A guide to qualitative meta-synthesis. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781351212793>
- Gertrudix, M., Rajas, M., Gertrudis-Casado, M.- del-C., & Gálvez-de-la-Cuesta, M.- del-C. (2020). Gestión de la comunicación científica de los proyectos de investigación en H2020. Funciones, modelos y estrategias. Profesional De La información, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.24>
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies. Health Information and Libraries Journal, 26, 91–108. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- Greer, S., Alexander, H., Baldwin, T. O., Freeze, H. H., Thompson, M., Hunt, G., & Snowflack, D. R. (2018). The Art of Science Communication—A Novel Approach to Science Communication Training. Journal of Microbiology & Biology Education, 19(1), 4-6. <https://doi.org/10.1128/jmbe.v19i1.1547>
- Hartley, S., Pearce, W., & Taylor, A. (2017). Against the tide of depoliticisation: The politics of research governance. Policy and politics, 45(3), 361-377. <https://doi.org/10.1332/030557316X14681503832036>
- Hersey, D. F., Foster, W. R., Stalder, E. W., & Carlson, W. T. (1971). Free text word retrieval and scientist indexing: Performance profiles and costs. Journal of Documentation, 27(3), 167-183. <https://doi.org/10.1108/eb026515>
- IBERIFIER. (2021). Iberian Digital Media Research and Fact-Checking Hub. <https://bit.ly/3BxxcVg>
- IG. (2023). Institut de Geomàtica. <https://bit.ly/40K3jO8>
- Ireton, C., & Posetti, J. (2018). Journalism, «fake news» & disinformation: handbook for journalism education and training. UNESCO, Handbook f, 128. <https://bit.ly/421m1BW>
- Juarez, M. T., & Kenet, C. M. (2018). Translating research as an approach to enhance science engagement. International Journal of Environmental Research and Public Health, 15(8). <https://doi.org/10.3390/ijerph15081749>
- Kendall-Taylor, N., & Levitt, P. (2017). Beyond Hat in Hand: Science Advocacy Is Foundational for Policy Decisions. Neuron, 94(4), 708-712. <https://doi.org/10.1016/j.neuron.2017.04.039>
- Langin, K. M. (2017). Tell me a story! A plea for more compelling conference presentations. Condor, 119(2), 321-326. <https://doi.org/10.1650/CONDOR-16-209.1>
- Ludlow, P. et al. (2018). The European commission. En The New European Community: Decisionmaking and Institutional Change (Número February 2003, pp. 85-132). <https://doi.org/10.4324/9780429496189>
- Maldita.es. (2021). Maldito Bulo. <https://maldita.es/malditobulo/>
- Mazzucato, M. (2018). Report Missions: Mission-Oriented Research & Innovation in the European Union. A problem-solving approach to fuel innovation-led growth. <https://bit.ly/3LAUmCr>
- Mc Carthy, S. (2014). How to write a competitive proposal for Horizon 2020: A handbook for research managers. Hyperion.
- McClain, C. R. (2019). Likes, comments, and shares of marine organism imagery on Facebook. PeerJ, 2019(4). <https://doi.org/10.7717/peerj.6795>
- Mea, M., & Al., Et. (2016). From Science to Policy and Society: Enhancing the Effectiveness of Communication. Frontiers in Marine Science. <https://bit.ly/4243x3H>
- Murchie, K. J., & Diomedede, D. (2020). Fundamentals of graphic Design-essential tools for effective visual science communication. Facets, 5(1), 409-422. <https://doi.org/10.1139/FACETS-2018-0049>
- Nadkarni, N. M., Weber, C. Q., Goldman, S. V., Schatz, D. L., Allen, S., & Menlove, R. (2019). Beyond the deficit model: The ambassador approach to public engagement. BioScience, 69(4), 305-313. <https://doi.org/10.1093/biosci/biz018>
- Negrete, A. (2016). Comic strip and science communication scicom narratives. The Online Journal of Communication and Media, 2016(july), 123-131. <https://bit.ly/3HknDPq>
- Pérez-Montoro, M., & Codina, L. (2017). Navigation design and SEO for content-intensive websites. A guide for an efficient digital communication. Chandos Information Professional Series, Elsevier Ltd.
- Popay, J., Roberts, H., Sowden, A., Petticrew, M., Arai, L., Rodgers, M., & Britten, N. (2006). Narrative Synthesis in Systematic Reviews: A Product from the ESRC Methods Programme. ESRC Methods Programme, 2006, 93. <https://doi.org/10.13140/2.1.1018.4643>
- Poppy, G. (2015). Science must prepare for impact. Nature, 526(7571), 7-7. <https://doi.org/10.1038/526007a>
- R+D Explainers. (2022). R+D Explainers. <https://explainersgroup.com/>
- Real Academia Española. (2023). RAE. <https://dle.rae.es/>
- Reillon, V. (2015). Horizon 2020 budget and implementation. <https://doi.org/10.2861/40805>
- RRI-Tools project. (2015). RRI-tools project. <https://www.rri-tools.eu>
- Russell Bernard, H. (2017). Research methods in anthropology. Qualitative and quantitative approaches. Rowman & Littlefield. ISBN 9781442268883
- Salaverría, R. (2021). Ponencia en el Senado de España. <https://bit.ly/3Hkraxg>
- Seethaler, S., Evans, J. H., Gere, C., & Rajagopalan, R. M. (2019). Science, Values, and Science Communication: Competencies for Pushing Beyond the Deficit Model. Science Communication, 41(3), 378-388. <https://doi.org/10.1177/1075547019847484>

REFERENCIAS

- Smith, C. E., Nevarez, E., & Zhu, H. (2020). Disseminating Research News in HCI: Perceived Hazards, How-To's, and Opportunities for Innovation. Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings. <https://doi.org/10.1145/3313831.3376744>
- St Angelo, S. K. (2018). Encouraging the Art of Communicating Science to Nonexperts with Don't Be Such a Scientist. *Journal of Chemical Education*, 95(5), 804-809. <https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.7b00963>
- Sundin, A., Andersson, K., & Watt, R. (2018). Rethinking communication: Integrating storytelling for increased stakeholder engagement in environmental evidence synthesis Neal Haddaway, Sally Crowe. *Environmental Evidence*, 7(1). <https://doi.org/10.1186/s13750-018-0116-4>
- TCE. (2018). La mayoría de las medidas de simplificación introducidas en Horizonte 2020 han facilitado las cosas a los beneficiarios, pero todavía es posible mejorar. Tribunal de cuentas europeo. <https://bit.ly/41Lz6Q5>
- UAB. (2023). Universitat Autònoma de Barcelona. www.uab.cat
- United Nations Organization. (2019). United Nations Sustainable Development Goals 2030. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- Vilaplana-Aparicio, M. J., Iglesias-García, M., & Martín-Llaguno, M. (2018). Communication of innovation through online media. *Profesional de la Informacion*, 27(4), 840-848. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.13>
- Wai, J. (2020). Communicating Intelligence Research. *Journal of Intelligence*, 8(4), 40. <https://doi.org/10.3390/jintelligence8040040>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report, 1-108.
- Yin, R. K. (2014). Case study research. Design and methods (SAGE, Ed.).
- Zaelzer, C. (2020). The value in science-art partnerships for science education and science communication. *eNeuro*, 7(4), 1-6. <https://doi.org/10.1523/ENEURO.0238-20.2020>
- Zikmund-Fisher, B. J. (2019). Helping People Know Whether Measurements Have Good or Bad Implications: Increasing the Evaluability of Health and Science Data Communications. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 6(1), 29-37. <https://doi.org/10.1177/2372732218813377> x