

**IEDIS**

**Instituto Universitario de Investigación**

**en Empleo, Sociedad  
Digital y Sostenibilidad**

**Universidad Zaragoza**

# Estrategia y Gestión de la Comunicación Científica



**Universidad  
Zaragoza**

# CURIOSIDAD



¿Quién soy?



# PASIÓN

¿Quién soy?



# CREATIVIDAD

¿Quién soy?



# JUSTICIA

¿Quién soy?



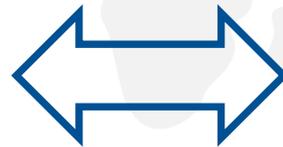
# CONOCER EL CONTEXTO

# CIENCIA

## Mejora la vida de las personas

### INSTITUCIONES

Explicar qué/cuál es la ciencia  
Cómo mejora sus vidas



### CIUDADANÍA

Financia la actividad científica  
Debate público: conocimiento

# CIENCIA

## Mejora la vida de las personas

**INSTITUCIONES**  
La mejor herramienta:  
Información científica



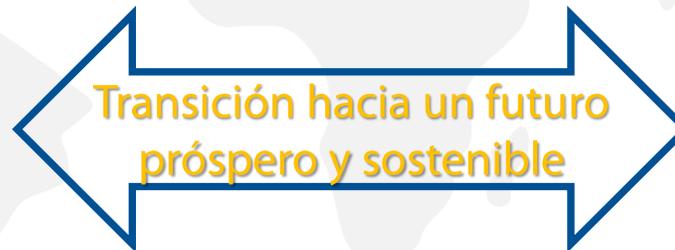
**CIUDADANÍA**  
Participación crítica en  
asuntos científicos

# CIENCIA

## Mejora la vida de las personas

**PROGRAMA MARCO 'HE'**  
**Horizon Europe (FP9) 2021 - 2027**  
**Noveno Programa Marco de Investigación e Innovación**

- Reforzar las bases científicas y tecnológicas de la UE para poder afrontar los principales retos sociales de nuestra era.
- Impulsar la competitividad de la UE, incluida la de las industrias europeas.
- Contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDGs).

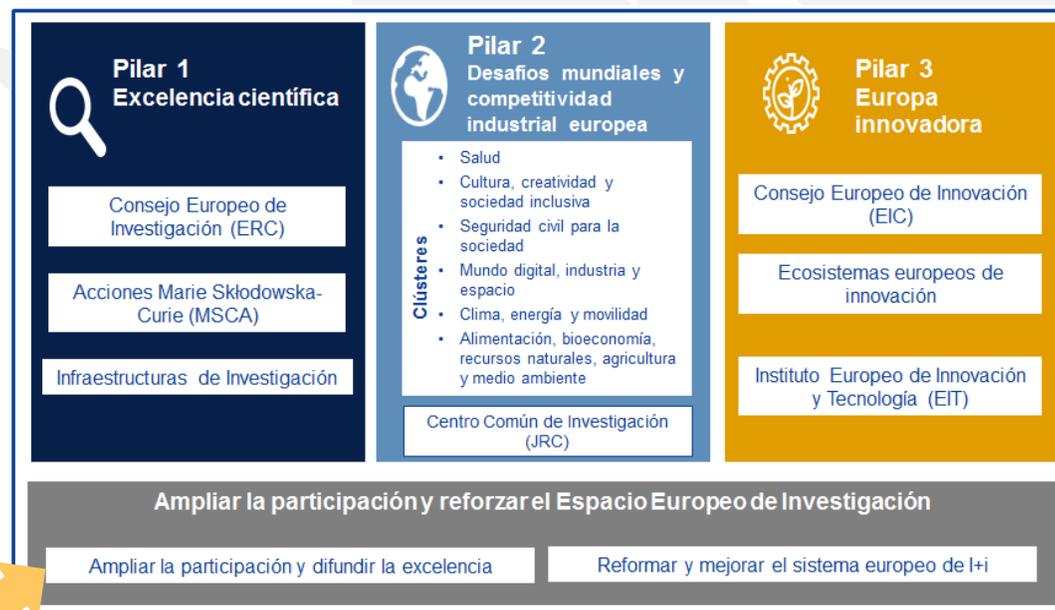


**PROGRAMA MARCO 'HE'**  
**Horizon Europe (FP9) 2021 - 2027**  
**Noveno Programa Marco de Investigación e Innovación**

“La crisis del Covid-19 ha puesto de relieve la importancia de la dependencia de la Unión de un capital humano basado en la investigación altamente cualificado que sea capaz de detectar y abordar los próximos retos, **comunicar la evidencia científica a los responsables políticos y al público en general**, y trabajar en todas las disciplinas.”

# CIENCIA

## Mejora la vida de las personas



# CIENCIA

## Mejora la vida de las personas

### IEDIS Objetivos de Difusión

- Establecer acuerdos con entidades u organizaciones que faciliten la **divulgación de la investigación a la sociedad.**
- Potenciar herramientas de difusión de la investigación para facilitar el **trasvase de información a la sociedad.**

# CIUDADANÍA

## Percepción Social de la Ciencia



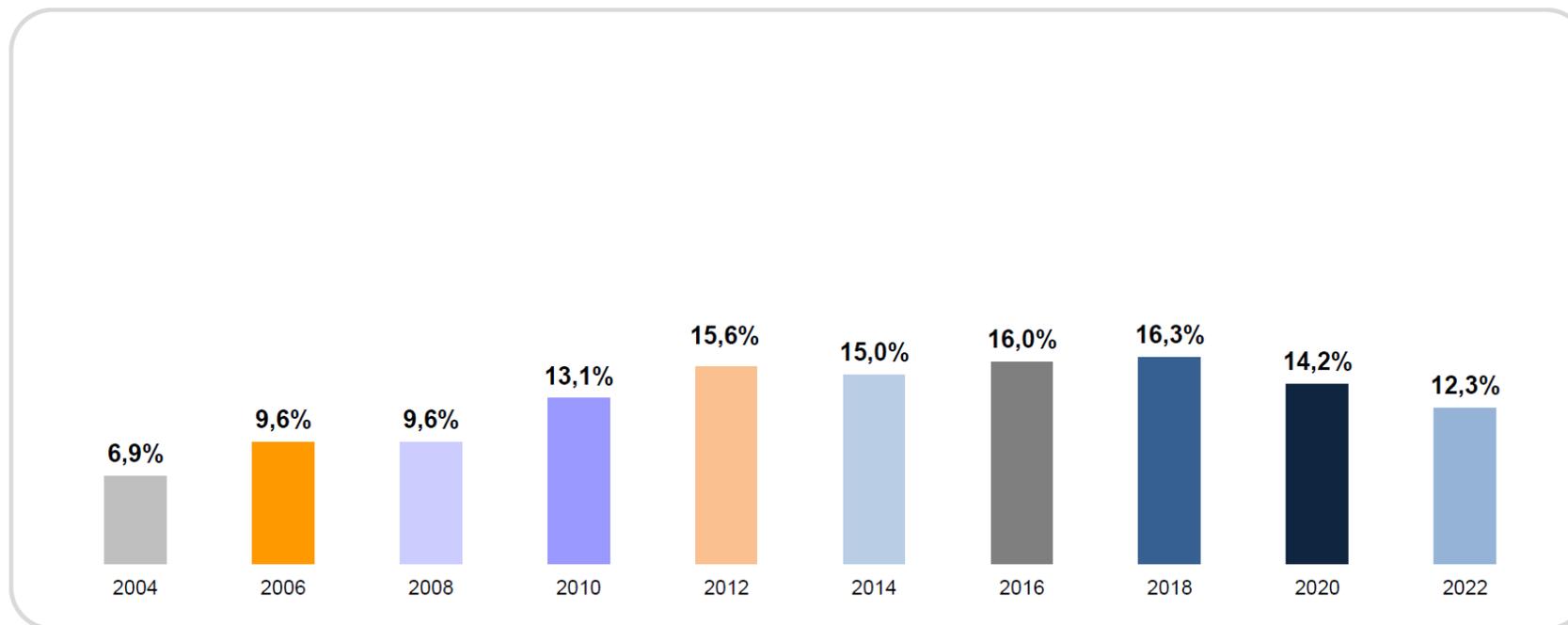
# CIUDADANÍA

## Encuesta de la Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología - 2022



B.1. INTERÉS POR LOS TEMAS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS

INTERÉS EN LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA – CITA ESPONTÁNEA



□ A DIARIO RECIBIMOS INFORMACIONES Y NOTICIAS SOBRE TEMAS MUY DIVERSOS. DÍGEME POR FAVOR TRES TEMAS SOBRE LOS QUE SE SIENTA ESPECIALMENTE INTERESADO/A. EVOLUCIÓN DEL INTERÉS POR LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA (TOTAL DE CITAS) (A1)

Base: Total de personas entrevistadas.

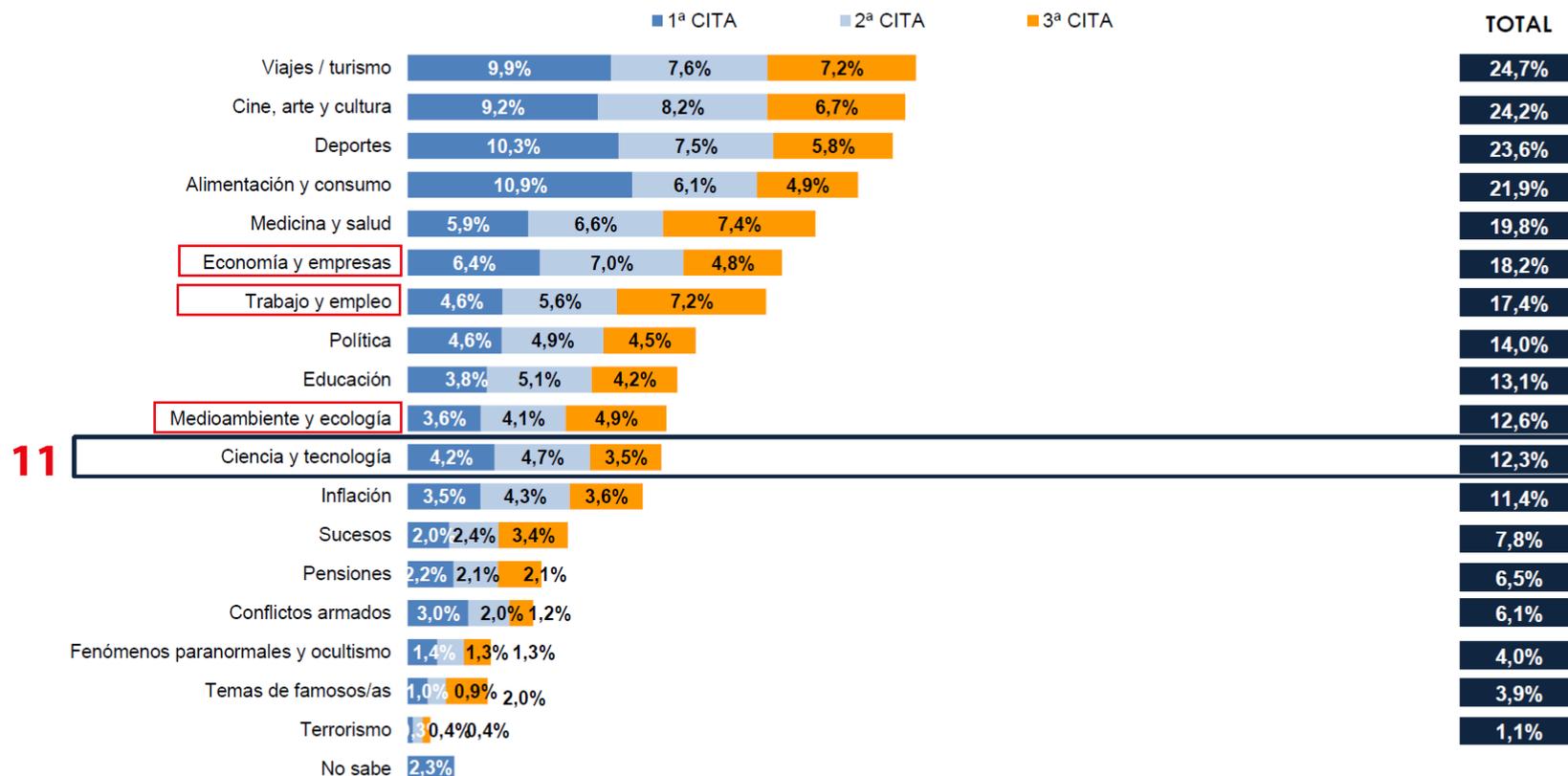
# CIUDADANÍA

## Encuesta de la Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología - 2022



B.1. INTERÉS POR LOS TEMAS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS

### INTERÉS EN LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA – CITA ESPONTÁNEA



A DIARIO RECIBIMOS INFORMACIONES Y NOTICIAS SOBRE TEMAS MUY DIVERSOS. DÍGEME POR FAVOR TRES TEMAS SOBRE LOS QUE SE SIENTA ESPECIALMENTE INTERESADO/A. (A1)

Base: Total de personas entrevistadas (n=6.054).

# CIUDADANÍA

## Encuesta de la Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología - 2022



B.1. INTERÉS POR LOS TEMAS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS

### INTERÉS EN LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA – CITA ESPONTÁNEA



	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
Medicina y salud	22,7%	<b>26,4%</b>	28,0%	25,6%	24,9%	28,2%	<b>35,9%</b>	37,9%	<b>26,2%</b>	<b>19,8%</b>
Deportes	29,1%	30,0%	26,1%	<b>30,9%</b>	28,2%	27,1%	24,8%	24,4%	24,6%	23,6%
Trabajo y empleo	1,7%	<b>12,1%</b>	<b>22,9%</b>	<b>31,9%</b>	<b>36,0%</b>	<b>30,8%</b>	33,7%	31,9%	<b>27,4%</b>	<b>17,4%</b>
Alimentación y consumo	15,1%	<b>19,3%</b>	19,0%	20,5%	20,1%	16,9%	18,6%	18,9%	<b>27,1%</b>	<b>21,9%</b>
Economía y empresas	8,7%	7,5%	<b>16,6%</b>	15,1%	15,0%	13,2%	13,1%	12,0%	<b>16,3%</b>	18,2%
Educación	13,0%	15,4%	16,0%	15,7%	16,5%	19,5%	<b>27,5%</b>	28,8%	<b>15,6%</b>	13,1%
Medio ambiente y ecología	10,8%	13,0%	15,7%	<b>10,9%</b>	12,0%	9,7%	9,6%	12,9%	10,1%	12,6%
Cine, arte y cultura	36,2%	36,7%	<b>27,5%</b>	<b>38,8%</b>	35,5%	36,0%	<b>27,8%</b>	<b>24,5%</b>	<b>17,6%</b>	<b>24,2%</b>
Política	13,8%	13,5%	14,9%	16,3%	15,9%	<b>24,1%</b>	23,2%	22,7%	<b>18,5%</b>	<b>14,0%</b>
Temas sociales	---	---	<b>12,9%</b>	<b>0,3%</b>	0,8%	0,7%	1,3%	0,5%	0,6%	---
Terrorismo	12,3%	9,8%	10,7%	<b>4,0%</b>	2,5%	2,2%	4,3%	3,9%	1,3%	1,1%
Ciencia y tecnología	6,9%	<b>9,6%</b>	9,6%	<b>13,1%</b>	15,6%	15,0%	16,0%	16,3%	14,2%	12,3%
Sucesos	11,0%	<b>16,0%</b>	<b>9,0%</b>	12,5%	11,6%	10,5%	12,9%	15,5%	6,8%	7,8%
Viajes / turismo	8,0%	11,0%	8,1%	<b>18,1%</b>	14,8%	14,2%	12,7%	<b>18,5%</b>	<b>13,5%</b>	<b>24,7%</b>
Temas de famosos	5,4%	5,1%	3,2%	5,7%	6,2%	5,9%	5,2%	4,9%	4,7%	3,9%
Fenómenos paranormales y ocultismo	---	1,7%	1,6%	2,9%	1,9%	2,0%	1,5%	2,9%	3,8%	4,0%
Vivienda	---	0,4%	0,7%	---	---	0,2%	0,4%	0,1%	0,1%	0,7%
Inmigración	---	1,8%	0,6%	---	---	---	---	---	---	0,4%
Seguridad ciudadana	---	0,4%	0,4%	0,1%	0,1%	---	---	---	---	0,9%
Noticias en general	---	---	0,3%	0,4%	0,4%	0,6%	0,4%	---	0,3%	---
Transportes / infraestructuras	---	---	0,1%	---	---	---	---	0,2%	---	---
Situación internacional / guerras	---	0,1%	0,1%	---	---	---	---	---	---	6,1%
Ocio	---	---	0,1%	---	---	0,2%	0,8%	0,2%	0,3%	2,3%
Pensiones	---	---	---	8,7%	6,3%	9,7%	<b>15,0%</b>	16,1%	10,2%	6,5%
Otros	---	2,7%	0,6%	4,0%	3,5%	9,7%	8,9%	4,2%	7,6%	---
No sabe	7,1%	6,9%	1,9%	0,7%	0,2%	1,5%	0,6%	---	0,3%	2,3%

☐ TEMAS INFORMATIVOS POR LOS QUE TIENE INTERÉS (TOTAL DE CITAS) - (EVOLUCIÓN 2004-2006-2008-2010-2012-2014-2016-2018-2020-2022)

Base: Total de personas entrevistadas.

% Incremento estadísticamente significativo respecto a la toma de datos anterior.

% Descenso estadísticamente significativo respecto a la toma de datos anterior.

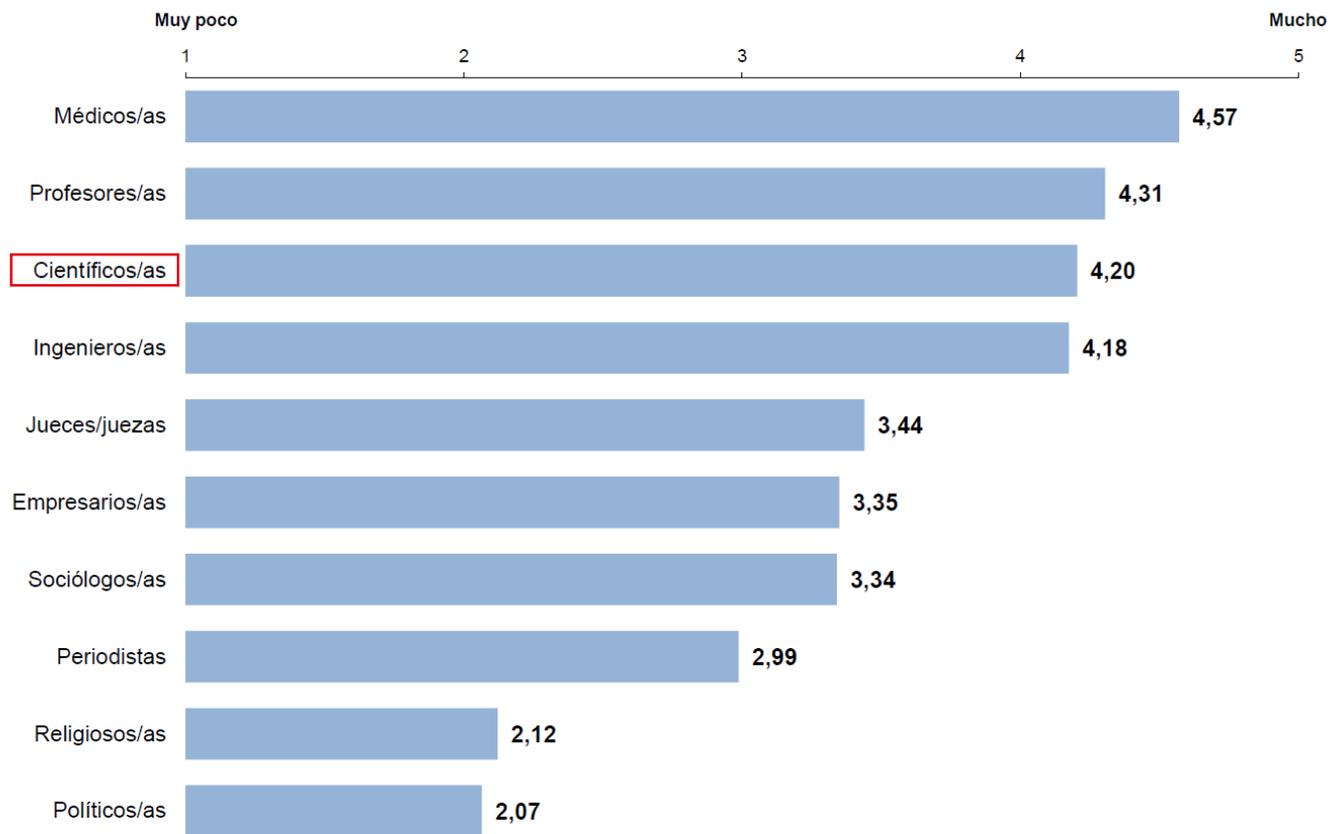
# CIUDADANÍA

## Encuesta de la Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología - 2022



B.4. IMAGEN SOCIAL DE LA PROFESIÓN CIENTÍFICA

### IMAGEN DE DIVERSAS PROFESIONES



□ A CONTINUACIÓN, NOS GUSTARÍA QUE NOS DIJERA EN QUÉ MEDIDA VALORA CADA UNA DE LAS PROFESIONES O ACTIVIDADES QUE LE VOY A LEER. PARA ELLO USAREMOS UNA ESCALA DEL 1 AL 5, DONDE EL 1 SIGNIFICA QUE USTED LA VALORA MUY POCO Y EL 5 QUE A VALORA MUCHO. PUEDE UTILIZAR CUALQUIER PUNTUACIÓN INTERMEDIA PARA MATIZAR SUS OPINIONES. (D1)

Base: Personas entrevistadas de la submuestra 1 (n=2.040).

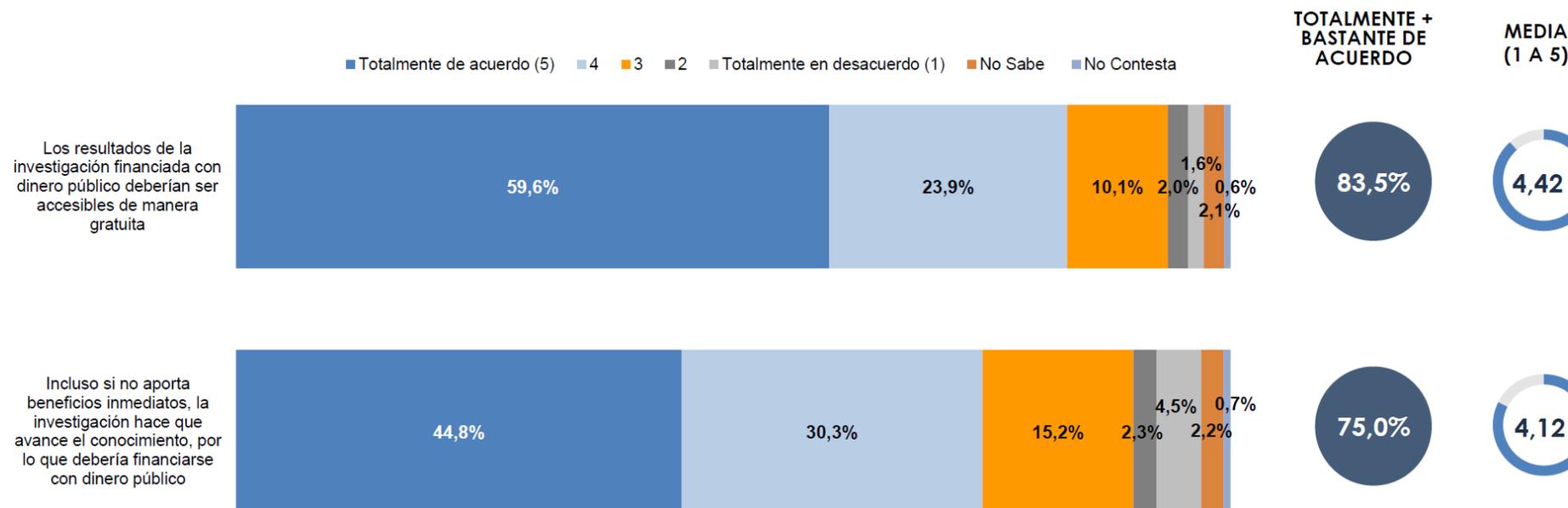
# CIUDADANÍA

## Encuesta de la Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología - 2022



B.3. CONFIANZA EN LA CIENCIA

DINERO PÚBLICO Y CIENCIA



¿EN QUÉ MEDIDA ESTÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS SIGUIENTES FRASES? (C5)

Base: Personas entrevistadas de la submuestra 2 (n=1.981).

### INFORMANTES ADECUADOS PARA EXPLICAR EL IMPACTO DE LOS AVANCES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS



□ DE LAS SIGUIENTES PERSONAS Y ORGANIZACIONES, ¿CUÁLES SON LAS MÁS ADECUADAS PARA EXPLICAR EL IMPACTO DE LOS AVANCES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS EN LA SOCIEDAD? (F4)

Base: Personas entrevistadas de la submuestra 2 (n=1.981).

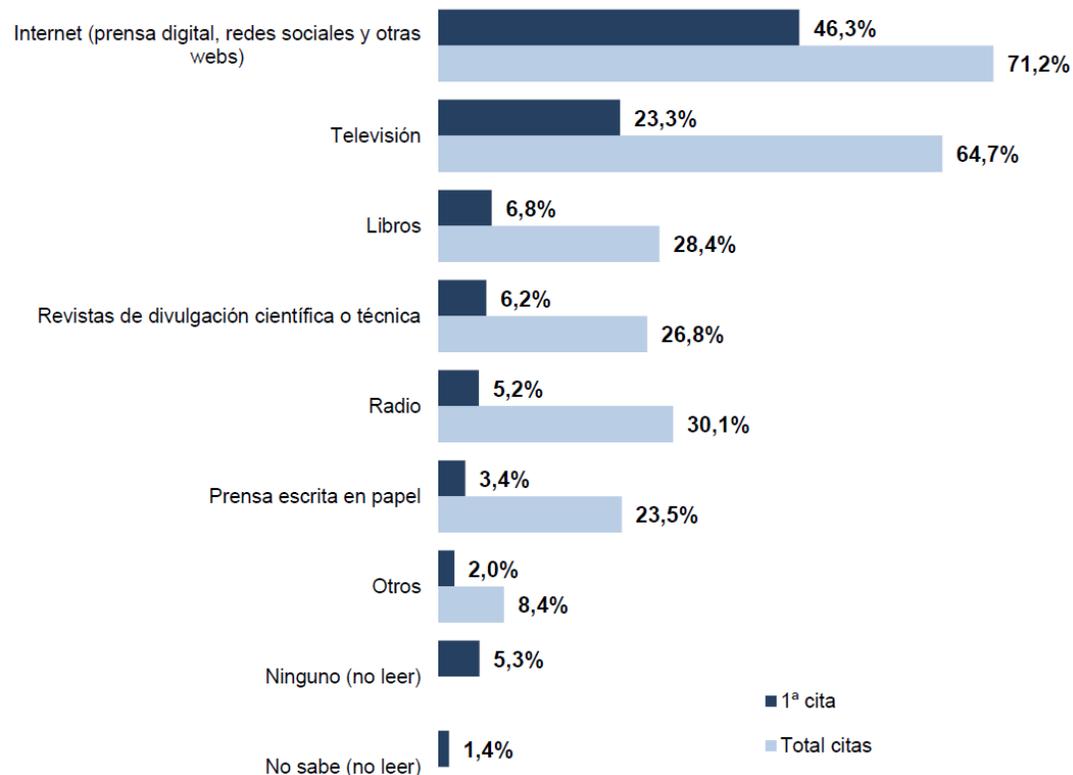
# CIUDADANÍA

## Encuesta de la Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología - 2022



B.6. CIENCIA Y TECNOLOGÍA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### MEDIOS DE INFORMACIÓN SOBRE CIENCIA Y TECNOLOGÍA



□ A CONTINUACIÓN VOY A LEERLE DISTINTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. NOS GUSTARÍA SABER A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS SE INFORMA UD. SOBRE TEMAS DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA (F1)

Base: Total de personas entrevistadas (n=6054).

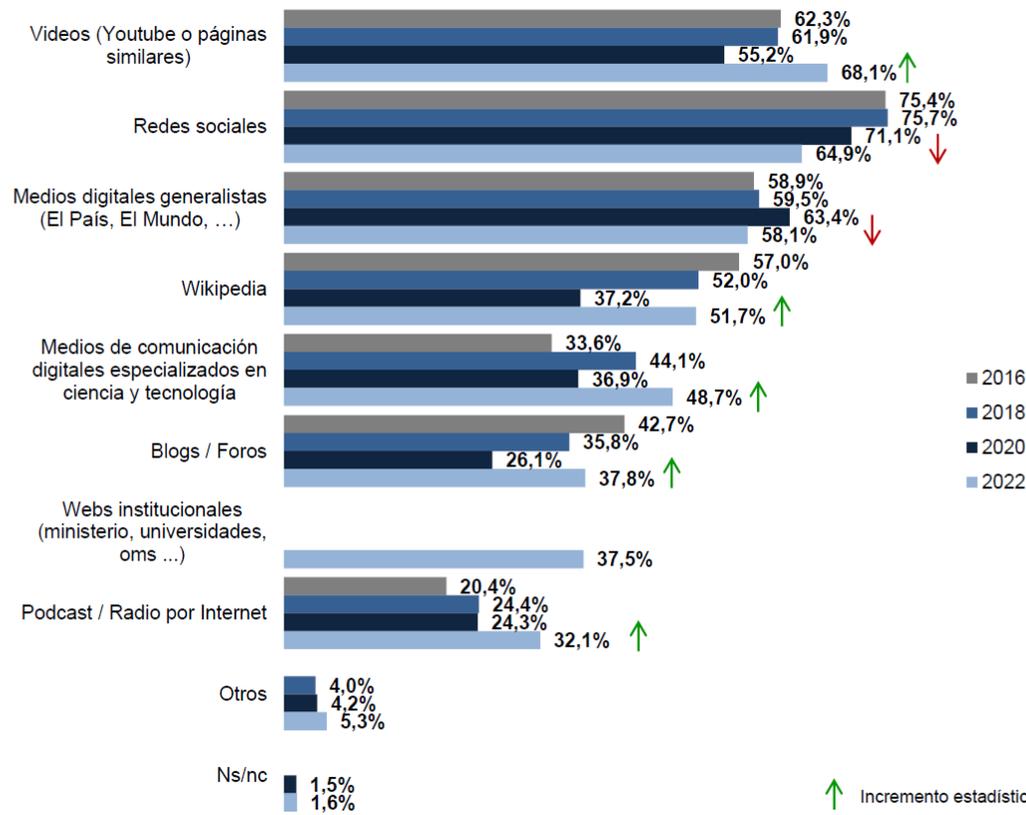
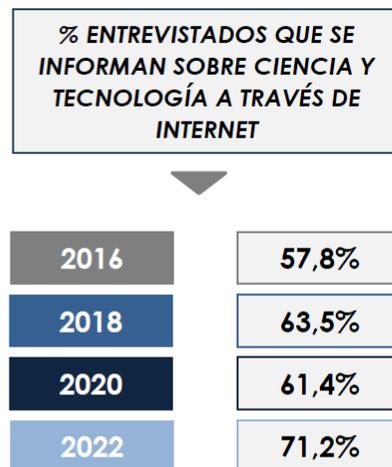
# CIUDADANÍA

## Encuesta de la Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología - 2022



B.6. CIENCIA Y TECNOLOGÍA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### INTERNET COMO MEDIO DE INFORMACIÓN SOBRE CIENCIA Y TECNOLOGÍA



- Las personas que se informan sobre Ciencia y Tecnología a través de Internet lo hacen principalmente a través de:
  - Videos (68,1%).
  - Las redes sociales (64,9%).
  - Medios digitales generalistas (58,1%).

ME HA DICHO QUE SE INFORMA SOBRE CIENCIA Y TECNOLOGÍA A TRAVÉS DE INTERNET. DÍGAME, POR FAVOR, A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS EN CONCRETO (F2)

Base: Personas entrevistadas que utilizan Internet para informarse sobre ciencia y tecnología.

# CIUDADANÍA

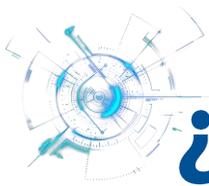
## Percepción Social de la Ciencia



- Decae el interés por temas de ciencia y tecnología y aumentan los relacionados con economía y empresa.
- La ciudadanía confía en la comunidad científica y en sus instituciones.
- La sociedad apuesta por el acceso libre a los resultados de investigación obtenidos con financiación pública y apuesta por ésta.
- Internet es el primer medio elegido para informarse sobre ciencia y la televisión el segundo.
- El formato preferido es el vídeo y los canales las RRSS.

# ¿POR QUÉ COMUNICAR LA CIENCIA?





# ¿POR QUÉ COMUNICAR LA CIENCIA?



Programa de Doctorado en Estudios Históricos y Sociales sobre Ciencia,  
Medicina y Comunicación Científica  
Instituto Interuniversitario López Piñero

Universitat de València



El impacto social de la comunicación  
institucional del I+D+i en las universidades  
españolas

Tesis por compendio de publicaciones para aspirar al grado de Doctor  
por la Universitat de València

Doctorando

D. Francisco Javier Alonso Flores

Directores de la tesis

Dra. Carolina Moreno Castro  
Dr. Elías Sanz Casado

El porcentaje de investigadores que suele participar en acciones de divulgación científica es reducido.



# ¿POR QUÉ COMUNICAR LA CIENCIA?

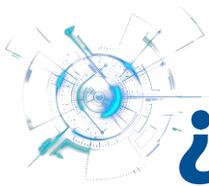
## COMUNICAR RESULTADOS CIENTÍFICOS

### DESVENTAJAS

- **El 85% de los investigadores no percibe perjuicios**

### VENTAJAS/BENEFICIOS

- **Su trabajo sea más conocido por colegas.**
- Les inviten para impartir **conferencias**.
- Que se pongan en contacto con ellos **empresas interesadas** en sus líneas de investigación.
- Las publicaciones científicas que se difundieron a través de la UC3M, alcanzaron un **mayor número de citas** que la media general.
- El alto nivel de citas académicas de un trabajo científico no se corresponde con los criterios que siguen los medios de comunicación para seleccionar los contenidos, a diferencia de lo que ocurre en las redes sociales como **Twitter**, donde los trabajos más populares son aquellos publicados en revistas de primer cuartil de las diferentes disciplinas.



# ¿POR QUÉ COMUNICAR LA CIENCIA?

**DEBER PARA CON LA SOCIEDAD**

**ES POSITIVO PARA LA CIENCIA ESPAÑOLA Y LA EXCELENCIA CIENTÍFICA: ES IMPORTANTE QUE LA SOCIEDAD APOYE LA CIENCIA Y SU FINANCIACIÓN**

**ES BUENO PARA EL PERSONAL INVESTIGADOR**

**REFUERZA LA REPUTACIÓN CIENTÍFICA**

**REQUISITO PARA CONSEGUIR PROYECTOS EUROPEOS**

**OBLIGACIÓN EN LA JUSTIFICACIÓN DE MUCHOS PROYECTOS**

**A TRAVÉS DE LOS MEDIOS PUEDEN SALIR PATROCINADORES...**

**... Y EMPRESAS INTERESADAS EN LA LICENCIA DE PATENTES**

**EMPRESAS INTERESADAS EN COMERCIALIZAR LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES APLICADAS**



# ¿POR QUÉ COMUNICAR LA CIENCIA?



**QUEREMOS QUE NOS  
PUBLIQUEN Y SE HABLE  
DE IEDIS**



# CONOCER LAS REGLAS DEL JUEGO



# ¿CÓMO FUNCIONAN LOS MEDIOS Y LA INFORMACIÓN?





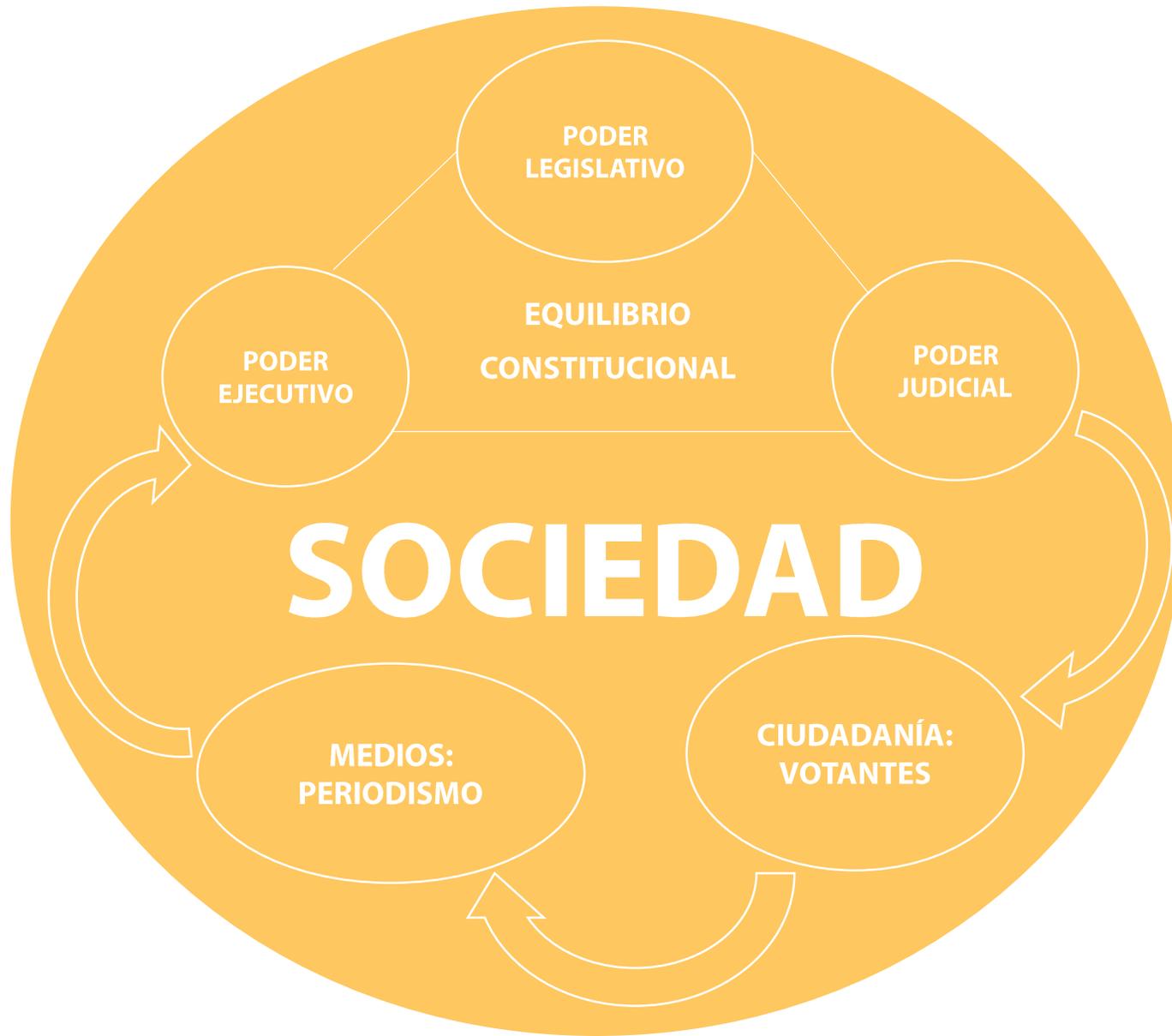
# MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN



## LA INFORMACIÓN: Derecho Constitucional



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN



## SEPARACIÓN DE PODERES: Pilar Democracia



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN



## ARTÍCULO 19 DUDH (Declaración Universal de Derechos Humanos)

Todo individuo tiene derecho a la **libertad de opinión y de expresión**; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

## ARTÍCULO 20.1.D CONSTITUCIÓN

“La información ha de ser **veraz**” “Toda persona tiene derecho a informar y a ser informado sobre **hecho noticiables**”

## STC 171/90

**Los hechos reales** (base de toda veracidad informativa) y **la información neutral**, son los dos elementos en los que ha de fundamentarse la libertad de información.

## STC 83/2002

Una noticia, para ser tal, ha de ser del **interés público**, ha de **ayudar a formar la opinión pública de la ciudadanía**.

## ONU

El periodismo tiene que contribuir a **la inclusión y a la no discriminación** que forman parte del desarrollo sostenible.



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN



# LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD *AGENDA-SETTING*



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN



**LEER ES CREER**



**ESCUCHAR ES CREER**



**VER ES CREER**



**Historia:**  
¿Qué?  
¿Cómo?  
¿Fin?



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN



Los medios crean la opinión pública

QUÉ: El medio selecciona los temas de debate público

CÓMO (FRAMING): El medio jerarquiza la información (pone en primer plano u oculta) y elige cómo contarla

El componente mediático-virtual aumenta la influencia de los medios y el efecto agenda

Justicia  
Conocimiento  
Ética Pasión

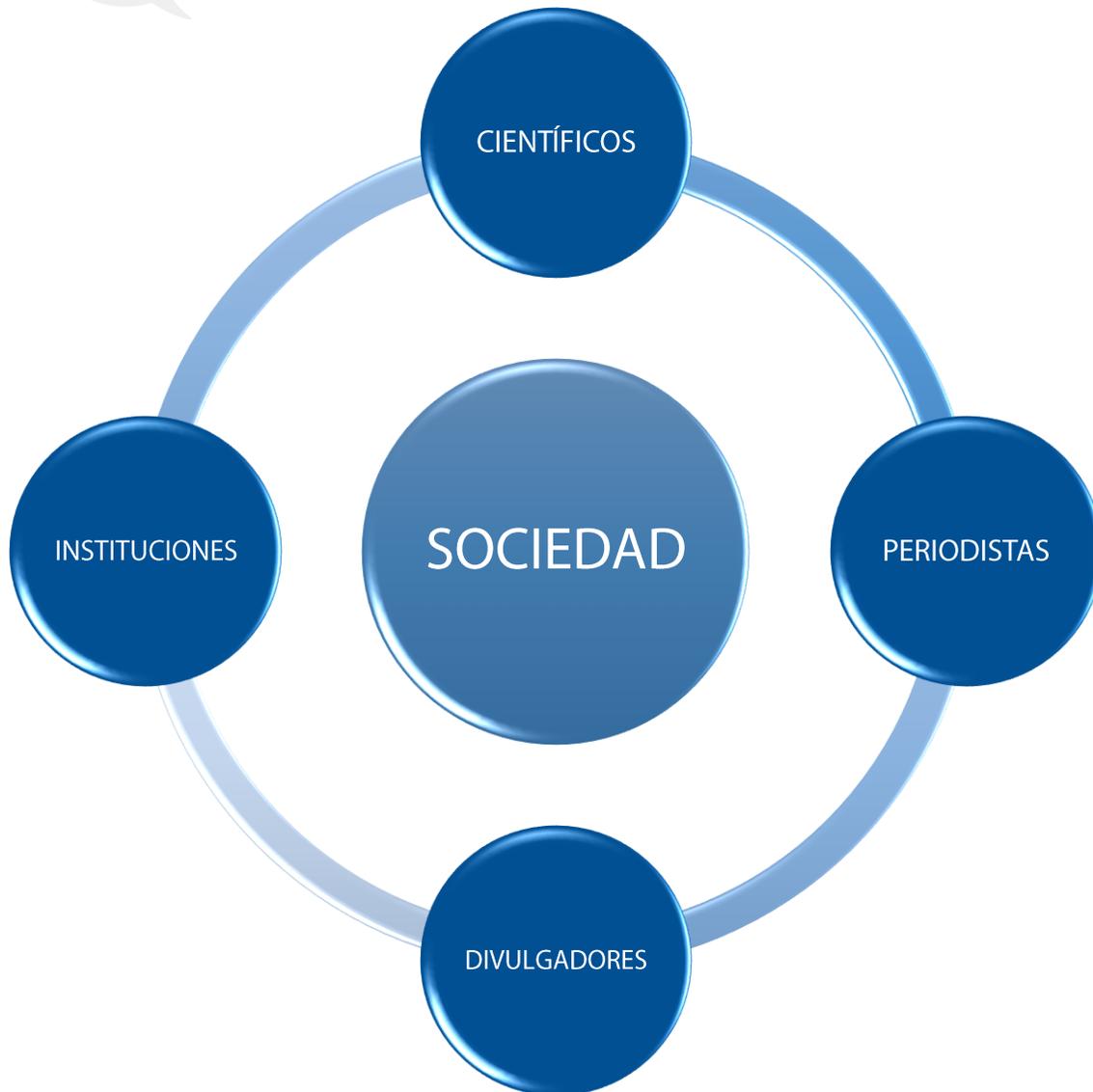


# COMUNICACIÓN: PODER SOCIAL TRANSFORMADOR

Curiosidad  
Periodismo justo  
Profesionalidad  
Empatía  
Creatividad

# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA?

# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA?



**PARA LLEGAR A LA  
SOCIEDAD  
NECESITAMOS A LOS  
MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN:**

- Informar
- Explicar
- Opinar



# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA?

Vicenç Pagès

**“EL OBJETIVO ÚLTIMO  
DE CUALQUIER TEXTO ES  
EL SECUESTRO DEL  
LECTOR”**





# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA?

- OBJETIVO:  
**periodismo**, publicidad, relaciones públicas...



- MEDIO:  
internet, medios de comunicación, móvil...



- CANAL:  
Web, RRSS, diarios, televisión, radio, blogs...



# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA?

## GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS

- NOTICIA
- REPORTAJE
- ENTREVISTA
- CRÓNICA

## GÉNEROS PERIODÍSTICOS INTERPRETATIVOS

- ANÁLISIS
- EDITORIAL
- ENSAYO
- COLUMNA



**¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA?**



**EL LENGUAJE  
PERIODÍSTICO ES  
LA CLAVE**



# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA?



## ES MÁS DIFÍCIL ESCRIBIR QUE HABLAR

- **¿CÓMO ATRAER AL LECTOR? LA ESCRITURA HA DE SER... SEXY**
- **ACOPIAR IDEAS Y COLOCARLAS EN EL ORDEN CORRECTO**
- **ACTITUD DE QUIEN ESCRIBE Y CAPACIDAD ANALÍTICA**
- **ACTITUD ENTUSIASTA Y ABIERTA AL APRENDIZAJE**
- **NO HAY SEGUNDAS OPORTUNIDADES**
- **EL MEDIO ES EL MENSAJE: MCLUHAN Y POSTMAN**



**¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA?**



**¡ATRAER AL  
LECTOR EN UN  
SEGUNDO!**



**¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA?**



# LA RETÓRICA



# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA?



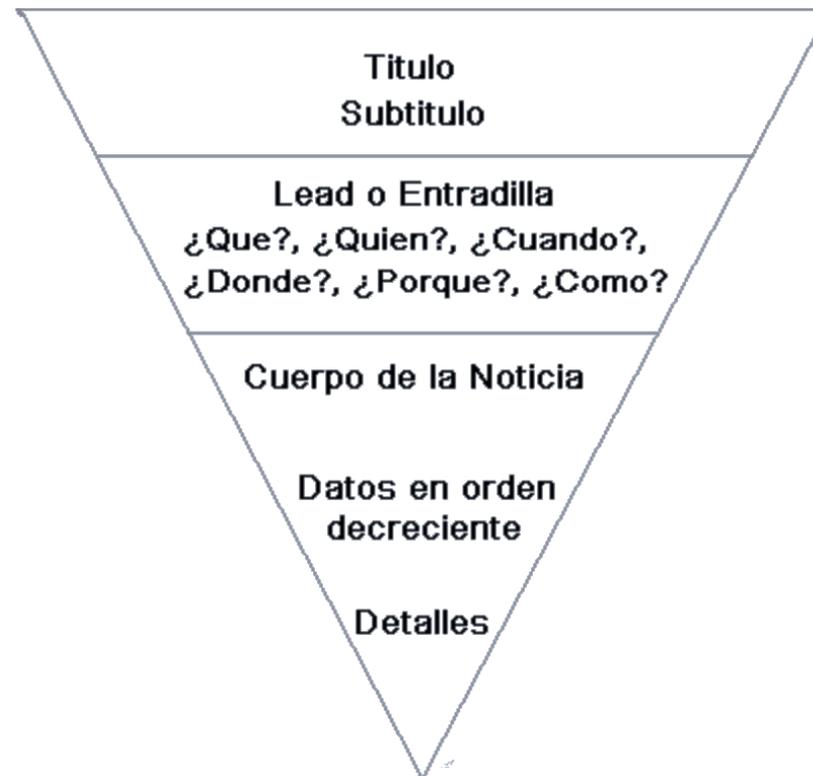
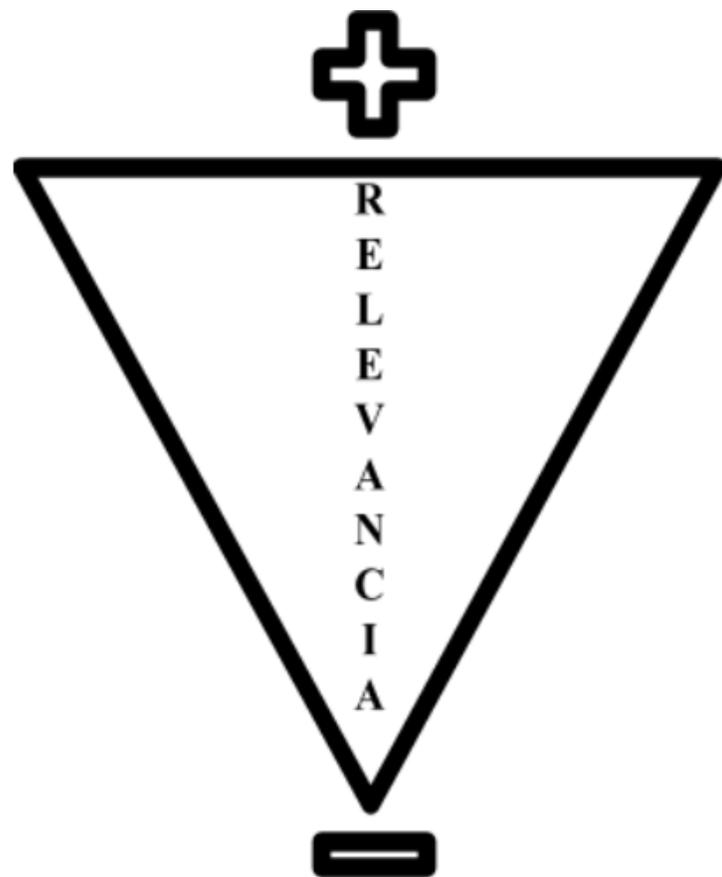
## EL PLAN DE LA RETÓRICA

- 1- Invención (*inventio*) **BUSCAR IDEAS Y ARGUMENTOS**
- 2- Disposición (*dispositio*) **SELECCIÓN DE IDEAS Y ORDENARLAS SEGÚN NUESTROS INTERESES**
- 3- Elocución (*elocutio*) **REDACTAR EL TEXTO SEGÚN LA ESTRUCTURA**
  - Elige las palabras y el efecto**
  - Determina la longitud de las frases**
  - Dimensiona los párrafos**
- 4- Memorización (*memoria*) **COMUNICAR EL DISCURSO**
- 5- Acción oratoria (*pronuntiatio*): **CUERPO, GESTO Y VOZ**



# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA?

## LA PIRÁMIDE INVERTIDA

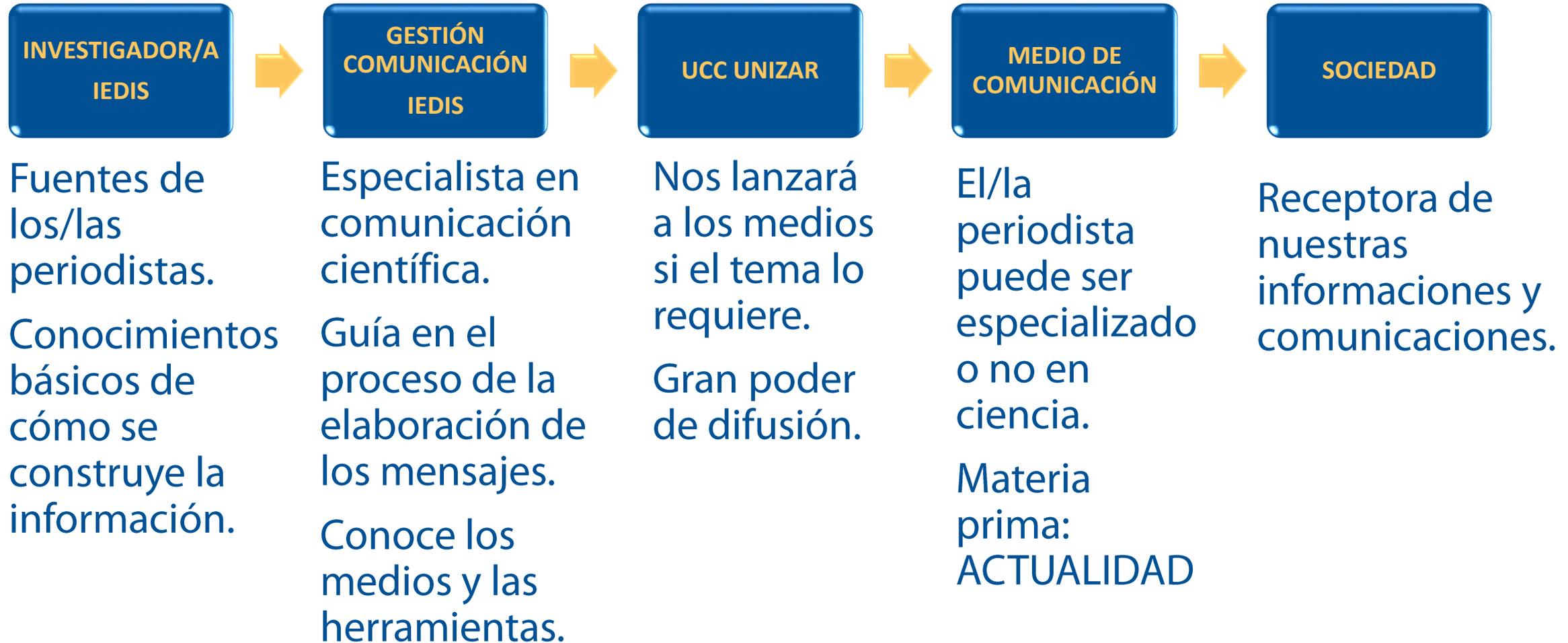


# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA DE IEDIS?





# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA DE IEDIS?





# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA DE IEDIS?



## CÓMO PUEDE PARTICIPAR EL PERSONAL INVESTIGADOR IEDIS:

- **Comunicación activa y directa:** manteniendo un blog, siendo activo en las redes sociales, impartiendo conferencias o escribiendo algún libro...
- **Comunicación activa e indirecta:** puede tener siempre *in mente* que sus investigaciones pueden ser susceptibles de ser noticiables y ponerse en contacto con gestión de la comunicación de IEDIS de forma regular para que pueda conocer su trabajo y decidir cómo y cuándo difundirlo.
- **Comunicación pasiva:** No hace falta que dedique tiempo a estas labores, pero sí, al menos, atender a los periodistas que le contacten.



# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA DE IEDIS?



## CÓMO PUEDE MEJORAR LA COMUNICACIÓN DE IEDIS:

- **Agenda de expertos/as investigadores/as:** voluntarios/as que sirvan de portavoces ante temas de interés mediático.
- **Lista de indicadores socioeconómicos:** elaboración de una lista de indicadores relevantes para la sociedad y susceptibles de ser noticiables. El objetivo es que IEDIS sea fuente de conocimiento en los medios.
- **Lista de días nacionales o internacionales:** Fechas señaladas para ofrecer portavoces/informaciones que analicen temas de actualidad.
- **Amplitud de canales:** Estrategia RR.SS. (Twitter, LinkedIn), mejoras web, blog, Newsletter...
- **Impartir talleres de comunicación científica**
- **Medir el impacto de la comunicación**



# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA DE IEDIS?



## CREAR ESTRECHOS LAZOS CON UCC UNIZAR:

- **Ofrecerle temas relevantes:** resultados de investigaciones, análisis de expertos/as para medios en fechas destacadas, ofrecer portavoces a medios de temas de actualidad.
- **Reuniones periódicas:** labor de mantener a la UCC informada de los avances del instituto.
- **Difusión de nuestros mensajes:** RR.SS., medios de comunicación, actividades de divulgación...



# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA DE IEDIS?



## UN PERIODISTA NO ES:

- **Misionero/a:** es un enviado de la sociedad al país de la ciencia para enterarse de lo que ocurre y contarlo.
- **Traductor/a:** su trabajo es gestionar el mensaje, enfocar aspectos destacables según su criterio, seleccionar la información, recabar otras opiniones, contrastar...
- **Educador/a:** su objetivo es informar de forma legible.
- **Expertos/ignorantes:** suele estar al día de la actualidad científica.



# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA DE IEDIS?

**AGENDA DE EXPERTOS/AS**

**RRSS: Twitter, Linkedin (ampliar a Fb e Is)**

**WEB mejoras apartado miembros: fotos+RRSS**

**DÍAS DESTACADOS CALENDARIO**

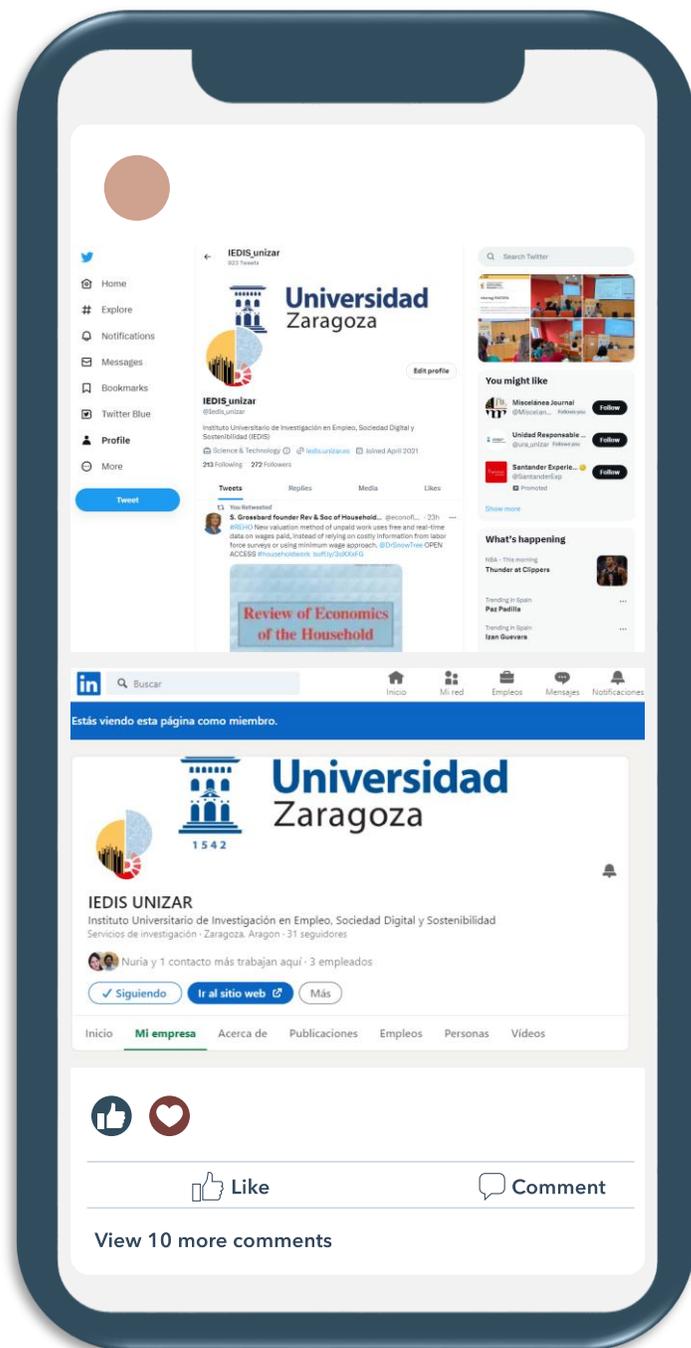
**TALLERES DE COMUNICACIÓN**



# ¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA DE IEDIS?



*¡Compartir a  
IEDIS en RRSS!  
@ledis\_unizar*



# Presencia en redes y proyección

Actualmente IEDIS está presente en Twitter y LinkedIn pero proyecta tener presencia también en Facebook e Instagram.



[www.iedis.unizar.es](http://www.iedis.unizar.es)

**¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA DE IEDIS?**



**¿QUÉ QUERÉIS  
CONTAR?**



**¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA DE IEDIS?**



**¿CÓMO LO  
QUERÉIS  
CONTAR?**



**¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA DE IEDIS?**



**¿CUÁNDO LO  
QUERÉIS  
CONTAR?**



**PERO SOBRETUDO...  
CONTAR CONMIGO  
;) )**

**comiedis@unizar.es**