

## Conferencia “Comunicación efectiva de la ciencia”

SciCommChile es el inicio de una serie de eventos que tienen como objetivo fomentar y potenciar el desarrollo de la comunicación científica y tecnológica en Chile y Latinoamérica. Con un enfoque práctico apuntando hacia el futuro, SciCommChile será el punto de encuentro para todos aquellos que se dedican o quieren comenzar en la comunicación y valorización de la ciencia (artistas, científicos, comunicadores y ciudadanía).

Dirigido a la comunidad científica y académica en general, desde instituciones de investigación - públicas o privadas- o empresas que hagan innovación, y especialmente dirigido a periodistas científicos y departamentos de comunicaciones y marketing. Finalmente a jóvenes científicos, divulgadores, artistas, publicistas e ilustradores.





Resúmenes de las charlas:

**Lorena Valderrama.**

**Doctora en Historia de la Ciencia y Comunicación Científica. Académica del Departamento de Periodismos de la Universidad Alberto Hurtado.**

¿Por qué es necesario comunicar ciencia? Los deberes y desafíos sociales de la investigación científica. A través de un análisis socio histórico se abordarán las relaciones comunicacionales y discursivas entre la tecnociencia y la sociedad, los principales problemas, los diversos escenarios que esto implica y el estado de la comunicación científica en Chile.

**César Leiva.**

**Publicista y magíster en comunicación estratégica. Creador de la campaña Gastón y Nova y ex coordinador de redes sociales y Community Manager en el Ministerio de Energía.**

Hoy es casi inimaginable una marca o institución que no use Redes Sociales, por lo mismo, ¿qué hace pensar que un científico/a no tenga presencia en este espacio? Así, abordaremos con ejemplos prácticos por qué es relevante la penetración de temáticas relacionadas a la ciencias en las Redes, pero más aún, qué mecanismos canalizan de mejor forma los mensajes en las Redes y cómo así hacer una bajada "ciudadana" a temáticas que pudiesen parecer de nicho o técnicas.

**Paulo Dávalos.**

**Publicista interesado en proyectos de biodiversidad y comunicación científica. Fundador y director de Revista Trile. Dueño de Taller Sietecolores.**

El proceso que se lleva a cabo cuando se piensa y aplica una estrategia publicitaria. Desde el estudio del público objetivo y desarrollo del mensaje, hasta el logro de los objetivos de campaña, plantea una metodología interesante, una serie de pasos que podrían marcar un cambio sustancial en cuanto a difundir o divulgar la ciencia. Comprender este camino, la base de una estrategia publicitaria y los modelos imperantes será el tronco de esta presentación.

**Stephan Van Duin.**

**Biólogo, investigador y comunicador científico. Escritor y conferencista internacional. Fundador de The Online Scientist.**



Los científicos están comunicando cada vez más con el público general. Si bien este es un gran desarrollo, a menudo sus presentaciones no se ajustan a este objetivo. Tablas poco intuitivas, gráficos borrosos, títulos extensos, grandes cantidades de texto (lectura en voz alta), etc. Esto tiene que cambiar. Para ayudar a los científicos a comunicarse de una manera efectiva a un público general en este seminario utilizaremos una metodología efectiva denominada de “causa y efecto” que mejora sustancialmente estos errores.