

GUÍA PRÁCTICA

5 PUNTOS CLAVE PARA
COMUNICAR UN PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN CON
IMPACTO FUERA DEL
ÁMBITO ACADÉMICO





Llevas meses —incluso años—
investigando.

Has obtenido resultados sólidos,
relevantes, innovadores.

Pero fuera del círculo científico, nadie lo
sabe.

Y aquí es donde entra el verdadero reto:
¿cómo consigues que tu proyecto
tenga eco más allá de los papers y el
departamento?

En esta guía te explico los **cinco pilares
para lograr que tu ciencia no solo se
entienda**, sino que **importe**. Y sobre
todo, que genere el impacto social y
económico que muchas veces se exige,
pero que no siempre se sabe cómo
construir desde la comunicación.

1. CLARIDAD ESTRATÉGICA: DEFINE POR QUÉ Y PARA QUIÉN COMUNICA

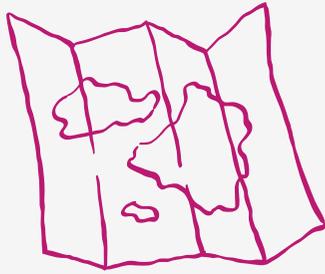
No se trata de divulgar por divulgar. Se trata de tener una **hoja de ruta**.

Empieza por responder dos preguntas clave:

- ✓ **¿A quién le interesa lo que estás investigando?**
- ✓ **¿Qué valor aporta?**

Puede ser una comunidad afectada, una empresa del sector, una autoridad local, o incluso una generación entera de estudiantes.

No es lo mismo hablar para especialistas que para ciudadanos. Tu mensaje debe adaptarse, no traducirse literalmente.



Consejo práctico:

realiza un mapa de públicos y prioriza según tres criterios:

**interés, influencia
y accesibilidad.**

Cuanto más claro tengas esto, más eficaces serán tus acciones de comunicación.

2. CONSTRUYE UNA NARRATIVA CON SENTIDO

La ciencia también necesita una buena historia. Y no me refiero a embellecer los datos, sino a darles **estructura narrativa**.

Una buena narrativa responde a estas preguntas:

✓ **¿Cuál es el problema que se quiere resolver?**

✓ **¿Por qué es importante ahora?**

✓ **¿Cómo se aborda desde tu proyecto?**

✓ **¿Qué cambia para la sociedad?**

Los públicos externos no buscan el detalle técnico: quieren entender el por qué y el para qué. No les hables como si fueran revisores de una revista científica. Haz que visualicen el impacto.



Consejo práctico:

explica en este punto qué ha descubierto o validado tu proyecto con el objetivo de demostrar la singularidad frente a una posible competencia.

3. ADAPTA EL LENGUAJE (SIN PERDER RIGOR)

Aquí está uno de los errores más comunes: se cree que “bajar el nivel” es perder precisión. No es así.

El verdadero reto es hacer que lo complejo se entienda, sin sacrificar exactitud.

Y eso implica:

- ✓ **Evitar jerga innecesaria.**
- ✓ **Usar metáforas o comparaciones que conecten con la experiencia cotidiana.**
- ✓ **Explicar los conceptos paso a paso.**
- ✓ **Anticiparte a dudas o confusiones.**

Piensa que si tu mensaje no se entiende, no es culpa del público. Es señal de que necesitas revisar cómo lo estás contando.



Consejo práctico:

Adapta la comunicación a las diferentes audiencias y realiza una escucha activa antes de elaborar tus mensajes.

4. MULTIPLICA FORMATOS Y CANALES

No todo se resume en publicar una nota de prensa o escribir un hilo en X (Twitter).

Si quieres llegar más lejos, **diversifica**:

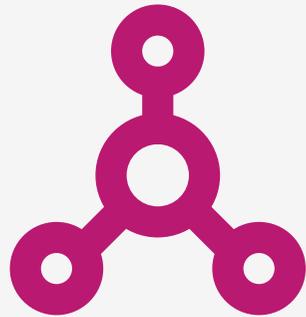
✓ **Infografías con datos clave para redes sociales.**

✓ **Vídeos animados para explicar procesos.**

✓ **Podcasts con conversaciones entre científicos y expertos del sector.**

✓ **Webinars o talleres con stakeholders.**

Usa cada canal con intención y adapta el formato al público. La misma información puede contarse de muchas formas. Elige la más eficaz, no la más obvia.



Consejo práctico:

En redes sociales utiliza, al principio, uno o dos canales. Estar en todas no implica mayor retorno. Sobre todo cuando no has hecho una planificación estratégica.

5. MÍDE EL IMPACTO DE TU COMUNICACIÓN

El error que muchas veces se comete es dejar la evaluación para el final (o no hacerla).

Establece desde el principio **indicadores medibles**.

Algunos ejemplos:

- ✓ **Número de personas alcanzadas por cada acción.**
- ✓ **Nivel de interacción o comentarios cualitativos.**
- ✓ **Solicitudes de colaboración recibidas.**
- ✓ **Descargas de materiales, artículos o guías.**

Medir te permite justificar el trabajo, mejorar lo que no funcionó y demostrar el valor real de la comunicación. Porque sí, comunicar también es investigar.



Consejo práctico:
cuando revises y
evalúes tus
indicadores,
identifica los puntos
de mejora en tu
comunicación.
Siempre hay algo
en lo que fortalecer
tu estrategia.

¿SABES CÓMO PUEDES CONVERTIR ESTOS CONSEJOS EN RESULTADOS REALES?

Tómate la comunicación tan en serio como el diseño experimental o la investigación aplicada.

Y si necesitas a alguien que entienda tu lenguaje y el del mundo fuera del laboratorio... ya sabes **dónde encontrarme.**