

Treball de fi de grau

Títol

Anàlisi i diagnòstic de l'Unitat de Comunicació del Centre de Recerca en Sanitat Animal

Autor/a

Alice Epaminondas de Fontes

Tutor/a

Jacint Niqui Espinosa

Departament	Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Recerca
Data	02/06/2015

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català: Anàlisi i diagnòstic de l'Unitat de Comunicació del Centre de Recerca en Sanitat Animal

Castellà: Análisis y diagnóstico de la Unidad de Comunicación del Centre de Recerca en Sanitat Animal

Anglès: Analysis and diagnosis of the Communication Unit of the Centre de Recerca en Sanitat Animal

Autor/a: Alice Epaminondas de Fontes

Tutor/a: Jacint Niqui Espinosa

Curs: 2014/2015

Grau: Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català: Comunicació, Gabinet de comunicació, Anàlisi, Diagnòstic, Auditoria de la informació

Castellà: Comunicación, Gabinete de comunicación, Análisis, Diagnóstico, Auditoría de la información

Anglès: Communication, Communication Unit, Analysis, Diagnosis, Information Audit

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català: La finalitat d'aquest projecte és oferir una anàlisi en profunditat sobre el context en què es troba la Unitat de Comunicació del Centre de Recerca en Sanitat Animal (CReSA), així com un conjunt de propostes i solucions adaptades a les seves necessitats específiques.

Castellà: La finalidad de este proyecto es ofrecer un análisis en profundidad sobre el contexto en el que se encuentra la Unidad de Comunicación del Centre de Recerca en Sanitat Animal (CReSA), así como un conjunto de propuestas y soluciones adaptadas a sus necesidades específicas.

Anglès: This project has the aim to provide a in-depth analysis of the context of the Communication Unit of the Centre de Recerca en Sanitat Animal (CReSA), also, to provide a set of proposals and solutions adjusted to their specific needs.

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i el signa:

Alice Epaminondas de Fontes

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar en mà al tutor abans la presentació oral**

Resumen

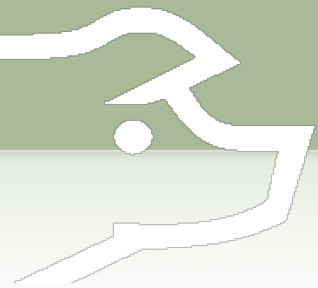
Este trabajo de final de grado se plantea como un proyecto profesional que acapara un estudio en profundidad sobre el *Centre de Recerca en Sanitat Animal* (CReSA), prestando especial atención a las funciones que cumple su Unidad de Comunicación.

El análisis es uno de los apartados más importantes, debido a que la Unidad de Comunicación de esta institución ya está estructurada y engloba una extensa lista de actividades: producen el CReSAPIENS, el *Parlem del CReSA*, el boletín *CReSA Digital*, realizan la divulgación de la actividad que se lleva a cabo en el centro de investigación y las publicaciones científicas de los investigadores, etc., sin una estrategia ni métodos de evaluación.

El mayor problema que sufre el CReSA está en que todas las herramientas que utiliza, tanto en el ámbito de la comunicación interna, como externa, fueron incorporadas sin que se realizara previamente un plan de comunicación o un plan empresarial.

Así, este proyecto no pretende presentar un plan de comunicación para esta entidad, sino identificar todas las necesidades, problemas y retos específicos, para que luego, una vez constituido el informe detallado sobre los recursos de información utilizados por la institución, se pueda ofrecer, al final del presente proyecto, una serie de propuestas y modificaciones en el ámbito de la comunicación, entendiendo que las alternativas expuestas podrán mejorar el desarrollo de sus funciones.

Análisis y diagnóstico de la Unidad de Comunicación del *Centre de Recerca en Sanitat Animal*



Alice Epaminondas de Fontes

Tutor: Jacint Niqui Espinosa

Trabajo de Final de Grado de Periodismo (UAB) / 2014-2015



Índice

1. Introducción	5
2. Objecto de Estudio	6
3. Definición de los Objetivos de Comunicación	7
3.1. Objetivos Generales	8
3.2. Objetivos Específicos	8
4. Metodología	10
5. Análisis de la Situación	12
5.1. Análisis del Contexto	12
5.1.1. Precedente	12
5.1.2. La Institución	13
5.1.3. DAFO de la Fundación CReSA	16
5.1.4. La Unidad de Comunicación del CReSA	22
5.1.5. El IRTA	23
5.2. Análisis de los Públicos	24
5.2.1. Interno	24
5.2.2. Externo	24
5.3. Métodos de Comunicación Interna	25
5.3.1. Intranet	25
5.3.2. Correo Electrónico	26
5.3.3. Tablón de Anuncios	26
5.3.4. Seminarios CReSA	27
5.3.5. Parlem del CReSA	27
5.4. Métodos de Comunicación Externa	28
5.4.1. Web Institucional	28
5.4.2. CReSA & the city	29
5.4.3. Buscador de Expertos del CReSA	30
5.4.4. CReSA Digital	30
5.4.5. CReSAPIENS	31

5.4.6. Nota de Prensa	32
5.4.7. Redes Sociales	33
5.5. Puertas abiertas y Jornadas	34
5.5.1. Jornadas PATT	35
5.5.2. Semana de la Ciencia	36
5.5.3. Semana Mundial del Cerebro	37
5.5.4. ESCOLAB	38
5.5.5. Cursos de Formación/Technical Training	39
5.6. Relaciones Externas	39
5.6.1. Con Otras Instituciones	39
5.6.2. Con los Medios de Comunicación	40
5.7. Responsable de Comunicación	41
6. Diagnóstico y Propuestas	41
6.1. Recursos de Comunicación	41
6.1.1. Interna	41
6.1.2. Externa	45
6.2. El Entorno Digital	50
6.2.1. Web y otras páginas institucionales	50
6.2.2. Redes Sociales	53
6.3. Unidad de Comunicación	59
6.3.1. Propuesta de nuevo organigrama	59
6.4. Relaciones externas	63
7. Plan de Crisis	71
7.1. Fases de un Plan de Gestión de Crisis	72
8. Evaluación de Resultados: KPIs	75
9. Conclusión	77
10. Bibliografía y Webgrafía	79
11. Anexos	81

1. Introducción

La difusión social de la ciencia tiene efectos muy positivos en la sociedad. Por un lado, contribuye a aumentar la cultura científica en general y, por otro, incita a los ciudadanos a plantear los conceptos con una perspectiva distinta, enseñándoles a ser más curiosos. Porque la “divulgación científica, a nivel básico, no quiere decir transmitir respuestas, sino preguntas” (Bruner, 2012:37).

Esta visión sobre cómo funciona la divulgación científica, del biólogo e investigador en paleoneurología Emiliano Bruner, sencilla y práctica, en mi opinión, representa un giro en cómo estamos acostumbrados a percibir e interpretar las informaciones que recibimos.

El mes de octubre de 2013, fue mi primer mes en el *Centre de Recerca en Sanitat Animal* (CReSA) como estudiante en prácticas en su Unidad de Comunicación. Tardé un par de meses en acostumbrarme, en entender en qué consistía el trabajo que realizaban desde el ámbito comunicativo, cómo promovían la divulgación científica, con qué intención, etc.

Hasta que finalmente me di cuenta de algo muy trivial, pero que me resultó revelador en aquel momento: la motivación económica en el ámbito de la comunicación, o incluso atrevería afirmar también en el ámbito de la investigación, es mínima, y la motivación generada por la intención de cultivar la cultura científica, absoluta.

En los dieciocho meses que estuve colaborando en la Unidad de Comunicación del CReSA, tuve la oportunidad de entender cómo funcionaba su comunicación interna y externa, facilitando el análisis y diagnóstico que expongo en el presente Trabajo Final de Grado (TFG).

Su Unidad de Comunicación responde a algunas necesidades específicas, como iremos viendo a lo largo de este TFG, y engloba un amplio abanico de actividades. La finalidad de este proyecto es ofrecer un informe inicial de Auditoría de la Información, con propuestas y soluciones adaptadas a sus particularidades y necesidades.

2. Objeto de Estudio

El objeto de estudio del presente trabajo es la Unidad de Comunicación del *Centre de Recerca en Sanitat Animal* (CReSA), más específicamente, sus actividades comunicativas (tanto a nivel interno como externo).

Esta Unidad de Comunicación fue incorporada en la institución en el 2007 y su gestión corresponde desde el principio a la Responsable de Comunicación, Dra. Elisabet Rodríguez. A lo largo del trabajo, se tratará de definir cuáles son los principales problemas asociados a este ámbito comunicativo (y retos que se derivan de los mismos), así como cuáles son sus fortalezas.

Además, se retratará el contexto actual de esta fundación, con vocación de servicio público, creada para la investigación y el desarrollo tecnológico en el ámbito de la sanidad animal. También se refleja su esfuerzo en implicarse en el ámbito de la comunicación, tratando de ofrecer contenidos científicos de calidad, aunque sean de ámbito institucional. Una calidad extraordinaria y un reto para los profesionales que trabajan en su entorno.

Sin duda, la institución tiene por objetivo realizar actividades de difusión social de la ciencia, porque ha identificado la demanda creciente por parte de la sociedad de entender la ciencia y sus investigaciones en el campo de la sanidad animal. Sin embargo, se han identificado situaciones que requiere un cambio conceptual sobre cómo realizan la divulgación.

Así, se incluye en este trabajo una serie de propuestas y modificaciones en el ámbito de la comunicación de la entidad, entendiendo que las alternativas expuestas podrán mejorar el desarrollo de sus funciones.

3. Definición de los Objetivos de Comunicación

A lo largo de la historia de la humanidad se ha demostrado que la ciencia y el avance tecnológico son los engranajes del motor de desarrollo social. Y, en definitiva, toda la comunidad científica debería jugar el papel de encarrillar estos engranajes.

Según la más reciente “Encuesta de percepción social de la ciencia”, la sociedad tiende a tener mayor interés por la ciencia y la tecnología desde 2004. Cabe destacar, también, que el grado de interés es mayor entre la población más joven de 15 a 24 años (IV Encuesta de percepción social de la ciencia, FECYT, 2015:5).

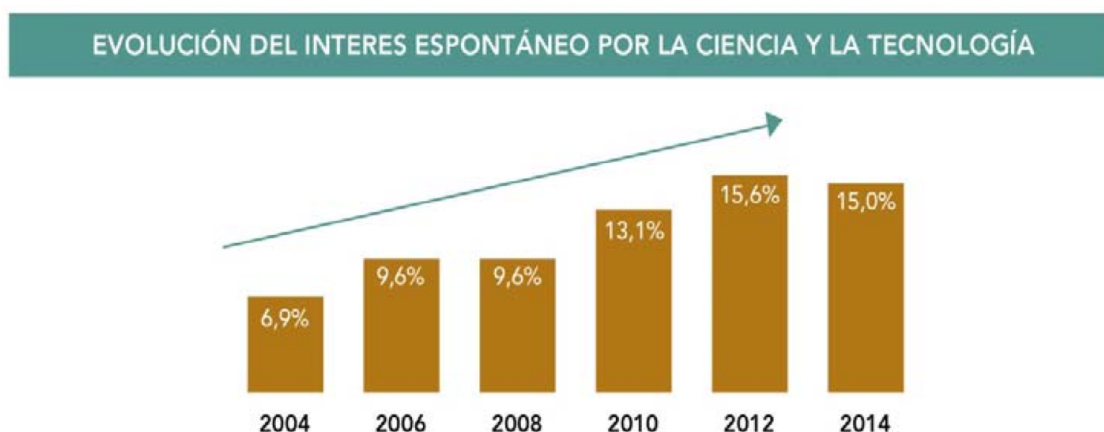


Fig. 1 - Gráfico relativo a la “evolución del interés espontáneo por la ciencia y la tecnología”, análisis comparativo de 2004 - 2014.

Fuente: VII Encuesta de percepción social de la ciencia (2015:5); http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Prensa/NOTAS_PRENSA/2015/Dossier_PSC_2015.pdf

[Consulta: 22/05/2015]

En el CReSA hay, sin duda, un esfuerzo en divulgar qué tipo de investigación realizan, así como cuáles son las principales conclusiones obtenidas. El personal científico entiende la importancia de la difusión de su actividad a todos los públicos.

En este apartado se resumirán los principales objetivos de comunicación, divididos en los objetivos generales y específicos. Los objetivos generales fueron claves para definir cómo se plantearía el presente proyecto.

3.1. Objetivos Generales

- ❖ Mejorar la comprensión pública de la ciencia y la cultura científica de la sociedad;
- ❖ Despertar el interés y la curiosidad sobre el conocimiento científico de un segmento de público 'no-científico' ;
- ❖ Proteger la ciencia e investigación como un valor cultural;
- ❖ Hacer partícipe la información científica en los medios de comunicación más influyentes.
- ❖ Realizar una propuesta factible y adaptada a las necesidades comunicativas del CReSA;
- ❖ Distinguir qué funciona de lo que no en las actividades que lleva a cabo la Unidad de Comunicación.

3.2. Objetivos Específicos

- ❖ Reestructurar la comunicación del CReSA;
- ❖ Proporcionar mayor visibilidad a la Fundación *Centre de Recerca en Sanitat Animal*;
- ❖ Analizar y seleccionar las mejores estrategias de comunicación y métodos de evaluación, teniendo en cuenta los recursos disponibles;
- ❖ Identificar los puntos fuertes y los más débiles en diagnóstico relativo al ámbito comunicativo del CReSA, así como encontrar la solución que mejor se adapte a sus necesidades;

- ❖ Distinguir entre las diversas herramientas que utiliza el CReSA cuáles deberían ser mejor aprovechadas;
- ❖ Mejorar las relaciones con los medios de comunicación y con otras entidades externas;
- ❖ Ofrecer la mejor forma de dar la adecuada difusión a los resultados y conclusiones más relevantes de las investigaciones realizadas en el CReSA;
- ❖ Potenciar la retroalimentación, sobre todo en el ámbito de la comunicación interna;
- ❖ Elaborar una primera versión de un Plan preventivo y de Gestión de Crisis.

4. Metodología

Una vez contextualizado el objeto de estudio y los principales objetivos de comunicación, se presenta en este apartado cómo se ha desarrollado este proyecto profesional, que también pretende ser la presentación de un estudio en profundidad sobre el contexto de la institución, su entorno y de las funciones de la Unidad de Comunicación del CReSA.

Así se ha planteado por un sencillo motivo: el hecho que la Unidad de Comunicación ya esté estructurada y englobe un vasto abanico de actividades, realizar solo un plan de comunicación no sería capaz de atender las necesidades específicas de la institución, ya que se haría un planteamiento parcial, se restringirían las opciones y se ofrecería propuestas limitadas.

La solución encontrada fue desarrollar un informe detallado sobre los recursos de información utilizados por la institución. Es decir, un informe generado tras utilizar las técnicas de auditoría de la información planteadas por la profesora de la Universidad Jaume I (Castellón - España) del Dpto. de Biblioteconomía y Documentación y especialista en este ámbito, Cristina Soy Aumatell, en su libro “Auditoría de la Información”, publicado en el 2003.

Alfonso Cornella, quién ha dirigido incontables proyectos sobre cultura y dinamización de innovación en organizaciones, define como autoría de la información el “proceso de identificación y evaluación de los recursos de información necesarios para cumplir con los objetivos de la empresa. (...) Un paso previo a la determinación de una estrategia de gestión de la información. (...) El objetivo de la auditoria de la información es asegurar que la información que circule por el sistema sea la que más convenga a la organización” (Cornella, 2003:10).

Así, siguiendo las directrices de los profesionales Cristina Soy y Alfonso Cornella, en los apartados “Análisis de la Situación” y “Diagnóstico y Propuestas” se ha procurado:

1. Identificar la información que la entidad necesita para cumplir sus objetivos en el ámbito de la comunicación;
2. Comparar las necesidades de la institución con la información que ésta ya utiliza. Identificando, de esta manera, necesidades no satisfechas;
3. Definir una estrategia sobre la información que debe circular por la entidad.

Una vez clarificado este punto, durante los doce meses de preparación del proyecto, éstos se han dividido entre:

- ♦ **Estudio de campo**; en el que de manera activa he identificado y diagnosticado problemas patentes. Durante los dos primeros meses también he recopilado información y documentos de interés ofrecidos por la institución o colgados en su entorno digital.
- ♦ **Análisis comparativo** sobre cómo otras instituciones organizaban y divulgaban información a través de sus webs institucionales, como el Centro de Investigación en Sanidad Animal (CISA), el Museo de la Evolución Humana y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).
- ♦ Y, en la última parte del trabajo, se propondrá **soluciones** para los temas más urgentes, como es el caso de la creación de un Plan de Crisis.

5. Análisis de la Situación

Este apartado está dedicado al análisis del contexto en el que se enmarca el CReSA. En él se pretende explicar todos los aspectos más relevantes de esta institución, desde su creación hasta la actualidad.

Toda la información recopilada ha resultado fundamental para entender exactamente qué actividades realiza y sobre qué ámbitos investiga. Así, se ha podido dibujar los objetivos que son necesarios para recapacitar la Unidad de Comunicación y proponer la creación de un Gabinete de Comunicación eficiente.

5.1. Análisis del Contexto

5.1.1. Precedente

El CReSA nace como idea en 1999, por parte del *Departament de Sanitat i Anatomia Animals de la Facultat de Veterinària* de la UAB y por parte de la Unidad de Sanidad Animal de *l'Institut de Recerca i Tecnologies Agroalimentàries* (IRTA), las únicas unidades que se dedicaban en el ámbito regional (Catalunya) a investigar sobre y en pro de la sanidad animal antes de 1999. Sin embargo, se trataba de una investigación descentralizada, que no estaba guiada por una finalidad remarcada.

Una vez se ha identificado y definido la necesidad de crear un centro dedicado a estudiar la sanidad animal con repercusión económica, sanitaria y de salud pública, les faltó a estas dos entidades ubicar dónde, cómo se construiría un centro de investigación y con qué características.

Así, a raíz de la iniciativa de estas dos entidad (UAB e IRTA) el edificio CReSA es inaugurado en el año 2003, en respuesta a una necesidad de profesionales del ámbito de la sanidad animal de poseer un espacio dónde pudieran llevar a cabo actividades de formación, investigación y desarrollo científico y

tecnológico, con una clara intención de asegurar mejores condiciones para los animales de producción, entre otros objetivos.

Aunque no es hasta el año 2006 que se pone en marcha en pleno funcionamiento como centro de investigación, cuando la Unidad de Biocontención de Nivel de Seguridad 3 (NBS3) es inaugurada.

Sus instalaciones están ubicadas en el Campus de la UAB, a aproximadamente 20km de Barcelona, en el entorno de la *Facultat de Veterinària*. Cuentan con una superficie de 1.434 metros cuadrados divididos entre laboratorios de NBS2, sala de equipamientos y despachos. Mientras que el área de Biocontención de nivel 3 poseen una superficie de 4.698 metros cuadrados, con dos zonas bien diferenciadas: laboratorios y estabularios.

5.1.2. La Institución

Tal y como apunta en su web institucional, el CReSA “agrupa el potencial humano de investigación en sanidad animal de las dos instituciones fundadoras” y vuelca su actividad en unas instalaciones tecnológicamente avanzadas, con características únicas en Catalunya, como es el caso de los laboratorios de Nivel de Bioseguridad 2 y 3 (NBS2/NBS3).



Fig. 2 - Logo del CReSA entre 2009 - Marzo de 2015.

Fuente: <http://www.cresa.cat>;
[Consulta: 13/02/2015]

La investigación, el desarrollo tecnológico y transferencia de conocimiento, fundamentalmente en el ámbito de la sanidad animal, son los pilares conceptuales de esta fundación.

CReSA tiene una larga lista relativa a la actividad que realiza en el campo de la sanidad animal. Incluye estudios de inmunología, microbiología, biología molecular, entomología, priones, etc. Gracias a su actividad investigadora, les permite que se valoren riesgos para la salud humana.

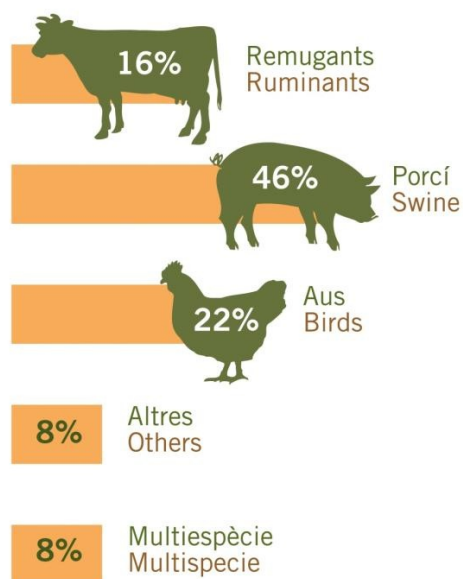


Fig. 3 - Gráfico sobre la actividad del CReSA según especie animal en 2014.

Fuente: <http://www.cresa.cat>;

[Consulta: 20/02/2015]

Más específicamente, su investigación se centra en primer lugar en el ámbito porcino, en segundo en la avicultura y en tercero en el ámbito bovino.

El gráfico (Fig. 3) hace parte de la presentación “Sanidad porcina en Catalunya: ¿qué hacemos en investigación?” impartida por el Dr. Joaquim Segalés, Director del CReSA, en el marco de las Jornadas PATT, el 13 de noviembre de 2014.

Desde el año 2007, gracias al impulso proporcionado por la Fundación Española para la Ciencia y Tecnología (FECYT), el

CReSA lleva haciendo un esfuerzo en el ámbito de la comunicación para dar a conocer a la sociedad su actividad y fomentar carreras científicas.

Tiene por finalidad de proporcionar divulgación científica de calidad, acercando la ciencia a todo tipo de públicos, esforzándose en redefinir mensajes, desmenuzando conceptos, traduciendo complejas investigaciones que llevan a cabo en los laboratorios o en colaboración con otras instituciones que comparten algún vínculo.

Así, entre sus actividades, CReSA incorporó los conceptos de comunicación interna y externa, responsabilidad social, transparencia, etc. Sin embargo, lo hizo sin una estructura, sin una estrategia o plan de comunicación, tampoco incorporó un Plan de Crisis como una de las actividades coordinadas por la Unidad de Comunicación.

Cuanto a su campo de influencia, tienen por vocación ser de ámbito nacional y regional, interactuando junto a empresas e instituciones catalanas. Pero también internacional, tanto a nivel de Unión Europea, como en relación con otros países. En el ámbito de la comunicación, por ejemplo, han establecido importantes relaciones entre la revista *Infopork* (que tiene repercusión en toda

Sudamérica) e los investigadores del CReSA, quiénes hacen colaboraciones bimestrales a la revista Infopork. En el Anexo 1 se encuentra la primera colaboración realizada, en enero de 2014.

En relación a su potencial productivo, sus instalaciones tecnológicamente avanzadas, con características únicas a nivel español, gracias a un NBS3 no solo rigurosamente equipado, como también arquitectónicamente destacable . Porque, tal y como se puede apreciar en el Anexo 2, poseen unas ventanas que facilita el trabajo de los investigadores, técnicos y estudiantes de postgrado al permitirles ver la luz del sol. Es la única unidad de biocontención de nivel 3¹ en Catalunya, en la que se permite trabajar con epizootias de declaración obligatoria, que forman parte la denominada Lista A de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE)², es decir, zoonosis que presentan elevados índices de mortalidad y que, tal y como indica el término zoonosis, son transmisibles a los humanos, de ahí su importancia transcendental.

Las características que agrupa el CReSA, tanto en relación al potencial humano de investigación en sanidad animal, como a nivel tecnológico, solo es equiparable al Centro de Investigación en Sanidad Animal (CISA), del Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria, que pertenece al Ministerio de Economía y Competitividad, localizado en Valdeolmos, a 40 km de Madrid.

Su funcionamiento y existencia están asegurados, en resumen, por dos motivos. El primero se refiere a su consolidación como referencia en investigación dentro panorama catalán y español. El segundo es debido a que tienen una escasa competencia directa dentro de su ámbito.

Finalmente, cabe destacar que el CReSA ha potenciado desde el principio relaciones con empresas tanto públicas como privadas. Además, realiza encargos para la *Generalitat de Catalunya* y firma contratos con el *Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural* (DAAM) y con la *Agència de Protecció de la Salut*.

¹ Existen cuatro niveles de bioseguridad. En el Anexo 3 se podrá ver qué criterios utiliza la Organización Mundial de la Salud para clasificar cada uno de ellos.

² Tal y como lo especifica en la web institucional de la OIE, en mayo de 2003 la Oficina Internacional de Epizootias se convirtió en la Organización Mundial de Sanidad Animal, pero conserva su acrónimo histórico OIE.

También hace parte de los *Centres de Recerca de Catalunya* (CERCA). Esta entidad reúne un conjunto de centros de investigación de la órbita de la *Generalitat de Catalunya*. CERCA es una entidad que, entre otros aspectos, proporciona una proyección corporativa sobre los centros de su entorno, así como apoya sus actividades, además de realizar un seguimiento de la misma.

Desde 2009 hace parte de *l'Associació Catalana d'Entitats de Recerca* (ACER), y por tal motivo, tiene una “R” representada en su logo. El hecho que desde enero de 2015 forme a pasar parte del IRTA, es posible que la “R” sea retirada de su logo. También es miembro de la Red Unidad de Cultura Científica y de la Innovación (UCC+i), acreditado por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). Ambas asociaciones promueven la consolidación de la investigación científica en el país y procuran impulsar la ciencia e innovación.

5.1.3. DAFO de la Fundación CReSA

Para situar objetivamente en qué punto se encuentra la institución CReSA, se ha utilizado el modelo DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades), también conocido como FODA o SWOT.

El DAFO “es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados” (Matriz FODA en <http://www.matrizfoda.com>; [Consulta: mayo 2015])

En el DAFO existen cuatro factores claves, que pueden referirse a nivel interno o externo, dentro del mismo contexto de la institución. Las oportunidades y amenazas representan los factores externos, mientras que las fortalezas y debilidades se refieren a los internos.

³ <http://www.matrizfoda.com>; [Consulta: mayo 2015]

En la web *Matriz FODA*³ defienden que el objetivo primordial es obtener conclusiones sobre cómo el objeto estudiado puede ser capaz de afrontar los cambios y turbulencias que puedan surgir.

Fig. 4 - Análisis DAFO de la institución CReSA

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buena reputación; ✓ Colaboración con otras entidades; ✓ Instalaciones únicas a nivel autonómico; ✓ Actividades con vocación de servicio público; ✓ Ubicación. 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Baja interacción con medios de comunicación y públicos externos; ✦ Actual crisis económica - recortes en la financiación pública.; ✦ Desinterés de la sociedad sobre temas relacionados con la ciencia e investigación; ✦ Recursos limitados.
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios e investigaciones de calidad; ✓ De forma regular se incorpora recién licenciados y técnicos de laboratorios; ✓ Investigadores especializados en ámbitos específicos; ✓ Buen ambiente laboral; ✓ Interés en incorporar herramientas para mejorar la comunicación interna; ✓ Constante renovación de los proyectos de investigación; ✓ Implicación de todo el personal en difusión científica. 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Aglutinación de actividades por falta de personal; ✦ Malestar por una parte del personal durante la incorporación al IRTA; ✦ Ausencia de un equipo de comunicación; ✦ Unidad de Comunicación poco estructurada; ✦ Desconocimiento en relación a la comunicación en crisis (gestionada por la Dirección); ✦ Misión, visión y cultura institucional pendientes de ser definidas.

Fuente: Elaboración propia

❖ Oportunidades

- ✓ **Buena reputación;** El CReSA es muy conocido dentro del entorno de sanidad animal, gracias a su potencial humano y productivo. Las investigaciones que realizan son de gran interés, además están siempre abiertos a recibir y colaborar con quiénes lo demanden. Todo esto ha llevado a que tengan una buena reputación, que podría ser mejor cultivada si, por ejemplo, se aumentara las interacciones entre los medios de comunicación y el público externo más especializado.
- ✓ **Colaboración con otras entidades;** Esta fundación nació con vocación de servicio público. Colabora con diversas entidades, públicas y privadas. Cabe destacar que incluso ha firmado dos acuerdos de marco de colaboración con el *Centre de Sanitat Avícola de Catalunya i Aragó* (CESAC) y el *Consell de Col·legis de Veterinaris de Catalunya* (CVCC).
- ✓ **Instalaciones únicas a nivel autonómico;** Como ya se ha mencionado, el CReSA posee unas instalaciones inigualables a nivel autonómico. Además, en España solo hay otra igual, en el CISA.
- ✓ **Actividades con vocación de servicio público;** El lema del portafolio sobre las actividades de esta institución, “Científicos del CReSA: más cerca de ti” es “Investigamos en sanidad animal para beneficio de todos”. En este libro, presentan los argumentos que explican de qué manera el CReSA “trabaja para mejorar la sanidad animal y la calidad y la seguridad de los productos animales destinados



Fig. 5- Portada del portafolio explicativo del CReSA.

Fuente: <http://www.cresa.cat>;

[Consulta: diciembre 2014]

al consumo humano”⁴.

- ✓ **Ubicación;** Este centro de investigación se encuentra en un punto estratégico, a 20km de Barcelona, cerca de la *Facultat de Veterinària* de la UAB, hecho que les permite compaginar una labor docente con la investigación, además de estar en contacto con jóvenes que se interesan por el ámbito que trabaja, haciendo con que el trabajo que realicen en el ámbito académico pueda tener una motivación en los dos sentidos. Además les permite a los profesores-investigadores que trabajan en el CReSA identificar e incentivar jóvenes que presenten una vocación para el ramo de la investigación en sanidad animal.

❖ Amenazas

- ◆ **Baja interacción con medios de comunicación y públicos externos;** A pesar del esfuerzo en realizar una divulgación científica para todos los públicos, el CReSA todavía pasa desapercibido por un gran porcentaje de población. En parte, puede ser debido a que no se haya generado un vínculo con ningún medio de comunicación que pueda proporcionar reconocimiento, y/o por la falta de relación con medios locales.
- ◆ **Actual crisis económica;** La crisis y los recortes han tenido un especial impacto en el CReSA, ya que gran parte de sus gastos eran cubiertos por las ayudas públicas.
- ◆ **Desinterés de la sociedad sobre temas relacionados con la ciencia e investigación;** La temática ciencia es de difícil enganche y a veces no resulta fácil entender el lenguaje que se utiliza.
- ◆ **Recursos limitados;** Cada uno de sus gastos debe ser justificado, ya que, sobre todo en el contexto de crisis, deben priorizar dónde pueden gastar su limitado capital. Así, una de las desventajas es que no tienen la libertad de incorporar más personal para aumentar el grado de eficiencia en las actividades que realizan.

⁴ CReSA; *Científicos del CReSA: más cerca de ti*. Financiado por FECYT, <http://www.cresa.es/cresa3/modulos/novedades/Novedades/2011/noticia211/Libro%20CReSA.pdf> (2011:3) [Consulta: diciembre, 2014]

❖ Fortalezas

- ✓ **Estudios e investigaciones de calidad;** Se publica regularmente artículos científicos en diferentes revistas especializadas. En el artículo publicado por La Vanguardia sobre el “Ranking de los investigadores biomédicos españoles”⁵ (Anexo 4), fueron mencionados dos investigadores del CReSA: Dr. Joaquim Segalés y la Dra. Tuija Kekarainen.
- ✓ **De forma regular se incorpora recién licenciados y técnicos de laboratorios;** Los estudiantes de postgrado entran en CReSA por convenios que tiene éste con la Generalitat de Catalunya. También se incorporan regularmente técnicos de laboratorios contratados para la realización de determinados estudios.
- ✓ **Buen ambiente laboral.** Los factores que proporcionan un ambiente laboral positivo son las diversas ventanas que proporcionan luz del día en los laboratorios y despachos, que hacen que la jornada laboral sea más amena. Además, disponen de una Sala de Actos que puede ser reservada por quien la necesite, y de una amplia Sala de Descanso.
- ✓ **Interés en incorporar herramientas para mejorar la comunicación interna;** Como veremos más adelante, el CReSA se interesa en mejorar su comunicación interna y en conocer siempre la opinión general del personal. El *Parlem del CReSA* es una de las herramientas que utiliza.
- ✓ **Constante renovación de los proyectos de investigación;** Sus proyectos están determinados en tiempo y al final de cada uno de ellos se realiza un esfuerzo en traducir las conclusiones en artículos que se publicarán en importantes revistas especializadas.
- ✓ **Implicación de todo el personal en difusión científica;** la divulgación científica es un tema que atrae a la gran mayoría del personal que trabajan en el CReSA.

⁵ CORBELLÀ, Josep, “Ranking de los investigadores biomédicos españoles”, en el que presenta una clasificación según el número de estudios liderados por los científicos mencionados, por el periodo analizado de 1997-2012, *La Vanguardia*, 24 de noviembre de 2014. <http://www.lavanguardia.com/ciencia/20141124/54420649960/ranking-investigadores-biomedicos-espanoles.html> [Consulta: 25 de noviembre de 2014]

❖ Debilidades

- ◆ **Aglutinación de actividades por falta de personal;** La aglutinación de actividades no es una realidad únicamente de la Unidad de Comunicación del CReSA (aunque en éste área se debe, en gran parte, a la falta de estructuración de su actividad), sino también en diferentes ámbitos del CReSA, como es el caso de Administración e incluso en el trabajo que deben realizar los técnicos de laboratorio. Algo que podría culminar en una insatisfacción de algún grupo de trabajadores.
- ◆ **Malestar por una parte del personal durante la incorporación al IRTA;** La incorporación a otra empresa requiere siempre adaptaciones. Durante el proceso de incorporación se ha identificado malestar por parte de algunos trabajadores. Causa: falta de comunicación transversal y horizontal.
- ◆ **Ausencia de un equipo de comunicación;** La realización de todas las actividades comunicativas son de responsabilidad de una sola persona. Ante cualquier contratiempo, el ámbito de comunicación de la institución se ve desamparado.
- ◆ **Desconocimiento en relación a la comunicación en crisis;** Ante los miedos generados por una posible crisis, el CReSA tendría que tomar una actitud silenciosa y esperar siempre las directrices de la Dirección.

5.1.4. La Unidad de Comunicación del CReSA

En relación a la Unidad de Comunicación del CReSA, ésta se refleja en el organigrama como una Unidad más, como sería la Administración o los Subprogramas de Investigación. No está integrada, ni es transversal a todos los ámbitos de la institución.

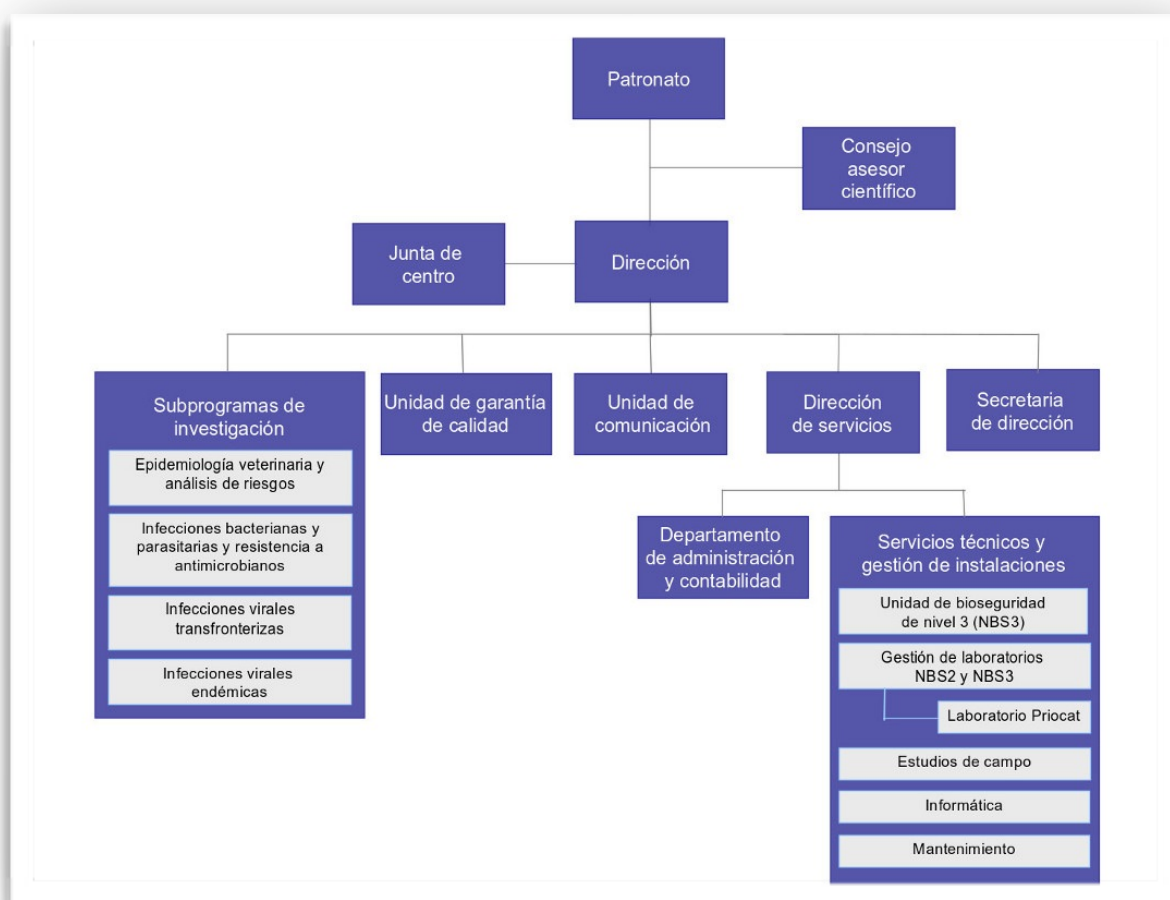


Fig. 6 - Actual organigrama del CReSA.

Fuente: <http://www.cresa.cat>; [Consulta: mayo 2015]

Este Área ha sido delimitada ya con problemas constitutivos y es tratada como una herramienta que se encargará, básicamente, de divulgar actividades que se realizan en el centro, a nivel interno y externo, pero no cumple el papel de un gabinete real, en el que se unificaría el mensaje y la divulgación según la cultura, los valores y la misión de la propia institución.

5.1.5. El IRTA

Como parte del análisis del contexto, cabe destacar el proceso de disolución sin liquidación que ha sufrido la Fundación, que desde principios de 2015 pasa a formar parte del IRTA, una empresa pública de la *Generalitat de Catalunya*, adscrita al *Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural* (DAAM).



Fig. 7 - Logo del IRTA
Fuente: <http://www.irta.cat>
[Consulta: mayo 2015]

Este proceso ha sido inevitable, debido a la crisis económica que el CReSA actualmente sigue padeciendo. Gran parte de los ingresos del *Centre de Recerca en Sanitat Animal* provenían de ayudas gubernamentales y trabajos con otras fundaciones públicas.

La crisis se ha hecho sentir en esta institución, dificultando sus actividades diarias en varios ámbitos, incluyendo en el comunicativo, que actualmente corre el riesgo de dejar de existir, ya que el IRTA tiene un Gabinete de Comunicación integrado por cuatro miembros, que se encargan de difundir las principales actividades que realizan los 16 centros que actualmente coexisten en su entorno.

Por otro lado, tuve la oportunidad de presenciar cómo se ha gestionado la comunicación durante la crisis que sufrieron los empleados del CReSA en el proceso de incorporación al IRTA, que todavía sigue en proceso de integración. Infelizmente desde el CReSA no había ni un Plan Preventivo, ni se ha realizado desde su Unidad de Comunicación, sino que se ha esperado las respuestas por parte del IRTA.

5.2. Análisis de los Públicos

5.2.1. Interno

A nivel de comunicación interna, el mensaje difundido va dirigido tanto al personal del CReSA, un grupo compuesto por hombres y mujeres de entre 25 y 50 años aproximadamente, todos ellos profesionales (veterinarios, microbiólogos, técnicos de laboratorio, etc.), especialistas en sus ámbitos (en entomología, en bacteriología, en priones, entre otras) y en constante formación ya que su entorno exige esta adaptación, es decir, les incita a producir y conducir estudios que proporcionen avances en el conocimiento sobre determinada área relacionada con la sanidad. Así como constantemente renuevan protocolos de seguridad para trabajar en los laboratorios de NBS2 y NBS3, una formación continua dirigida sobre todo a los técnicos de laboratorio y a los estudiantes de postgrado que se incorporan en el CReSA para desarrollar su tesis.

5.2.2. Externo

Para poder realizar un análisis eficiente del conjunto global de los públicos externos, estos se clasificarán según tres grupos distintos:

- I. El primero serían los profesionales del mundo de la sanidad animal y también de la salud humana, es decir, los veterinarios, médicos y todos aquellos que trabajan para la Generalitat de Catalunya en este ámbito, ya sean profesionales que trabajan en *l'Agència de Salut Pública de Catalunya* (ASPCAT), como los que trabajan para *l'Associació Catalana d'Escorxadors*, etc.
- II. El segundo grupo se refiere al conjunto de centros de investigación, tales como Centro de Investigación en Salud Internacional de Barcelona (CRESIB) o el CISA, profesores de la UAB y asociaciones, como la Asociación Nacional de Productores de Ganado Porcino (ANPROGAPOR). Es decir, el público externo que

establece un diálogo activo con el CReSA, un grupo caracterizado por el “intercambio de mensajes y el de las relaciones humanas que mantiene y alimenta expectativas vitales” (Piñuel Raigada, 1997:143). El CReSA posee vínculos con muchas entidades de este estilo, como veremos más adelante (en el apartado “Relaciones Externas”).

- III. Por último, el segmento de público externo con el que el CReSA establece contacto es un grupo menos especializado y sin una relación directa con el entorno de la sanidad animal. Como sería el caso de los aspirantes a desarrollar una carrera científica, por ejemplo estudiantes de bachillerato que visitan las instalaciones del CReSA, y los consumidores de productos animales, teniendo en cuenta que la investigación que se lleva a cabo en el CReSA sirve para monitorear y mejorar la calidad y la seguridad de los productos animales destinados al consumo humano.

5.3. Métodos de Comunicación Interna

5.3.1. Intranet

La Intranet del CReSA es una plataforma digital, accesible únicamente a través de la red privada de profesionales que trabajan en el Centro de Investigación.

Su acceso se realiza a través de la web institucional. En esta plataforma digital están colgadas las principales informaciones corporativas y documentos de interés, como la ficha para solicitar días libres o protocolos, entre otros.

El portal permite el intercambio de informaciones entre la Unidad de Comunicación, la dirección y los trabajadores. Este intercambio se realiza de forma más instantánea y a través de un acceso más simplificado que el Webmail, del que también disponen.

Esta plataforma es dirigida por el único informático que actualmente se encuentra en el CReSA, Óscar Grau. Su actualización también depende de mismo.

En el apartado “Diagnóstico y Propuestas” se realizará un análisis más extenso sobre la Intranet, en el que se incluirán propuestas específicas.

5.3.2. Correo Electrónico

El Webmail del CReSA es una herramienta muy utilizada, y para diversos temas. Proporciona a los usuarios rapidez, interactividad, difusión de mensajes entre distintas personas o grupos (técnicos, estudiantes de postgrado, investigadores, etc.) y confidencialidad.

Esta plataforma funciona correctamente y es aceptada por la gran mayoría de los trabajadores del CReSA.

5.3.3. Tablón de Anuncios

El Tablón de Anuncios se encuentra estratégicamente en la entrada principal del CReSA: cuando haces una visita a sus instalaciones es inevitable no fijarse en la estantería, en los panfletos sobre programas europeos, convocatorias de conferencias, distintos números de su revista CReSAPIENS, etc.

Sin embargo, este no es el único tablón de anuncios del CReSA, ya que este primero, más visible y al alcance de todos que visitan el CReSA, reúne informaciones generales y los panfletos informativos. Remiten informaciones poco relevantes para el desarrollo de la actividad de los investigadores (por ejemplo, las convocatorias para el EPIZONE, una red internacional de centros de investigación veterinaria, no se cuelgan ahí, sí la información sobre la misma, cuándo se realizará, en qué ciudad, etc.).

A la derecha de la entrada, justo dónde empiezan los diversos despachos ubicados en la planta inferior, hay un panel en que cuelgan informaciones de interés interno, documentos explicativos sobre el tipo de asistencias que da el seguro médico, o información sobre los Seminarios del CReSA, por ejemplo.

5.3.4. Seminarios CReSA

Los Seminarios CReSA se organizan normalmente a los viernes, a las 12h00, y suele tener una duración de una hora. Durante los mismos, todos los trabajadores del CReSA pueden suspender su actividad laboral.

Los temas de estos seminarios son muy diversos. El Dr. Ayub Darji, investigador del IRTA-CReSA en el Subprograma de Infecciones Víricas Transfronterizas, solía ser el responsable de organizar este evento. Desde el mes de abril de 2015 quien se encarga de difundirlo a través del Webmail es Estrella Centeno, Técnica de Soporte Logístico y Contabilidad en la Unidad de Administración del CReSA. En el Anexo 5 se podrá encontrar información sobre algunos Seminarios que organizan y cómo se difunden.

5.3.5. Parlem del CReSA

El *Parlem del CReSA* es un boletín interno divulgado a través del Webmail. Este no tiene una periodicidad definida, aunque procura ser de carácter mensual.

Facilita una información descendente, ascendente y horizontal en el CReSA, tratando de divulgar todo aquello que ha ocurrido a nivel institucional, informar sobre las novedades de los subprogramas de investigación, de los servicios técnicos, de las convocatorias, de los cursos y jornadas, así como de las principales noticias relacionadas con el área de comunicación.

Su imagen es anticuada y no utiliza fotos, ni enlaces. En el apartado “Diagnóstico y Propuestas” será analizado en profundidad.

5.4. Métodos de Comunicación Externa

5.4.1. Web Institucional

Su web, que se puede encontrar en el dominio <http://www.cresa.cat>, es una plataforma que reúne un elevado grado de información institucional.

En la cabecera se encuentra el logo del CReSA, los enlaces al Intranet, al Webmail y enlaces directos a “Actualidad”; “Personal”, un apartado que facilita los contactos de todos los que trabajan en el Centro de Investigación; “¿Dónde estamos?”; “Proyectos”; “Oferta tecnológica”; “Servicios científico-técnicos”; “Ofertas de Trabajo”; y “Contacto”, donde permiten a los que visitan esta web enviar un mensaje a través de la misma web.



Fig. 8 - Captura de pantalla de la web institucional del CReSA

Fuente: <http://www.cresa.cat>

[Consulta: 22/05/2015]

En la barra lateral izquierda, está ubicado el “Menú”, que se despliega en “Novedades”; “Conoce el CReSA”; “Investigación y desarrollo”; “Servicios a clientes”; “Publicaciones”; “Actividades”; “Trabajar en el CReSA”; y “Contáctenos”.

En la parte inferior, disponen los logos del CERCA, del Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) y del *Certificat de d’avaluació de*

conformitat amb les bones pràctiques de laboratori (Certificado BPL concedido por *Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya*).

En la barra lateral derecha incluye enlaces directos a las redes sociales que utiliza (Facebook, Twitter, LinkedIn y Youtube); al Buscador de Expertos; al apartado “Open Access Infraestructures”, en el que los profesionales interesados pueden solicitar el acceso a las instalaciones del CReSA para realizar algún experimento; a los “Servicios Científico-técnicos”; a la “Portes

obertes CReSA a periodistes científics”, una jornada de puertas abiertas realizada en abril de 2013; a su blog “CReSA & the city”; al “Annual Report 2013”; a la plataforma “SESC”; a la revista “CReSAPIENS”; al “CReSA TV”; al boletín “CReSA Digital”; al “CReSA Training Programs”; y finalmente a la plataforma que va dirigida a los niños “CReSA - del laboratori a la granja”.

En la columna principal facilitan publicaciones sobre las actividades que lleva a cabo el CReSA, a congresos y jornadas que participa y/u organiza, así como realizan resúmenes sobre algunas tesis publicadas por sus investigadores en importantes revistas científicas especializadas, como el *Journal of Virology*, o la revista científica *Transboundary and Emerging Diseases*.

Todas las noticias están publicadas en catalán o castellano, y en su gran mayoría también son ofrecidas en inglés. A pesar del esfuerzo en divulgar las noticias para todos los públicos, las publicaciones están fundamentalmente dirigidas a profesionales del ámbito de la sanidad, ya que presentan un lenguaje técnico.

La actualización de las noticias, así como cualquier otra modificación depende del técnico informático Óscar Grau.

5.4.2. CReSA & the city

El blog institucional, *CReSA & the city*, nació en 2012, con la idea de ofrecer noticias mas cercanas a la sociedad en general. Tienen seis apartados: “*Investigación*”; “*Comunicación*”; “*CReSAPIENS*”; “*Cursos y Jornadas*”; “*Gestión Científica*”; y “*Dos sillas, una grabadora*”

Las aportaciones en el blog son realizadas por el propio



Fig. 9 - Captura de pantalla del blog del CReSA
Fuente: <http://www.cresa.cat/blogs/sociedad/>
 [Consulta: abril 2015]

personal del CReSA, que son invitados a hablar desde una perspectiva más personal, o bien sobre la actividad que realiza, sobre su investigación, sobre su participación en alguna reunión o congreso, etc.

Los post están en castellano y catalán. Muchos de ellos también tienen su versión en inglés.

El blog puede ser editado por cualquier que tenga un nombre de usuario y contraseña.

5.4.3. Buscador de Expertos del CReSA



Fig. 10 - Captura de pantalla de la plataforma Buscador de Expertos
Fuente: <http://www.cresa.es/experts/>
[Consulta: 23/04/2015]

Lanzado a finales de abril de 2014, el Buscador de Expertos del CReSA nació con el objetivo de ofrecer una base de datos de sus investigadores especializados y que trabajan para mejorar la sanidad animal.

Se trata de una herramienta gratuita que ofrece una base de datos sobre los investigadores del CReSA, dividiéndoles según su área de conocimiento (epidemiología, bacteriología, parasitología, diagnóstico e inmunología, etc.)

La plataforma está disponible en inglés y en castellano. Su actualización, así como cualquier otra modificación depende del técnico informático Óscar Grau.

5.4.4. CReSA Digital

Este boletín informativo digital es el medio por el cual esta institución trata de transferir los conocimientos relacionados con el área de sanidad animal y difunde los resultados de la actividad del centro.

Su público objetivo son los “profesionales relacionados con el sector agroalimentario y de la sanidad animal, incluyendo veterinarios, investigadores, estudiantes, productores, asociaciones, empresas e instituciones, así como todos aquellos interesados en el área de las ciencias de la vida”, tal y como defiende en la web institucional, en el apartado CReSA Digital.

Así, en el CReSA Digital se puede encontrar los resúmenes de las noticias, estudios, publicaciones y actividades más destacadas de este Centro de Investigación.

En la web institucional el último número colgado es relativo a septiembre de 2011, cuando su última publicación ha sido en Abril de 2015. Hoy en día este boletín es difundido únicamente a través del correo electrónico.

Se realizará un análisis en profundidad sobre el nuevo y el antiguo formato de este boletín en el apartado “Diagnóstico y Propuestas”.

Actualmente tiene un total de 1.048 subscriptores, 365 de ellos reciben la publicación en inglés.

5.4.5. CReSAPIENS

CReSAPIENS es la revista de divulgación científica de la organización. Ésta pretende ofrecer a los ciudadanos el conocimiento y los resultados de investigación y ciencias, de una manera atractiva, con un lenguaje más cercano, etc.



Fig. 11 - Las portadas del CReSAPIENS, la más reciente está a la izquierda.

Fuente: <http://www.cresa.es/>

[Consulta: 23/04/2015]

Nació en 2011 y los dos primeros números fueron financiados a través de la Convocatoria de Ayudas para el Fomento de la Cultura Científica y la Innovación 2010 de la FECYT. Por ahora, CReSAPIENS dispone de seis números publicados.

Para mantenerla, la Unidad de Comunicación debe encontrar patrocinio con empresas que mantienen relaciones a nivel profesional. Sin embargo, fueron pocos los números de la revista que consiguieron financiar al 100% los costes de maquinación e impresión. Aun así, la revista es gratuita y es distribuida, fundamentalmente, durante las visitas y jornadas de puertas abiertas.

Todos los números están disponibles en la web del CReSA, en PDF.

El comité editorial está compuesto por investigadores del CReSA y encabezado por la Dra. Elisabet Rodríguez, responsable de la Unidad de Comunicación. Son los encargados de elegir qué temas abordará la revistas y quién se encargará de escribir los artículos. También hacen la labor de revisar los textos, limitar las palabras, seleccionar fotos y editarlas antes de enviar a la empresa que se encarga de maquetación e impresión, la empresa *Ondeuev.net*.

Independientemente de que los autores de los artículos no sean del entorno comunicativo, los textos están muy bien trabajados.

5.4.6. Nota de Prensa

No todas las publicaciones en la web institucional son divulgadas en forma de nota de prensa.

No existe un criterio preestablecido sobre si determinada noticia debería ser o no transmitida a los medios de comunicación o profesionales, empresa o instituciones interesados. Simplemente deciden divulgar informaciones que les parece de carácter transcendental, relativas a jornadas, reuniones o congresos que CReSA participa u organiza, así como todas aquellas relacionadas con publicaciones científicas en revistas especializadas por parte de los investigadores del CReSA.

5.4.7. Redes Sociales

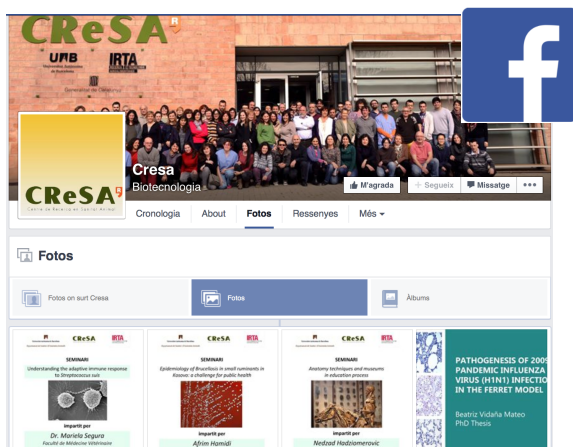


Fig. 12 - Captura de pantalla de la página de Facebook del CReSA.
[Consulta: 20/05/2015]

CReSA ha apostado por tallar su presencia en el entorno de las redes sociales desde el año 2011. Las plataformas sociales elegidas para divulgar su actividad han sido el Facebook, Twitter, LinkedIn y Youtube. Su página de Facebook tiene un total de 448 likes y todos los posts vienen acompañados de una imagen y un texto, siempre y cuando no son noticias compartidas desde la web institucional o del blog. Publican alrededor de 100 posts al año⁶.

Su Twitter es mucho más activo, ya que tiene 1.302 seguidores. Nació en mayo 2013 y ha publicado 2.142 tweets. Publican o retwittean informaciones con regularidad.

El Youtube es la plataforma menos utilizada. Tiene un total de 89 subscriptores y únicamente 16 vídeos en su canal. Además desde julio de 2013 que se ha publicado ningún video nuevo.

Finalmente el LinkedIn tiene 409 seguidores y es utilizado al menos una vez al mes. No hay un criterio para indicar que tipo de informaciones deberían ser divulgadas a través de esta plataforma.



Fig. 13 - Captura de pantalla del Twitter del CReSA.
[Consulta: 28/05/2015]

⁶ Datos extraídos del Anual Report 2013 del CReSA. <http://www.cresa.cat/cresa3/modulos/publicaciones/memorias/files/memoria2013.pdf>. [Consulta: 07/02/2015]

La participación del CReSA en las redes sociales es realizada, fundamentalmente, por el Dr. Enric Vidal, investigador del CReSA, y no por la Unidad de Comunicación.

5.5. Puertas abiertas y Jornadas

El CReSA organiza estos tipos de actividades varias veces a lo largo del año. También participa activamente en jornadas organizadas por otras entidades, como es el caso de las Jornadas de Porcino de la UAB.

Existen jornadas de puertas abiertas que constan en la agenda de la institución, como es el caso de las visitas que recibe el CReSA en marco de la *Semana de la Ciencia*⁷ y del ESCOLAB⁸, y otras que se establecen a lo largo del año laboral, es decir, se organizan tras recibir una solicitud por parte de los interesados en visitar las instalaciones del Centro de Investigación.

Así, el CReSA está siempre dispuesto a abrir las puertas de sus instalaciones para recibir visitas de aquellos que estén interesados en conocer la actividad que lleva a cabo la institución.

Las visitas por parte de escuelas, bachillerato o ESO, se realizan durante la *Semana de la Ciencia*, la *Semana Mundial del Cerebro*⁹ y el ESCOLAB. Sin embargo, escuelas técnicas, universidades y otras entidades, sobre todo si están relacionadas con el entorno de la sanidad animal, tienen la libertad de solicitar una visita al centro.

Por último, cabe mencionar la jornada de puertas abiertas que el CReSA organizó en abril de 2013. Recibieron la visita de un grupo de 17 profesionales de la comunicación interesados en conocer qué actividades realiza la institución. No ha vuelto a repetirse otra jornada con estas características, ni se

⁷ La Semana de Ciencia suele organizarse en las primeras semanas de noviembre.

⁸ El proyecto ESCOLAB promueve el acercamiento entre estudiantes de la ESO, bachillerato o ciclos formativos a más de 100 actividades científicas, normalmente, entre los meses de octubre y abril.

⁹ La Semana Mundial del Cerebro tiene lugar durante el mes de marzo.

ha evaluado la opinión de los participantes. Además, solo ha sido posible encontrar una mención sobre esta actividad en los medios de comunicación, en El Periódico, bajo el titular “La caja fuerte de los Virus”¹⁰.

A excepción de la actividad *Semana Mundial del Cerebro*, todas las demás actividades incluidas en este apartado son organizadas por la Dra. Elisabet Rodríguez, responsable de comunicación del CReSA, y gran parte de ellas dependen de la contribución de algún investigador o de los estudiantes de postgrado del CReSA.



Fig. 14 - Portada del tríptico informativo sobre la Jornada de puertas abiertas dirigida a profesionales de la comunicación.

Fuente: <http://www.cresa.es/cresa3/banners/jornadapuertasabiertas/folleto.pdf>
[Consulta: 20/02/2015]

5.5.1. Jornadas PATT



Fig. 15 - Cartel de la Jornada PATT organizada en 2013.

Fuente: CReSA & the city.

[Consulta: 20/02/2015]

Estas Jornadas Técnicas están incluidas en el Plan Anual de Transferencia Tecnológica (PATT), promovido por el DAAM.

El CReSA participa en esta actividad desde el año 2010, organizando jornadas técnicas o seminarios con temáticas específicas sobre algún ámbito que investigan. Están programadas con antelación. El CReSA debe enviar la propuesta de cuándo y sobre qué tema desea implicarse meses antes, para que de esta forma se pueda incluir en la agenda del PATT.

¹⁰ MADRIDEJOS, Antonio, “La caja fuerte de los virus”, *el Periódico*, 22 de abril de 2013. <http://www.elperiodico.com/es/noticias/ciencia/caja-fuerte-los-virus-2369626> [Consulta: 20 de febrero de 2015]

El PATT tiene por objetivo principal organizar actuaciones orientadas a la investigación y divulgación de resultados de hasta cuarenta sectores económicos del ámbito agrario y alimentario catalán. Este programa de actuaciones depende de la Comisión Coordinadora de Transferencia Tecnológica (CTT) y es financiado por el DAAM.

La Unidad de Comunicación debe coordinarse con los investigadores que participarán como ponentes en las Jornadas PATT, tanto para encontrar invitados que puedan contribuir de manera enriquecedora con la actividad, como para asegurarse que el evento funcione sin contratiempos.

5.5.2. Semana de la Ciencia

La *Semana de la Ciencia*, un evento anual de carácter internacional, compromete universidades, instituciones, centros tecnológicos, etc., a divulgar la actividad que realizan durante una semana al año, normalmente en el mes noviembre, ya sea ofreciendo jornadas de puertas o actividades específicas pensada para los jóvenes.



Fig. 16 - Carteles de las últimas ediciones de la Semana de la Ciencia.

Fuente: Web *Setmana de la Ciència*. <http://setmanaciencia.fundaciorecerca.cat/edicions-anteriors/>
[Consulta: 22/02/2015]

Incluye actividades de todo el tipo, desde para niños de 5 años a jóvenes de 20 años.

El CReSA organiza durante la *Semana de la Ciencia* una jornada de puertas abiertas al día. Estas visitas van dirigida a estudiantes de la ESO, bachillerato o de ciclos formativos.

Los estudiantes de postgrado se implican cada año en esta actividad, enseñando a los jóvenes estudiantes las instalaciones, explicando qué actividades e investigación se realiza en el Centro, contestando sus cuestiones, etc.

Un centenar de estudiantes participaron en la edición de 2014 visitando las instalaciones del CReSA. Este fue el segundo año que ha participado en este evento.

5.5.3. Semana Mundial del Cerebro

A pesar de tener el total soporte de la Unidad de Comunicación, esta actividad es organizada por la Unidad de Enfermedades Espongiformes (Priocat), un laboratorio vinculado al CReSA. Dr. Enric Vidal es el investigador que se encarga de organizar y divulgar el evento.

La *Semana Mundial del Cerebro* tiene por objetivo concienciar a la sociedad de cómo funciona el cerebro, implicando a distintos investigadores de este ámbito para que aporten su visión.

Durante esta Semana, que se organiza cada año durante mediados de marzo, normalmente el CReSA ofrece seminarios sobre las encefalopatías espongiformes transmisibles (EET) y visitas a sus instalaciones.

5.5.4. ESCOLAB



Fig. 17 - Logo ESCOLAB.

Fuente: Web ESCOLAB.

<http://www.escolab.bcn.cat>

[Consulta: 22/02/2015]

Tal y como lo define en la web, el ESCOLAB “es una iniciativa del Programa Barcelona Ciencia del Instituto de Cultura y del Programa de Cultura Científica del Instituto de Educación del Ayuntamiento de Barcelona”

Las visitas, o realización de talleres, en alguno de los laboratorios o departamentos de investigación adheridos a este programa suelen ser planificadas desde los primeros meses lectivos (entre septiembre y noviembre).

Al contrario de lo que ocurre con la *Semana de la Ciencia*, las temáticas son muy diversas, a pesar de que están vinculadas sobre todo a ciencia y tecnología, también se encuentran propuestas relacionadas con las humanidades, arquitectura, innovación empresarial, ciencias sociales, educación infantil, periodismo o ciencias del deporte.

En el CReSA las visitas de los estudiantes de bachillerato, ESO y ciclos formativos son realizadas durante los meses de febrero a abril, dos veces al mes aproximadamente.

5.5.5. Cursos de Formación/*Technical Training*

La formación continuada es un concepto integrado en la cultura institucional del CReSA.

Por un lado, cada subprograma de investigación suele organizar alguna actividad a lo largo del año laboral. La labor de la Unidad de Comunicación en este ámbito es, básicamente, divulgar la realización del curso y una breve evaluación sobre cómo ha ido.

Por otro, uno de los servicios que ofrece el CReSA a empresas externas es el *Technical Training*, también llamado *CReSA Training Programs*, dirigido a profesionales del entorno de la sanidad animal. Este no posee un modelo negocio predefinido.

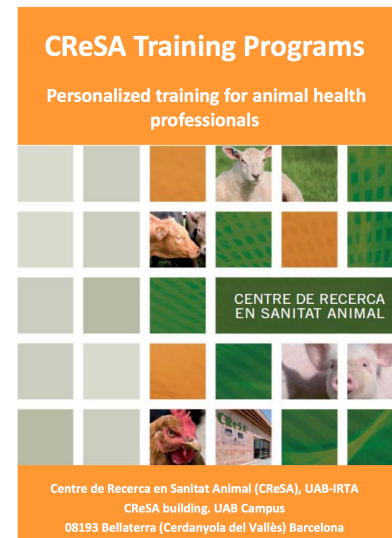


Fig. 18 - Portada del tríptico sobre el Training Programs.

Fuente: Web del CReSA. http://www.cresa.cat/cresa3/modulos/actividades/trainingprograms/folleto/CReSA%20Training%20Programs_eng.pdf

[Consulta: 22/05/2015]

5.6. Relaciones Externas

5.6.1. Con Otras Instituciones

Debido al tipo de actividad que realiza, el CReSA mantiene relaciones estrechas con diversas entidades, tanto del ámbito agroalimentario, como biofarmacéutico, además del diálogo que mantienen con otros centros de investigación, tanto a nivel autonómico como estatal e internacional.

Además, al ser una fundación de carácter público, es normal que establezca relaciones con entidades de la *Generalitat de Catalunya* y con departamentos como el DAAM.

También ha firmado dos acuerdos marco de colaboración con *Centre de Sanitat Avícola de Catalunya i Aragó* (CESAC) y con el *Col·legis Veterinaris de Catalunya* (CCVC).

5.6.2. Con los Medios de Comunicación

Con la incorporación al IRTA, las relaciones que CReSA mantenía con los medios de comunicación se han visto alteradas, fundamentalmente por dos motivos.

En primer lugar, porque el IRTA tiene una lista mucho más extensa de contactos de periodistas y empresas de la comunicación. Ya que esta empresa cuenta con la presencia de un gabinete de comunicación compuesto por tres miembros, en el que gestionan la información de un total de 16 centros IRTA.

En segundo lugar, debido a que ninguno de sus centros tiene un área de comunicación, el CReSA ha pasado desde abril de 2015 a no tener físicamente un responsable de comunicación. Así, la divulgación y el contacto con los medios de comunicación se realizará únicamente desde el IRTA, o a través de los profesionales de la comunicación pasarán a tener un contacto directo con los investigadores.

Cualquiera de las dos medidas puede ser perjudicial para la reputación del CReSA en el entorno de la comunicación.

No debería hacer falta reafirmar que el CReSA no es como cualquier otra entidad del IRTA. Las instalaciones y el potencial humano del CReSA son únicos a nivel autonómico, comparable únicamente con el CISA, que está ubicado en Madrid. Por otro lado, todas las herramientas comunicativas, y el esfuerzo en acercar los resultados y conclusiones de la investigación científica a la sociedad, podrían verse extintos si pasa la “carga comunicativa externa” a una empresa externa al CReSA y la comunicación interna podría deteriorarse.

Dicho esto, antes del proceso de integración con el IRTA, el CReSA ya demostraba señales “alarmantes” que el diálogo con los medios de comunicación no fluía. Una de las señales era la agenda de contactos que poseían, dónde no estaba estructurada, carecía de información sobre los medios de comunicación o sobre el periodista que trabajase en ese entorno, ni cuándo o para qué se ha establecido el contacto (si el periodista vino por

información, si ya conocía el CReSA o si se había establecido un contacto previo y si se conocía qué temas podrían interesarle (información sobre jornadas o sobre estudios publicados en revistas especializadas), etc.).

5.7. Responsable de Comunicación

La Unidad de Comunicación del CReSA fue creada en 2007, momento en el cual contrataron la Dra. Elisabet Rodríguez como responsable de comunicación.

Es licenciada en veterinaria por la Facultad de Veterinaria de la UAB y tiene un Máster en Dirección de Empresas (MBA) por la *EAE Business School*. Además ha realizado diversos cursos de marketing, comunicación y transferencia tecnológica y del conocimiento.

Entre 2009 y 2010 tuvo la ayuda de Josep Rexach Fumanya, un licenciado en comunicación audiovisual que hizo las prácticas obligatorias en el CReSA, quién le asesoró en la realización de la revista CReSAPIENS.

6. Diagnóstico y Propuestas

6.1. Recursos de Comunicación

6.1.1. Interna

❖ Realización de un Manual de Acogida

En relación a la comunicación interna, el CReSA ha hecho el esfuerzo de incorporar diversas herramientas con la intención de que todos que trabajaran allí conocieran las razones que lideran su actividad. Posee varios panfletos informativos sobre su labor, tanto en castellano, como en inglés y catalán, uno de ellos se puede apreciar en el Anexo 6.

Sin embargo, no es del todo positivo que en estos diversos modelos para explicar su labor, en ninguno de ellos se dirija de manera directa al personal del CReSA, sino que son informaciones generales sobre sus instalaciones, el tipo

de investigación que realiza y los objetivos generales de la institución. Tampoco es positivo que no incluya información sobre el SESC o el PRIOCAT.

Así, sería interesante y de gran utilidad, sobre todo para los miembros de la institución, que se realizará un documento mas específico en el que contenga información sobre la plataforma web, el blog, los distintos subprogramas existentes, etc.

Para la realización del mismo, sería interesante seguir la directriz Villafañe, quién “considera que el manual de acogida se divide en tres partes: una carta de identidad (con la historia, la visión estratégica, la misión y el actual proyecto de la organización), el diseño funcional y orgánico de la compañía y una descripción de la cultura corporativa” (Villafañe, 1999:311¹¹).

❖ Parlem del CReSA, Intranet y Webmail



Fig. 19 - Parlem del CReSA nº 7

El formato del *Parlem del CReSA* es poco atractivo, no es eficaz, ni respeta los criterios de usabilidad compartidos en el diálogo digital.

De esta manera podría resultar de gran utilidad para el CReSA sacar mas partido de la plataforma Intranet, ya que esta permitiría establecer el diálogo entre el personal del CReSA y los directivos, ya que se utilizaría para colgar las novedades en el Centro de Investigación. O bien se podría

crear un prototipo que se adecue mas a sus necesidades y con una estructura menos plana.

11 Villafañe citado por Ana Almansa Martínez en “Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación”, 2011:104.

El nuevo prototipo debería ofrecer “información espejo, información guía e información de intercambio” (Westphalen y Piñuel 1993:210-2011¹²), es decir, en primer lugar debe contemplar datos sobre la institución y su actividad, en segundo debe difundir informaciones sobre el entorno de la entidad y su evolución en el entorno de la sanidad animal. Por último, también debería permitir la posibilidad de que el público interno se manifiesten a través de esta herramienta, posibilitando que exista una comunicación ascendente.



Fig. 20 - Interface del Intranet del CReSA. Una estructura con un gran potencial.

[Consulta: 10/11/2014]

Se recomienda replantear el diseño del boletín *Parlem del CReSA*, y de sus secciones utilizando el mismo programa del nuevo formato del CReSA Digital, la herramienta *MailChimp*. Debido a que esta plataforma permite realizar un diseño estructurado y una salvar la plantilla, que servirá como modelo para la

¹² Westphalen y Piñuel citado por Ana Almansa Martínez en “Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación”, 2011:111.

realización de otros boletines con el mismo diseño y tipo. Por otro guarda y se añaden fácilmente los contactos. Es una herramienta muy funcional.

Independientemente de la solución elegida, si se pretende mantener el *Parlem del CReSA*, éste debe tener una periodicidad y esta debe ser respetada, ya que actualmente no la tiene, así, acaban por acumular informaciones y difundirlas cuando ya ha pasado mucho tiempo. Además producen un boletín muy extenso, en que acaba por existir una pérdida de interés para el público interno al que va dirigido.

Antes de definir la periodicidad, lo ideal sería que reunieron todas las actividades previstas para el año laboral e incluir en el calendario, una vez se tenga una visión global, el *Parlem del CReSA* bimensualmente o mensualmente.

En relación a la Intranet, esta plataforma está prácticamente abandonada. Además, con la incorporación al IRTA, esta herramienta, que antes era utilizada sobre todo para intercambiar documentos de interés, ha perdido su utilidad, ya que el IRTA tiene su propia intranet y el personal del CReSA ha emigrado a esta plataforma. Así, su futuro parece ser corto, a pesar de que ya tienen montada la estructura de la misma. Antes de extinguirla, quizá sea oportuno considerar todas las posibilidades que el Intranet puede ofrecer y cómo se podría sacar partido de esta herramienta, teniendo en cuenta que proporciona el acceso simplificado a la información.

El Webmail es mejor valorado entre el personal del CReSA que el Intranet, motivo por el cuál se distribuye el *Parlem del CReSA* a través del primero. Sin embargo, el Intranet podría ser un canal de comunicación más eficiente, puesto que todas las ediciones de este boletín interno podrían ser consultadas por cualquier trabajador del CReSA, en cualquier momento, mientras que el

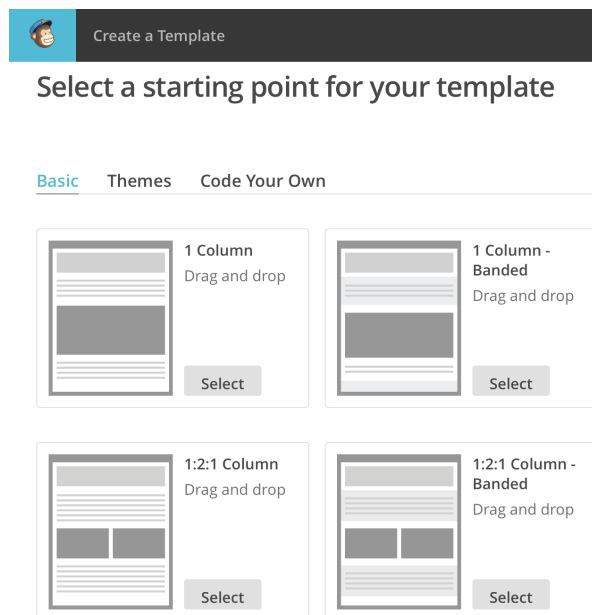


Fig. 21 - Opciones de templates en la plataforma MailChimp.

Fuente: <http://mailchimp.com>;
[Consulta: 22/05/2015]

webmail tiene un límite de almacenaje (25Mb) y es más fácil que el *Parlem del CReSA* sea eliminado, muchas veces, haciendo una lectura parcial.

Finalmente, sería relevante definir y sacar mayor partido de las secciones del *Parlem del CReSA*, que son: “*Institucional*”; “*Subprogrames de Recerca*”; “*Serveis*”; “*Comunicació i Convocatòries*”; “*Premis*”; “*Cursos i Jornades*”; “*Altres temes o Documents d’interès*”.

6.1.2. Externa

♣ CReSA Digital

El público objetivo de este boletín son los profesionales del sector, a pesar de que el CReSA ofrece la subscripción abierta a todos a través de su web institucional y procura reducir la utilización tecnicismos.

A pesar de ser una buena idea y de que se ha rediseñado el CReSA Digital, todavía hay aspectos que se podrían mejorar, tanto en relación a la disposición de los archivos en internet, ya que no es idílico que desde septiembre de 2011 no figure ningún otro numero colgado en la web institucional. Habría que decidir excluir este apartado en la web, o actualizar la base de datos de estos boletines, para que los subscriptores puedan acceder a todas las ediciones de esta publicación.

También habría que mejorar algunos aspectos en el nuevo boletín. Entre ellos está su periodicidad que, una vez más, no está determinada. Habría que considerar todas las actividades que se debe encargar la Unidad de Comunicación e incluir cada cuánto desean difundirlo. Teniendo en cuenta que esta Unidad está compuesta por una sola persona, si optan por mantenerlo así, se aconseja que el CReSA Digital se difunda bimestralmente.

Por otro lado, la cabecera resulta poca atractiva en el nuevo diseño del CReSA Digital. Una opción sería incluir un breve menú sobre

Renovación de la imagen del CReSA Digital

CReSADIGITAL / Número 26 - Septiembre 2014

Si no puedes ver correctamente este e-mail, haz click aquí.



BOLETÍN INFORMATIVO de la Fundació Centre de Recerca en Sanitat Animal (CReSA), UAB-IRTA



Actualizada nuestra oferta de servicios
 |Oferta tecnológica| |Oferta de patentes| |Oferta formativa|
 |Servicios científico-técnicos|



7 proyectos del CReSA seleccionados

Siete proyectos diseñados por investigadores del CReSA fueron seleccionados para participar en el Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016, cinco de los cuales forman parte del



CReSA pasará a formar parte del IRTA

El Patronato del Centre de Recerca en Sanitat Animal (CReSA), el máximo órgano de decisión, ha acordado la disolución por cesión global de activos y pasivos de esta Fundación al Institut de Recerca i Tecnologia



CReSAPIENS nº 6. Introducción a las zoonosis: conceptos básicos

El sexto número de nuestra

CReSADIGITAL 

Boletín Informativo de la Fundació Centre de Recerca en Sanitat Animal (CReSA), UAB-IRTA

PÁGINA 1 CReSADIGITAL NÚMERO 17 - SEPTIEMBRE 2011

En este número:

EN PORTADA	
Nueva revista CReSAPIENS	1
TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA	
Desarrollo de vacuna de Glässer	1
PUBLICACIONES	
Protección frente a PPC	1
Vacunas ADN de Peste Africana	2
Virus de la peste porcina clásica	2
Streptococcus suis y protección	2
CONGRESOS	
Conclusiones Emerging 2011	2
SERVICIOS	
Servicios a la Generalitat 2010	2
Seminario para veterinarios de FCAC	2
VISITAS	
Visita del Dr. Zygmunt Pejczak	2
REUNIONES	
Red europea EUROPPRESNET	2

EN PORTADA

Nace la revista de divulgación científica CReSAPIENS

CReSAPIENS es una revista divulgación científica que pretende acercar a los ciudadanos el conocimiento y los resultados de investigación generados en el CReSA. CReSAPIENS quiere llegar a todos los públicos en un tono divulgativo, tratando de hacer comprensibles temas hasta ahora reservados para la comunidad científica. Esta iniciativa ha sido financiada a través de la Convocatoria de ayudas para el fomento de la cultura científica y la innovación 2010 de la FECYT.



En el primer número tratamos un tema de actualidad que genera una creciente preocupación: las enfermedades virales emergentes, consecuencia, entre otros factores, de los intensos movimientos migratorios mundiales, el cambio climático, el movimiento de animales y la deforestación. Todo ello consecuencia, en gran parte, de la globalización. No podemos olvidar casos como los brotes asiáticos de gripe aviar en el 2005 y la gran alarma sanitaria y social provocada por la pandemia de gripe del 2009. (+)

comunicacio@cresa.uab.cat

TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA



De la caracterización genética al desarrollo de la vacuna de la enfermedad de Glässer

"Polinucleótidos de Haemophilus parasuis y su uso" es una patente del CReSA (WO/2007/039070) que ha permitido la selección de nuevos antígenos candidatos para la vacunación contra la enfermedad de Glässer. Estos antígenos se seleccionaron mediante un enfoque de vacunología inversa. (+)

PUBLICACIÓN



Papel del interferón gamma en la protección frente a la peste porcina clásica (PPC)

Un estudio realizado por investigadores del CReSA demuestra que la inducción de interferón gamma se correlaciona con la protección de la forma aguda de PPC que se confiere a cerdos vacunados con una vacuna de ADN que expresa la glicoproteína E2. (+)

CReSA TRAINING PROGRAMS
Courses and Seminars for Professionals

th
Proceedings of the 1st International Conference on Pests and Pathogens (ICPP) 2011

PROCEEDINGS
(download pdf)

CReSA

Fig. 22 - Imagen del CReSA Digital entre 2007 y 2012;

Fuente: <http://www.cresa.cat>

[Consulta: 22/05/2015]

Fig. 24 - Imagen del CReSA Digital desde octubre de 2013 hasta los días de hoy. La difusión se sigue realizando a través del correo electrónico.

[Consulta: 22/05/2015]

ICReSA digital BOLETÍN INFORMATIVO de la Fundació Centre de Recerca en Sanitat Animal (CReSA), UAB-IRTA

CReSADIGITAL / Número 22 - Septiembre 2013

INSTITUCIONAL

29/08/2013

De: Elisabet Rodríguez González
Enviado el: viernes, 13 de septiembre de 2013 12:37
Asunto: Boletín CReSADIGITAL_22 / Butlletí CReSADIGITAL

Fig. 23 - Imagen del CReSA Digital entre 2012 y octubre 2013. La difusión durante este período se realiza exclusivamente a través del correo electrónico.

[Consulta: 22/05/2015]

❖ CReSAPIENS

El CReSAPIENS es una revista muy interesante realizada gracias a la colaboración de los investigadores y otros profesionales del entorno de la sanidad, tanto animal como humano.

Para la gran mayoría de investigadores, científicos y profesionales especializados, la propuesta es recibida con posibilidad, ya que este tipo de actividad comunicativa puede llegar a resultarles muy satisfactoria y un desafiante, en el sentido que deben escribir con otro lenguaje, menos técnico, más cercano a la sociedad en general (el público objetivo es muy amplio, desde los estudiantes de ESO, bachillerato y ciclo formativo que visitan las instalaciones del CReSA, a los estudiantes de veterinaria y otros profesionales del entorno de la sanidad animal).

Esta revista bianual (nº 1 en Mayo 2011, nº 2 en Abril 2012, nº 3 en Octubre 2012, nº 4 en Julio 2013, nº 5 Diciembre 2013, nº 6 Julio 2014 - Portada y temáticas de las ediciones de CReSAPIENS en el Anexo 7 al Anexo 12), actualmente no tiene previsión de continuidad, sobre todo debido a la falta de presupuesto y patrocinadores.

Sin embargo tiene posibilidad de continuar, si se realizara un plan empresarial para el CReSAPIENS, que a pesar de ya tener seis números publicados, no ha sido realizado. Una vez se realice, se incrementarán las posibilidades de encontrar más patrocinadores, ya que se podría presentar qué papel desempeñaría en la sociedad.

Por otro lado, se recomienda que divulguen la revista CReSAPIENS impresa más allá de la propia institución y de los visitantes que recibe en sus instalaciones. Un buen inicio sería promover la lectura de la revista en las facultades, sobre todo las del entorno de la sanidad, y en el Rectorado de la UAB. De esta manera, sería más sencillo que los alumnos tomaran consciencia de su existencia y así se aprovecharía a hacer una mayor difusión de la misma y de la institución en general. Así, también se posibilitaría encontrar un mayor número de patrocinadores.

El proceso de realización dura alrededor de tres meses, entre que deciden quién podría escribir los artículos, hasta que envían a la empresa encargada de maquetar e imprimir. Teniendo en cuenta que los autores de los artículos no reciben una contribución monetaria y que la Unidad de Comunicación debe afrontar muchas actividades, para los siguientes números de la revista, podrían clasificarla como anual y de esta manera tendrían más tiempo para trabajar y hacer una revista de calidad, con imágenes mejor trabajadas, incorporar gráficos, modificar secciones, etc.

Una vez tenga el proceso de creación mejor estructurado y definido, podría ser interesante convertir la revista en una publicación trimestral de la empresa. De esta manera podría convertirse en una revista de mayor interés y atraer más subscriptores.

Independientemente del destino del CReSAPIENS, este debería estar definido tras la realización de un plan empresarial.

❖ Notas de prensa

El problema general que parece sufrir la Unidad de Comunicación es la periodicidad. En las notas de prensa este aspecto es especialmente dañino. Son el elemento con mayor visibilidad de la web institucional del CReSA y, por otra parte, el hecho que a veces envíen una nota de prensa más de una semana después de haber pasado el evento (Fig. 25), provoca una pérdida de credibilidad para los profesionales de la comunicación que reciben la nota de prensa, ya que para muchos medios de comunicación la información recibida puede ser



Fig. 25 - La penúltima nota de prensa difundida en la web del CReSA. La diferencia entre ésta y el evento es de 10 días..

[Consulta: 25/05/2015]

considerada obsoleta.

Por otra parte, las informaciones que salen del CReSA deberían estar mejor clasificadas, e incluidas en apartados específicos en su web y no en un extenso listado en la columna principal.

A pesar de que tienen un modelo para las notas de prensa, este debería ser actualizado. El modelo “word” (Anexo 13) es poco utilizado, ya que prefieren divulgar la información a través del correo electrónico, ofreciendo algunos datos claves para entender la noticia y al final del mensaje remiten a la noticia colgada en la web institucional.

El modelo “word” no responde ni a las necesidades de la Unidad de Comunicación, ni a las de quién recibe. Antes de diseñar un nuevo modelo para la nota de prensa, sería importante consultar a los principales medios de comunicación a los que suelen difundir y publican las notas de prensa del CReSA, como el 3tres3, y los que no, como la Agencia SINC, para entender qué informaciones consideran de interés y cuándo no se divulga las informaciones que transmite el CReSA.

Para mejorar el aspecto de las notas de prensa, algunas recomendaciones sería:

- ◆ Limitar la extensión del titular, a un máximo de 20 palabras, y del subtítulo de sus noticias, a un máximo de 3 a 5 líneas como máximo, es decir, explicar la importancia y relevancia de su nota de prensa en 30 a 70 palabras.
- ◆ Si es inevitable utilizar un vocabulario técnico en las notas de prensa enviadas y/o colgadas en la página web, es recomendable incluir hipervínculos que enlazara a una descripción de los términos que pueden resultar confusos por los lectores no dominantes del sector. Para descubrir cuáles conceptos causan mayor confusión, se aconseja que realicen encuestas específicas a los lectores, que podrían pasarla a través de las redes sociales.

6.2. El Entorno Digital

6.2.1. Web y otras páginas institucionales

La web del CReSA necesita una mejora para que sea mas eficiente. Por un lado presenta diversas duplicidades que impiden el correcto funcionamiento en los motores de búsqueda y que se pueda navegar intuitivamente en su plataforma, como se puede ver en la Fig. 26.

Algunas de las duplicidades se encuentra en los dos menús, uno en la cabecera, a la derecha, y otro en la barra lateral izquierda. El primero contiene enlaces directos a las páginas que la empresa considera las considera más relevante, como “Actualidad” o “Personal”. El segundo ofrece mas información sobre la empresa, incluye el apartado “Actualidad” como “Novedad”, entre otros. Además, incluye en el CReSAPIENS en el apartado “Actividad”, mientras el CReSA Digital se incluye en el apartado “Publicaciones”.

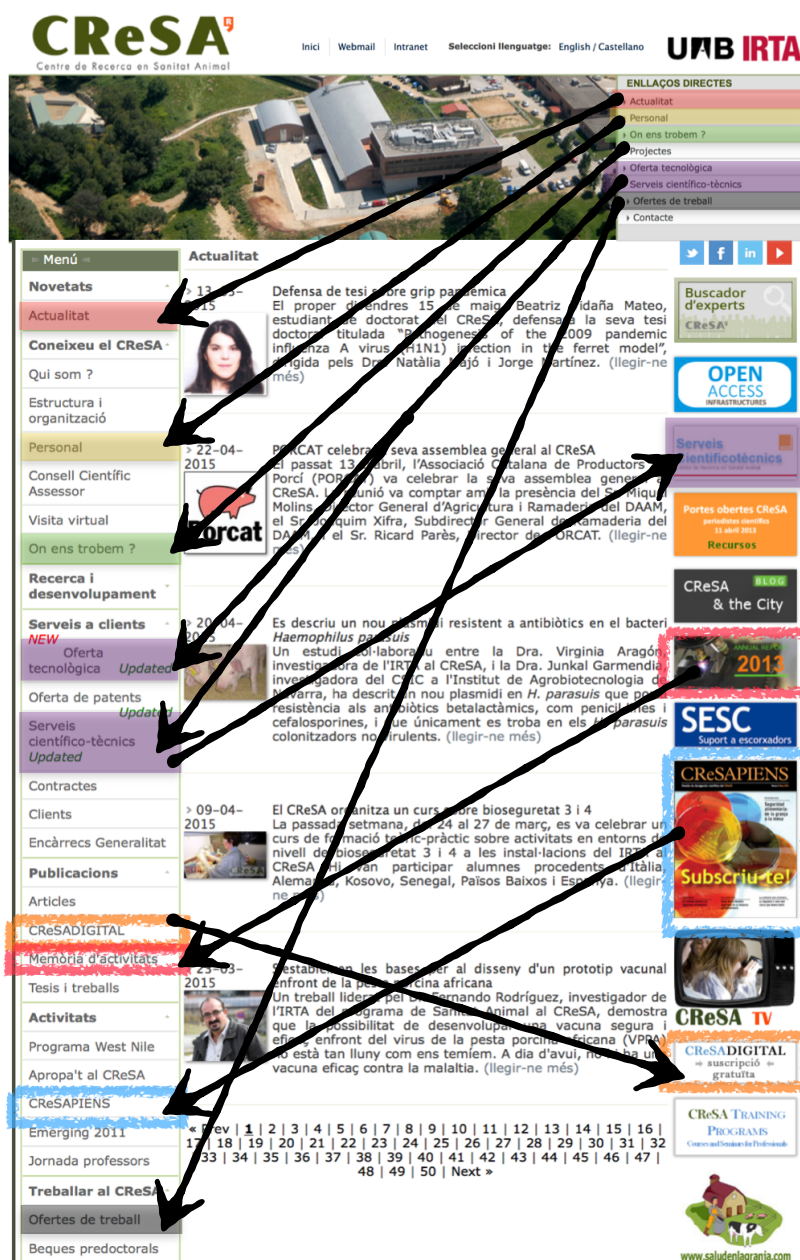


Fig. 26 - Repeticiones encontradas en la página principal de la web institucional del CReSA.

Fuente: <http://www.cresa.cat>;

[Consulta: 22/05/2015]

Así, se recomienda eliminar el apartado superior derecho y reestructurar el menú que se encuentra en la barra lateral izquierda.

Otra duplicidad ocurre con el apartado “*Oferta tecnológica*”, presente tanto en el menú de la barra lateral izquierda, como en la barra lateral derecha, con un logo propio y bajo el título de “*Serveis científicotècnics*”.

Por otro lado, necesita mejorar la apariencia y unificar la imagen de la marca CReSA. El blog *CReSA & the city* presenta una apariencia completamente distinta de la web institucional. Lo mismo pasa con el apartado “*Serveis científicotècnics*”, “*SESC*”, “*Open access*”, “*Salud en la granja*” y con el “Buscador de Expertos”.

Por tanto, antes de mejorar la apariencia general de la web, deben entender y decidir cómo unir todas estas páginas bajo una misma apariencia, que correspondería a la imagen corporativa del CReSA.

La necesidad de renovar y unificar de la web institucional con todas las demás páginas (*CReSA and the city*, *Serveis científicotècnics*, *Buscador de expertos* y *SESC*, entre otras) no era ajena a la voluntad de la institución. Así, han empezado un proyecto de renovación (Anexo 14), sin embargo, no lo llevaron a cabo.

La nueva web del CReSA es visualmente atractiva, y con esta nueva propuesta se permitiría incluir en la web imágenes actualizadas relacionadas con la actividad que llevan a cabo. En ella, también incluyeron una descripción sobre las páginas que facilita la navegación, así como un calendario con los eventos del CReSA, un complemento que permite aportar algo de dinamismo a una organización en apariencia estática.

En general, la nueva web, tiene una imagen más equilibrada, la información más sintetizada y los enlaces con mayor relevancia para la institución ganaron una posición más destacada con respecto al menú de la actual web del CReSA. El proyecto era positivo y buen comienzo.

❖ Recomendaciones en SEO y usabilidad

Es aconsejable que procuren mejorar su posicionamiento en buscadores (estrategia para *Search Engine Optimization*, o SEO), lo que permitiría una mejora de la usabilidad y navegación de los visitantes, ya que si buscamos 'sanidad animal' en Google, el CReSA no aparece en las primeras cinco páginas, aunque sí aparece la UAB. Si buscamos 'sanitat animal' (realizando una búsqueda en catalán) o 'sanidad animal Cataluña' o 'animal health Catalonia', entonces sí aparece la institución.

De esta manera, está claro que los gestores de la web deben establecer un conjunto de categorías y una estructura de títulos de etiquetas. Algo que también sería útil para la navegación de los usuarios, ya que un mapa web ordenado, y a su vez, este ayudaría al posicionamiento del CReSA en los motores de búsqueda.

Por otra parte, las imágenes muchas veces se suben al blog o la web sin título, ni pie de foto (Fig. 27).

A pesar de que los pies de foto no son procesados por los buscadores, son fundamentales para llamar la atención al lector, ya que facilitarán una noción sobre de qué se trata la noticia y qué aporta la imagen para la misma. Sin embargo, los títulos y los campos 'alt text' (descripciones para los motores de búsqueda) son esenciales para una estrategia SEO.



Fig. 27 - Noticia publicada el 08/05/2014, la imagen que la acompaña no posee ninguna identificación.

Fuente: <http://www.cresa.cat/cresa3/default.asp?mod=strmenu01&anio=2014&sub=noticia307>;

[Consulta: 22/05/2015]

6.2.2. Redes Sociales

Llegados a este punto, es importante tener en cuenta el papel de internet en la difusión social de la ciencia. Por un lado porque, cada vez en mayor medida, en internet radica ese sistema de cauces subterráneos a través de los cuales circula conocimiento e información.

Hoy en día se observa un afloramiento al exterior que se produce desde el ciberespacio. La VII Encuesta de percepción social de la ciencia, elaborada por la FECYT bianualmente desde 2002, plantea cómo la información científica es transmitida a la sociedad en general, incluso a través de qué medios. Internet superó la televisión como medio más utilizado para informarse sobre la ciencia y tecnología. Es decir, claro está que las redes sociales tienen gran importancia actualmente, además de ser una herramienta de útil y eficaz si se hace un uso correcto de la misma.

Por otro lado, es muy importante la presencia de una fuente científica fuerte, capaz de rebatir argumentos sin fundamentos relacionados con la proliferación de bulos, supercherías, terapias milagrosas, etc., como es el CReSA, en un medio que es muy común este tipo de difusión.

Como se ha mencionado anteriormente, el CReSA ha apostado por mantener su presencia en el entorno de las redes sociales desde 2011. Mas específicamente en Facebook, Twitter, LinkedIn y Youtube.

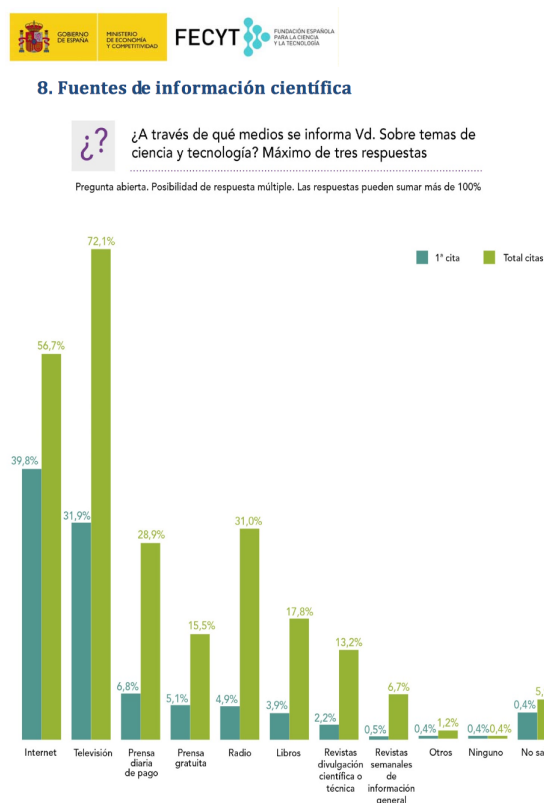


Fig. 28 - Gráfico sobre los medios más utilizados para consumir información de ámbito científico.

Fuente: VII Encuesta de percepción social de la ciencia (2015:12); http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Prensa/NOTAS_PRENSA/2015/Dossier_PSC_2015.pdf
[Consulta: 22/05/2015]

En 2015, cuatro años después, su página de Facebook tiene 448 likes¹³, Twitter tiene 1.314 seguidores¹⁴, Youtube tiene un total de 89 seguidores y LinkedIn tiene 409 seguidores¹⁵.



Fig. 29 - Página del Twitter del CReSA. Última publicación 28/05/2015
[Consulta: 28/05/2015]

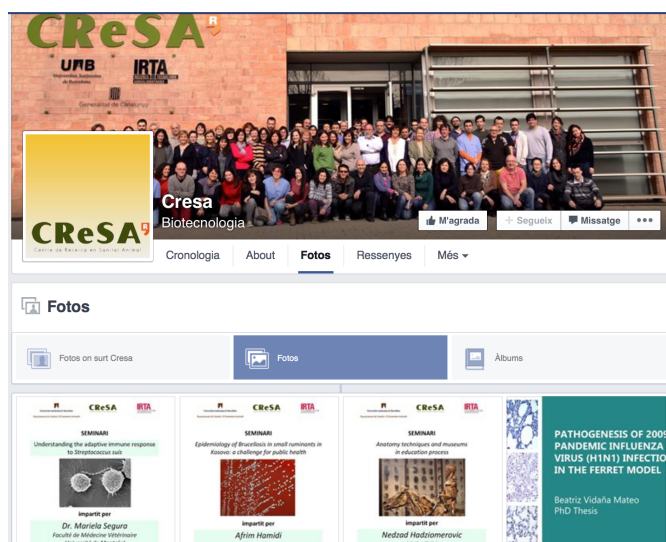


Fig. 30 - Página Facebook del CReSA. Última publicación realizada el 26/05/2015
[Consulta: 28/05/2015]

Al contrario de lo que sucedía en la web, la imagen corporativa del CReSA se encuentra correctamente unificada de manera transversal a prácticamente todas las redes, que están en constante actualización, excepto el Youtube.

Se propone que, manteniendo la imagen y cultura corporativa, en Facebook y Twitter consideren alternativas para no ofrecer exclusivamente contenidos técnicos especializados, por ejemplo haciendo un mayor uso de las fotografías, del entorno, relacionadas con la actividad que realice el CReSA, aportando, de esta manera, una imagen cercana que vincule a los trabajadores con la página oficial de la institución.

Por otro lado, los 1.314 seguidores de la institución se ven contrarrestados por el gran número

de cuentas a las que sigue (1.601). Se recomienda el uso de la herramienta *Friends or Follow*, que permite comprobar qué cuentas se encuentran inactivas y pueden dejar de seguirse, además, permite inspeccionar quién ha empezado a seguir el CReSA y quién (y cuántos) ha dejado de hacerlo.

¹³ Consulta al perfil de Facebook del CReSA realizada el 06/05/2015

¹⁴ Datos sobre los seguidores en Twitter del CReSA consultado el 22/05/2015

¹⁵ Visita a la página de LinkedIn del CReSA realizada el 06/05/2015

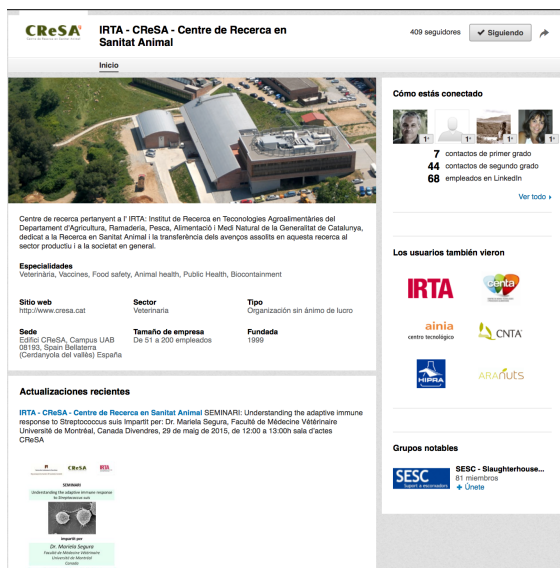


Fig. 29 - Perfil LinkedIn del CReSA. Última información colgada en el 27/05/2015
[Consulta: 28/05/2015]

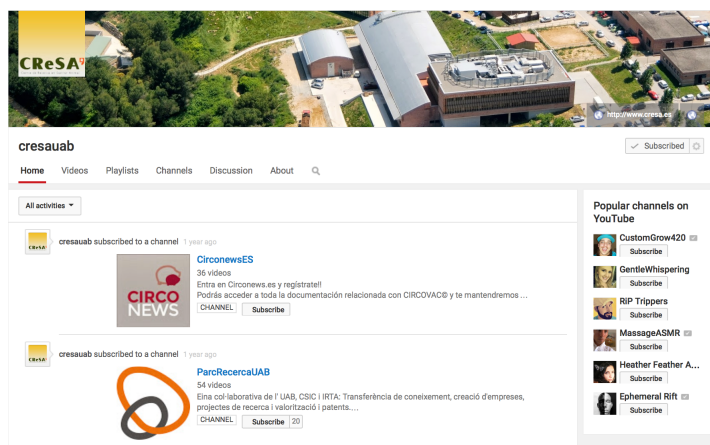


Fig. 31 - Canal CReSAUAB en Youtube. El último vídeo publicado en este canal fue “Què és la sanitat animal i per què serveix?”, en julio de 2013.
[Consulta: 28/05/2015]

Se aconseja también que empiecen a utilizar *hashtags* (#), sobre todo en Twitter, ya que permitirá clasificar las fotos y noticias que cuelguen en estas plataformas, además de ser una herramienta muy útil para los seguidores que se interesen en buscar algún tema específico.

❖ ¿Cómo utilizar *hashtags* en Twitter?

Hashtags se simbolizan con la almohadilla (#) y sirven para marcar temas sobre todo en Twitter, así como en Facebook (aunque los post en esta plataforma funcionan mejor sin los *hashtags*¹⁶), Tumblr, Google+ y Pinterest).

El artículo de Wayra Ficapal publicado en La Vanguardia “10 consejos para un buen uso de los *hashtags*”¹⁷ resume muy bien cuáles son las claves para utilizar esta herramienta.

¹⁶ Según el artículo de Kevan Lee, “A Scientific Guide to Hashtags: How Many, Which Ones, and Where to Use Them”, los posts en Facebook funcionan mejor sin *hashtags*. En: <https://blog.bufferapp.com/a-scientific-guide-to-hashtags-which-ones-work-when-and-how-many>; [Consulta: 25/05/2015]

¹⁷ FICAL, Wayra, “10 consejos para un buen uso de los *hashtags*”, <http://www.lavanguardia.com/tecnologia/redes-sociales/20131101/54392531436/hashtags-twitter-facebook-instagram.html#ixzz3bF8noLNE> - [Consulta: 25/05/2015]

- I. Son vínculos de búsqueda. La “#” convierte cualquier palabra o grupo de palabras en un vínculo de búsqueda permitiendo, de esta manera, organizar el contenido y hacer el seguimiento de temas clasificados a través de las palabras claves utilizadas. Es muy importante saber elegir qué palabras claves se utilizará.
- II. Para crear una etiqueta con varias palabras, es aconsejable separar las palabras utilizando letras mayúsculas, por ejemplo, el hashtag [#JornadasPorcino2015](#) tendría mejor aceptación que [#jornadasdeporcino2015](#). Cabe recordar que el símbolo “@” en Twitter sirve para mencionar a otro usuario, dirigiéndose a este para enviarle un mensaje de manera directa.
- III. Utilizar palabras claves específicas y relevantes para el tema que se abordara. Volviendo al ejemplo del hashtag [#JornadasPorcino](#), si se utilizara [#JornadasPorcinoFacultatVeterinariaUAB](#), el impacto podría ser menor, las etiquetas deben resultar atractivas y facilitar la navegación a los internautas.
- IV. Se recomienda limitar el uso de hashtags en un comentario, tuit o post. El uso abusivo de etiquetas puede hacer con que parezca spam. Esta regla no se aplica con la plataforma social Instagram, ya que a los usuarios de esta red social se les permite clasificar mejor sus imágenes por temáticas, localización, sentimientos, estados de animos, etc.
- V. Los hashtags deben ir siempre acompañados por una breve descripción que aporte contexto a los mismos.
- VI. Buscar temas. Como ya se ha dicho, los hashtags clasifican la información y, por eso, son muy útiles para buscar temas. Es más, al hacer clic en un hashtag, se puede ver todos los tuits que contienen determinado hashtag.

❖ Y ¿qué no se debe hacer?

El blog *Genwords*¹⁸ ofrece algunos consejos sobre cómo los hashtags pueden ser utilizados de manera contraproducente. Cinco de estos consejos pueden ser útil para entender cómo NO deben ser utilizados:

- I. Evitar el uso de más de dos hashtags por tweets;
- II. Anexar hashtags sin conexión o relación directa con la información que se transmite (texto o foto) contamina el mensaje;
- III. Insertar palabras con hashtags en medio del tweet o del post, rompe la estructura del mensaje y dificulta su lectura;
- IV. Usar el nombre de la marca/institución al principio o al final de un tweet, es redundante, ya que el hashtag va ligado al usuario;
- V. No convertir frases en hashtags. Se hacen difíciles de leer, sobre todo si todas las palabras están en minúsculas.

❖ Youtube

Como se ha mencionado anteriormente, la imagen corporativa no se representa correctamente en Youtube, ni el canal CReSA está actualizado. Esta plataforma no parece estar vinculada con el CReSA.

El canal dónde la organización cuelga sus vídeos presenta la imagen de la marca en la cabecera, sin embargo, la actividad en esta red se organiza únicamente mediante un criterio cronológico.

Además faltan muchos vídeos realizados por el CReSA, como por ejemplo, la mayoría de los diecinueve vídeos del CReSA TV¹⁹, y los que están publicados, no están clasificados en temáticas, ni incluidos a una Playlist.

¹⁸ ANGELO, Grisel, "Social Media Inteligente: 8 Ejemplos de Cómo NO Usar Hashtags"; <http://www.genwords.com/blog/8-ejemplos-como-no-usar-hashtags/> - [Consulta: 25/05/2015]

¹⁹ El hecho que los contenidos audiovisuales estén colgados en la web institucional es contraproducente ya que éstos ocupan un gran espacio en el servidor y, a la larga, pueden sobrecargar la página. Los vídeos institucionales de 2006 - 2013 se pueden consultar en el Anexo 15.

Debido a que no actualizan esta plataforma desde julio de 2013, no es sorprendente que tampoco incluyan vídeos más recientes sobre la actividad o participaciones del CReSA en proyectos audiovisuales, ni el vídeo “RecerCaixa. Nonito Pagès (CReSA). Mosquitos autóctonos y mosquito tigre. Obra Social “la Caixa””, de enero de 2012²⁰, en el que un investigador del CReSA, Dr. Nonito Pagès, explica en qué consiste el proyecto para investigar sobre las enfermedades transmitidas por mosquitos, solicitado por la Unidad de Entomología del CReSA.



Fig. 31 - Vídeo de enero de 2012 sobre el proyecto RecerCaixa y el CReSA.
[Consulta: 25/05/2015]

Así, se recomienda que añadan un video destacado en la parte superior y, posteriormente, anexas los vídeos ya realizados en el canal, incorporándoles en separadores temáticos (playlists). Como primera propuesta, los distintos separadores podrían ser Investigación y Divulgación Científica; Entrevistas; Servicio a la sociedad; ...

❖ LinkedIn

Teniendo en cuenta que LinkedIn es una plataforma que genera el enlace entre el público más especializado y el CReSA (es decir, usuarios del mundo académico, del entorno de la sanidad animal y agroalimentario, de la administración pública, etc.), una forma de potenciar el uso de esta red social es divulgando el boletín CReSA Digital tanto a través de esta herramienta, como del correo electrónico (como actualmente se divulga).

²⁰ El vídeo “RecerCaixa. Nonito Pagès (CReSA). Mosquitos autóctonos y mosquito tigre. Obra Social “la Caixa””, <https://www.youtube.com/watch?v=7Lso3Nht71k>; [Consulta: 25/05/2015]

6.3. Unidad de Comunicación

La Unidad de Comunicación del CReSA se encuentra en una posición de desventaja en el organigrama actual. Su posición implica un descenso en la capacidad de solucionar posibles problemas y en hacer partícipe el personal en el ámbito de la comunicación interna.

Se recomienda un cambio en este organigrama, con todas las implicaciones que esto supone. Entre ellas, el cambio de perspectiva por parte de la dirección y de los miembros de la Unidad de Comunicación.

Este nuevo organigrama facilitará el cumplimiento de los objetivos, que serán definidos en el apartado “Determinación de los Objetivos de Comunicación”, y también será indispensable para lograr la internacionalización de la institución e incrementar la reputación de la misma.

6.3.1. Propuesta de nuevo organigrama

En el nuevo organigrama la Unidad de Comunicación pasa a llamarse Gabinete de Comunicación, ya que este concepto está mas relacionado con la actividad que realizan en esta Unidad.

Almansa (2011:7-8) define a los gabinetes de comunicación como “estructuras más o menos estructuradas que ofrecen servicios generales o específicos [en ámbito de la comunicación]” en una nueva sociedad. Dicho de otra manera, los gabinetes de comunicación en el entorno social actual, en el que, tal y como defiende Manuel Castells, “el poder reside en los códigos de información y en las imágenes de representación en torno a los cuales las sociedades organizan sus instituciones y la gente construye sus vidas y decide su conducta”, son “el organismo que gestiona la comunicación de forma global, centralizada y unitaria”, ocupándose de todas las necesidades relacionadas con el concepto social de comunicación, y no solo de satisfacer necesidades informativas de los medios de comunicación.

Una vez definido este concepto, teniendo en cuenta que el CReSA ya integró esta definición desde el principio de la creación de su Unidad de Comunicación, se analizará cuál es el modelo ideal de un gabinete de comunicación que funcione en su potencial.

Desde el informe *El estado de la publicidad y el corporate en España* publicado en 1998, en el que se puso de manifiesto la ausencia de modelos únicos que delimitara funciones y revelaran la importancia de los equipos de comunicación de las organizaciones, tal y como lo explica Almansa (2011:55), autores como Martín (1998:53-58) y Ramírez (1995a: 54-56), tratan de buscar una estructura-tipo para un gabinete de comunicación .

En el informe de 1998, se identifican tres grandes modelos de organización:

- ◆ Departamento de Comunicación Integral. Se encarga de gestionar tanto la comunicación interna como externa. “integra todas las áreas: relaciones públicas externas, prensa marketing/publicidad y comunicación interna” (Almansa 2011:55)
- ◆ Departamento de Comunicación Corporativa. Este no integra marketing/publicidad, aunque, en algunos casos, se ocupa de dirigir otros ámbitos, como investigación, calidad o atención al cliente.
- ◆ Órgano staff adjunto a la Presidencia. Se constituye por el DirCom y una persona de apoyo, encargada fundamentalmente de gestionar las relaciones públicas.

En relación a los autores Martín y Ramírez, ambos coinciden en que es aconsejable que el gabinete de comunicación se divida en dos grandes áreas interrelacionadas: comunicación interna y comunicación externa.

Mi propuesta es dividir el Gabinete de Comunicación del CReSA en tres grandes ramas: Comunicación Interna, Comunicación Externa y Relaciones informativas.

Para conseguir desarrollar sus actividades, debe ocupar una posición de igualdad en el entorno laboral. Conviene que el responsable de comunicación

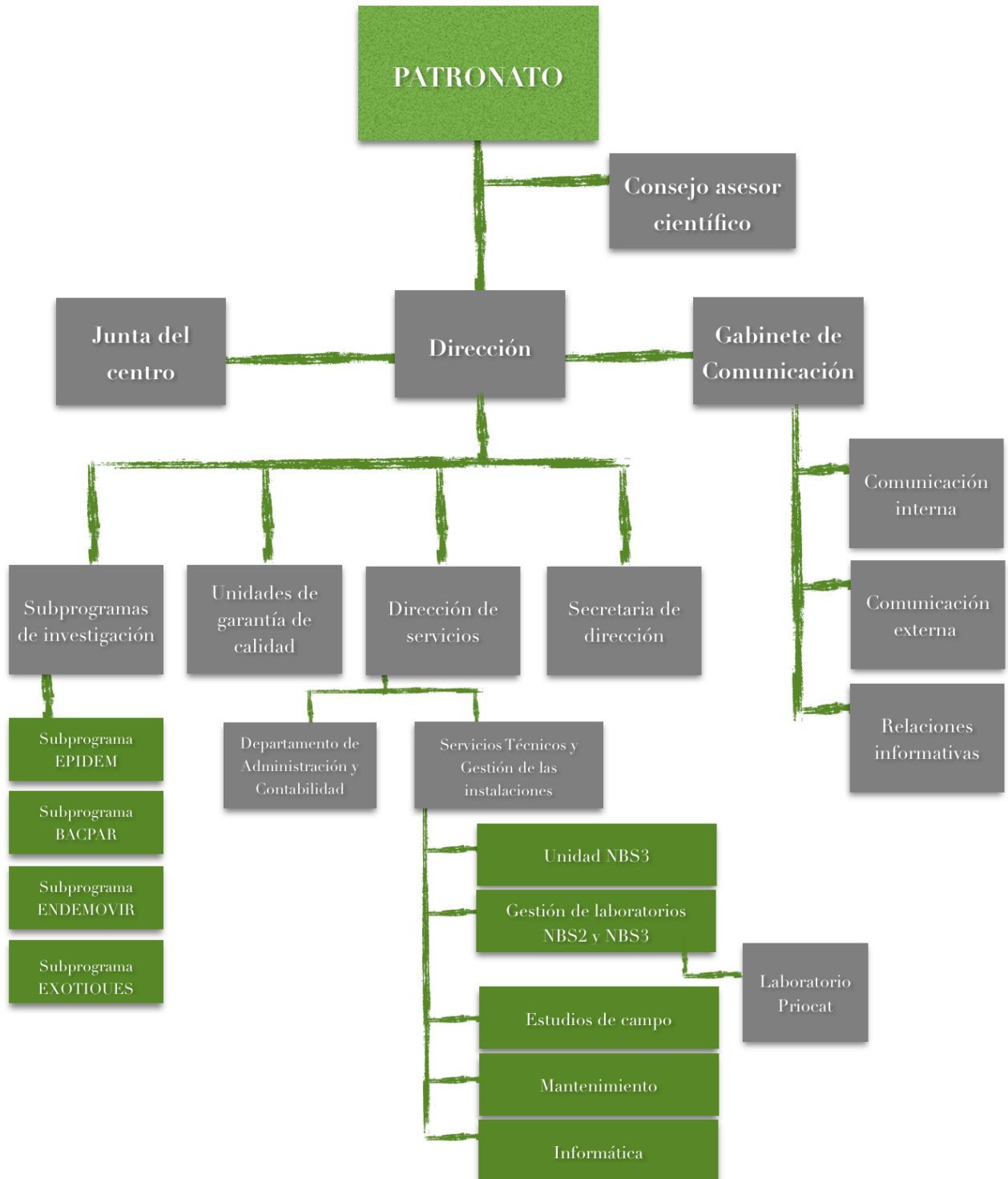
sea “una figura englobada en la alta dirección de la organización a la que pertenezca, con calidad decisoria, como cualquier otro miembro directivo”.

El volumen de trabajo que el CReSA ya posee, por mayor capacidad y formación del responsable de comunicación, es insostenible por un único trabajador, tal y como actualmente funciona la Unidad de Comunicación.

Así, es recomendable que sean contratados dos profesionales, quiénes serían coordinados por la Dra. Elisabet Rodríguez. Una propuesta para repartir la actividad comunicativa podría ser:

- El responsable de comunicación interna deberá coordinar la participación interna en todos sus ámbitos. Es decir, dialogar con el personal especializado del CReSA, hacer un seguimiento de sus publicaciones, organizar el Seminario del CReSA, realizar el Parlem del CReSA, realizar encuestas regulares, Mantener actualizado el Manual de Acogida, etc.
- El responsable de comunicación externa deberá encargarse de la realización de las notas de prensa (en catalán, castellano e inglés), coordinar la participación en el blog CReSA and the city (así como deberá traducir los contenidos en los tres idiomas), de la Memoria Anual del CReSA, también deberá presidir el comité de la revista CReSAPIENS y maquetarla.
- Finalmente, el responsable de las relaciones informativas deberá coordinar el dialogo con los medios de comunicación y con las demás organizaciones/empresas, universidades, instituciones y colegios que contacten con el CReSA. Deberá establecer el contacto con la sociedad a través de las redes sociales y mantenerla actualizada.

A continuación se presentará el diseño del nuevo organigrama del CReSA que englobaría los cambios sugeridos en este apartado:

Fig. 32 - Propuesta nuevo organigrama para el CReSA

Fuente: Elaboración propia

6.4. Relaciones externas

Se ha identificado como una necesidad la clasificación del tipo de relaciones externas que el CReSA mantiene en su entorno. Se trata, por tanto, de optimizar recursos, definir objetivos que deben basarse estas relaciones, identificar estrategias y promover el conocimiento científico compartido en el ámbito de la sanidad animal.

Así, en este sentido, el objetivo central es establecer las herramientas, definir los medios y el material para que la Unidad de Comunicación del CReSA pueda ser capaz de difundir toda la información útil a su público externo. En lo que concierne a la institución, el objetivo es transmitir toda la información útil relativa al CReSA y vincularla a la actualidad como datos de interés general.

En primer lugar, se presentará de forma resumida información sobre algunas de las principales organizaciones que mantienen dialogo con el CReSA, ya que este esfuerzo puede servir cho referencia para la elaboración de un futuro Plan de Comunicación para esta entidad.

En segundo, también se incluirán algunos datos de contactos, ya que es fundamental que la institución organice su agenda, según temáticas y grupos en común.

La información facilitada en este apartado formaría parte del Manual de Acogida para el personal del CReSA, ya que permitiría a todos localizar organizaciones divididas según cada sector.

❖ Contactos de medios de comunicación:

Estos son algunos de los medios de comunicación que constan en la agenda de contactos del área de comunicación del CReSA, sin distinción entre estos medios de comunicación y algunas empresas:

1. **Vida Apícola.** No hay mucha información sobre este contacto, ni tan solo la página web.
2. **Avicultura.** <http://www.avicultura.com/>
3. **Tecnología Avipecuaria y Red Mídia.** <http://www.midiathecavipec.com/midiav2/>
<http://www.redmidia.com/midiav2/>
4. **ASESCU** (medio especializado en producción y creación de conejos). <http://www.asescu.com/home.php>
5. **25TV Hospitalet**
6. **ACER.** Se trata de otra asociación, pero consta en la agenda de contactos. <http://www.acer-catalunya.org/?lang=es>
7. **Barcelona TV**
8. **BIOCAT.** Una institución del ámbito de la Medicina que también consta en esta agenda de contactos. <http://www.biocat.cat/>
9. **Catalunya Ràdio**
10. **CERCA** - Asociación de Centros de Catalunya. Entra en la agenda de contactos con la prensa. <http://cerca.cat/>
11. **El Mundo.** Se especifica que establece/estableció contacto con el periodista Luís Garrido
12. **El Periódico.** Se especifica que establece/estableció contacto con Joan Navarro y Antonio Madrdejos
13. **Grupo HORO.**
14. **Informatius TV3.** Se especifica que establece/estableció contacto con Lluís Pujol.
15. **La Vanguardia.** Se especifica que establece/estableció contacto con Ana Macpherson y Josep Corbella)
16. **Materia** - grupo científico ex-La Vanguardia. <http://esmateria.com/>
17. **Quéquicom TV3.** Se especifica que establece/estableció contacto con Miquel Piris Obrador.
18. **TV3.** Se especifica que establece/estableció contacto con Josep Maria Camp, Miriam Vila y Esther Miró.
19. **3tres3.** Se especifica que establece/estableció contacto con Xavier Salamo y Jordi Guillaumet.
20. **ANAPORC.** Una vez más, nos encontramos con una Asociación Nacional de Porcinocultura Científica, sin embargo se incluye en esta agenda. www.anaporc.com
21. **AVANCES** <http://revistaavances.com/>
22. **JARC.** *Joves Agricultors i Ramaders de Catalunya.* No es un medio de comunicación, pero se incluye en la misma agenda. <http://www.jarc.es/>
23. **Cría y Salud** <http://www.axoncomunicacion.net/criaysalud/index.html>
24. **EDIPORC** <http://www.ediporcguia.com/>
25. **InfoPorc (ANCOPORC).** No se especifica ni contactos, ni porque

- están juntos. <http://www.infoporc.com/> <http://www.ancoporc.com/>
26. **InforPork.** <http://www.infopork.com/>
27. **INFORMATIVO PORCINO**
28. **LOS PORCICULTORES Y SU ENTORNO**
29. **SUINICULTURA**
30. **SUIS** <http://asisvet.com/>
31. **REVISTA FRISONA**
32. **AGRODIGITAL**
33. **AGRONET.ORG / LA TERRA**
34. **ALBEITAR**
35. **AMERICARNE**
36. **Editorial Acalanthis** <http://www.acalanthis.es/>
37. **COLVET.** No hace parte del mundo comunicativo, es una organización colegial veterinaria. <http://www.colvet.es/>
38. **EUROCARNE** <http://www.eurocarne.com/>
39. **Editorial Agrícola.** Se especifica que establece/estableció contacto con Jesus López Colmenarejo. http://www.editorialagricola.com/v_portal/apartados/apartado.asp
40. **GRUPO ADI**
41. **INFOALIMENT**
42. **Mundo Ganadero.** Se especifica que establece/estableció contacto con Sergio Munill. <http://www.eumedia.es/portales/agronline/index.php>
43. **Prensa Parc UAB**
44. **Prensa IRTA**
45. **Producción Animal.** Se especifica que establece/estableció contacto con Javier Fernandez <http://www.edicionestecnicasreunidas.com/>
46. **RuralCAT** <http://www.ruralcat.net/web/guest>
47. **UAB.** Persona de contacto: María Jesús Delgado
48. **Asociación Veterinarios Lleida** <http://www.colvet.es/lerida/default.htm>
49. **Col·legi oficial de veterinaris** <http://www.covb.cat/>
50. **Multimedia Fac Veterinaria UAB**
51. **La Razón.** Se especifica que establece/estableció contacto con Rosa Rebollo
52. **Agència Catalana de Seguretat Alimentària** <http://www.gencat.cat/salut/acsa/html/es/Du58/>
53. **ARA**
54. **DAAM**
55. **MUNDOAGRO**
56. **Agencia EFE**
57. **EFE Agro** <http://www.efeagro.com/>
58. **EuropaPress**
59. **Diari de Sabadell**

60. **Cerdanyola.info**. Web del Ajuntament.
61. **El País**
62. **Diari de Tarragona**
63. **El Punt**
64. **EuroRegión Pirineos Mediterráneo** <http://www.euroregio.eu/es/presentation>
65. **Investigación y Ciencia** <http://www.investigacionyciencia.es/>
66. **LaSexta Noticias**. Se especifica que establece/estableció contacto con Lorena y Ana Peña
67. **BTV**
68. **La Xarxa** <http://www.laxarxa.com/>
69. **Grupo Asis** <http://www.grupoasis.com/>
70. Cristina Sáez (**Freelance**) <http://cristinasaez.wordpress.com/>
71. **Rotecna** - www.rotecna.com
72. **INTERPORC**. Se repite el contacto, pero con otros correos. No es un medio de comunicación, sino una organización Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca. www.interporc.com
73. **La Vanguardia Digital**. Se especifica que establece/estableció contacto con M. Carme Gallego
74. **RAC1**
75. **Agropanorama** <http://www.grupoyebenes.com/index.html> <http://www.infolaboreo.es/publicaciones/agropanorama.php>

Cabe destacar que con la incorporación del CReSA al IRTA, su agenda debe ser agregada con la del IRTA, enriqueciendo la calidad de ambos contactos. Es muy importante que cada uno de estos contactos sean definidos y clasificados.

❖ Relaciones con otras instituciones

El CReSA mantiene relaciones con muchas otras instituciones. Tanto con entidades, empresas y centros nacionales como internacionales. Así, teniendo en cuenta que la presentación de cada una de las instituciones vinculadas directa o indirectamente con las actividades que realiza el CReSA, sería improductivo para el objetivo central de este TFG, a continuación se presentará cómo se debería analizar cada una de las entidades de interés para el entorno de este Centre de Recerca en Sanitat Animal.

El documento final con la relación de centros, entidades y empresas debería servir para aclarar y clasificar qué actividades y/o convenios serían de interés para el CReSA. Este documento debería ser organizado alfabéticamente y guardado de manera independiente, a pesar de que sería de gran utilidad para la elaboración de un futuro Plan de Comunicación.

I. Centros y entidades a nivel nacional:

✦ **Centro de Investigación en Salud Internacional de Barcelona (CRESIB)**

Es el centro de investigación de la Fundación Instituto de Salud Global de Barcelona (ISGlobal). Se destaca la alianza que mantiene con el Centro de Investigación en Epidemiología Ambiental (CREAL), un instituto innovador cluster de investigación con capacidad para abordar los retos en el campo de la salud, incluyendo las enfermedades infecciosas y las enfermedades crónicas no comunicables, con especial énfasis en los determinantes medioambientales.

- Web: <http://www.cresib.cat/es/page.asp?id=1>
- Noticias: <http://www.cresib.cat/es/page.asp?id=9>

Contactos

- a. Director: Pedro L. Alonso
Dirección: C. Roselló nº 132, 4ª planta (Barcelona)
Teléfono: +34 932 275 706
Fax: +34 932 279 853
E-mail: info@cresib.cat

✦ **Asociación Catalana de Productores de Porcino (PORCAT)**

Se trata de una organización en crecimiento, formada por más de 60 empresas catalanas dedicadas a la producción de ganado porcino, que representan cerca del 55% de la producción de Cataluña.

- Web: <http://www.porcat.org/home/index.php>

- Agenda: <http://www.porcat.org/agenda/index.php>
- Novedades: <http://www.porcat.org/noticies/index.php?tipus=8>

Contactos

a. ***¿Persona de contacto?**

Dirección: C. Calvet, 30 - 08021 Barcelona.

Teléfono: +34 93 201 75 71

E-mail: porcat@porcat.org

♦ **Grupo de Saneamiento Porcino de Lleida (GSP Lleida)**

Se define como una herramienta sanitaria de Lleida. Es una asociación sin ánimo de lucro compuesta por todos los propietarios de animales de las Tierras de Lleida. Está formada por ganaderos independientes, cooperativas y empresas.

- Web: <http://www.gsplleida.net/es>
- Alertas relativas al sector: <http://www.gsplleida.net/es/alertes>

Contactos

- a. Dirección: Partida La Caparrella, 97 C, 25192 Lleida
Teléfono: +34 973 26 92 29
Fax.: +34 973 27 82 10

E-mails

Recepción: resultats@gsplleida.net

Administración: facturacio@gsplleida.net

Veterinarias: veterinaries@gsplleida.net

Coordinación: vicens@gsplleida.net

♦ **Centre de Sanitat Avícola de Catalunya i Aragó (CESAC)**

Es un centro que nace del convenio de colaboración firmado por el DAAM de la Generalitat de Catalunya y representantes del sector avícola (tanto de empresas privadas como de cooperativas).

- Web: <http://www.cesac.org/>

Contactos

- a. Dirección: Avda. Castellvell, 32, 43206 Reus (Tarragona)
Teléfono: +34 977 327 371
+34 977 327 751
Fax.: +34 977 326 827
E-mail: cesac@cesac.org
- b. Director de Programas: Sr. Ramon Jové Miró
E-mail: rjovemiro@cesac.net
- c. Directora Técnica de Laboratorio: Sra. Mar Biarnés Suñé
E-mail: mbiarnes@cesac.org
- d. Responsable Qualitat: Sr. Quintí Camprubí Font
E-mail: qcamprubi@cesac.net

II. Centros y entidades a nivel internacional:

✦ *Global African Swine Fever Research Alliance (GARA)*

Se trata de una asociación que tiene por objetivo coordinar una investigación global sobre la peste porcina africana, capacitando y posibilitando un control progresivo que derivaría en su erradicación.

- Web: <http://www.ars.usda.gov/GARA/>
- Noticias: <http://www.ars.usda.gov/GARA/news.htm>

Contactos

- a. E-mail: Cyril.Gay@ars.usda.gov
*¿Dirección?

✦ Grupo Europeo de Investigación EPIZONE

Es una red internacional de centros de investigación del ámbito veterinario que trabaja con enfermedades animales epizooticas. Juega un papel fundamental en la investigación para la prevención, detección y control tanto de enfermedades

animales como de zoonosis, con la intención de reducir el riesgo de afectar la salud animal, protegiendo la sanidad pública tanto dentro de la Unión Europea como en otros países.

- Web: <http://www.epizone-eu.net/>
- Encuentros: <http://www.epizone-eu.net/en/Home/Annual-meeting.htm>
- Noticias: <http://www.epizone-eu.net/en/Home/News.htm>
- Eventos: <http://www.epizone-eu.net/en/Home/Events.htm>

Contactos

- a. **Email:** epizone.cvi@wur.nl
Teléfono: +31 (0) 320 238 883

7. Plan de Crisis

El autor del libro “Teoría de la Comunicación y Gestión de las Organizaciones”, publicado en 1997, José L. Piñuel Raigada, define la noción de “crisis” como una respuesta a un “cambio repentino entre dos situaciones, cambio que pone en peligro la imagen y el equilibrio natural de la organización porque entre las dos situaciones (la situación anterior y la situación posterior a la crisis) se produce un acontecimiento súbito (...) frente al cual una organización tiene que reaccionar comprometiendo su imagen y su equilibrio interno (como organización) y externo (como institución) ante sus públicos” (Piñuel, 1997:167)

Por otra parte, Dr. Jordi Farré Coma, director de la Càtedra Internacional de la Universitat Rovira i Vigili, recuerda en su artículo “Espirales de riesgo en tiempos de crisis” que en la sociedad de la información, en la que actualmente vivimos, “el incremento de racionalización prometido por la modernidad, ejes de eliminar la incertidumbre y el temor a las contingencias, acaba produciéndolas” (Farré, 2004:29). Es decir, en una sociedad en la que es fácil acceder a todo el tipo de información, el riesgo recibe otra connotación, otro tipo de atención. Y no ayuda en absoluto el hecho que el miedo, la consideración de los riesgos, participen en “una cultura popular e informativa donde el miedo se convierte en parte del lenguaje” (Farré, 2004:38).

El CReSA no parece participar en el porcentaje de “compañías que tienen una clara vulnerabilidad para la crisis” y que están preparadas para afrontarlas, más bien, se encuentra en el grupo de las que “adoptan una postura reactiva. Sin embargo, las crisis son un fenómeno que las organizaciones pueden prever y al que se le pueden reducir sus efectos negativos” (Burnett, 1998:487), ya que no existe ningún Plan de crisis diseñado por la Unidad de Comunicación y la Dirección.

Para tal de evitar el vacío comunicativo en el caso de una posible crisis, Piñuel aconseja a que se conciba un plan preventivo de crisis, antes de la elaboración de un Plan de Gestión de Crisis, a través del “trabajo de investigación

sistemática: una Auditoría de Riesgos permitirá, primero, identificar los riesgos; segundo, elaborar un fichero de crisis; y tercero, preparar las informaciones necesarias para llenar cualquier vacío de comunicación en momentos de urgencias” (Piñuel, 1997:174).

Un análisis que necesita ser realizado en conjunto con la dirección y los responsables de los subprogramas de investigación del CReSA, para que se pueda englobar con mayor rigor los tipos de crisis que puede sufrir el CReSA. Se pueden clasificar de diversas formas. Como propuesta, se podría englobarlas en catástrofes naturales; técnicas; medioambientales; y morales.

7.1. Fases de un Plan de Gestión de Crisis

Una vez se realice el plan preventivo y se considere los tipos de crisis que puede sufrir el CReSA, es recomendable que se elabore un Plan de Gestión de Crisis. Las siguientes fases son necesarias para la realización del mismo:

- I. **Constituir un Comité de Crisis.** El comité debe estar formado por la responsable de comunicación del CReSA, el director, el representante de responsables de los distintos subprogramas de investigación y por un responsable legal previamente designado, que podrá aportar información sobre posibles dudas relativas al ámbito jurídico.
- II. **Investigación en profundidad sobre lo ocurrido.** La institución debe saber cada detalle de lo ocurrido, para eso, debe investigar y entrevistar a todos los implicados, directa o indirectamente, en la situación. La confianza y la reputación de la Fundación dependerán de ello.
- III. **Objetivos para la comunicación.** Es necesario que el CReSA sepa definir cuáles son sus objetivos para la comunicación de la situación. Deberá establecer objetivos a ser abordados que, en

primer lugar, deben responder a un objetivo imprescindible: no permitir que la crisis influya de forma negativa en el funcionamiento de la organización. Cabe señalar que el reconocimiento sobre las responsabilidades que se pueda tener será decisivo para la superación de la crisis.

- IV. **Identificar públicos implicados.** La cuarta etapa de un Plan de Gestión de Crisis es la identificación de los públicos que pueden verse afectados por la crisis ocurrida. Conviene hacer una clasificación previa de los posibles públicos implicados durante la realización del plan preventivo.
- V. **Definir estrategias.** Una vez que todo lo anterior esté definido, es fundamental decidir la estrategia elegir para enfrentarse a los medios de comunicación. Desde la estrategia del silencio (que solo debe ser utilizada en el caso de rumores publicados sin fuente fiable, o base sólida); a la estrategia de la negación (adoptada en el caso de que se pudiera demostrar que la información es errónea), en el caso de que se pudiera zanjar el tema sin necesidad de tratarlo directamente. Pero, dependiendo de si la culpa de la crisis es de responsabilidad del CReSA, éste debe optar por la confesión, reconocer las responsabilidades y colaborando con los medios de comunicación, si es posible, exponiendo una solución adecuada.
- VI. **Relación con los medios de comunicación.** El acercamiento o no de profesionales de la comunicación, dispuestos a escuchar la versión que ofrece el CReSA, es el segundo elemento decisivo para la superación de la crisis. Se les debe dar la oportunidad de hacer un seguimiento y permitir que los ciudadanos conozcan la realidad de cada fase.
- VII. **Redes sociales.** El mensaje transmitido a través de estas plataformas deben ser previamente estudiados, ya que dependerán de la estrategia adoptada en cuanto a la situación de crisis vivificada. Las redes sociales pueden ser utilizadas para posibles disculpas, aclaraciones, reiteraciones, etc.

VIII. **Evaluación post crisis.** El mismo comité de crisis debe ser quien evalúe la gestión de la crisis y el resultado final, una vez todo el proceso se haya terminado. Las conclusiones y contenidos elaborados tras la evaluación deben estar plasmado en un documento digital que será enviado a todas las personas vinculadas con el CReSA, para que puedan conocer el contexto en el que se encuentra la institución.

En el caso de que se necesite un portavoz para comparecer ante los medios de comunicación, la decisión mejor acertada será que sea el responsable de comunicación de la organización. En un contexto de crisis, el director del CReSA, Dr. Joaquim Segalés, solo debe aparecer cuando se trate de situaciones de emergencia y sea necesario su discurso, como profesional y científico, para aclarar posibles dudas.

El portavoz, por otro lado, debe entender que su aparición y el impacto que cause es el tercer elemento del que depende la superación, o no, de la situación de crisis en que la institución se encuentre. Así, para la credibilidad y correcta transmisión de información, conviene que el portavoz transmita su mensaje de manera serena, que conozca muy bien los hechos (y transmitirlos con seguridad), estar disponible y ser respetuoso.

8. Evaluación de Resultados: KPIs

Teniendo en cuenta que se trata de un proyecto en el que se analiza y se propone soluciones a los principales problemas en el ámbito de la Unidad de Comunicación del CReSA, en estos momentos, no es posible destacar ninguna conclusión real.

Una vez las acciones propuestas sean incorporadas, habría que esperar un periodo de tiempo para medir y comparar la efectividad de las mismas, o si es necesario encontrar otras respuestas mejor adaptadas.

De cualquier forma, la Unidad de Comunicación del CReSA tiene un problema constitutivo, y esto quiere decir que es necesario conseguir la implicación de la dirección para tramitar un plan estratégico de comunicación ideado a un gabinete de comunicación. Es necesario también que se sea realista a la hora de limitar qué funciones debe cumplir el ámbito de la comunicación de esta institución y si es posible realizarlas con una, dos o tres personas.

El tema prioridades y decisiones debe ser realizado según la perspectiva de la dirección, así como el desarrollo de un plan preventivo y el de gestión de crisis.

El panorama identificado impide que se realice correctamente un timing para las actividades comunicativas de la entidad, ya que deben decidir sobre aspectos tan extraordinariamente necesarios como la periodicidad de cada herramienta de ámbito comunicativa que ya poseen, como del Parlem del CReSA, de las notas de prensa, del CReSAPIENS, del CReSA Digital, etc.

Una vez las acciones sean efectivas y se pueda apreciar la evolución de un gabinete de comunicación correctamente integrado al *Centre de Recerca en Sanitat Animal*, deberán establecer evaluaciones periódicas de las acciones comunicativas a través del KPI (*Key Performance Indicators*), indicadores claves de desempeño.

El autor del libro “Introducción al Business Intelligence” (2010), Josep Curto Díaz, explica que los KPIs son métricas capaces de determinar numéricamente

una variable, como el número de visitas en un determinado periodo de tiempo, que debe ser definida según los objetivos marcados dentro de la estrategia anual definida. Son ideales para determinar cuál debería el rendimiento ideal para conseguir realizar los objetivos que motivaron las acciones de comunicación. También su interpretación indicará si es factible o no lograr la meta. Por otro lado, afirma que indican sobre capacidades, prácticas y habilidades del usuario.

El reporte sobre los KPIs debe responder, con rigor en detalles, a la interacción del CReSA en diversos ámbitos, como por ejemplo:

- ◆ Seguimiento sobre retroalimentación de participaciones del CReSA en las redes sociales;
- ◆ Participación en medios de comunicación;
- ◆ Visitas al centro realizadas;
- ◆ Utilidad de las visitas a sus instalaciones;
- ◆ Etc.

9. Conclusión

“Las actividades de difusión social de la ciencia tienen un efecto que no es evidente, pero de gran trascendencia: prestigian la ciencia y ayudan de ese modo a generar un discurso público favorable a la misma” (Cuaderno de Cultura Científica, “Sobre la difusión social de la ciencia y su función”; 2014²¹).

A modo conclusión, en este apartado se presenta un análisis DAFO de la Unidad de Comunicación del CReSA:

Análisis DAFO de la nueva Unidad de Comunicación del CReSA	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elevado número de profesionales del ámbito de la comunicación; ✓ Establecer dialogo con los públicos a través de las redes sociales; ✓ Posibilidad de ser una fuente científica de referencia; ✓ Creciente interés de la sociedad por la ciencia y tecnología; 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Pocos comunicadores científicos con formación en el ámbito de la comunicación; ✦ Bajo interés del ámbito público en invertir en mejorar la comunicación de empresas/instituciones públicas;
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sector comunicación científica poco explotado; ✓ Reconocimiento social como fuente fiable de información; 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Al ser una especialización muy específica, las actividades y funciones necesitan ser delimitadas; ✦ Falta interés en incorporar un gabinete de comunicación estructurado por parte de los directores; ✦ Desconocimiento acerca de las ventajas reales de un gabinete de comunicación para empresas/instituciones.
Fuente: Elaboración propia	

²¹ En <http://culturacientifica.com/2014/01/15/sobre-la-difusion-social-de-la-ciencia-y-su-funcion/>; [Consulta: 28/05/2015]

En resumen, la incorporación de un gabinete de comunicación supone la adaptación tanto por parte del centro de investigación, como por parte de los profesionales de la comunicación. Se trata de una rama poco habitual, gabinete de comunicación de ámbito científico, en la que es aceptable y normal contratar comunicadores sin una formación en el área de la comunicación.

La consideración social sobre los gabinete de comunicación es cada vez mayor. La necesidad y búsqueda de informaciones científicas también. Hay un creciente prestigio social hacia numerosos científicos y una alta consideración por aquello que afirman.

Con la incorporación de una Unidad de Comunicación rigurosamente organizada, y con el potencial humano que posee el CReSA, ser una fuente de información fiable y de referencia sería el nuevo objetivo incluido.

Sin embargo, si las actividades de divulgación científica no se hacen correctamente, o si la información no responde a los cánones de los medios de comunicación, ni del público 'no-científico', no se consigue establecer un diálogo coherente entre todos los tipos de públicos y la comunidad científica.

El aumento del prestigio social y de la reputación es un fenómeno que depende, en cierta medida, de las actividades de divulgación e información, por un lado y, por otro, de la proyección hacia la sociedad y la presencia mediática que logre conseguir el centro de investigación, una vez haya alcanzado un cierto nivel de notoriedad. En resumen, si no se logra recibir el *feedback* en el ámbito social, algunos de los objetivos de la comunicación claves, que permitieron la construcción de la Unidad de Comunicación para el CReSA, no logran su meta.

10. Bibliografía y Webgrafía

- ◆ ALMANSA MARTÍNEZ, A. (2011). “Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación”. Zamora: Comunicación Social.
- ◆ MARTÍN MARTÍN, F. (1988). “El Gabinete de Comunicación: Periodismo empresarial”. Ávila: ASECOM.
- ◆ COLOMBO, D. (2004). “Sea su propio jefe de prensa”. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- ◆ GARCÍA OROSA, B. (2009). “Gabinetes de comunicación on line: claves para generar información corporativa en la red”. Zamora: Comunicación Social.
- ◆ MARTÍN MARTÍN, F. (1998). “Comunicación empresarial e institucional”. Madrid: Universitas.
- ◆ PIÑUEL RAIGADA, J. (1997). “Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones”. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.
- ◆ URCOLA TELLERÍA, U. y URCOLA MARTIARENA, N. (2015). “Manual práctico de comunicación empresarial”. Madrid: ESIC Editorial.
- ◆ ABASCAL ROJAS, F. (2000). “Como se hace un plan estratégico”. Madrid: ESIC Editorial.
- ◆ FERNÁNDEZ-ACEYTUNO, J. (2009). “Gestión en tiempos de crisis”. Barcelona: Deusto.
- ◆ DEL RÍO MARTÍNEZ, M. (2009). “Manual para comunicar bien; ¿vas a publicar lo que te he enviado?”. Santader: Ediciones Gonpat.
- ◆ SOY AUMATELL, C. (2003). “Auditoría de la información”. Barcelona: Editorial UOC.
- ◆ OCAMPO VILLEGAS, M. C. (2014). “Comunicación Empresarial”. Barcelona: Editorial UOC.
- ◆ BARROS DEL RÍO, M. A. (2012). “Comunicación social de la Ciencia”. Burgos: Amábar S.L.
- ◆ ARROYO, L. y MAGALI, Y. (2008). “Los cien errores de la comunicación de las organizaciones”. Madrid: ESIC Editorial.

- ♦ CURTO DÍAZ, J. (2010). “Introducción al Business Intelligence”. Barcelona: Editorial UOC.

❖ Webgrafía

- ♦ FARRÉ COMA, Jordi (2004). “Espirales de riesgo en tiempo de crisis”, <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer17-02-farre.pdf>. [Consulta: 12/12/2014]
- ♦ Revista AVANCES (2014). “El CReSA, un centro que trabaja para el sector porcino”. <http://revistaavances.com/el-cresa-un-centro-que-trabaja-para-el-sector-porcino/>. [Consulta: 20/12/2014]
- ♦ BULLÓN, P. (2011). “E-organización. Internet marca la pauta a las empresas tradicionales”. <http://www.lideres.com>. [Consulta: 20/02/2015]
- ♦ MARTÍN SEMPERE, M. J. y REY ROCHA, J. (2009). “Cicotec - El papel de los científicos en la comunicación de la ciencia y la tecnología a la sociedad: actitudes, aptitudes e implicación”. http://digital.csic.es/bitstream/10261/1616/1/30_Papel.pdf. [Consulta: 10/03/2015]
- ♦ IAB (2014). “VI Estudio Anual Mobile Marketing”. http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2014/09/VI_Estudio_Anual_Mobile_Marketing_version_abierta1.pdf. [20/03/2015]
- ♦ Cuaderno de Cultura Científica (2014), “Sobre la difusión social de la ciencia y su función”. <http://culturacientifica.com/2014/01/15/sobre-la-difusion-social-de-la-ciencia-y-su-funcion/>; [Consulta: 28/05/2015]
- ♦ ANGELO, Grisel, “Social Media Inteligente: 8 Ejemplos de Cómo NO Usar Hashtags”; <http://www.genwords.com/blog/8-ejemplos-como-no-usar-hashtags/> - [Consulta: 25/05/2015]
- ♦ FECYT (2015). “VII Encuesta de percepción social de la ciencia”. http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Prensa/NOTAS_PRENSA/2015/Dossier_PSC_2015.pdf. [Consulta: 22/05/2015]
- ♦ CReSA (2011). “Científicos del CReSA: más cerca de ti”. <http://www.cresa.es/cresa3/modulos/novedades/Novedades/2011/noticia211/Libro%20CReSA.pdf> [Consulta: 20/12/2014]

11. Anexos

❖ ANEXO1 - Colaboración del CReSA en el Infopork nº 36 (Enero 2014)



BIENVENIDO CReSA A INFOPORK

La foto se corresponde a la firma del convenio de la que participaron Carina Ambroggi por INFOPORK y Eric Mateu por CReSA

30 ACTUALIDAD

Bienvenidos,
Desde CReSA (Centre de Recerca en Sanitat Animal-Centro de investigación en sanidad animal), Barcelona, queremos daros la bienvenida a esta nueva sección de Infopork.

La colaboración entre CReSA, un centro de investigación reconocido a nivel mundial en el sector porcino, y la publicación Infopork pretende ser una ventana abierta entre el laboratorio y el veterinario clínico de la América Latina. Nuestro objetivo es presentaros los últimos estudios científicos realizados en CReSA y discutir las implicaciones o posibles repercusiones prácticas de los mismos.

Los encargados de coordinar esta iniciativa desde CReSA serán el Dr. Ivan Díaz y la Dra. Elisabet Rodríguez.



Dr. Ivan Díaz se licenció y se doctoró en la Facultad de Veterinaria de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Actualmente es investigador de la línea InmunoPRRS del CReSA. Ha participado en numerosos proyectos nacionales e internacionales que han tenido como fruto la publicación de docenas de artículos en revistas indexadas internacionales. Los trabajos en los que ha participado se han enfocado principalmente en el estudio del virus del síndrome reproductivo y respiratorio porcino; aunque también ha participado en trabajos sobre PCV2, virus de la enfermedad de Aujeszky, peste porcina clásica, peste porcina africana, etc. Paralelamente, ha ejercido de docente en la UAB y participa activamente con las empresas farmacéuticas del sector en la ejecución de estudios y en la difusión y discusión de los resultados, tanto a nivel nacional como internacional.



Dra. Elisabet Rodríguez es licenciada y doctora por la Facultad de Veterinaria de la UAB. MBA por la Escuela de Administración de Empresas (EAE). Ha asistido a numerosos cursos en marketing, comunicación y transferencia tecnológica y del conocimiento. Trabajó durante seis años en el departamento de marketing de una empresa farmacéutica veterinaria y actualmente es la responsable de Comunicación del CReSA desde el año 2007.



ACTUALIDAD

EL IMPACTO ECONÓMICO DEL SÍNDROME REPRODUCTIVO Y RESPIRATORIO PORCINO

En esta primera entrega vamos a tratar, excepcionalmente, un tema que no está relacionado directamente con las investigaciones que llevamos a cabo en nuestro centro, pero que es de extrema importancia en la producción porcina mundial: el coste económico del síndrome reproductivo y respiratorio porcino (PRRS, por sus siglas en inglés). ¿Qué supone para los bolsillos de los productores un brote clínico de esta enfermedad? ¿Y una situación endémica?

La repercusión económica del PRRS en una explotación es tremendamente variable, influyendo numerosos factores: el estatus previo de la granja –obviamente, no es lo mismo la entrada del virus en una explotación libre que una situación endémica, ya sea estable o inestable, si se vacuna o no, etc.–, la virulencia de la cepa implicada en el proceso, el manejo, cómo se estructura la explotación, las medidas de bioseguridad internas y externas, etc. Así pues, las circunstancias de cada situación son de suma importancia.

EEUU. LOS ESTUDIOS ECONÓMICOS MÁS EXTENSOS Y EXHAUSTIVOS.

Los primeros estudios analizando el impacto económico de esta enfermedad a nivel nacional fueron los llevados a cabo por Neumann y colaboradores (2005)¹. En esa primera aproximación al problema, se estimó un costo total de pérdidas de 560 millones de dólares anuales. Ya más recientemente, los costes para el periodo 2005-2010 se han estimado en 664 millones anuales (Haltkamp et al., 2013)². Cabe destacar que para llevar a cabo este último estudio se utilizaron los datos de 80 granjas de cerdas (de entre 400 y 15800 reproductoras), de las cuales el 50% se mantuvieron como libres en algún momento del periodo analizado. La principal diferencia en los resultados obtenidos en este estudio comparado con los publicados en el 2005 es la localización de las pérdidas; mientras que en el 2005 las reproductoras eran responsables del 12% del total de pérdidas por PRRS, en el periodo 2005-2010 lo fueron de un 45%. Según las estimaciones de estos autores, si todo EEUU fuera libre de PRRS, cada cerda destetaría anualmente 1,44 lechones más, lo que supondría a nivel nacional 8,3 millones de lechones más por año. En su globalidad, esta hipotética situación supondría unos ingresos adicionales anuales superiores a 300 millones de dólares. Sin embargo, con la situación actual, la pérdida de productividad debida a PRRS supone anualmente casi 10 millones menos de cerdas en matadero o lo que es lo mismo casi 1000 millones menos de carne producida. A las pérdidas productivas directas por acción del PRRS hay que añadir otros costes debidos a la aparición de brotes de infecciones secundarias, la aplicación de nuevos medidas de bioseguridad, etc. Este tipo de costes son mucho más complicado de analizar, sin embargo, a partir de estimaciones subjetivas reportadas mediante encuestas a los veterinarios, los autores estiman pérdidas debidas a estos factores de casi 500 millones de dólares anuales.

Por otro lado, en estudios más particulares, se ha estimado que por causa del PRRS la producción anual de una explotación podría verse reducida hasta en un 15%, o que una granja de entre 500 y 1200 cerdas que aplica el sistema herd closure para el control y erradicación de la infección produce una media de casi 700 cerdas más.

Página 31

❖ ANEXO 2 - (NBS3)

Las ventanas permiten el trabajo de los científicos que trabajan ahí se haga menos claustrofóbico:



Exterior del CReSA. Laboratorio de NBS3 de la institución.

❖ ANEXO 3 - Diferencias entre niveles de bioseguridad

Niveles de Bioseguridad

La **Organización Mundial de la Salud (OMS)** clasifica los distintos niveles de bioseguridad requeridos para trabajar en función de la peligrosidad de los microorganismos manipulados.

Grupos de riesgo y niveles de bioseguridad*

Nivel de riesgo	Descripción del grupo de riesgo	Nivel de bioseguridad (NBS)
1. Nivel muy bajo o nulo de riesgo individual y comunitario.	Microorganismo que es improbable que produzca una enfermedad humana o animal.	Básico NBS-1
2. Riesgo individual moderado y riesgo comunitario bajo.	Un microorganismo que pueda producir una enfermedad humana o animal, pero que es improbable que sea una amenaza grave para el personal de laboratorio, la comunidad, el ganado o el medio ambiente. La exposición de laboratorio puede causar una infección grave, pero se dispone de tratamiento y medidas preventivas eficaces y es limitado el riesgo de difusión de la enfermedad.	Básico NBS-2
3. Riesgo individual alto y riesgo comunitario bajo.	Un microorganismo que produce habitualmente una enfermedad humana o animal grave, pero que corrientemente no se transmite de una persona infectada a otra. Se dispone de medidas preventivas y tratamientos eficaces.	Contención alta NBS-3
4. Riesgos individual y comunitario altos.	Un microorganismo que produce habitualmente una enfermedad humana o animal grave y que puede transmitirse con facilidad, directa o indirectamente, entre personas o entre animales. No se dispone de medidas preventivas y tratamiento eficaces.	Contención máxima NBS-4

* Fuente: Organización Mundial de la Salud, Manual de Bioseguridad en el Laboratorio. 2ª ed. Ginebra: Organización Mundial de la Salud, 2004.

Esta correspondencia entre Grupos de Riesgo y Niveles de Bioseguridad NO es absoluta, ni directa en todos los casos.

Fuente: ““Científicos del CReSA: más cerca de ti”. <http://www.cresa.es/cresa3/modulos/novedades/Novedades/2011/noticia211/Libro%20CReSA.pdf>”. (2011:5)

❖ ANEXO 4 - Publicación en La Vanguardia digital

Ranking de los investigadores biomédicos españoles

Clasificación según el número de estudios que han liderado y que están entre el 1% más citado del mundo en su especialidad | Período analizado: 1997-2012

Ciencia | 24/11/2014 - 00:28h | Última actualización: 24/11/2014 - 10:35h



JOSEP CORBELLA
Barcelona

0

• Notificar error • Tengo más Información

Seguir 50 Like 10 Share 14 +1 0 Share

MÁS INFORMACIÓN

- El top ten de la investigación científica en España

1. Josep Maria Llovet, 27

Especialidad: Cáncer de hígado

Hospital Clínic / Icrea (Catalunya)

2. Josep Baselga, 17

Especialidad: Cáncer de mama

Hospital Vall d'Hebron (ahora en EE.UU.) (Catalunya)

3. Manel Esteller, 15

Especialidad: Epigenética

Institut d'Investigació de Bellvitge (Catalunya)

4. Jordi Bruix, 13

Especialidad: Cáncer de hígado

Hospital Clínic (Catalunya)

5. Damià Barceló, 10

Especialidad: Contaminación del agua

Institut Català de Recerca de l'Aigua (Catalunya)

6. Joaquim Segalés, 8

Especialidad: Sanidad animal

CReSA / UAB (Catalunya)

8. María Josefa Alonso, 7

Especialidad: Vías de administración de fármacos

Universidad de Santiago de Compostela (Galicia)

Marcos Malumbres, 7

Especialidad: Biología del cáncer

CNIO (Madrid)

10. Àlvar Agustí, 6

Especialidad: Aparato respiratorio

Hospital Son Dureta / Clínic (Baleares / Catalunya)

Pedro Alonso, 6

Especialidad: Malaria

Hospital Clínic (Catalunya)

María Blasco, 6

Especialidad: Biología del cáncer

CNIO (Madrid)

Francesc Xavier Bosch, 6

Especialidad: Virus del papiloma y cáncer de cérvix

Institut Català d'Oncologia (Catalunya)

Ricard Cervera, 6

Especialidad: Enfermedades autoinmunes

Hospital Clínic (Catalunya)

Humberto González, 6

Especialidad: Farmacología

Universidad de Santiago de Compostela (Galicia)

Juan Carlos Izpisua, 6

Especialidad: Biología del desarrollo

Centre de Medicina Regenerativa de Barcelona (Ahora em EE.UU.) (Catalunya)

Tuija Kekalainen, 6

Especialidad: Sanidad animal

CReSA / UAB (Catalunya)

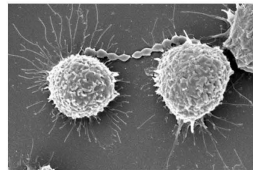
Vicente Soriano, 6

❖ ANEXO 5 - Plantilla divulgativa (Seminarios CReSA)



SEMINARI

Understanding the adaptive immune response to *Streptococcus suis*



impartit per

Dr. Mariela Segura
Faculté de Médecine Vétérinaire
Université de Montréal
Canada

divendres, 29 de maig de 2015

de 12:00 a 13:00h
sala d'actes CReSA

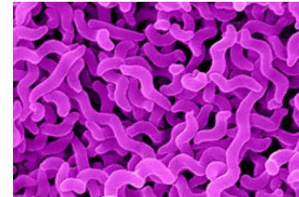
Per a més informació consulteu la web:
<http://www.cresa.cat>

Seminaris 2014-15



SEMINARI

Campylobacter: Estudios en el INTA de Argentina y en colaboración con el CReSA



impartit per

Alejandra Velilla
Laboratorio de Bacteriología
Área de Producción Animal del Instituto Nacional de
Tecnología Agropecuaria (INTA)
Estación Experimental Balcarce

divendres, 10 d'abril de 2015

de 12:00 a 13:00h
sala d'actes CReSA

Seminaris 2014-15



SEMINARI

CReSA com a ICTS: Costos i Oportunitats



Impartit per

Dr. Joaquim Segalés
Director
Centre de Recerca en Sanitat Animal (CReSA)
IRTA

Divendrs, 20 de Març de 2015

De 12:00 a 13:00h
Sala de seminaris CReSA

Seminaris 2014-15



SEMINARI

La tuberculosis en Asturias:
Interacciones entre la fauna silvestre
y los animales domésticos



Impartit per

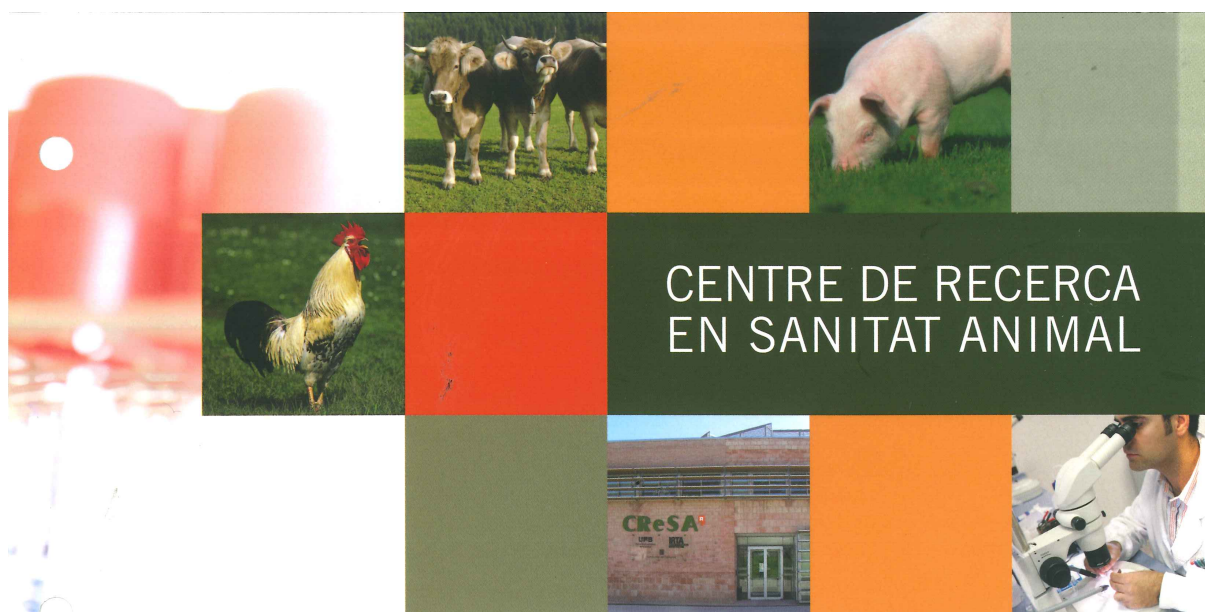
Dr. Miguel Prieto
Servicio Regional de Investigación y Desarrollo Agroalimentario
SERIDA, Asturias

Divendres, 06 de Març de 2015

De 12:00 a 13:00h
Sala de seminaris CReSA

Seminaris 2014-15

❖ ANEXO 6 - Panfleto informativo sobre el CReSA



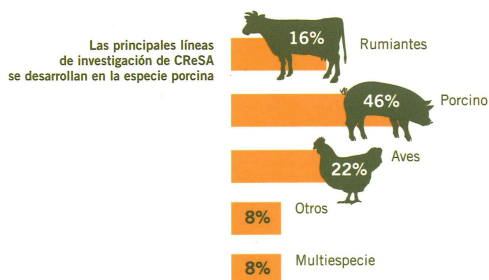
La sanidad animal, el primer objetivo

Creada en 1999 por iniciativa del *Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries (IRTA)* y de la *Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)*, la *Fundació Centre de Recerca en Sanitat Animal (CReSA)* es una fundación privada que se beneficia de las sinergias generadas por el potencial humano de las instituciones fundadoras. **CReSA** se centra en la investigación, el desarrollo tecnológico, el estudio y la enseñanza de todos aquellos aspectos relacionados con la sanidad animal, en colaboración con la **UAB**, el **IRTA**, otras instituciones académicas y de investigación, y con el sector privado.

Los objetivos de CReSA:

- Desarrollar programas de investigación en el ámbito de la sanidad animal
- Transferir al sector los avances científicos alcanzados
- Prestar servicios en el ámbito de la investigación y el desarrollo tecnológico mediante programas concertados de I+D
- Asesorar a las empresas del sector agroalimentario y a la administración pública, y dar soporte tecnológico en el ámbito de la salud animal
- Organizar programas de formación científica y técnica

Las principales fuentes de financiación de **CReSA** provienen, por una parte, de subvenciones de **UAB**, **IRTA**, *Departament d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural (DAR)*, *Departament d'Innovació, Universitats i Empresa (DIUE)* y *Departament de Salut (DS)* de la Generalitat de Catalunya, y de proyectos obtenidos a través de convocatorias competitivas (europeas y nacionales) y, por la otra, de contratos firmados con las empresas.



Tecnología avanzada y biocontención de nivel 3

Para la realización de los estudios, **CReSA** cuenta con instalaciones tecnológicamente avanzadas, con dos áreas claramente diferenciadas: laboratorios de bioseguridad de nivel 2 y unidad de biocontención de nivel 3. En esta unidad, los sistemas de seguridad permiten al equipo de investigadores trabajar con agentes patógenos incluidos en la lista de enfermedades de declaración obligatoria de la Organización Internacional de Epizootias (OIE).

Los laboratorios de nivel de bioseguridad 2

- Anatomía patológica
- Bacteriología
- Biología molecular
- Cultivo celular
- Inmunología
- Parasitología y entomología
- Virología
- Salas de equipamientos específicos (microscopía, electroforesis, ultracongelación, etc.)

La unidad de biocontención de nivel de seguridad 3

- Manejo seguro de agentes infecciosos de alto riesgo
- Sistemas de aislamiento hermético
- Gradiente de presión negativa
- Filtración absoluta de aire
- Tratamiento de líquidos y sólidos
- 6 laboratorios de alta seguridad: virología, bacteriología, cultivo celular, equipos, biología molecular y priones
- 12 salas de alta seguridad para inoculaciones experimentales y alojamiento de cerdos, aves, bóvidos, óvidos, cápridos, conejos y roedores, entre otros
- Cámara climática para estudios de entomología (vectores artrópodos de virus animales)

Un centro de referencia

CReSA trabaja para mejorar la sanidad animal y la calidad y la seguridad de los productos animales destinados al consumo humano. Los equipos de investigadores desarrollan su labor a través de la búsqueda de vacunas innovadoras y eficaces, el estudio de la epidemiología, la respuesta inmunológica y los mecanismos patogénicos, valorando los riesgos para la salud humana y desarrollando modelos de infección estandarizados, además de técnicas diagnósticas. La labor de estos profesionales, altamente cualificados, se plasma en una oferta tecnológica y de servicios que, combinada con una infraestructura de vanguardia, hace de CReSA un centro de referencia en investigación.

Oferta tecnológica de vanguardia

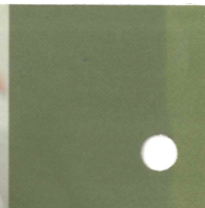
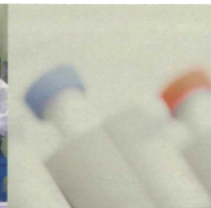
Estudios de infección *in vitro* e *in vivo* con patógenos animales
 Desarrollo de nuevos modelos de infección por bacterias y virus
 Estudios de inmunología
 Estudio y desarrollo de nuevas estrategias vacunales
 Desarrollo y puesta a punto de técnicas diagnósticas
 Estudios bacteriológicos
 Estudios virológicos
 Estudios de validación de productos veterinarios
 Estudios epidemiológicos
 Estudios de entomología (vectores artrópodos de virus animales)
 Estudios de anatomía patológica en animales de granja
 Estudios de proteína priónica
 Estudios de eficacia y tolerancia con medicamentos veterinarios
 Estudios de laboratorio
 Estudios de campo
 Pruebas de sensibilidad a los antimicrobianos
 Eficacia de insecticidas en granja
 Diagnóstico taxonómico de insectos
 Asesoría científica
 Colaboración en publicaciones técnicas

Con el bienestar general como objetivo final

Al margen del interés científico, los estudios que se desarrollan en CReSA tienen importantes implicaciones para los consumidores, los productores y las instituciones reguladoras. Por esta razón, CReSA lleva a cabo diversas acciones para la Generalitat de Catalunya. Por encargo del DAR, ha establecido planes de vigilancia y control de diversas enfermedades:

Fiebre del Nilo Occidental
 Influenza aviar y enfermedad de Newcastle
 Tuberculosis
 Lengua azul
 Neosporosis bovina
 Maedi-Visna, enfermedad de la frontera y paratuberculosis
 Encefalopatías espongiiformes transmisibles
 Enfermedades epizooticas

También colabora con el DS en el diagnóstico de enfermedades espongiiformes, y en la formación y el asesoramiento a los veterinarios de los mataderos.



Subprogramas y líneas de investigación

EPIDEMIOLOGÍA VETERINARIA Y ANÁLISIS DE RIESGOS:

- Epidemiología veterinaria y análisis de riesgos

MICROBIOTA, SALUD INTESTINAL Y RESISTENCIA A ANTIBIÓTICOS:

- Microbiota y salud intestinal
- Epidemiología de marcadores de resistencia a antimicrobianos

INFECCIONES ZOONÓTICAS:

- Patogenia, profilaxis y ecología de la influenza aviar
- Inmunología y desarrollo de vacunas frente al virus de la influenza porcina
- Patogenia y diagnóstico de enfermedades priónicas animales
- Epidemiología, patogenia y control de infecciones bacterianas zoonóticas
- Epidemiología y transmisión del virus de hepatitis E a los animales domésticos

ENFERMEDADES TRANSFRONTERIZAS:

- Biología y control de artrópodos vectores de enfermedades animales y humanas
- Patogenia, diagnóstico y control de zoonosis víricas transmitidas por vectores artrópodos
- Patogenia y profilaxis de las infecciones por Pestivirus
- Patogenia y profilaxis de las infecciones por Asfavirus
- Epidemiología y control de infecciones por Orbivirus

INFECCIONES VÍRICAS ENDÉMICAS:

- Patogenia, epidemiología y control de las infecciones por virus ssDNA
- Inmunopatogenia y correlatos de protección frente al virus del SRRP
- Papel de los micro-RNAs en infecciones víricas
- Diagnóstico, epidemiología y control de infecciones víricas aviares

INFECCIONES BACTERIANAS Y PARASITARIAS ENDÉMICAS:

- Epidemiología, patogenia y control de *Haemophilus parasuis*
- Epidemiología, patogenia y control de infecciones bacterianas respiratorias porcinas
- Patogenia y transmisión de infecciones protozoarias reproductivas
- Mecanismos de patogenicidad bacteriana

CReSA[®]

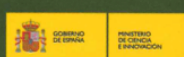
Centre de Recerca en Sanitat Animal

UAB
 Universitat Autònoma
 de Barcelona

Generalitat de Catalunya

IRTA
 Institut de Recerca i Tecnologia
 Alimentària

Edifici CReSA. Campus UAB.
 08193 Bellaterra (Barcelona) Spain.
 Tel. (+34) 93 581 32 84 Fax. (+34) 93 581 44 90
 e-mail: cresa@uab.cat
 www.cresa.cat



❖ ANEXO 7 - CReSAPIENS n° 1



SUMARIO

SUMARIO

EDITORIAL 1

NOTICIAS 2

A FONDO

Globalización y enfermedades virales emergentes 4
Núria Busquets

QUÉ SABEMOS DE...

El virus de la gripe: un virus con alas 10
María MontoyaLa historia de un mosquito con camisa a rayas 12
Nonito Pagès*Walking bent*; aquellos que caminan retorcidos 14
Francesc Xavier AbadVigilancia epidemiológica de enfermedades: los guardianes de la salud 16
Anna Alba

UN CAFÉ CON...

David Solanes 18

HEMOS DESCUBIERTO 20
Elisabet Rodríguez

FUTUROS INVESTIGADORES

Investigar: una buena oportunidad para conocerse a sí mismo 22
Júlia Vergara

ESCUELAS EN EL CReSA 23

CIENCIA A LA VISTA

El olvido de la ciencia 24
Josep Rexach

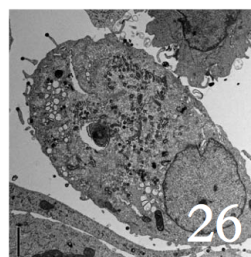
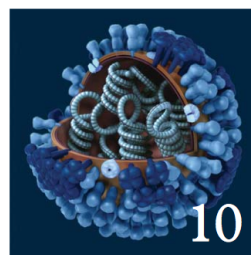
LO QUE NO VEMOS...

¿Dónde está el mosquito? 25
Nonito Pagès

LA OPINIÓN DEL EXPERTO

Enfermedades emergentes: ¿nos las tomamos suficientemente en serio? 26
Fernando Rodríguez

DICCIOCReSA 28



❖ ANEXO 8 - CReSAPIENS n° 2



PANORAMA

Seguridad alimentaria: de la granja a la mesa

SUMARIO

SUMARIO

EDITORIAL 1

NOTICIAS 2

PANORAMA

Seguridad alimentaria: de la granja a la mesa 4
Ignacio Badiola

QUÉ SABEMOS DE...

Los "Superbugs" o bacterias multiresistentes 10
Lourdes Migura

Campylobacter y Salmonella: ¿cómo cocinar? 12
Marta Cerdà

Histeria versus Listeria 14
Margarita Garriga

La herencia de las vacas locas 16
Enric Vidal

Los nuevos envases para conservación de alimentos 18
Elsa Lloret

Norovirus y los cruceros laxantes 20
Francesc Xavier Abad

UN CAFÉ CON... 22
Josep Maria Monfort

HEMOS DESCUBIERTO 24
Elisabet Rodríguez

FUTUROS INVESTIGADORES
Información de hoy, escudo y arma del mañana 26
Noelia Antillés

HABLAN LAS ESCUELAS
Reflexiones a los 17 años 27

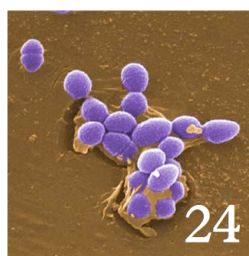
CIENCIA A LA VISTA
Una estancia en el CReSA 28
Mónica Pérez

LO QUE NO VEMOS...
La proteína que nos vuelve locos... 29

LA OPINIÓN DEL EXPERTO
La Hepatitis E está más cerca que Nueva Delhi 30
Margarita Martín

DICCIOCReSA 32

SI QUIERES SABER MÁS 33



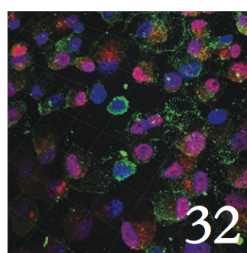
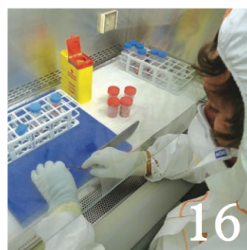
❖ ANEXO 9 - CReSAPIENS nº 3



SUMARIO

SUMARIO

EDITORIAL	1
NOTICIAS	2
PANORAMA	
La vacunación permite reconocer amigos y enemigos	4
María Montoya	
QUÉ SABEMOS DE...	
Nuevas vacunas: de la idea al mercado	10
Enric Mateu	
Las vacunas DIVA	12
Lillianne Ganges	
La vacunación como vía para la erradicación	14
Joan Pujols	
La vacuna de los tres siglos	16
Bernat Pérez	
Vacunas universales: café para todos	18
Ayub Darji	
UN CAFÉ CON... ..	20
Virginia Aragón	
HEMOS DESCUBIERTO	22
Elisabet Rodríguez	
FUTUROS INVESTIGADORES	
El por qué de las vacunas	24
Anna Lacasta	
HABLAN LAS ESCUELAS	
Investigar para prevenir y erradicar	25
CIENCIA A LA VISTA	
Cine, microbios y terapias	26
Francesc Xavier Abad	
LA OPINIÓN DEL EXPERTO	
Vacunas frente a un virus de cerdos, el circovirus: una historia de éxito!	28
Joaquim Segalés	
DICCIOCRESA	30
LO QUE NO VEMOS...	
Influenza A H3N2	32
SI QUIERES SABER MÁS	
Subprogramas y líneas de investigación del CReSA	33



❖ ANEXO 10 - CReSAPIENS n° 4

CReSAPIENS

Revista de divulgación científica del CReSA

Número 5, Diciembre 2013

PANORAMA

CREACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE UN CENTRO DE INVESTIGACIÓN

NOTICIAS

CReSA, nuevo miembro del Grupo Europeo de Investigación EPIZONE

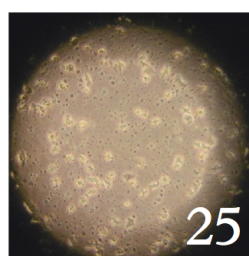
UN CAFÉ CON...

Lluís Rovira, director de CERCA

SUMARIO

SUMARIO

EDITORIAL	1
NOTICIAS	2
PANORAMA	
Creación y funcionamiento de un centro de investigación	4
Mariano Domingo	
QUÉ SABEMOS DE...	
Ciclo de vida de un proyecto de investigación	8
Jordi Casal	
Gestión: los zapatos que te ayudan a andar sin que se noten	10
Francesc Xavier Abad	
From farm to lab: estudios de campo en la I+D	12
Miquel Nofrías	
La ciencia de la "oficiencia"	14
Montse Pastó	
Transferencia: del conocimiento al producto	16
Francesc Xavier Abad	
UN CAFÉ CON...	18
Lluís Rovira	
HEMOS DESCUBIERTO	20
Elisabet Rodríguez	
FUTUROS INVESTIGADORES	
Investigación en la actualidad, ¿utopía o realidad?	22
Paula Constanza Manrique	
HABLAN LAS ESCUELAS	
La investigación es el camino hacia el progreso científico, social y económico	23
CIENCIA A LA VISTA	
Ciencia como inversión de futuro	24
Francesc Accensi	
LO QUE NO VEMOS...	
¿Un nuevo planeta?	25
LA OPINIÓN DEL EXPERTO	
Calidad en investigación, ¿una necesidad o un lujo?	26
Montserrat Ordóñez	
DICCIONARI	28
SI QUIERES SABER MÁS	
CReSA Training Programs: compromiso con la formación	29



❖ ANEXO 11 - CReSAPIENS n° 5



SUMARIO

SUMARIO

EDITORIAL 1

NOTICIAS 2

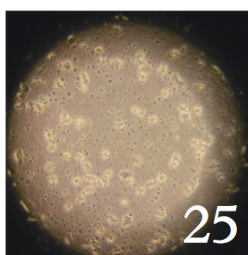
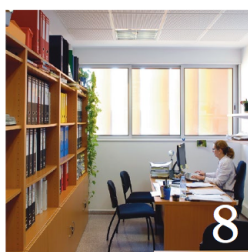
PANORAMA

Creación y funcionamiento de un centro de investigación 4
Mariano Domingo

QUÉ SABEMOS DE...

Ciclo de vida de un proyecto de investigación 8
Jordi CasalGestión: los zapatos que te ayudan a andar sin que se noten 10
Francesc Xavier AbadFrom farm to lab: estudios de campo en la I+D 12
Miquel NofrariasLa ciencia de la "oficiencia" 14
Montse PastóTransferencia: del conocimiento al producto 16
Francesc Xavier AbadUN CAFÉ CON... 18
Lluís RoviraHEMOS DESCUBIERTO 20
Elisabet RodríguezFUTUROS INVESTIGADORES
Investigación en la actualidad, ¿utopía o realidad? 22
Paula Constanza ManriqueHABLAN LAS ESCUELAS
La investigación es el camino hacia el progreso científico, social y económico 23CIENCIA A LA VISTA
Ciencia como inversión de futuro 24
Francesc AccensiLO QUE NO VEMOS...
¿Un nuevo planeta? 25LA OPINIÓN DEL EXPERTO
Calidad en investigación, ¿una necesidad o un lujo? 26
Montserrat Ordóñez

DICCIONARI CReSA 28

SI QUIERES SABER MÁS
CReSA Training Programs
compromiso con la formación 29

CReSAPIENS

Revista de divulgación científica del CReSA

Número 6. Julio 2014



PANORAMA

INTRODUCCIÓN A LAS ZOONOSIS: CONCEPTOS BÁSICOS

NOTICIAS

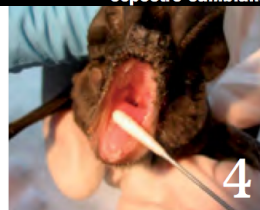
**CReSA lanza su
buscador de expertos
en sanidad animal**

UN CAFÉ CON...

**Lluís Picart, director
en Protecció de la Salut,
de la ASPCAT**

LA OPINIÓN DEL EXPERTO

**Las zoonosis, una
patología médica de
espectro cambiante**



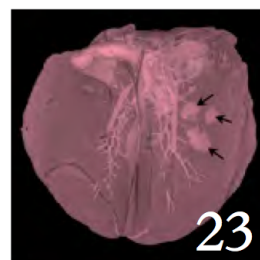
4



13



18



23

EDITORIAL 1

NOTICIAS 2

PANORAMA

**Introducción a las zoonosis:
conceptos básicos** 4
Laila Darwich

QUÉ SABEMOS DE...
**Zoonosis transmitidas
por alimentos** 8
Ignacio Badiola i Saiz

**La rabia, ¿un riesgo para
España?** 10
Sebastian Napp

**Zoonosis transmitidas por
vectores, unos vehículos
muy sofisticados** 12
Sandra Talavera Forcades

Zoonosis profesionales 14
Enric Vidal Barba

UN CAFÉ CON... 16
Lluís Picart

HEMOS DESCUBIERTO 18
Elisabet Rodríguez

FUTUROS INVESTIGADORES
**El hombre y los animales:
Una relación en constante
evolución** 20
Karla Alejandra Cameron

HABLAN LAS ESCUELAS
**La protección a la salud
viene desde la granja** 21

CIENCIA A LA VISTA
**Los conceptos motivación y
satisfacción pueden ser sinónimos** 22
Alice E. de Fontes

LO QUE NO VEMOS...
Escaneando la tuberculosis 23

LA OPINIÓN DEL EXPERTO
**Las zoonosis, una patología
médica de espectro cambiante...** 24
Ferran Segura Porta

DICCIONARI 26

SI QUIERES SABER MÁS
CReSA Training Programs:
compromiso con la formación 29

❖ ANEXO 13 - Modelo word Nota de prensa CReSA

NOTA DE PREMSA

02/11/2012



Elisabet Rodríguez González
Responsable de Comunicació

rodriguez@cresa.uab.cat

Teléfono: 935814564

Fax: 935814490

Centre de Recerca en Sanitat Animal
(CReSA), UAB-IRTA

Edifici CReSA. Campus UAB

08193, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)
Spain



FECYT
FUNDACIÓN ESPAÑOLA
PARA LA CIENCIA
Y LA TECNOLOGÍA



Una nova vacuna contra la tuberculosi en humans es prova per primer cop en cabres amb èxit

L'estudi, dut a terme per investigadors del Centre de Recerca en Sanitat Animal (CReSA), obre una nova via per a l'estudi de nous tractaments

PUNTS CLAU

- La nova vacuna, desenvolupada per investigadors del Canadà (McMaster University), es troba actualment en fase I d'assajos clínics.
- La cabra domèstica reproduceix amb elevada similitud la resposta a la tuberculosi activa en humans, i al mateix temps és una espècie en la que la malaltia és endèmica a Espanya.
- L'estudi ha demostrat que la inoculació d'aquesta nova vacuna, com a reforç de la vacuna BCG (la única vacuna comercialitzada avui en dia a arreu del món), proporciona major protecció contra la tuberculosi que la vacuna BCG sola.

Una vacuna enfront la tuberculosi en humans, testada en cabres

Investigadors del CReSA han dut a terme el primer estudi de vacunació enfront a la tuberculosi utilitzant com a model experimental la cabra domèstica. La vacuna, anomenada AdAg85A, ha estat dissenyada per investigadors de McMaster University (Canadà) per prevenir la tuberculosi en humans, i actualment es troba en fase I d'assajos clínics.

Actualment, i des de fa quasi 100 anys, la única vacuna comercialitzada arreu del món és la vacuna BCG (Bacil de Calmette-Guérin, soca atenuada de *Mycobacterium bovis*) però la seva eficàcia és força limitada i nombrosos grups de recerca de diversos països treballen amb la finalitat de trobar una vacuna universal que la substitueixi o en reforci la eficàcia.

Els estudis del CReSA han demostrat que les cabres vacunades amb BCG i que posteriorment són inoculades amb la nova vacuna AdAg85A (que expressa una proteïna de *Mycobacterium tuberculosis*) presenten una major protecció enfront a la tuberculosi que les vacunades només amb BCG. En concret, la nova vacuna reforça la resposta del sistema immune (l'anomenat efecte "booster") enfront a la infecció tuberculosa, disminuint les lesions, el nombre de bacteris i la seva replicació, i reduint la disseminació intrapulmonar i extrapulmonar de la infecció.

La cabra domèstica, com a model per a l'estudi de nous tractaments i vacunes

Fins el moment, la vacuna s'havia testat només en rata i conill d'índies. Aquests models han estat els més utilitzats en la recerca de nous tractaments o vacunes enfront a la tuberculosi, però tenen com a inconvenient que no reproduceixen les lesions característiques de la tuberculosi en humans i finalment moren, degut a una ràpida progressió de la infecció enlloc de reproduir un procés crònic, com succeeix en humans o grans mamífers. Per aquesta raó, és necessari l'ús d'un model d'animal gran, de manera que es reproduceixi millor el que succeeix en l'ésser humà.

Malgrat que recentment s'havien realitzat estudis similars emprant el model boví, també hoste natural de tuberculosi, els seus principals inconvenients eren el seu difícil maneig i l'elevat cost de la recerca.

En aquest sentit, i per primer cop en el món, els investigadors del CReSA han utilitzat la cabra domèstica com a model experimental. La cabra és un hoste natural de tuberculosi i reproduceix amb elevada similitud les característiques patològiques i la resposta immunològica a la infecció

❖ ANEXO 14 -

Proyecto del diseño de la nueva web para el CReSA



❖ ANEXO 15 - Vídeos Canal CReSATV



Centre de Recerca en Sanitat Animal

[Inicio](#) | [Webmail](#) | [Intranet](#) | [Seleccione idioma: English / Català](#)





ENLACES DIRECTOS

- » Actualidad
- » Personal
- » ¿Dónde estamos ?
- » Proyectos
- » Oferta tecnológica
- » Servicios científico-técnicos
- » Ofertas de trabajo
- » Contacto

ENLACES DIRECTOS

- » Actualidad
- » Personal
- » ¿Dónde estamos ?
- » Proyectos
- » Oferta tecnológica
- » Servicios científico-técnicos
- » Ofertas de trabajo
- » Contacto

Menu

- Novedades
- Conoce el CReSA
- Investigación y desarrollo
- NEW** Servicios a clientes
- Publicaciones
- Actividades
- Trabajar en el CReSA
- Contactenos

Búsqueda

LISTADO DE VIDEOS

Año 2013

Técnicos del CReSA: un apoyo indispensable para investigar

La importante labor de estos profesionales especializados permite que el CReSA sea considerado un centro de referencia en investigación en sanidad animal.

[Ver el vídeo](#)

Las "vacas locas" y el enigma de los priones

La encefalopatía espongiforme bovina, popularmente denominada "enfermedad de las vacas locas", es una enfermedad transmisible que afecta principalmente a las vacas y está causada por priones.

[Ver el vídeo](#)

Enfermedades porcinas

La mayor parte de la investigación que se realiza en el CReSA es en enfermedades del cerdo. Alemania y España son las dos potencias europeas en producción de cerdos y, dentro de España, Cataluña es la comunidad más puntera.

[Ver el vídeo](#)

Año 2012

¿Los mosquitos en Catalunya pueden transmitir nuevas enfermedades emergentes?

La respuesta a esta pregunta es clave para diseñar las futuras estrategias preventivas y de control que eviten la introducción y diseminación de enfermedades emergentes causadas por virus en nuestro país, como la Fiebre del Nilo Occidental y la de Chikungunya. Esta pregunta será resuelta por investigadores del CReSA gracias a una ayuda a la investigación concedida en la convocatoria RecerCaixa 2011.

[Ver el vídeo](#)

Años 2010-2011

Estudiantes del CReSA: investigadores del futuro

El CReSA invierte en la formación de profesionales procedentes de diversos campos de la investigación. Ellos mismos nos hablan de los estudios que realizan, las cualidades necesarias para investigar, las motivaciones, el futuro,... De primera mano conocemos cómo son los investigadores del futuro.

[Ver el vídeo](#)

¿Conocemos la gripe?

Cada año oímos hablar de la gripe. En 2009, la gripe pandémica ocupó las portadas de los periódicos. ¿Pero qué es la gripe? ¿La conocemos bien? Y lo más importante, ¿qué la provoca? El siguiente reportaje analiza a fondo el virus a través de los conocimientos de tres investigadores del CReSA y nos pone al día acerca de las actividades de este centro.

[Ver el vídeo](#)

Bioseguridad para investigar

El CReSA, como importante y destacado centro de investigación en sanidad animal, dispone de unas instalaciones altamente preparadas para el trabajo que se lleva a cabo. En funcionamiento desde el año 2005, dispone de laboratorios de nivel de bioseguridad 2 y 3 para poder trabajar con microorganismos que pueden llegar a ser altamente patógenos.

[Ver el vídeo](#)

Enfermedades transmitidas por mosquitos

Buscador de expertos

OPEN ACCESS

Servicios Científico-técnicos

Portes obertes CReSA

Recursos

CReSA & the City

ANNUAL REPORT 2013

SESC

CRoSAPIENS

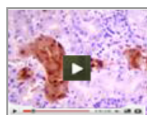
Suscríbete!

CReSA TV

CReSADIGITAL

CReSA TRAINING PROGRAMS

www.saludenlagranja.com



Enfermedades transmitidas por mosquitos

Dengue. Fiebre amarilla. Fiebre del Valle del Rift, Fiebre del Nilo Occidental... Son enfermedades provocadas por virus y que se transmiten entre animales y el hombre mediante la picadura de mosquitos. En los últimos años han emergido o reemergido en diferentes zonas del planeta. Nos resultan enfermedades exóticas y muy lejanas. ¿Pero son realmente tan lejanas?

[Ver el vídeo](#)
Enfermedades de transmisión alimentaria

Salmonela, Campylobacter... bacterias que provocan enfermedades en los animales y toxiinfecciones alimentarias en las personas. Veremos cómo se generan estas enfermedades, como controlarlas y qué investigación se hace en el CReSA para conocer mejor estas bacterias.

[Ver el vídeo](#)
Luchando contra la tuberculosis

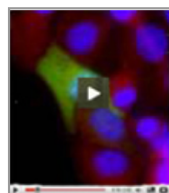
La Unidad de Tuberculosis Experimental del Instituto de Investigación en Ciencias de la Salud Germans Trias y Pujol, con la colaboración del CReSA, ha desvelado por qué solamente una de cada diez personas infectadas de tuberculosis desarrolla la enfermedad. Los científicos han localizado las lesiones que causa la bacteria y han descubierto un mecanismo que las repara.

[Ver el vídeo](#)
Entre todos hacemos CERCA

El CReSA es uno de los centros CERCA, el conjunto de centros de investigación participados por la Generalitat de Catalunya y a los que da apoyo la Institución CERCA. La actuación de la Institución CERCA se centra en la proyección corporativa de los centros y el seguimiento y apoyo de su actividad.

[Ver el vídeo](#)
Años 2008-2009**Vídeo institucional del CReSA**

En 1999 se creó el CReSA, una fundación destinada a investigar las enfermedades animales con repercusión económica, sanitaria o de salud pública. Ubicado en el campus de la UAB, el edificio CReSA dispone de un equipamiento especializado y unas instalaciones tecnológicamente avanzadas.

[Ver el vídeo](#)
Un centro europeo de excelencia en sanidad animal (Parte 1/5)

El CReSA promueve una investigación enfocada a los problemas y a los retos del sector productivo, con la finalidad de mejorar la sanidad animal y, por consiguiente, la calidad y la seguridad de los productos destinados al consumo humano.

[Ver el vídeo](#)
Bacterias, virus, parásitos, mosquitos y mucho más (Parte 2/5)

La actividad investigadora del CReSA incluye el estudio de infecciones bacterianas, infecciones víricas, parasitología, entomología, epidemiología, estudios de campo, inmunología y enfermedades espongiformes transmisibles.

[Ver el vídeo](#)
Medidas y barreras en un edificio de alta seguridad biológica (Parte 3/5)

El CReSA dispone de una unidad de alta seguridad biológica de nivel 3 dotada de estrictas medidas de control de acceso y barreras de biocontención que impiden la salida al exterior de los patógenos que se estudian.

[Ver el vídeo](#)
Estudios con valor añadido para empresas e instituciones (Parte 4/5)

Al margen del interés científico, los investigadores del CReSA realizan estudios y ofrecen servicios a empresas del sector, instituciones y administraciones que conllevan implicaciones importantes para los consumidores, los productores y las instituciones reguladoras.

[Ver el vídeo](#)

Trabajando con visión de futuro (Parte 5/5)

El CReSA se encuentra en proceso de crecimiento y consolidación. Con más de 100 colaboradores, la apuesta de futuro es seguir dotando a los investigadores de un excelente entorno para conseguir posicionarse como centro de referencia mundial en investigación en sanidad animal.

[Ver el vídeo](#)
Acércate al CReSA

El CReSA ha organizado la jornada "Acércate a la ciencia veterinaria CReSA", dirigida a estudiantes de bachillerato para mostrarles las tareas científicas que se realizan en sus laboratorios y despertarles el interés por la ciencia animal y la veterinaria.

[Ver el vídeo](#)
Años 2006-2007**Garantizar la salud de los animales**

El CReSA es un centro de referencia para el estudio de enfermedades que afectan a los animales, como peste porcina, vacas locas o gripe aviar. Fruto de un acuerdo entre la UAB y el IRTA, el CReSA es el único centro de investigación de Catalunya con las características necesarias para realizar investigaciones sobre este tipo de enfermedades infecciosas.

[Ver el vídeo](#)

Con el soporte del
Departament d'Innovació,
Universitat i Empresa



Generalitat de Catalunya
Departament d'Innovació,
Universitats i Empresa
**Comissionat per a Universitats
i Recerca**

¡Recomienda esta página!



0

Aviso legal

Fundació pública creada per la UAB i l'IRTA per impulsar l'R+D i la innovació en sanitat animal
CReSA. Edifici CReSA. Campus UAB. 08193 Bellaterra. tel. 93. 581 32 84 fax. 93. 581 44 90