

Comunidad

La producción científica crece un 62,55 % en un lustro

► En 2015 se publicaron 3.103 artículos en las mejores revistas científicas internacionales

L.O.

Las publicaciones científicas de la Región gozan de muy buena salud. En 2015 se publicaron 3.103 artículos en las mejores revistas científicas internacionales de cada ámbito del conocimiento, lo que ha supuesto el 3,57 por ciento de la producción total en España, que alcanzó ese año las 86.980 publicaciones. El incremento de publicaciones respecto a 2014 es

del 32,16 por ciento. Desde 2010, año de referencia del análisis, el porcentaje de crecimiento se eleva hasta el 62,55 por ciento.

Estos son algunos de los datos que adelantó ayer la consejera de Educación y Universidades, María Isabel Sánchez-Mora, en una visita al Centro Tecnológico Nacional de la Conserva y Alimentación, y que forman parte del Análisis de Indicadores de Pro-



La consejera, en el momento de dar a conocer los datos. CARM

ducción y Actividad Científica Regional del periodo 2010-2015, que se ultima. Sánchez-Mora resaltó estas «excelentes cifras, con las que

se ve recompensado el esfuerzo de los investigadores».

La Consejería prevé la publicación del informe completo, con los

datos pormenorizados de actividad y producción clasificados por instituciones y entidades para el primer trimestre de 2017.

Solidaridad sobre ruedas

EDUARDO PÉREZ CARPENA



► HACIENDA ENTREGA DOS VEHÍCULOS A LA ONG AZUL EN ACCIÓN. El consejero de Hacienda y Administración Pública, Andrés Carrillo, hizo ayer entrega de dos vehículos al presidente de la ONG Azul en Acción, Jesús Franco, destinados a ayuda humanitaria en proyectos de intervención oftalmológica y a colectivos de mujeres en zonas de África, como Senegal y el Sahara.

Albergues juveniles a la red nacional

CARM



► SUMARÁ TATORCE INSTALACIONES A LA DE EL VALLE Y CALARREONA. El Gobierno regional ultima un decreto de turismo joven que permitirá que catorce instalaciones de diferentes municipios entren a formar parte de la Red Nacional de Albergues Juveniles (REA), que se sumarán al de El Valle (Murcia) y el de Calarreja (Águilas).

VUELVE A CASA POR NAVIDAD

Más Protocolo

Ahora que se va acercando el periodo navideño comienzan a emitirse todo tipo de anuncios que por uno u otro motivo no nos dejan indiferentes, consiguiendo despertar en la mayoría de nosotros distintos tipos de sentimientos y emociones.

Si escribo 'Vuelve a casa por Navidad' seguro que casi todos asociamos esta frase con un famoso anuncio de una conocida marca de turrones con la navidad, con un reencuentro o un abrazo (o al menos una de las cuatro citadas).

Las personas encargadas de organizar cualquier acto o evento, aparte de definir muy bien el objetivo que se pretende conseguir, contar con un plan A, un plan B e incluso C, (intentando evitar la Ley de Murphy que

tanto nos obsesiona «Si algo puede salir mal, probablemente saldrá mal»), adecuar el evento a las necesidades y características específicas de la naturaleza del mismo, etc... Tenemos que ser capaces de introducir elementos que consigan despertar EMOCIONES en las personas que acuden al mismo, (yo los llamo Actos/Eventos con Corazón). Son esos que recuerdas por mucho tiempo, que comentas con tu familia y amigos constantemente, de los que presumes haber asistido poniendo una foto de perfil, de los que conservas una entrada por años, el que es capaz de despertarte melancolía, del que conservas algo que compraste o te regalaron con especial cariño... En definitiva, se trata de evitar esos eventos que pueden estar organizados y desarrollados correctamente pero pasan sin pena ni gloria, uno más del montón; seguro que saben a lo que me refiero, esos a los que te

vas a la mitad porque tienes cosas más importantes que hacer, o esos en los que estás literalmente mirando cada 5 minutos el reloj deseando que acabe porque son 'infumables'.

La clave está en introducir medidas diferenciadoras que lleguen a sorprender y emocionar a las personas que acuden a esos eventos, sean del tipo que sean y con cualquier objetivo (actos oficiales, eventos sociales, de empresa, deportivos, culturales, etc...), convirtiendo a las personas en parte activa del mismo y por tanto, en tu mejor fuente de publicidad.

Podría ser por ejemplo, introducir una melodía acorde al momento o solemnidad, experiencias sensoriales que lleven a recordar una situación agradable, un juego de luces, un video emocionante o emotivo, cambios de altos y bajos de música, un elemento sorpresa, la introducción de un espectáculo no esperado cultural o tecnológico, un juego de grupo, re-

compensas o premios,... (dependiendo de la finalidad y objetivos del evento).

Se trata en definitiva, de hacer algo diferente que llegue a lo más adentro de la persona y quede gravado en su recuerdo de forma positiva, consiguiendo enganchar en todo momento y evitando el aburrimiento, la monotonía o la indiferencia.

El éxito queda garantizado si somos capaces de presentar un proyecto innovador, creativo y capaz de hacer mella en las emociones y sentimientos de las personas como si de un anuncio navideño se tratase, que queda registrado en la mente emocional llegando a recordar experiencias por muchos años.

