



Capacidades, Prácticas y Políticas Universitarias de Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología en la Universidad Nacional de Cuyo.

Cecilia Garro Scalvini

Question/Cuestión, Nro.79, Vol.3, Diciembre 2024

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

ICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e941>

Capacidades, Prácticas y Políticas Universitarias de Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología en la Universidad Nacional de Cuyo

Cecilia Garro Scalvini

Instituto de Ciencias Sociales y Humanas. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.

cgarro@mendoza-conicet.gob.ar

Resumen

El siguiente trabajo examina la Comunicación Pública de la Ciencia (CPC) llevada a cabo desde la Universidad Nacional de Cuyo (UNCUYO) durante el año 2019, y su articulación con los objetivos estratégicos universitarios contenidos en el Plan Estratégico 2021. Además forma parte de un proyecto de mayor envergadura iniciado en el mismo año por el Centro de Estudios de la Circulación del Conocimiento (CECIC-UNCUYO) que se propuso conocer las formas de producción y circulación del conocimiento científico desde una perspectiva multiescalar y multidimensional en tres universidades nacionales: Universidad Nacional de San Martín (UNSAM), Universidad Nacional de San Juan (UNSJ) y Universidad Nacional de Cuyo (UNCuyo).

Al igual que el trabajo global, este estudio se posiciona desde el paradigma de la circulación entendiendo a la CPC como una forma alternativa de circulación de conocimientos científicos y tecnológicos. Atento a ello no solo brinda nociones teóricas acerca de la CPC, sino que examina las capacidades de comunicación presentes en la UNCuyo, como son sus órganos de comunicación, medios masivos, desarrollo de actividades de CPC y participación de sus docentes-investigadores en acciones de comunicación. Además y en base a ello, analiza la existencia o no de políticas de CPC dentro de la planificación estratégica de la UNCuyo y la cristalización de estas en acciones concretas que establezcan un vínculo entre Universidad y Sociedad.

Palabras clave: Comunicación; Universidad; divulgación científica; comunicación pública de la ciencia; Universidad Nacional de Cuyo

Introducción

Algunos estudios recientes (Beigel 2018,2019) indican la necesidad de superar el binarismo centro- periferia del Sistema Académico Mundial planteado por las teorías de la dependencia académica que postulan una relación unidireccional de Sur a Norte, en donde los centros se constituyen como centros de excelencia (*mainstream*), mientras que en las periferias solo se realiza ciencia imitativa y dependiente. Ante esto y como señalan (Beigel 2018, 2019; Castillo 2022) es necesario observar que, en las *periferias*, particularmente, han experimentado una consolidación diferencial, aunque poco visibilizada, circuitos de circulación de conocimiento que trascienden lo *mainstream*, desafiando la lógica mercantilista del sistema y complejizando la producción y comunicación científica en estos campos. Ante esto es necesario recurrir a nuevos enfoques en la investigación que tengan en cuenta la multiplicidad de escalas y dimensiones en la producción y circulación del conocimiento científico y tecnológico.

Es en estas particularidades del campo científico y tecnológico en donde, no solo se observa el surgimiento de formatos alternativos de circulación del conocimiento e información científica hacia una diversidad de públicos, ya no sólo académicos; sino en donde las instituciones científicas, y particularmente las universidades se han visto en la necesidad de asumir nuevas funciones.

Si bien los primeros indicios de divulgación científica en nuestro país se remontan al SXIX, es en los inicios del SXX cuando comienza un fortalecimiento de la circulación de conocimientos por fuera de las instituciones que lo producen (Cortassa y Rosen, 2019), aunque el primer antecedente de Divulgación desde las universidades recién lo encontramos en 1955 con la creación del Departamento Editorial de la UBA (Universidad de Buenos Aires) y en 1958 la de la editorial EUDEBA.

La vuelta de la democracia en 1983, no solo implicó el primer paso en la restauración del campo científico tecnológico de nuestro país, sino que surgieron algunas iniciativas que sentaron las bases para el futuro desarrollo de la CPC en las Universidades. El caso más emblemático fue el del Primer Programa de Divulgación Científica y Técnica del Instituto de Investigaciones Bioquímicas Fundación Campomar (hoy Fundación Instituto Leloir), puesto en marcha en 1985, que consistió en la creación de áreas de comunicación en organismos públicos de investigación y cursos de periodismo científico. Esta experiencia sirvió de precedente para que en 1992 la Universidad de Buenos Aires sea la primera en incorporar una unidad de comunicación, acción que pronto comenzaron a imitar gran parte de las Universidades del país.

Como señalan Cortassa y Rosen (2019), en la actualidad, las principales Universidades y organismos del sistema cuentan con una dependencia de Comunicación Institucional, aunque esto aún no suele traducirse en planes específicos de CPC y muchas veces se confunde la comunicación entre pares con la comunicación pública de las ciencias. De todas formas, algunas universidades han llevado adelante acciones concretas de CPC que se traducen en agencias de noticias científicas y tecnológicas en línea. La primera, surgida en 2006, fue la Agencia de Noticias Científicas y Tecnológicas Argentina (CyTA), que opera en la Fundación Instituto Leloir, como continuidad del ya referido Programa de Divulgación Científica y Técnica. En la actualidad, a ella se suman la Agencia Ciencia Tecnología y Sociedad (2010, Universidad Nacional de La Matanza); Agencia Tecnología Sur-Sur (TSS, 2013, Universidad Nacional de San Martín) y UNCiencia (2014, Universidad Nacional de Córdoba).

Algunas nociones sobre Comunicación Pública de la Ciencia

Si bien fue en los siglos XVII y XVIII, en Europa, cuando surgió la inquietud de comunicar conocimientos por fuera del ámbito científico, es a mediados del SXX cuando las acciones destinadas a comunicar conocimientos científicos por fuera de los entornos académicos aumentaron su frecuencia y asumieron características particulares que estimularon el surgimiento de estudios (Bauer, 2009; Cortassa, 2010, Bandin, 2017) y la consecuente elaboración de modelos conceptuales para explicarlas.

Así se asiste al surgimiento sucesivo de tres modelos: el denominado de *déficit cognitivo* que adquiere relevancia en la década de los 60', el cual sostiene que el conocimiento es acumulado por un pequeño grupo de especialistas, mientras el grueso de la sociedad debe ser científicamente alfabetizada con el objetivo de incluir a los sectores civiles en discusiones sobre política científica y fortalecer la difusión del conocimiento científico en sectores socio-productivos (Bandin, 2017). Serán los medios de comunicación masivos: radio, televisión y prensa escrita, los elegidos para llevar adelante la tarea alfabetizadora.

Hacia mediados de 1980 surgió el modelo Etnográfico/contextual, que estudiaba la forma en que los públicos se apropian del conocimiento científico de acuerdo con su entorno y subjetividades, focalizando en sus modalidades de interacción con tales saberes expertos a través de los medios de comunicación. Por último, se suma un tercer modelo denominado Triángulo de las 3D: diálogo, discusión y debate. Este enfoque propone que la ciudadanía conozca cómo la práctica científica se encuentra atravesada por diversas discusiones acerca de hechos, teorías y problemas controvertidos contribuyendo a dimensionar el potencial como las limitaciones de la ciencia per-se (Miller, 2001), aunque no se propone hacer desaparecer las asimetrías entre públicos y académicos, ya que reconoce la complejidad inherente a los procesos de investigación científica.

A pesar de su surgimiento en diferentes épocas, estos modelos siguen aún vigentes. Esto se observa en la multiplicidad de terminologías y posicionamientos a la hora de conceptualizar la actividad de comunicación y de denominarla. En este trabajo entenderemos a la difusión como un proceso discursivo unidireccional desde un emisor experto hacia receptores masificados,

marcando una clara asimetría entre ambos. Por su parte, el término divulgación presenta diversas conceptualizaciones. Algunos especialistas lo utilizan para referirse a sistemas susceptibles de ser vehículo de comunicación científica para el público no especialista, asumiendo así un carácter *difusionista* del término (Malcher y Cunha Lopes, 2013), mientras que otros señalan que la divulgación generaría cierta influencia crítica sobre su producción (Cros Alavedra, 2017). Por último, y en los últimos años viene siendo reconocida la noción de comunicación pública de la ciencia, en este sentido, Erazo Pesántez (2007) la define como una práctica sociocultural intermediada por posicionamientos políticos-culturales específicos, la cual comprende actividades de ampliación y actualización del conocimiento científico por medio del uso de medios de comunicación, como también de espacios públicos abiertos al diálogo.

Por último, podemos identificar dos modalidades en las que la CPC es desplegada desde las universidades: una modalidad reconocida por Alcívar (2015) en tanto publicaciones de noticias con temáticas de ciencia y tecnología en prensa gráfica, libros para público en general, documentales científicos, exposiciones, etc. y una segunda modalidad, que se orienta a que las casas de estudio desplieguen estrategias de comunicación institucional vinculadas a su contexto situado reconociendo en las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) herramientas que suponen una renovación sustancial en modos de comprender a la comunicación institucional y las relaciones con sus públicos (Fernández, 2007).

Metodología

Este trabajo se posiciona desde el paradigma de la circulación del conocimiento, para ello utiliza como herramienta el *Manual de Cuyo* (2024, en prensa), modelo relacional de indicadores que aporta una visión más dinámica de las escalas de interacción y de la multidimensionalidad de la circulación del conocimiento. Este manual se estructura en cuatro dimensiones de observación: espacialidad académica, capacidades de circulación de la investigación, producciones científicas publicadas e interacción universidad - sociedad. (Beigel, Algañaraz 2020)

Es la interacción universidad - sociedad la que interesa en esta investigación, ya que de acuerdo al enfoque de la circulación, los procesos de vinculación de la universidad con la

sociedad se entienden como un conjunto complejo de interacciones sociales que repercuten en la generación de conocimientos que son coproducidos con actores o instituciones de la comunidad (Beigel, Algañaraz 2020). Es por ello que en esta dimensión se incluyen tres bloques de indicadores: unos vinculados a la transferencia desde diversas y variadas perspectivas; otro que hace referencia a la extensión desde su dimensión social y artística y uno dedicado a los estilos de comunicación pública de la ciencia (CPC).

La subdimensión CPC contempla el relevamiento de medios de comunicación institucionales de las universidades con el objetivo de observar cómo interactúa la institución con su zona de influencia. Es por ello que no solo se observa el tipo y cantidad de medios, sino el origen de sus programaciones y/o el alcance de sus noticias. Por otra parte esta subdimensión también tiene en cuenta las formas de visibilización del conocimiento a través de sus docentes investigadores/as y su participación en medios de comunicación masivos. De esa forma se aprecia el lugar que ocupa la universidad en el universo de los medios locales, nacionales e incluso internacionales, además se releva la forma en que estos agentes comunican el conocimiento producido a los públicos extra académicos.

Con el objetivo de caracterizar sus oficinas así como sus medios de comunicación, durante el año 2019 se realizó un barrido del sitio web central y del de cada secretaría, dependencia y unidad académica. De este relevamiento se obtuvo a) la estructura y funciones de la comunicación institucional de la Universidad, b) el tipo y características de los medios de comunicación propios de la universidad, c) el número y tipo de redes sociales de cada dependencia y de la UNCuyo como institución y d) otros documentos como: manuales de funcionamiento, organigramas, acceso a sitios web propios de los medios, etc. Los datos correspondientes al apartado a y c se sistematizaron en una base de datos que da cuenta de todas las dependencias universitarias indicando si poseen redes sociales, de qué tipo, si cuentan con área u oficina de prensa y si poseen algún medio de comunicación. Por su parte la información contenida en el punto b, se organizó en otra matriz que da cuenta de todos los medios de comunicación con los que cuenta la Universidad, avanzando en dimensiones como: año de creación, formato, composición de sus producciones (propias o no), periodicidad y redes sociales.

El Plan Estratégico 2021 se obtuvo desde el sitio web de la Universidad, en conjunto con otros documentos e informes al respecto, a saber: Experiencia de operativización del Plan Estratégico 2021, Seguimiento del PE2021, Balance sobre la Experiencia PDI (2015-2017) e información contenida en el mismo sitio web acerca de las áreas encargadas de llevar adelante estos informes y planes.

En lo referido al relevamiento de las actividades de comunicación pública de la ciencia de la que participan docentes -investigadores/as de la Universidad, se relevó la sección Noticias contenida en el sitio web de Prensa Institucional para el periodo 2014-2019 con el fin de observar la evolución en el número de actividades de CPC. Para ello se confeccionó una matriz de datos que incluyó el tipo de actividad CPC y el público al que iba dirigido. Por último, con el objetivo de relevar la visibilización de la Universidad en los medios de comunicación, se utilizó un seguimiento, facilitado por el área de prensa institucional, de las menciones de la UNCuyo en los diversos medios de comunicación locales, nacionales e internacionales para el año 2019.

La Universidad Nacional de Cuyo : Planificación estratégica y capacidades de CPC

La UNCuyo fue creada en 1939 mediante Decreto N°26.971 para las provincias de Mendoza, San Juan y San Luis. Su oferta inicial incluyó diversas carreras de formación industrial, agronómicas, educativas y artísticas aunque con un marcado perfil humanista construido a partir de la tradición de la Facultad de Filosofía y Letras, ya que esta era la de mayor tamaño e historia en aquel momento. Actualmente la UNCuyo cuenta con quince unidades académicas: 12 facultades, 3 Institutos Universitarios y 7 colegios secundarios.

Ya en su primer estatuto, el artículo 94° le asignaba a la Universidad una función social en donde tenía “el fin de difundir en la sociedad las concepciones del entendimiento o las conquistas o creaciones de la ciencia y el arte, a fin de fomentar el interés por la cultura y la formación de una vigorosa conciencia nacional” (Art. 94, Estatuto de la UNCUIYO, 1939). Es en este entorno donde se destaca la edición de la Revista de la Universidad, con el objetivo de difundir trabajos de índole científico y cultural de docentes y estudiantes (Gotthelf, 1992).

Política Universitaria y planificación institucional

En este punto la Universidad, cuenta con una tradición de más de dos décadas en la elaboración de planes estratégicos institucionales. El primero fue el Plan Estratégico 2004 que se desprendió de la Segunda Autoevaluación Institucional y de la Evaluación Externa, ambas de CONEAU, de los años 2000 y 2002 respectivamente. Al mencionado plan le siguió el Programa de Mejoramiento Institucional 2006-2008, aunque fue la tercera Autoevaluación Institucional, a cargo de CONEAU en 2011, la que dió lugar un año después a la elaboración del Plan Estratégico 2021 (PE2021) mediante ordenanza 75/2012 CS.

El PE2021 plantea tres objetivos estratégicos:

I- «Contribuir al desarrollo integral de la comunidad, al bien común y a la ciudadanía plena en los ámbitos local, nacional y regional, atendiendo con pertinencia necesidades y demandas sociales, considerando los planes estratégicos provinciales y nacionales y articulando los saberes y prácticas con una clara orientación interdisciplinar, en un marco de responsabilidad institucional.» (p.4)

II- «Responder a la creciente demanda de educación superior en todos sus niveles, asegurando gratuidad e inclusión con calidad y pertinencia, y promoviendo una formación integral y de excelencia.» (p.5)

III- «Propiciar la innovación en la gestión política, institucional, académica, administrativa, informacional y comunicacional que contemple los cambios y continuidades necesarios para acompañar las transformaciones que se propone la UNCUYO.»(p.6)

A su vez, cada objetivo cuenta con líneas estratégicas para llevar adelante los mencionados objetivos. A partir de un análisis de este Plan observamos que las líneas relacionadas a la Comunicación Pública de la Ciencia son:

Del objetivo I, las que proponen el «Estímulo y apoyo a la investigación, producción y divulgación científicas, tecnológicas y artísticas, orientadas a problemáticas sociales y/o científicamente relevantes, potenciando su calidad y pertinencia.» y el «Desarrollo de capacidades para participar como actor relevante en la comunicación pública, divulgación científica, tecnológica, cultural y educativa.» (p.4)

Por su parte, en el objetivo II no se aprecian líneas vinculadas a la CPC, mientras que en el objetivo III las líneas se refieren a la «Generación de un modelo de comunicación pública que promueva el diálogo de saberes entre actores diversos.» y el establecimiento de «políticas y acciones para una adecuada preservación, conservación, organización, administración, puesta en valor y comunicación del patrimonio cultural, natural, científico e histórico de la UNCUYO.» (p.5)

Con el objetivo de operativizar los objetivos y lineamientos del Plan Estratégico 2021, también en 2015, se pusieron en marcha los Proyectos de Desarrollo Institucional (PID). Estos tenían como misión superar la gran heterogeneidad o ausencia de instrumentos de planificación en las diversas unidades académicas y la excesiva generalidad de los objetivos planteados en el PE2021.

Estos PDI implican un apoyo económico a iniciativas innovadoras de las Unidades Académicas e Institutos de la Universidad que van en consonancia con los objetivos y líneas del PE2021. Estos proyectos además han supuesto un avance en materia de planificación institucional plasmado en la creación de áreas específicas al interior de las diversas Unidades académicas de la Universidad.

De acuerdo a la Experiencia de Operativización del PE2021 publicada en 2022, por la Dirección de Políticas Públicas y Planificación, se financiaron durante el periodo 2016-2021, 370 proyectos en las 12 unidades académicas y los dos Institutos de la Universidad.

Seguendo los datos brindados por el informe, las principales temáticas priorizadas por los proyectos para los objetivos 1 y 3 (objetivos de interés para este trabajo) durante el periodo mencionado son:

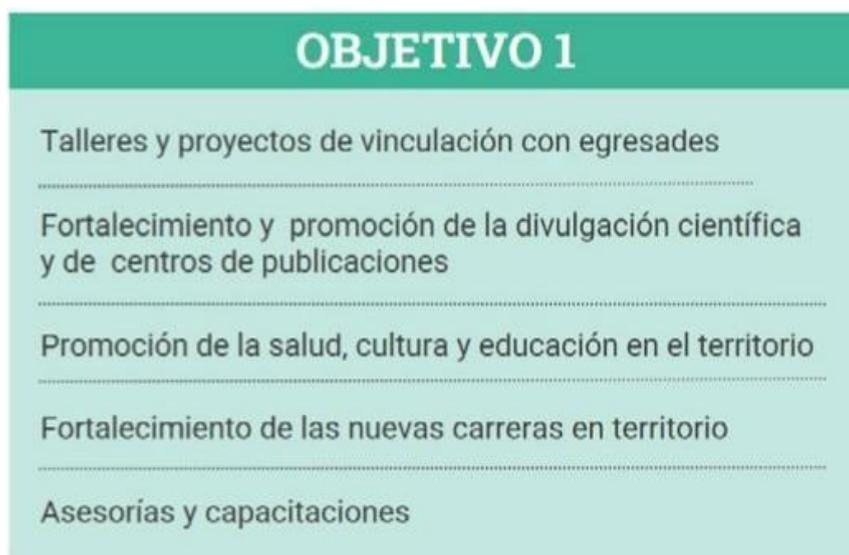


Figura 1. Principales temáticas PDI para el objetivo I del PE2021. (Fuente: *Experiencia de Operativización del Plan Estratégico 2021*. Dirección de Políticas Públicas y Planificación UNCuyo, 2022)

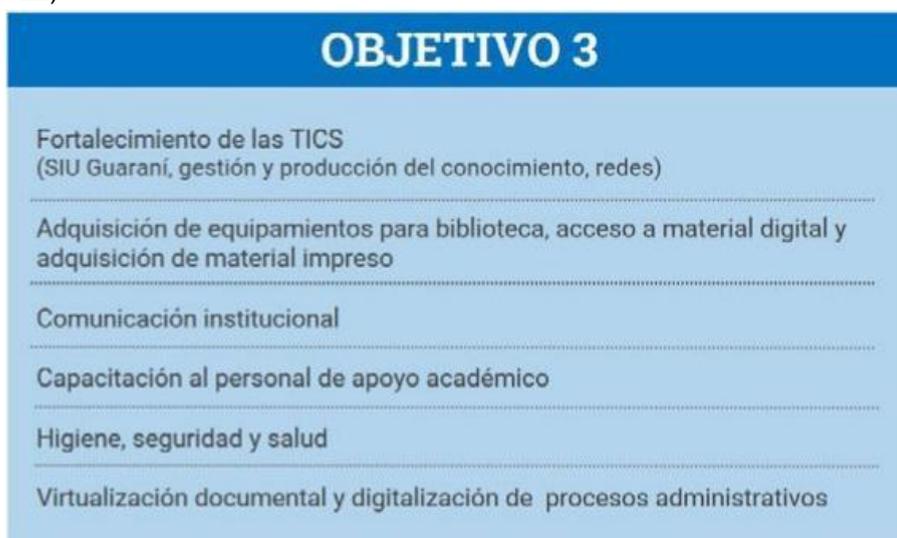


Figura 2 : Principales temáticas PDI para el objetivo III del PE2021. (Fuente: *Experiencia de Operativización del Plan Estratégico 2021*. Dirección de Políticas Públicas y Planificación, UNCuyo, 2022)

Como se puede ver en consonancia con el objetivo I del PE2021, y de acuerdo al informe, la divulgación científica se encuentra entre los temas más abordados por los proyectos contemplados. Una lectura más detallada muestra una orientación a la popularización de la ciencia y la tecnología y al armado y distribución de kits científicos educativos destinados a la educación de nivel medio. Estos proyectos han sido llevados a cabo por la Facultad de Ciencias Exactas y el Instituto Balseiro en todos los años y solo en algunos por la Facultad de Ciencias Aplicadas a la Industria. Por su lado y en lo referido al objetivo 3 del PE2021, se han implementado proyectos vinculados a la comunicación interna y externa, aunque solo lo han hecho las Facultades de Ingeniería, Ciencias Agrarias y Educación.

Para el año 2019 (año de interés para el estudio) de los 59 proyectos aprobados se pueden observar los siguientes vinculados a la CPC:

- Popularización de la ciencia y la tecnología (Facultad de Ciencias Exactas y Naturales)

La principal actividad realizada con el financiamiento de este proyecto es la denominada *Libremente Ciencia*. Está orientada a niños y jóvenes, es totalmente gratuita y se trata de encuentros semanales en los que se trabajan de manera lúdica conceptos básicos de las Ciencias Exactas y Naturales. Además de ello se ha elaborado material didáctico que puede descargarse de manera gratuita desde el sitio web específico de la actividad.

- Colóquios Balseiro (Instituto Balseiro)

Actividad que se lleva a cabo desde hace más de 30 años los viernes entre febrero y noviembre, aunque a partir de 2015 cuenta con el financiamiento de los PDI. En los coloquios se invita a docentes, investigadores y tecnólogos del Instituto Balseiro y del Centro Atómico Bariloche ; así como a referentes de la ciencia y la tecnología del país y el mundo a dar charlas sobre diversas temáticas. Si bien en su mayoría están dirigidas a la comunidad académica, se

llevan a cabo también coloquios sobre temas de interés social, que son oportunamente difundidos por los medios de comunicación masivos de la zona, además el espacio está siempre abierto a todo público.

De los proyectos: *Visualización de la FCAI en la Sociedad y Diálogos del Balseiro con la Sociedad* no se encontró mayor información, aunque por sus títulos pueden suponer actividades de CPC. Cabe destacar que ambas unidades académicas llevan adelante acciones que promueven el diálogo con la sociedad como por ejemplo, el programa radial de la Facultad de Ciencias Aplicadas a la Industria en Radio Nacional, la participación del Instituto Balseiro en Ferias de Ciencias y la publicación de notas, informes y entrevistas de divulgación (en diversos formatos) realizadas por el área de comunicación de este Instituto.

Medios de comunicación universitarios

En 1996 la vocación por comunicar expresada en el Estatuto Universitario, se institucionalizó con la creación del Centro de Información y Comunicación (CICUNC), encargado de definir y llevar a cabo las acciones de comunicación inherentes a toda la universidad. Este organismo tiene dependencia del Rectorado y se compone de tres coordinaciones: General, Comunicación Institucional y Sistema de Medios. A su vez distintas dependencias y unidades académicas (no todas) cuentan con espacios de comunicación que responden a la estrategia del CICUNC, pero conservan una cierta autonomía a la hora de comunicar.

Institucionales		De dependencias y unidades académicas	Pertenencia
Radio U	Sistema de Medios	Universo Kuyun y Cuyen	Instituto de Ciencias Ambientales
Señal U		Revista DAMSU	Departamento de Asistencia Médico Social Universitario
Universidad (portal de noticias)		Radio Abierta	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Edición U	Contenido en el portal de noticias	Revista Experticia	Facultad de Ciencias Agrarias
		Zumbido	Facultad de Artes y Diseño
		Descubriendo la FCAI	Facultad de Ciencias Aplicadas a la Industria
		Tinta India	Colegio Universitario Central
		Semilla Originaria	Liceo Agrícola y Enológico
		Newsletters	Instituto Balseiro, Orquesta Sinfónica y DAMSU

Figura 3: Medios de Comunicación de la Universidad Nacional de Cuyo (Elaboración propia en base a la web de la UNCuyo, 2019)

El sistema de medios de la UNCuyo se compone de tres unidades (Radio U, Señal U y Unidiversidad), es de carácter público y se caracteriza por una gran articulación e integración de contenidos entre los medios que conforman el sistema, entre sí y con los provenientes de las diferentes unidades académicas. Además actúa como “sistema de medios- escuela”, ya que en ellos realizan sus prácticas y becas alumnos de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y los alumnos de la Tecnicatura en Producción Audiovisual (TUPA) de la misma casa de estudios en conjunto con la Facultad de Artes y Diseño.

Tanto Radio U como Señal U se caracterizan por contener un gran porcentaje de sus grillas con programación propia. En la radio 14 programas, de los 15 que se transmiten, cuentan con contenidos propios, mientras que la señal televisiva se nutre de un 55% de programación de producción propia.

El último gran pilar del sistema de medios, es el portal web Unidiversidad que contiene material en su mayoría de producción propia, especialmente realizado para el portal, y también

proveniente de los demás medios de la UNCuyo. Además recopila material de agencias de noticias como Telam, y de otros medios nacionales e internacionales.

Por su parte, Universidad como marca aloja los microsítios de Señal U, Radio U, Radio Abierta, a Señal U Académico, canal de streaming sobre plataforma de YouTube que reúne contenidos científicos y académicos, con transmisiones en vivo o en formato on-demand; y a Edición U, suplemento (actualmente) digital donde se recopilan informes especiales sobre diversas temáticas y noticias universitarias. Cabe destacar que la UNCuyo además, y como se observa en la figura 3, cuenta con medios e instrumentos de comunicación pertenecientes a sus dependencias o facultades.

Comunicación digital

La UNCuyo y sus Unidades Académicas son visibilizadas a través de un sitio web inicialmente desarrollado en 2002 que agrupa toda la información institucional de la Universidad. Este portal, a su vez, incluye microsítios dedicados a las dependencias, facultades, institutos y escuelas secundarias en los que cada uno comparte su información y noticias.

Una característica muy sobresaliente de la UNCuyo es su gran presencia en redes sociales, ya que entre las propiamente institucionales y las pertenecientes a sus dependencias, acumula un total de 148 redes sociales activas, a las que se suman 14 provenientes de sus diversos medios de comunicación. Las más utilizadas por las unidades académicas y dependencias es Facebook, seguida inmediatamente por Instagram; mientras que en el caso de los medios la preferencia vuelve a ser por Facebook, seguido de X (Twitter) y sin presencia en LinkedIn, mientras que a nivel institucional, la Universidad tiene perfiles en Facebook, X (ex Twitter), Instagram, LinkedIn y Youtube.

Comunicación pública de la ciencia

En este apartado distinguiremos las actividades de Comunicación Pública de la Ciencia (CPC) llevadas a cabo desde la Universidad, por una parte, y por el otro lado aquellas formas en que se visibiliza la UNCuyo a través de los trabajos de sus docentes- investigadores/as en los medios masivos de comunicación.

Con el objetivo de dar cuenta de la forma de visibilizar a la universidad a través de quienes realizan tareas de docencia e investigación en su seno se siguen los modos de visibilización propuestos por Gonzalo Castillo (2022), a saber:

a) Citación de estudios desarrollados por académicos/as: consisten en noticias que abordan un tema específico recuperando, como fuentes de información periodística, diferentes publicaciones científicas y/o informes de investigación que han sido desarrollados por los/as docentes-investigadores/as.

b) Menciones acerca de los/as académicos/as estudiados/as: se tratan de noticias orientadas a informar acerca de actividades tales como presentaciones de libros, de resultados, informes, entre otras dimensiones, efectuadas por docentes-investigadores/as en estudio. Ahora bien, ellas no recuperan voces o testimonios de los/as agentes.

c) Entrevistas a docentes-investigadores/as: notas periodísticas conformadas a partir del desarrollo de un reportaje a un/a agente en particular.

d) Noticias que incorporan testimonios de académicos/as : en este caso, los/as periodistas recurren a las voces de tales agentes, a modo de fuentes de la información, para construir las noticias. En efecto, estas notas suelen conformarse a partir de diversos fragmentos testimoniales articulados con otras fuentes de información.

e) Columnas de opinión escritas por docentes-investigadores/as: en este caso específico, los/as académicos son quienes cumplen la función de redactores/as de la noticia. Ellos/as, en líneas generales, participan a modo de invitados en las secciones de opinión que integran a los diferentes medios de comunicación.

A continuación se muestra la distribución de los diferentes tipos de visibilización de la UNCuyo a través de las diversas acciones de sus docentes investigadores/as.



Fi

propia, 2021)

boración

En lo referido a la distribución de acuerdo al formato de medios de comunicación, podemos observar:

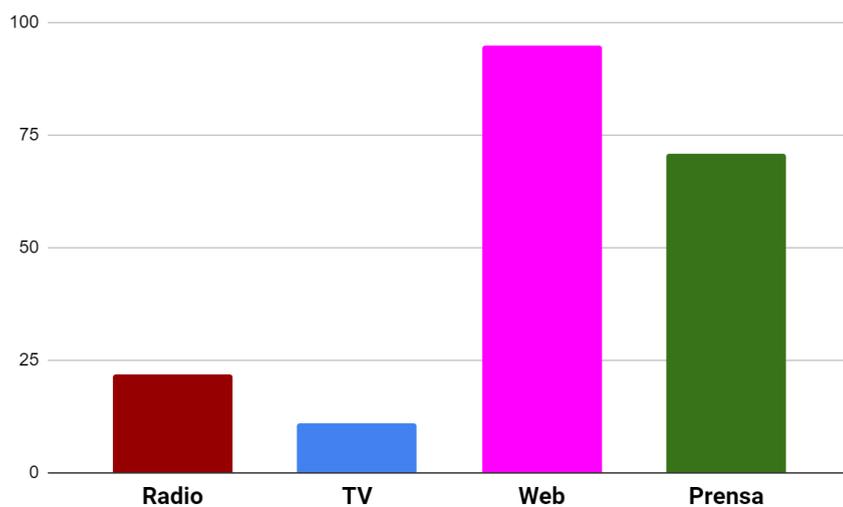


Figura 5. Visibilización de la Universidad en Medios de Comunicación, según tipo. (Elaboración propia, 2021)

A partir de este gráfico se puede recuperar que la prensa escrita es el canal privilegiado para dar visibilización a la UNCuyo, ya que en la categoría Web se incluyen diarios estrictamente digitales y portales web de diarios que también cuentan con formato papel. Por su parte la categoría Prensa hace referencia a los diarios de tirada solo en papel. En la mencionada categoría de Web los portales de noticias que más visibilizan la labor de la universidad son MDZol, Sitio Andino y el portal propio de la UNCuyo "Universidad", mientras que en formato prensa papel son los dos diarios locales de mayor tirada, Los Andes y Diario UNO, los más utilizados.

En cuanto a las actividades CPC desde la UNCuyo, se consideraron todas aquellas de las que pudieran participar públicos extraacadémicos (aunque no estén específicamente dirigidas hacia ellos) y que contaran con la participación de investigadores/as y docentes de la misma universidad. Se dejaron de lado charlas, conferencias, talleres, cursos y capacitaciones con temáticas de interés específico a un grupo académico particular, como por ejemplo las dictadas en el marco de Congresos, Simposios, Workshops, etc. no abiertos al público en general.

Este recuento arrojó que en el periodo de tiempo estudiado se llevaron a cabo 170 actividades de comunicación en las que se destacan presentaciones de libros, ferias de ciencias, cafés científicos, ferias educativas, charlas en colegios, jornadas de concientización sobre problemáticas de salud, entre otras.

Por otra parte, la UNCuyo como institución también organizó variadas disertaciones brindadas por referentes invitados y estuvieron orientadas hacia públicos académicos, pero también abiertas al público en general. Algunas a destacar son los Cafés científicos del Instituto Balseiro y charlas de divulgación de la ciencia, como las llevadas a cabo por Alberto Rojo en la FCEN (música y ciencia) y José Edelstein en la FCEN, además de las contempladas en el ciclo de

Seminarios de Comunicación Pública de la Ciencia que se desarrollaron durante 2019 y 2020 como una instancia de formación y debate sobre temas científicos de actualidad.

A su vez podemos distinguir los diferentes públicos primarios a los que estas actividades fueron dirigidas.

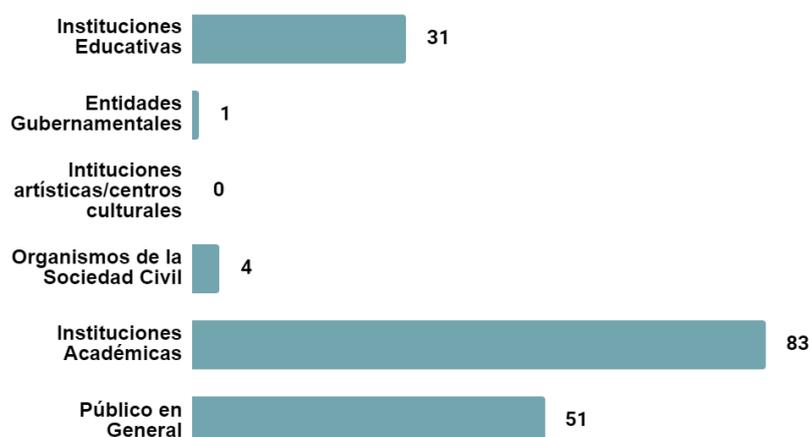


Figura 6. según públicos destinatarios (Elaboración propia según relevamiento del portal de Prensa Institucional UNCuyo 2021)

Se puede apreciar que en la UNCuyo la mayoría de las actividades fueron orientadas a la comunidad académica de la misma universidad, mientras que en segundo lugar, el destinatario fue el público en general, destacándose los eventos organizados en el marco de la Semana Nacional de la Ciencia y la Tecnología. Otra parte de las acciones fueron destinadas a la comunidad educativa en forma de ferias educativas, charlas de divulgación y muestras interactivas como Mendociencia.

En cuanto a la locación de las actividades, fueron desplegadas mayormente en las instalaciones de las unidades académicas de la universidad, a excepción de las ferias educativas que por su envergadura y su alcance necesitaron de otros emplazamientos y de los

café científicos organizados por el Instituto Balseiro y la CNEA, que tuvieron sitio en lugares públicos de San Carlos de Bariloche. De esta manera queda explicitado que el alcance de estas acciones de comunicación es predominantemente intrainstitucional, siendo la comunidad de la misma UNCuyo hacia la que se orienta la difusión y a quienes interesa participar de las actividades. Luego le sigue un alcance local, para concluir con uno nacional, representado por la participación de la UNCuyo en Tecnópolis.

Por último es importante destacar un crecimiento en el número de actividades y acciones de CPC durante el año 2019 que parece responder a una apuesta del Gobierno Universitario, específicamente desde la ex- Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado en fomentar la divulgación de las ciencias. El ejemplo más claro fue la organización y realización de los mencionados Seminarios de Divulgación de las Ciencias.

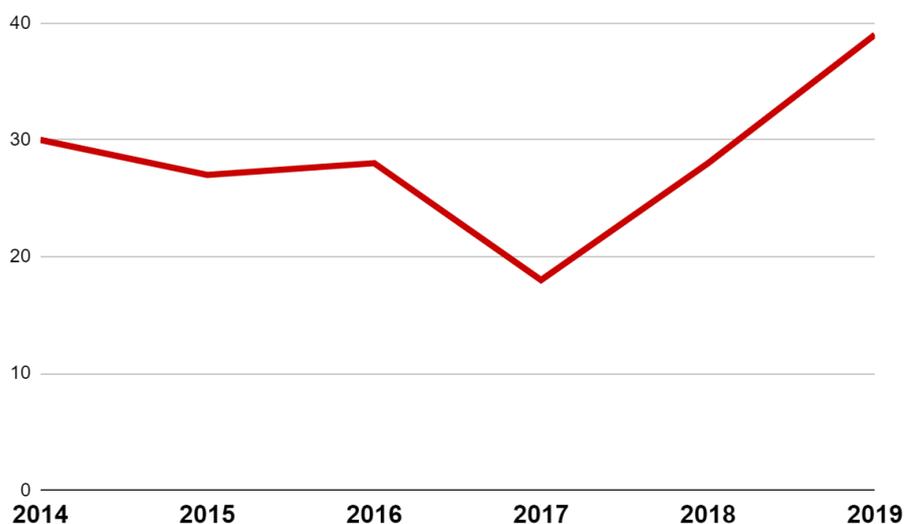


Figura 7: Número de actividades de CPC por año (Elaboración propia, 2021)

Por último, otras acciones de CPC que lleva adelante la UNCuyo son aquellas que circulan por sus medios de comunicación y que consisten en programas de TV como Hombre Atómico y

Científicamente, en la realización de notas de divulgación difundidas a través de su sitio web institucional (en el apartado Divulgación Científica), y a través de su portal Unidiversidad.

Reflexiones Finales

En el siguiente trabajo se presentó el marco con el que cuenta la Universidad en materia de Planificación Institucional: El Plan Estratégico 2021; y la instrumentación que se realiza de este a través del financiamiento de Proyectos de Desarrollo Institucionales que operan en consonancia con las líneas estratégicas delimitadas por el PE2021. Dentro de esta planificación se hizo hincapié en aquellos objetivos y líneas que propiciaban la comunicación, la divulgación y la comunicación pública de la ciencia y la tecnología con el objetivo de observar si estas se plasmaban en actividades y acciones concretas.

Al respecto, se observa que los PDI financiados durante 2016-2021, tienen a la divulgación entre sus temáticas destacadas, aunque un análisis con mayor profundidad muestra que los públicos destinatarios en su mayoría son académicos o estudiantes de nivel medio. Aparecen además pocas unidades académicas con proyectos orientados a esta temática que podrían vehicular actividades de CPC. Puntualmente para 2019, de 59 proyectos financiados solo 4 parecen tener como objetivos fundamentales la comunicación y divulgación de las ciencias, lo que hace pensar en que el término *divulgación* suele tener una connotación diferente a la utilizada en este trabajo.

Por otro lado, en este escrito se presentaron las diversas formas de comunicación con las que cuenta la UNCuyo para visibilizar en la comunidad el conocimiento científico producido por sus docentes investigadores/as, para ello se realizó, por una parte, un relevamiento de sus organismos y medios de comunicación, y por otro una observación de las participaciones de sus docentes investigadores/as en acciones de comunicación pública de la ciencia a través de medios de comunicación masiva.

Los resultados arrojaron la existencia de un organismo dedicado especialmente a la comunicación tanto interna como externa de la universidad (CICUNC), lo que denota la importancia dada a esta actividad y el interés en establecer una estrategia y coordinación de los intercambios comunicacionales tanto dentro de la institución, como entre la UNCuyo y la

sociedad. Como se pudo advertir en el apartado Medios de Comunicación Universitarios, la existencia de un sistema de medios se traduce en una gran capacidad de producción de contenidos propios, principalmente audiovisuales, representando así una gran oportunidad para la circulación de conocimiento científico hacia la sociedad.

Esta oportunidad se ve aún más potenciada por la existencia de medios de comunicación pertenecientes a diversas unidades académicas. Estos son en su mayoría escritos, a excepción de Radio Abierta de la FCPYS. Muchos de ellos surgieron en formato papel, aunque en la actualidad se han amoldado al auge de las nuevas tecnologías y han mutado su formato hacia lo digital.

Precisamente, en los últimos años y en consonancia a los nuevos contextos de la comunicación, la Universidad ha apostado a la digitalización rediseñando su portal web institucional, destacando su portal de noticias Universidad y teniendo una gran presencia en redes sociales, dinamizando aún más las instancias de comunicación con su medio. De todas formas, es necesario apuntar una cierta orientación tradicional de sus medios, siendo la prensa escrita seguida de la televisión los formatos predilectos para comunicarse con la sociedad. Esto también se evidencia en la diversidad de contenidos que circulan por ellos (noticias, magazines, programas de divulgación, etc) mientras que las redes sociales ofrecen contenidos con un claro mensaje institucional dirigido a públicos específicos interesados específicamente en la actividad académica de la UNCuyo.

En cuanto a la visibilización de las actividades de CPC llevadas adelante por sus docentes - Investigadores/as, hay una gran cantidad de registros (199 participaciones), lo que demuestra el creciente interés de estos agentes por comunicar sus investigaciones a la sociedad, aunque si tomamos en cuenta el número total de docentes investigadores/as de la universidad, solo representan una pequeña porción. Esto responde a que la realización de labores de CPC no es un requisito para avanzar en las trayectorias de investigación y docencia ni tampoco en el financiamiento de proyectos de investigación dentro de la UNCuyo. Sumado a ello, existe muchas veces una falta de conocimientos para llevar a cabo las labores de CPC no satisfecha por instancias de capacitación impartidas desde la misma universidad.

Aquellos que sí realizan actividades de CPC, eligieron mayoritariamente la prensa en formato papel y los portales digitales de medios gráficos a la hora de exponer sus trabajos. En cuanto al contenido, la mayoría de las noticias hicieron mención a investigaciones o apelaron a la palabra de los y las docentes-investigadores/as involucrados/as para enriquecer la temática de las noticias.

En este mismo apartado, vemos que las actividades de CPC organizadas por la Universidad asumen el formato de presentaciones de libros, ferias educativas, cafés científicos, charlas abiertas, ferias de ciencias (Mendociencia), entre otros; y se destinan principalmente a públicos intraacadémicos y luego a la sociedad en general. Si se observa la evolución (desde 2014 hasta 2019) de estas actividades se aprecia un incremento de frecuencia en las mismas a medida que pasa el tiempo, lo que evidencia una creciente consideración de la importancia de la Comunicación Pública de la Ciencia desde la UNCuyo, respaldada además, por el fomento de instancias de formación intrainstitucional sobre la temática y el apoyo a actividades de CPC organizadas por las unidades académicas o los mismos docentes - investigadores de la Universidad.

A pesar de ello, y como apuntan Cortassa y Wursten (2020), la comunicación pública de las ciencias tiende a confundirse en ocasiones con la comunicación institucional y la comunicación entre pares. Evidencia de ello es la direccionalidad de las actividades a públicos pertenecientes a la misma universidad, la localidad de las mismas (transcurren en los espacios de la misma universidad) y hasta la identificación de estas con actividades de *divulgación científica* cuando en realidad son meramente académicas (jornadas, congresos, capacitaciones, etc).

La preeminencia de la prensa gráfica, se debe a que, como menciona Castillo (2022), ella emerge como un escenario cuyas lógicas, tiempos y estructuras de discurso, reconocerían algunas dimensiones compartidas con los canales más tradicionales de la comunicación científica y además tiene una relación histórica en nuestras latitudes vinculada a la comunicación del conocimiento científico, en efecto, esta ha sido el motor de desarrollo de la CPC en América Latina y en la Argentina.

Como conclusión final y luego de un examen global de los resultados, se puede identificar claramente la preponderancia de la modalidad de CPC apoyada en los medios de comunicación masivos y de carácter *difusionista*, aunque existe una convivencia con la otra modalidad de CPC asumida por las universidades (dirigida a sus contextos específicos) que a su vez se traduce en la aparición de actividades puntuales que son mejor caracterizadas por los otros modelos de CPC (etnográfico y de las 3D) y que propician un mayor involucramiento y participación de los públicos tanto generales como específicos.

En tanto no se observa una estrategia de Comunicación Pública de la Ciencia en los objetivos y lineamientos del Plan Estratégico 2021, solo una mención a la divulgación, nuevamente identificada con actividades propias de la comunicación científico-académica; mientras que el fomento a la comunicación apunta a tintes institucionales y de optimización de la gestión universitaria.

Por último, estas consideraciones nos hacen pensar en la necesidad de pensar un modelo estratégico de comunicación pública de la ciencias, desde las universidades en general y desde la Universidad Nacional de Cuyo en particular, que encuentre su génesis en la planificación institucional y que se articule en todos los niveles de gestión de la comunicación, no solo en las acciones particulares de algunos actores (docentes-investigadores/as) o en unidades académicas particulares. Consideramos así que de este modo la Universidad podrá establecer un mejor diálogo con su entorno cumpliendo plenamente así su función social.

Referencias bibliográficas

AAPC – Asociación Argentina para el Progreso de las Ciencias. (s. f.). En <https://aargentinapciencias.org/>

Aibar, E., & Quintanilla, M. Á. (2012). Ciencia, tecnología y sociedad. Trotta. Madrid

Alcibar, M. (2015). "Comunicación pública de la ciencia y la tecnología: una aproximación crítica a su historia conceptual". *Arbor*, 191 (773): doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2015.773n3012>

Beigel, F. (2019). Indicadores de circulación: Ciencia, tecnología y política, 2(3), <https://doi.org/10.24215/26183188e028>

Beigel, F., & Algañaraz, V. (2020). Nuevos indicadores para reconocer las modalidades de interacción social de la universidad y coproducción de conocimientos. Propuestas y alcances del Manual de Cuyo. Observatorio Iberoamericano de Ciencia, Tecnología y Sociedad; Papeles del Observatorio; 18; 12-2020; 52-58.

Castillo, G. M. (2022). Comunicación pública de la ciencia en la Universidad Nacional de San Martín: Escenarios e itinerarios alternativos de visibilización de su producción científica. Estudios Sociales Contemporáneos, 26, <https://doi.org/10.48162/rev.48.036>

Cortassa, C. G. (2010). Asimetrías e interacciones. Un marco epistemológico y conceptual para la investigación de la comunicación pública de la ciencia. ArtefaCToS. Revista de estudios sobre la ciencia y la tecnología, 3, 151-185.

Cortassa, C., & Rosen, C. (2019). Comunicación de las Ciencias en Argentina: Escenarios y prácticas de un campo en mutación. ArtefaCToS. Revista de estudios sobre la ciencia y la tecnología, 8, 61. <https://doi.org/10.14201/art2019816181>

Erazo Pesántez, M. de los ángeles. (2007). Comunicación, divulgación y periodismo de la ciencia: Una necesidad imprescindible para Iberoamérica. Centro Cultural Abya Yala del Ecuador. https://digitalrepository.unm.edu/abya_yala/33

Guedón, J. C. (2011). El acceso abierto y la división entre ciencia «principal y periférica». https://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/secret/CyE/6/CyE-6_Guedon-CLACSO.pdf

Sitio Web de la Universidad Nacional de Cuyo (2019, 2020, 2021). Recuperado de www.uncuyo.edu.ar

Universidad Nacional de Cuyo (2015). Plan Estratégico Institucional 2021. En <https://www.uncuyo.edu.ar/planificacion/plan-estrategico>.

Universidad Nacional de Cuyo (2019). Informe de seguimiento del Plan Estratégico 2021. Mendoza. En <https://www.uncuyo.edu.ar/planificacion/plan-estrategico>.

Universidad Nacional de Cuyo (2019). Seguimiento de menciones de la institución en medios masivos de comunicación. Material facilitado por el área de prensa institucional de la UNCuyo.

Universidad Nacional de Cuyo (2022). Experiencia de operativización del PE2021. Proyectos de Desarrollo Institucional 2016-2021. Mendoza. En <https://www.uncuyo.edu.ar/planificacion/plan-estrategico>.