

## Comunicar las ciencias: El desafío de Universidades, Fundaciones y Gobiernos

Autor de la reseña: Leonardo Andrés Moggia

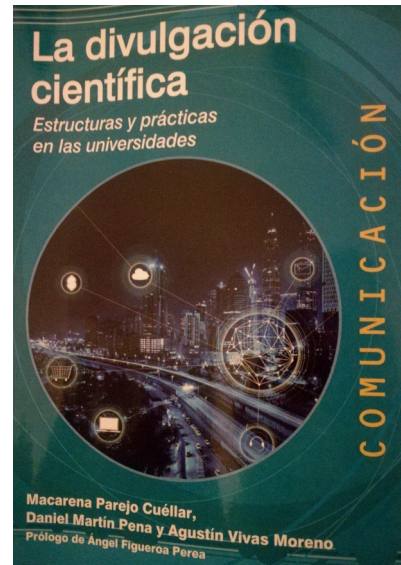
La divulgación científica. Estructuras y prácticas en las universidades.

Autores: Macarena Parejo Cuellar, Daniel Martín Pena y Agustín Vivas Moreno. Prólogo Ángel Figueroa Perea

Barcelona; Editorial Gedisa, S.A.;  
2017;

223 páginas.

ISBN: 978-84-9784-313-3



Reseñado por: Leonardo Andrés Moggia Narváez. Magíster en Comunicación Periodismo Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Doctorando en Comunicación y Periodismo Universidad Autónoma de Barcelona. España. Correo: l.moggia@gmail.com

Nos encontramos frente a una obra de 223 páginas de carácter académico que, tal como enuncia su título, nos habla de la divulgación científica y cómo se lleva a cabo en las universidades, qué prácticas comunicacionales se desarrollan y cuáles son las estructuras organizacionales predominantes.

El texto de prosa sencilla y de fácil lectura podría resultar interesante y útil para un lector que no esté en conocimiento de cómo hoy se divulgan las ciencias en las universidades. Aunque el libro no se plantea como un manual sí podría ser utilizado para acercar a un profesional al ejercicio de la divulgación científica. La información se presenta de manera clara a través de una estructura ordenada, cuenta de un prólogo sugerente, que invita al lector a ahondar en los capítulos posteriores. En el prólogo se nos habla del rol social que cumple la difusión de las ciencias desde las universidades hacia la población general, contribuyendo al desarrollo de un verdadero pensamiento crítico, a la interpretación del aquí y ahora y a la correcta toma de decisiones.

El volumen se divide en cinco capítulos. El primer capítulo, Introducción, se centra en la historia de la divulgación científica y consigo de las ciencias, los saberes científicos y las universidades. El segundo capítulo, llamado Estructuras universitarias dedicadas a la divulgación y comunicación científica, habla del rol y las prácticas de los gabinetes de comunicación en las universidades, las Unidades de Culturas Científicas (UCC), la radio y televisión universitaria como transmisora de conocimiento, las redes sociales y los retos de la comunicación científica en la era digital. El tercer capítulo, Acercamiento a entidades, proyectos y casos de buenas prácticas en divulgación de la ciencia, aborda las experiencias de las entidades más significa-

---

tivas a nivel iberoamericano que trabajan y fomentan la producción y la divulgación científica. El cuarto capítulo son las Conclusiones y el quinto su Bibliografía.

El primer capítulo, la introducción, nos plantea que la historia de las ciencias y las universidades van de la mano y consigo también la de su divulgación. Se presenta la historia de la universidad como una herramienta útil para establecer una sociología de los saberes científicos y su difusión. Los autores realizan un recorrido de la historia de la divulgación científica desde los tiempos que los saberes se transmitían a través de la palabra y la oralidad, pasando por la revolución científica y de su divulgación en los siglos XVII y XVIII, hasta los tiempos actuales de la globalización, la internet y la universalización de lo digital, en la que la transmisión de la información puede ser elaborada por todos y para todos.

Los autores revisan la historia de las universidades españolas, desde sus inicios hasta los tiempos contemporáneos, marcados por la declaración de Bolonia de junio de 1999 y el establecimiento del área europea de Educación Superior, en la que se abre una nueva etapa histórica de la institución universitaria. Esta etapa está caracterizada por amplias potencialidades e incertidumbres. Los autores describen este escenario en el cual se ha producido una homogenización de la oferta educativa, el reconocimiento de estudios en el ámbito europeo, el aumento de la competitividad y todas sus consecuencias, el salto de una cultura centrada en la oferta, a una centrada en la demanda; la transformación del teaching al learning, y la movilidad estudiantil y del profesorado.

Son los requerimientos operativos, la demanda del mercado, los formalismos técnicos, el alejamiento del paradigma humanista de los modelos clásicos y liberales, la gestión de los grupos de investigación como unidades empresariales, la utilización de sólo métricas cuantitativas -a veces descontextualizadas- para la evaluación, las publicaciones jerarquizadas en rankings poco integradores; características de los tiempos actuales, a los cuales tanto la producción como a divulgación científica han debido adecuarse.

El segundo capítulo, dedicado a las estructuras universitarias enfocadas a la divulgación y comunicación científica, es la parte medular de la obra. A juicio del presente autor, el de mayor utilidad para alguien que desee adentrarse en prácticas divulgativas o de comunicación de las ciencias. Se inicia este apartado desarrollando la idea de que las universidades tienen un triple papel. Tienen, en primer lugar, el deber de enseñar, en segundo, la obligación de buscar, investigar, conocer y dar respuesta al entorno que los rodea, a través de la investigación básica y aplicada y, por último, su rol fundamental de transferir conocimientos más allá de las aulas, llegando con sus hallazgos a la sociedad en general. Es en este último rol es en el que cobra sentido la divulgación y comunicación científica, las cuales se llevan a cabo en las universidades españolas hoy en día, a través de cuatro principales figuras: los gabinetes de comunicación, las Unidades de Cultura Científica, la radio-tv universitaria y las redes sociales.

Los gabinetes de comunicación son los encargados de llevar a cabo la comunicación interna y externa de una organización a través de una estrategia que incorpora escenarios analógicos y digitales, que permite la comunicación con cada uno de los públicos de la institución de acuerdo a las necesidades de ambos. Se nutren de los saberes proporcionados por las relaciones públicas, y existen en la medida de la existencia de la democracia. Son los gabinetes de comu-

---

nicación los principales encargados de visibilizar las ciencias dentro y fuera de las puertas de la universidad. Los gabinetes de comunicación actúan como unidades de comunicación que se alimentan de los distintos departamentos de investigación de la universidad para comunicar sus hallazgos a través de publicaciones propias, a través de soportes comunicacionales digitales, los medios de comunicación masiva y a través de comunicaciones cara a cara. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han revolucionado el quehacer de los gabinetes de comunicación en las universidades permitiéndoles democratizar la información que se produce en el aula, los laboratorios y otros servicios, desarrollando nuevos paradigmas de interacción y nuevos flujos de información y comunicación con sus públicos.

Al trabajo que realizan hoy los gabinetes de comunicación en las universidades españolas, en los últimos años, se le han sumado las Unidades de Cultura Científica (UCC). Estas unidades muchas veces trabajan de forma complementaria o codo a codo con los gabinetes de comunicación en pro de la correcta y efectiva divulgación y comunicación científica. Los objetivos de las UCC son incrementar la formación, cultura y conocimiento científico de los ciudadanos, conectando a dos de los principales agentes que trabajan para que la ciencia llegue al gran público objetivo y se entienda, los periodistas y los investigadores, pero también, directamente a la ciencia con la sociedad, a través de los canales de comunicación que le permiten esa autonomía. El gran reto de las UCC es acercar los hallazgos científicos a la población general, propiciando el rigor de la información en los medios de comunicación, estableciendo nuevas redes entre organismos dedicados a la producción, promoción y divulgación científica, poniendo en contacto a entidades que antes no habían colaborado entre sí. Algunos públicos con los cuales deben trabajar las UCC y gabinetes de comunicación son: la comunidad científica, medios y agencias de comunicación, jóvenes y público infantil, personal docente universitario y no universitario, empresarios, administración pública, entidades de difusión cultural, colectivos sociales y políticos y otros colectivos específicos.

Otro canal de comunicación que ha tenido una vital importancia en el acercamiento de las ciencias a la sociedad, ha sido la radio universitaria. Este medio permite emitir contenidos pedagógicos y de divulgación científica en sus programas con una extensión que generalmente no tendría lugar en medios convencionales por sus condiciones intrínsecas de audiencia y avisaje. En España las radios universitarias tienen sus orígenes a mitades del siglo XX mientras que en Iberoamérica ya hubo el surgimiento de ellas desde la década de los veinte en adelante. Similar es el foco de la televisión universitaria, dedicada a la promoción de la educación, la cultura y la ciudadanía y que puede funcionar de maneras diversas utilizando Internet, televisión por cable, satélite o televisión abierta. No solo las universidades españolas han optado por este canal de comunicación, sino universidades de todo el mundo han apostado por los formatos audiovisuales para interactuar con distintos actores que configuran la institución o la sociedad en general. En este sentido, tanto la radio como la televisión universitaria se configuran como altavoces directos entre las universidades y la ciudadanía. Es con este propósito también que las redes sociales cobran relevancia, permitiendo a la universidad, sin intermediarios, aumentar el impacto de sus resultados científicos, haciendo foco en aquello que más le interesa dar conocer. La red, no sólo permite la difusión de la información sino también recibir feedback de las audiencias, aunque ante esto no podemos ser ingenuos y pensar que siempre la retroalimentación será positiva.

---

En la tercera parte de la obra se realiza un abordaje general de algunas de las entidades más significativas a nivel iberoamericano que trabajan y fomentan la divulgación de la ciencia, así como proyectos y casos de buenas prácticas que pueden tener cierta representatividad de cada uno de los ítems que el capítulo abarca. Este apartado se centra principalmente en las entidades que fomentan la divulgación de la ciencia tanto en España como a nivel Iberoamericano, para posteriormente narrar proyectos y casos de buenas prácticas en la comunicación de resultados de proyectos de innovación y desarrollo, divulgación general de conocimiento científico y tecnológico, asesoramiento y formación del personal investigador en difusión de la ciencia y tecnología e investigación de los procesos de difusión social de la innovación y desarrollo.

Finalmente los autores dan paso a las conclusiones dentro de las cuales destacan que la divulgación científica ha pasado del quehacer pragmático a convertirse en una disciplina científica, también que la comunicación ha pasado a tener un rol esencial en las universidades, a través de sus gabinetes de comunicación y UCC, como también la importancia de la llegada de las TIC para la comunicación de las ciencias.

A partir de todo lo anterior es que consideramos que La divulgación científica. Estructuras y prácticas en un volumen atractivo e innovador que permite al lector tener una panorámica interesante del devenir de divulgación y promoción científica en España e Iberoamérica. La obra además cuenta con figuras y tablas que enriquecen el texto, la mayoría de elaboración propia, que permiten al lector una mayor comprensión de lo que se relata. El libro puede resultar útil tanto para estudiantes y profesionales de las comunicaciones que deseen adentrarse en el mundo de la divulgación científica como para profesionales y estudiantes del quehacer científico que deseen tener conocimientos de cómo hoy funciona la divulgación científica hispanoamericana, permitiéndoles comprender las prácticas de comunicación científica de las unidades que hoy en día la desarrollan al interior de las universidades, como también las organizaciones y fundaciones que la fomentan y producen.