

Ciencias de la comunicación para la comunicación de las ciencias en espacios institucionales.

Autor: **TRESPIDI**, Miguel Ángel

Presidente de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN)

Director de la Editorial de la Universidad Nacional de Río Cuarto

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Profesor Asociado de la Facultad de Ciencias Humanas

Magister en Planeamiento y Gestión de Procesos Comunicacionales (PLANGESCO)

Ruta Nacional 36 Km 601 – (X5804 BYA) RIO CUARTO – República Argentina

Teléfono: 00 (54) 358 467 6332 - Fax: 00 (54) 358 468 0280 –

Correo electrónico: editorial@rec.unrc.edu.ar

Palabras Clave:

Ciencias de la comunicación, universidad, investigación científica, divulgación, ciencia, gestión.

La universidad moderna es el resultado de un proceso de evolución que se ha ido intensificando y acelerando en los dos últimos siglos. Existe consenso prácticamente universal acerca de que las funciones sustantivas de la universidad de hoy son tres: 1. la *enseñanza*, destinada a formar y preparar profesionales y técnicos en el nivel de grado y posgrado; 2. la *investigación*, dirigida a promover y desarrollar actividades de investigación científica y tecnológica, la profundización de conocimientos y la formación de nuevos investigadores; y 3. la *extensión*, tendiente a extender al ámbito social los nuevos conocimientos y la promoción de los valores culturales nacionales y universales en sus diversas manifestaciones.

Algunos incluyen –aunque es tema de fuerte debate– como función universitaria el producir bienes y servicios, con un sentido de proyección social, atendiendo las necesidades existentes y emergentes en su sociedad, aunque estos pueden ser contenidos por la función extensión.

Estas tareas de transmisión del conocimiento y de la cultura nacional, que tienen la enorme potencialidad de poder influir en el curso de los tiempos, requieren del apoyo y colaboración del medio social y del esfuerzo constante de la acción y la propia gestión de la institución por realizarlos, haciendo aportes útiles que contribuyan a la solución de los grandes problemas sociales.

Desde hace tiempo vengo insistiendo en la emergencia, por lo tanto no lo suficientemente conocida y reconocida para estar instituida, de una cuarta función sustantiva: la comunicación institucional.

Repasemos brevemente las tres funciones sustantivas, para precisar la concepción de la que se parte, a modo de marco conceptual que ofrezca un horizonte de comprensión más amplio en la formulación de un plan de comunicación de la ciencia en espacios institucionales, se quiere que la Universidad cumpla con su misión social.

La universidad

La Universidad debe estar al servicio de los intereses del país, proyectando su acción de forma tal que contribuya y apoye al desarrollo/transformación nacional, estimule la efectiva vinculación con toda la sociedad mediante la integración con un planteo democrático y participativo. Para ello se requiere que esa apertura se realice simultáneamente hacia sí

misma, profundizando luego las relaciones/inte-racciones, estrechando vínculos con todo el tejido social: comunidad, entidades intermedias, gobierno, alcanzando protagonismo institucional en el ámbito local, regional y nacional.

La enseñanza

La educación universitaria debe procurar “el cultivo de la inteligencia más que el de la memoria; más que por la enseñanza y por el proceso de enseñar debe interesarse por el aprendizaje y por el proceso de aprendizaje: el aprender a aprender; considera vital la actividad de la inteligencia y de la voluntad para lograr precisamente una educación liberadora, que devuelva al hombre su propia humanidad”¹.

“El mayor triunfo de este tipo de educación es la toma de conciencia de la propia dignidad, del propio valor como persona, de la libertad esencial que el hombre tiene para realizarse plenamente como tal (...) en su entrega libre a los demás”².

La investigación científica

La función investigación se correspondió desde los orígenes con una necesidad de la enseñanza universitaria: asociar a la *lectio*, dictada por el maestro, la *disputatio*, que llamaba a los discípulos a participar en la investigación y les daba conciencia de sus dificultades y responsabilidades.

La investigación científica-tecnológica en nuestros días posee la capacidad creadora del conocimiento, y constituye un soporte sustancial de la enseñanza para alcanzar los más altos niveles de calidad académica y generar un pensar independiente junto a la formación de un espíritu de libertad y superación.

Exigir y crear en sus alumnos pasión por la investigación y la indagación científica, el esfuerzo de superación, la búsqueda de nuevos caminos, “despertar la idea de la ciencia en los jóvenes, ayudarlos a contemplar todo lo individual (...) en sus conexiones científicas próximas e inscribirlo en una gran conexión, en constante relación con la unidad y la totalidad del conocimiento (...)” de tal modo que de ello resulte la actitud de penetrar en cualquier terreno del saber”³.

La universidad debe afirmarse en sus funciones de co-creadora del mundo social y co-constructora de la cultura de la humanidad. Si quiere ser fiel a su misión ha de saber elegir los campos de calidad de aplicación de la técnicas y la tecnología, de avanzar en nuevos descubrimientos, ayudar a resolver los problemas sociales que se le presenten mediante la puesta en disponibilidad de los conocimientos y experiencias acumuladas, función que solo la Universidad está en condiciones de favorecer y cultivar con sentido solidario y de desarrollo integral.

El progreso de la ciencia es condición necesaria de un desarrollo sustentable y es punto de encuentro para el progreso de los países y viceversa. Ello especialmente en medio de los problemas de vasto orden y por la demanda de respuestas para afrontar la complejidad y cambios que plantea el futuro.

¹ O’Sullivan-Ryan, Jerry: *Pedagogía de los medios*. ALER – Universidad de Stanford. República Dominicana. 1975

² Díaz Bordenave, Juan: *Estrategias de enseñanza/aprendizaje. Orientaciones para la docencia universitaria*. IICA. Costa Rica. 1982.

³ Schlejermacher, Friedrich: *La idea de la Universidad en Alemania*, Editorial Sudamericana. 1959. Citado por Mondolfo, Rodolfo en *Universidad, pasado y presente*. Cuadernos de EUDEBA N° 154. Buenos Aires.

Toda ciencia, por más árida que sea, siempre posee un aspecto humanamente enriquecedor. Las condiciones de la sociedad moderna exigen la integración y la complementación de las instituciones culturales con el medio social.

La extensión y el desarrollo

El propósito principal de la *extensión* debe estar particularmente orientada a difundir y propagar la adopción de innovaciones en todos los sectores sociales, y convertir a la Universidad en un agente dinamizador del desarrollo mediante la promoción de acciones conducentes a la creación de una atmósfera socio-cultural apta a esa finalidad.

A través de esta función la universidad expresa su compromiso con el desarrollo social y la búsqueda de legitimación institucional a partir de poner a disposición de la comunidad regional y nacional, el conocimiento generado y acumulado en los procesos de investigación y enseñanza conforme a los campos que son objeto de su estudio, englobando también lo cultural. De esta manera la extensión entrelaza las funciones sustantivas de docencia e investigación para formar la trama misma de las vinculaciones de la universidad con el medio.

Esta actividad se realiza mediante la entrega y transferencia de conocimientos y saberes, tecnologías, técnicas y métodos para aplicarlas, acorde a sus potencialidades específicas y como un camino para encontrar nuevos ámbitos de acción y aplicación. Ese accionar se debe desarrollar en el marco de un proceso de encuentro con su sociedad, implicando un dar y un recibir, considerándola como una interrelación vital, inmerso en un fuerte espíritu pedagógico, para contribuir a un desarrollo autónomo, integral y autosostenido.

La estrategia de acción para concretar la extensión comprende: la difusión, el fomento, la capacitación, la asistencia técnica, la asociatividad, establecimiento de sistemas de información y constitución de redes institucionales y empresarias, que generen condiciones favorables para el desarrollo industrial, comercial, productivo, educativo, cultural y contribuya a alcanzar mayores niveles de organización social, a través de la concertación de esfuerzos con la comunidad.

La comunicación

En los últimos años existe una creciente valoración de la importancia y significación de la comunicación para contribuir al logro de universidades capaces de enfrentar las exigencias impuestas por la globalización económica y la mundialización cultural, teniendo en cuenta que “la sociedad del siglo XXI será una sociedad de la comunicación (...) conllevando numerosas consecuencias para el mundo del trabajo y el mundo de la cultura”.⁴

La incorporación de la Comunicación Institucional en el ámbito de las Universidades Nacionales es reciente y limitada. Se aplica con una visión restringida, fundamentalmente mediática, por estar polarizada en los medios y desde una perspectiva funcionalista. Además es habitual que no se la defina como un servicio dirigido a facilitar y articular actividades e interacciones entre los miembros de la comunidad universitaria y de la institución con el medio externo, lo que las coloca en una “insostenible pobreza comunicacional”. Desde tal perspectiva la comunicación no puede ser una herramienta de la transformación/construcción de una universidad más democrática, participativa, flexible, comprometida, reconocida y legitimada por su entorno.

⁴ UNESCO: *Declaración mundial sobre la educación superior en el Siglo XXI: Visión y Misión y Marco de Acción prioritaria para el Cambio y el Desarrollo en la Educación Superior*. Octubre. 1998

Para Daniel Prieto Castillo “la universidad se ha pensado muy poco desde lo comunicacional. Prueba de ello es la ausencia de reflexiones en torno a esta cuestión, la falta de encuentros para discutirla, la mínima inserción que los egresados de las facultades de comunicación tienen en su propia casa de estudios”, lo cual constituye una acuciante interpelación porque – continúa Prieto - “hoy nuestras puertas y nuestros muros son sacudidos por las tecnologías de la información y de la comunicación y por las necesidades de la visibilidad y de riqueza comunicacional de buena parte de las organizaciones sociales. Pero lo comunicacional no se constituye solo porque la universidad lo piense”.

En un marco de tanta preponderancia para las universidades, la comunicación institucional se permea de tan significativa responsabilidad en tanto puede y debe contribuir al logro de los objetivos planteados, al “ser la comunicación parte constitutiva de la organización.”⁵ La función “comunicación” de la universidad, dentro del contexto de un escenario socialmente sustentable, no debe ser “añadidura”, sino que debe ser una razón de ser, una función sustantiva.

Por lo cual es posible postular que la comunicación debe constituirse en la cuarta función sustantiva de la universidad, enfrentando “los retos que suponen las nuevas oportunidades que abren las tecnologías telemáticas y comunicacionales para mejorar la manera de producir, organizar, difundir y controlar el saber y acceder al mismo.”⁶

Hoy urge, antes de lanzarse a realizar proyectos, planificar previamente las intervenciones comunicativas para que su gestión acompañe exitosamente las acciones que se emprendan.

En ese sentido la comunicación institucional está inmersa en el proceso de la organización universitaria. Desde su mirada y perspectiva debe asumir una responsabilidad para con la institución y con las tres funciones sustantivas. Por lo tanto la función de la comunicación es contribuir, previo diagnóstico de las condiciones y estilos de interacciones comunicacionales que prevalecen en la organización y en su sociedad, con propuestas que tiendan a mejorar procesos internos y externos más democráticos, participativos, flexibles; que incrementen la pertinencia y aplicabilidad de la construcción del conocimiento; que las acciones que se desarrollan sean convergentes a los fines y objetivos institucionales; fomentar la solidaridad, la igualdad, el respeto activo, destrabando obstáculos para pensar y hacer creativamente; elevar la calidad de la gestión de la organización; contribuir a formar ciudadanos comprometidos y preparados para asumir exitosamente las necesidades presentes y futuras de la sociedad.

Universidad, comunicación y sociedad.

“La Universidad, es una de las instituciones que la sociedad legitima para la producción y transmisión de conocimientos, por lo cual no puede permanecer ajena ante los acontecimientos de la vida social. Sustraerse a ellos, a pensar y a decir sobre los problemas que obstaculizan el camino de realización existencial de los hombres y mujeres de todos los sectores del quehacer social, constituiría una forma de actuar autista y cobarde”.⁷

Si ello no fuera así, para Alberto Cantero se asistiría “entonces a un despilfarro económico y social, y se brindaría un mensaje confuso tanto a la sociedad como a las propias UUNN respecto al rol que deben cumplir, a la pertinencia económica y al destino social que debe tener el producto de sus esfuerzos. También desde los propios ámbitos de

⁵ Bronstein, Víctor y Gaillard, Juan C.: *La comunicación en las organizaciones*. INAP. Buenos Aires. 1995.

⁶ UNESCO. *Preámbulo de la Declaración Mundial sobre Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción*. Octubre 1998.

⁷ UNRC. *Declaración de la Asamblea Universitaria*. Río Cuarto. 2001

decisión política se pueden haber tomado medidas que a la larga sólo sirvieron para aumentar la entropía del sistema universitario, o para desviar su producción intelectual hacia intereses sólo personales o sectoriales”.⁸

Daniel Prieto Castillo plantea que en su conocimiento de distintos países de la región latinoamericana, “la universidad es una institución muy poco comunicada consigo mismo, en la que los circuitos se estrechan en función de las disciplinas y de los grupos con los cuales se comparten espacios de docente y de investigación. Campea en general la fragmentación y la interdisciplina sigue siendo un viejo sueño”.⁹ Sin embargo desde el punto de vista organizacional existe en los últimos años una tendencia a integrar más los conocimientos, lo que lleva a formas más inter y transdisciplinarias de concebir las disciplinas.

En verdad los sistemas universitarios han mantenido una tendencia a la entropía organizacional caracterizada por el aislamiento, la incomunicación y las barreras entre sus estamentos y sus funciones. Esta situación lleva a conformar una pobre imagen comunitaria y social de la universidad. Esto resulta muy preocupante que ocurra al menos en instituciones que son sostenidas por la sociedad, máxime en sociedades democráticas.

La comunicación social de la ciencia

La comunicación social de la investigación científica en las universidades encuadra en la comunicación institucional e implica necesariamente tener una política institucional con programas y proyectos, con principios de gestión de los procesos de comunicación específicos, definidos de manera integral a fin de lograr un tratamiento adecuado del mensaje científico y tecnológico.

Haciendo honor a lo planteado el modelo al que apunto es que toda actividad que se realice en este orden debe ser materia de coordinación entre las áreas de ciencia y tecnología y de comunicación institucional. Con respecto a esta última adhiero a la línea de pensamiento que plantea una gestión universitaria que centralice o coordine centralizadamente la comunicación social de la ciencia. Esto no significa una concentración de poder, sino de responder a la necesidad de que exista en la institución un área de comunicación concebida como servicio que coordine, estimule, facilite actividades e interacciones de la institución con el medio externo e interno, que promueva la integración, integralidad, equilibrio, organicidad, unidad y adecuada frecuencia de los mensajes institucionales, a fin de reforzar o reorientar las acciones, elaborar mensajes con alta referencialidad y calidad de los contenidos no descuidando otorgar un perfil educativo a los mensajes emitidos.

Es frecuente que en una misma universidad, las áreas que desarrollan estas actividades funcionen de manera totalmente desarticulada, a veces superponiendo esfuerzos y recursos, lo cual impide completar equipamientos y las mantiene en situación de deficiencia o atraso tecnológico, no existiendo la actitud de complementación, de co-responsabilidad, de fluidez, de trabajo en red, cuya falta inhibe la generación de sinergias, mientras que la actitud burocrática hasta suele afectar la capacidad creativa para la resolución de problemas o definir proyectos superadores a mediano y largo plazo. Es oportuno advertir que estos últimos suelen no existir.

⁸ Cantero, Alberto. *Consideraciones sobre el sistema universitario. Informe preliminar para discusión*. UNRC. 1996

⁹ Prieto Castillo, Daniel: *Comunicación, universidad y desarrollo*. Investigaciones de PLANGESCO. UNLP. La Plata. 2000.

Con ello los espacios, momentos, medios y recursos de comunicación son pocos, insuficientes, aislados, dispersos, desconectados o retrasados en sus propuestas conforme la dinámica social y del estado del conocimiento, lo cual impide adecuar su uso a partir de ventajas relativas y comparativas que presenta una determinada universidad. Las causas de estas situaciones son diversas y merecerían un capítulo aparte, puntualizando que no son parte exclusivo de las universidades sino que son propias de todos los ámbitos humanos.

Ubicación conceptual

En este sentido pensamos en una “comunicación proyectada a lo social” como propugna Prieto Castillo. Esto implica en el ámbito de la comunicación institucional universitaria desarrollar el sentido de pertenencia a una unidad de comunicación, poseer voluntad de comunicación, es decir, predisposición explícita de comunicar, de hacer esfuerzos por la claridad para llegar a los otros, de favorecer una interlocución que signifique “*voces que se intercambian*” lo cual supone la presencia de “alguien con ideas, historia, vida, afectos, que se comunica con ideas, historia, vida, afectos”. Si no se lee, planifica y gestiona lo comunicacional desde allí, cabe preguntarse ¿cuánto se llega a entender?

El cambiar la actitud de ser comunicador institucional transformador de conductas a ser comunicador acompañante y promotor, constituye uno de los pasos que toca todo lo que se puede hacer en el campo de la comunicación institucional, es decir, desde los materiales, la forma de utilizar el discurso, la manera de relacionarse, de interactuar. Ello no se logra de un día para otro, pues se está frente a un proceso lento de aprendizaje con los grupos a los cuales se pretende apoyar y/o relacionarse.

La propuesta de comunicación institucional realizada en este marco está emparentada con la tradición hermenéutica, orientada más hacia una concepción holística, que incluye una variedad de supuestos fundamentales como los planteados por Najmanovich¹⁰: reconocimiento de la identidad dinámica donde las partes de un todo complejo y sus propiedades adquieren sentido en la interacción y en su relación con la organización; de la totalidad compleja no totalmente especificable donde existen interacciones facilitadoras e inhibitorias, con efectos sinérgicos positivos o negativos y transformaciones internas y de la autonomía relativa donde el sistema complejo es abierto y con alta interacción con su medio del que se nutre y al que modifica; del universo como entramado relacional, donde el contexto no es inerte sino que forma parte porque es el lugar del intercambio; a lo cual agregamos el plano de la diversidad, de la acción convergente o divergente, centrífuga o centrípeta, abierta, inestable, discontinua, sintética, reconocimiento de la diferencia del otro, integrada por sujetos activos, abierta al diálogo, da cuenta de la red de interacciones que configuran el entramado relacional institucional, tal como es percibido hoy y de cómo nos situamos en él.

El mundo natural muestra tendencia al comportamiento caótico, -aunque existan constantes- lo que nos ubica en el paradigma de la incertidumbre y éste en la dimensión de la fluidez, la cual exige capacidad de transformación. La movilidad externa exige movilidad interna. Si las opiniones se hacen lema y sentencia inflexible, se dejará de ser fluido y se llegará al equilibrio que en esta concepción es acepción de muerte. La inmovilidad indica claramente que ya no se vive el polo del movimiento. En una forma de pensamiento polar todo se manifiesta como movimiento y cambio, por lo que todo intento por aferrarse a un único polo conduce a la parálisis y la muerte.

Esta concepción ineludiblemente deja su impronta en la comunicación, ya que orienta y remite a miradas y percepciones integrales del entorno, conociendo y haciéndose conocer, tanto a las personas, a los grupos, a otras instituciones y a la sociedad en general,

¹⁰ Najmanovich, Denise: *El lenguaje de los vínculos. De la independencia absoluta a la autonomía relativa*, en Dabas, E y Najmanovich, E: *Redes. El lenguaje de los vínculos. Hacia la reconstrucción y el fortalecimiento de la sociedad civil*. Paidós. Lanús. 2002

integrándose a través de relaciones permanentes, sostenidas, suscitando adhesiones, encontrando y recuperando enseñanzas en la experiencias exitosas y desbordando los límites con los que habitualmente se piensa el mundo.

Piensa también al ser humano como persona, cree en él, valora sus experiencias individuales como modo esencial para construir el concepto “*entreayudarse*”, el hacer juntos, sabiendo que todos conocen el problema, que es complejo, que se requiere mucho tiempo para superarlo y no abandonarse en la tarea, que así, solo así, se conseguirá. No es intervencionista al dar libertad de decisión, se mueve en el mundo de la diversidad y de la incertidumbre, aplica el concepto de organización heterárquica con poder distribuido de decisión y poder de reconversión automática en las crisis, el ejercicio de múltiples roles que acumulan experiencia social en todos los niveles de la vida. La idea busca ser trascendente, superar los estructuralismos y funcionalismos representantes de las teorías modernistas, a la vez que piensa en una interdependencia autonómica.

Ante los rápidos cambios estructurales pensar la comunicación en complejidad y en totalidad es abandonar el esquema simplista de causa-efecto, en tanto es posible intervenir de otra forma buscando las intenciones y no sólo las causas. Toda situación nueva, desde el extremo del universo hasta el detalle más pequeño del microcosmos también apunta a lo funcional en tanto la creación de la naturaleza parece estar increíblemente orientada hacia un fin. Aún así, la racionalidad se niega a buscar estructuras de conocimientos basados en intenciones y sentidos.

Una mirada comunicacional

A poco que se analicen las acciones de comunicación de la ciencia que diversas universidades desarrollan, queda evidenciado que el acento se pone en las fases de emisión y de mensajes. En términos de la fase de circulación el esfuerzo está centrado casi exclusivamente en los medios masivos, particularmente en la prensa escrita. Por otra parte la fase de percepción parece no tener atención en estas acciones, como así tampoco el considerar otros medios que no sean los masivos y tecnología mediática. En consecuencia poco y nada se sabe acerca de los efectos que la comunicación y la información científica y tecnológica, tiene en los eventuales destinatarios. En esa situación resulta muy pobre la respuesta que obtiene el sistema para evaluar la pertinencia social de las tareas de investigación científica que lleva a cabo la institución.

Con lo cual la eventual participación social buscada especialmente de aquellos grupos sociales activos e influyentes en la toma de decisiones no quedan contempladas. “La percepción social de la ciencia y de la tecnología no sólo es importante por su influencia en las políticas públicas sobre Ciencia y Tecnología, sino que constituye un elemento básico para la evaluación de la divulgación realmente existente”.¹¹

La comunicación de la ciencia se puede entender como un plan de acciones y gestión de comunicación y educación informal, que se plantea como una necesidad social para enfrentar la sociedad del conocimiento y de la información.

Una gestión posible

La coordinación por espacio de ocho años de un proyecto de información científica en una universidad argentina, me ha dejado interesantes experiencias, lo cual me permite efectuar una serie de sugerencias a tener en cuenta en el diseño y gestión de procesos de comunicación de la ciencia en espacios institucionales.

¹¹ Cabo Hernández, J. M. y Enrique, C.: *Hacia un concepto de Ciencia Intercultural*. Enseñanza de las Ciencias 22. España. 2005

En primer lugar la universidad es muy importante que la universidad institucionalice el programa de comunicación social de la ciencia. Es conveniente que el mismo parta de una articulación y trabajo conjunto entre el organismo universitario responsable de las actividades de investigación científica, generalmente la Secretaría de Ciencia y Técnica y el servicio de comunicación institucional. En lo posible el mismo debe ser motivo de resolución a nivel del máximo cuerpo colegiado del gobierno institucional.

El proyecto debe incluir la formulación de un marco referencial donde se explicita el marco conceptual/teórico con que se concibe la actividad incluyendo el posicionamiento práctico/experiencial; una investigación diagnóstica de situación; defina fines basados en valores convergentes con la misión y visión institucional, objetivos, metas, actividades, cronogramas, financiamiento de inversiones y controles cuyos datos serán fuente de información fundamental para la fase de evaluación que debe estar programada.

La evaluación interna y externa, formativa y sumativa de los resultados que alcanza la actividad, de cómo el público percibe sus productos y del impacto que ellos y la comunicación social de la ciencia alcanzan, es un factor facilitante para asegurar el sostenimiento y consolidación de la función.

Es recomendable aplicar una concepción estratégica de comunicación multimedial en el empleo de los medios de difusión y del sentido de la complejidad. Esto significa que los actos comunicativos deben estar dirigidas a la prensa escrita, radial y televisiva, tanto internos como externos. Será conveniente aprovechar todas las capacidades endógenas instaladas (cada vez es más frecuente que las universidades cuenten con periódicos, emisoras radiales y televisivas), como así también los disponibles en el medio local, regional, nacional y aún internacionales, sin descartar ninguno, de tal manera que la difusión sea exhaustiva y abarcativa.

Las entregas de artículos de divulgación científica deben ser hechas en formatos adecuados a cada medio destinatario, realizados por equipos especializados en cada uno de ellos. Esta forma de trabajo reconoce una ventaja muy apetecible y sinérgica, pues el trabajo articulado logra mayor eficacia, eficiencia y calidad, ahorra tiempos de investigadores y comunicadores, abre la posibilidad de de unidad de emisión y por ende de mayor impacto y efectos en el mensaje institucional, y el acceso a otros medios. Hay que ocuparse de que el mensaje circule en todos los niveles y direcciones, para hacer conocer mejor las realizaciones y mejorar el reconocimiento y la imagen y el posicionamiento institucional.

A los medios tradicionales se deben agregar los nuevos que proveen las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación: página Web, Internet, CDROM Multimedia, E-correo, etc., que facilitan las realizaciones multimediáticas que señalaba anteriormente. En este aspecto también es posible articular la acción con los servicios editoriales y de publicaciones universitarias como otro medio de comunicación.

Un programa de comunicación social de la ciencia no se agota en el uso de estos medios. Es factible pensar otros recursos comunicacionales e incorporarlos como tal, por ejemplo museos, laboratorios, ferias de ciencias, convirtiéndolos en espacios de comunicación y puntos de encuentro a todo el espectro de los actores relacionados con la ciencia: investigadores, comunicadores, usuarios/destinatarios, administradores, incluyendo a todos los posibles interesados en el tema. En este orden solo existe el límite que nosotros mismos imaginemos establecer a la creatividad.

Un aspecto clave para obtener el apoyo de los investigadores al programa de comunicación de la ciencia es que sus productos les aporten algún tipo de beneficio. Por ejemplo si se edita una revista en soporte papel o digital, debe estar inscrita en el ISBN ó ISSN, ya que el código de inscripción que obtienen las publicaciones son imprescindibles para acceder a declararlos en informes de gestión en los programas que los financian.

Además es otro factor clave para reconocer los productos y actividades de divulgación de la ciencia.

Las tareas deben incluir esfuerzos por construir un sistema de redes de relaciones e interacciones humanas, de amistad y de producción, cuyo grado de complejidad dependerá de la cantidad y calidad de las actividades que se desarrollen, facilitando la existencia de un entramado que tenga como fin lograr conexiones exitosas y beneficiosas que permitan llegar a las metas deseadas. En esta idea subyace el sentido de integración positiva donde primen principios de interés mutuo, de encuentro con el otro, de intercambio y de complementación entre todos y cada uno de los actores involucrados, impulsando un modelo de gestión con perfil heterárquico, aún dentro de organizaciones burocráticas. Las relaciones tienen las necesidades diarias de los individuos que interactúan en una institución, para cuya vida cotidiana resulta indispensable estar en condiciones de comunicarse fructíferamente en todos esos ámbitos.

Desde lo institucional es necesario mostrar lo que hace el conjunto, reflejándolo de manera equitativa o proporcional, porque en las universidades suele haber “mil y una revistas que contienen notas de ciencia, pero no hay una que muestre lo que hace la institución como tal”. Este esquema de gestión refleja fragmentación interna y suma entropía al sistema.

Es importante que los comunicadores encargados de esta tarea adquieran destreza en la actividad, acumulen conocimientos, articulen vinculaciones con los docentes investigadores, construyan empoderamiento a través de un tratamiento adecuado del mensaje científico y tecnológico. Planes permanentes de capacitación y especialización contribuyen a sostener y hacer crecer la actividad, creando una actitud positiva hacia la aceptación de los desafíos de nuevos emprendimientos que emerjan y converjan a lograr los objetivos planteados. Aquí cabría agregar la necesidad de planes de formación en comunicación social de la ciencia a nivel de grado o posgrado, de los cuales carecen las escuelas y carreras de ciencias de la comunicación en Latinoamérica.

La regularización de una frecuencia de emisión de artículos y notas establecida de acuerdo a las posibilidades de producción que se tenga, es otro aspecto a considerar, de manera tal que los medios cuenten con el material en tiempo y forma, y se acostumbren a usarlo y reproducirlo. Mostrar una trayectoria sostenida en el tiempo es uno de los factores facilitadores para el reconocimiento de las actividades. El implementar un sistema de estadística de materiales elaborados y enviados y en lo posible de los publicados, son elementos de gran valor para la gestión estratégica. No olvidar que esta actividad construye Memoria institucional como recurso comunicacional, disponiendo además de un rico y valioso material para los procesos de evaluación.

El trabajo que se emprenda debe ser una expresión de fe en nuestros talentos, en la potencialidad creativa y en la capacidad de generar proyectos propios, el desarrollo comunicacional debe adaptarse a la realidad y necesidades locales, atendiendo a las ventajas comparativas institucionales y estar referenciado en la matriz cultural latinoamericana. Es bueno referenciarse en otros proyectos nacionales y extranjeros, pero éstos últimos deben ser deglutidos “antropofágicamente” como propugna Miguel Caldas.¹²

La tarea del comunicador de la ciencia es laboriosa y tiende a cansar, por lo que hay que atender a la formación de nuevos recursos humanos con los siguientes propósitos: reemplazo ante eventuales rotaciones o cambios de comunicadores y para hacerlo crecer y alcanzar metas superiores.

¹² Caldas, Miguel: *Por qué el Management en Latinoamérica “compra” modelos importados?*. Exponenciar 2004. Buenos Aires. 2004

Esta propuesta de comunicación de la ciencia se sostiene en una concepción de procesos de comunicación integrada, integral, integrante, fluida y creativa, que permite una gestión complementaria y co-responsable que logre sinergias.

La propuesta es pasar de una comunicación mecanicista, persuasiva, de baja referencialidad a una comunicación de aprendizaje, de alta referencialidad. Esto no es sencillo, porque se requiere de un aprendizaje de formas diferentes de comunicar, de interaccionar, de relacionarse, de alcanzar una visión de la complejidad y diversidad del entorno, y por ende de diagnosticar, planificar, gestionar y evaluar los procesos comunicacionales.

Sostengo que una universidad bien comunicada es una gestión posible. Su consecuencia será espacio para lograr una buena comunicación social de la ciencia.

Lic. Miguel Ángel Tréspidi

Río Cuarto, Febrero 2007

Bibliografía

Bronstein, Víctor y Gaillard, Juan Carlos: *La comunicación en las organizaciones*. INAP. Buenos Aires. 1995

Caldas, Miguel: *Por qué el Management en Latinoamérica “compra” modelos importados?*. Exponenciar 2004. Buenos Aires. 2004

DIAZ BORDENAVE, Juan: *Estrategias de enseñanza/aprendizaje. Orientaciones didácticas para la docencia universitaria*. IICA. Costa Rica. 1982

Najmanovich, Denise: *De la independencia absoluta a la autonomía relativa*. En Dabas, E. y Najmanovich, E: *Redes. El lenguaje de los vínculos. Hacia la reconstrucción y el fortalecimiento de la sociedad civil*. Paidós. Lanús. 2002.

O'Sullivan-Ryan, Jerry: *Pedagogía de los medios*. ALER-Universidad de Stanford. Rep. Dominicana. 1975.

Prieto Castillo, Daniel: *Comunicación, universidad y desarrollo*. Investigaciones de Plangesco. UNLP. La Plata. 2000.

Roig, Arturo Andrés: *La diversidad hacia la democracia. Bases doctrinarias históricas para la construcción de una pedagogía participativa*. EDIUNC. Mendoza 1998.

Schlejermarcher, Friedrich: *La idea de la Universidad en Alemania*. Editorial Sudamericana. 1959. Citado por Mondolfo, Rodolfo en *Universidad, pasado y presente*. Cuadernos de Eudeba N° 154.

UNESCO: *Declaración mundial sobre la educación superior en el Siglo XXI: Visión y Misión y Marco de Acción prioritaria para el cambio y el desarrollo de la educación superior*. www.unesco.org/education/. Octubre 1998.