

Comunicación universitaria: periodismo y divulgación científica en la Universidad Nacional de Córdoba

Año
2018

Autor
Dávila, Lisha

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Dávila, L. (2018). *Comunicación universitaria: periodismo y divulgación científica en la Universidad Nacional de Córdoba*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

XX° CONGRESO DE REDCOM - PRIMER CONGRESO
LATINOAMERICANO DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE VILLA MARÍA

“MESA 19 - LA COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD A 100 AÑOS
DE LA REFORMA”

**Comunicación universitaria: periodismo y divulgación
científica en la Universidad Nacional de Córdoba**

Lisha Dávila
lishpam@gmail.com

**Comunicación institucional universitaria y la comunicación
pública de la ciencia**

Para referirnos a la divulgación del conocimiento desde las universidades, no sólo es importante realizar una mirada sobre el desarrollo de investigación y producción de conocimiento, sino también sobre el papel de la comunicación social en estas instituciones.

Es que la comunicación pública de la ciencia, así como la comunicación científica constituyen, un conjunto de hechos institucionales. Tal como señala Verón (1999), ser investigador (o profesor investigador, como se dice en el medio universitario), no es una profesión liberal, es decir se hace ciencia en el interior de un proyecto institucional de carácter colectivo. Así, las instituciones científicas, para Verón, dan lugar a fenómenos comparables a los de una empresa: normas colectivas que definen los objetivos de la organización, problemática de reclutamiento y de recursos humanos,

infraestructura, jerarquía de poder, lógica presupuestaria, gestión administrativa, control permanente de la calidad del trabajo efectuado y otros.

Desde este paralelismo, el autor, se refiere a las instituciones científicas como entramados organizativos complejos y como productores de conocimiento, y en tal sentido se pregunta: “¿Quiénes son los “consumidores” de esos productos particulares a los que llamamos “conocimientos científicos

Lo que tratamos de poner en relieve, con estos datos, es que en general la comunicación pública de la ciencia es una actividad que queda relegada del proceso de producción del conocimiento científico y es excluida de las políticas científicas y tecnológicas; por otro lado, su desarrollo en el ámbito universitario depende, en gran medida, de la importancia o no que se le brinde desde los ámbitos de decisión política de la comunicación de estas instituciones. Este hecho es y ha sido motivo de discusión en relación al valor asignado a las actividades de divulgación ya que, en general, estas prácticas no tienen ningún beneficio al momento de la evaluación, ni para los científicos –que en caso extremo la consideran una pérdida de tiempo ante la importancia asignada a la investigación– ni para las propias universidades e instituciones científicas.

A pesar de este panorama, en los últimos años se evidencia un notable incremento de prácticas de divulgación científica en los ámbitos universitarios; consideramos que este avance tiene que ver no sólo con el crecimiento e impulso de la actividad en sí misma, sino también con el

desarrollo de nuevos modelos y tendencias de la comunicación universitaria en el campo de la comunicación organizacional e institucional.

La comunicación universitaria se adapta a los nuevos tiempos, a los nuevos modelos de sociedad y a sus prácticas comunicativas. El acomodo a las exigencias de su entorno — tremendamente mutable— ha sido paralelo al realizado por la comunicación organizacional e institucional, herramientas de las que sirven las Universidades para “conectar” con sus stakeholders (Aguilera, 2010, p. 118).

Si bien en América Latina estos cambios todavía son incipientes, existe un reconocimiento de que las instituciones deben abrirse al entorno y ofrecer información de interés público. En tal sentido —así como sucedió en las universidades españolas—, en los países de la región las universidades van cambiando su cultura corporativa en lo que refiere a la comunicación.

“Desde los primeros gabinetes de prensa, a la incorporación de la comunicación interna, el marketing y la publicidad, hasta la preocupación por la responsabilidad social, la Universidad ha ido integrando acciones y estructuras hasta concebir la comunicación como un elemento estratégico” (Aguilera, 2010, p. 118).

En este contexto, las TIC también toman un rol preponderante y surgen como una herramienta de comunicación que debe estar inmersa en toda política comunicacional, incluso, según Veas (2015), se constituyen en el eje para que una universidad tenga como atributos diferenciadores los conceptos de modernidad y tecnología.

Es así como la comunicación universitaria, en América latina, asume ciertas pautas de la comunicación organizacional, sobre la cual según señala Gabriel Kaplun (2012) “todo el tiempo encontramos signos que muestran la sólida persistencia de ciertas formas de entender y hacer comunicación

organizacional, asentadas en concepciones dominantes sobre las organizaciones y la comunicación, frente a las cuales los cambios emergentes pugnan por nacer” (pp. 2-3). Es decir se hacen presentes modelos dominantes que se expanden, asientan e intentan consolidarse. Las lógicas instituidas están presentes y rodean nuestro objeto de estudio, no obstante, junto a estas conviven siempre posibilidades de cambio. Para Kaplun (2012) los modelos instituyentes conviven con lo instituido e institucionalizado. “La dinámica instituido-instituyente, que atraviesa todas las instituciones (Schvarstein, 2000: 27), es, precisamente, la dinámica del cambio y la persistencia” (p. 3). El autor señala que, por ejemplo, en la educación la lógica es la enseñanza como reproducción social y transmisión de conocimientos, el rol del maestro es de quien sabe y enseña, el del alumno de quien ignora y aprende: eso es lo instituido, pero pueden existir otras formas de entender la educación, donde también los alumnos saben y los maestros ignoran, donde es posible aprender juntos para transformar el mundo (Freire, 1970, 1997).

Así en el ámbito de la comunicación organizacional Kaplun considera que también “hay emergentes posibles desde la concepción de una comunicación dialógica y entendida como producción de vínculos y sentidos, que convive con una concepción dominante que la asocia a información y transmisión” (p. 17). Las resistencias surgen ante los modos de concebir y actuar la comunicación centrada en los medios, en la transmisión de información hacia abajo y hacia fuera, que se preocupa por la imagen sin trabajar sobre la identidad, fragmenta entre lo interno y lo

externo e instrumental, es decir aquello que se inclina a favor de corrientes hegemónicas en las organizaciones.

Estas ideas son sin embargo, como dice Kaplún, buenas pero poco viables.

Asumir la comunicación como producción de vínculos y sentidos, “que incorpora el trabajo sobre la identidad, las estructuras y los procesos, inquieta también por los flujos de entrada, subida y horizontales, es algo que algunos comunicadores quieren, pero no los dejan, según parece” (p. 17). Los modelos hegemónicos se instituyen también en la comunicación universitaria y por lo tanto en la comunicación pública de la ciencia que se realiza desde estas instituciones, sin embargo, con ellas pueden convivir algunos modos distintos de comunicación institucional y también de divulgación, todo dependerá de los intereses y las posibilidad de hacer factible lo contrahegemónico.

Esta manera distinta de pensar y hacer la comunicación pone en relieve, una vez más, el compromiso de las universidades e instituciones de investigación científica, sobre todo de origen estatal, con su entorno. Esta responsabilidad, consideramos, atraviesa a la comunicación institucional y también a los tres pilares donde se fundamenta la educación superior: docencia, investigación y extensión; aunque muchas veces este cometido queda atribuido a la extensión.

El papel de las universidades en la divulgación y periodismo científico

Así como en el ámbito de la producción de conocimiento científico y tecnológico, las universidades son un *locus* privilegiado, su papel en el desarrollo y generación de actividades de divulgación y periodismo también tiene un papel destacado.

Acordamos con Martínez (2007), en que la comunicación científica arranca donde se produce, es decir en los centros de ciencia y de tecnología, las universidades y aquellas instituciones de investigación; pero todavía nos cuestionamos, acerca del sentido y justificación que se le asigna a la comunicación pública de conocimientos desde estas instituciones. ¿Cualquier argumento será válido?, ¿quién define los intereses y motivaciones?

Como señala Yuriy Castelfranchi, 2007, en general, no es difícil encontrar razones para la comunicación pública de la ciencia y de la tecnología.

“Aquellos que gustan de censos y taxonomías pueden clasificar al menos una docena de repuestas relevantes para la pregunta “¿por qué es importante comunicar la ciencia a los públicos ‘legos’?” (p.11). Para aquellos interesados en la sociedad “del conocimiento”, “en red”, “basada en la información”, resaltar el valor de la educación en ciencias, de la divulgación y del periodismo científico es casi obvio. Para otros, explicar, divulgar, “democratizar” el conocimiento es una obligación moral de los científicos. Conocer y apropiarse del saber, como un derecho fundamental de todo ciudadano en democracia es hoy casi un lema. Pero, para Castelfranchi, limitarse a la consideración dual: deber de comunicar (para los productores de conocimiento) y derecho de conocer (para los públicos legos) es una esquematización simplista.

Cada vez más, el opuesto también es verdad: para muchas personas, tener acceso al conocimiento técnico e científico es, además de un derecho, una necesidad o un deber social; y dialogar, interactuar con grupos de “no-especialistas”, para muchas instituciones científicas y para muchos científicos, se está convirtiendo, además de un hobby o cumplimiento de una misión, en una necesidad o hasta un “derecho” a ser reivindicado en la arena de debates sobre controversias

tecnocientíficas (Castelfranchi, 2007, p.13) [Traducción propia].

Existen otros argumentos para divulgar la ciencia, “una buena comunicación de la ciencia y la tecnología trae ventajas para la nación, como beneficios para los ciudadanos; es crucial también para la propia ciencia y para los científicos” (Castelfranchi, 2007, p. 14).

Las razones y argumentos mencionados, pueden fácilmente trasladarse a los alegatos de porqué las universidades “deben” divulgar e informar sobre ciencia y tecnología, es más, muchos de ellos están efectivamente presentes en los fundamentos que sustentan las acciones de divulgación y periodismo. Sin embargo, no todos ellos tienen sólo fines benéficos –aunque así lo aparenten–, si bien la divulgación puede desencadenar motivaciones y acciones más democráticas, también existen detrás ella intereses ocultos, sobre todo aquellos que dan potencia y continuidad a las lógicas hegemónicas y capitalistas.

Como dice Castelfranchi, las argumentaciones pueden ser utilitarias, iluministas o filantrópicas, unas; enfocadas en el valor cultural de la difusión del conocimiento científico y técnico, otras, resaltando su importancia económica o política. Lo importante, creemos, es que las universidades sean conscientes de sus motivaciones, objetivos y fines, para ello es imprescindible el diseño de políticas universitarias de divulgación científica. Políticas, que deberían estar construidas y no solamente extraídas o copiadas de otros espacios u otras geografías, y al mismo tiempo ser parte de las políticas de ciencia y tecnología.

Ahora bien, la idea de comunicar la ciencia a la sociedad como parte de un compromiso social implica motivaciones que tienen relación –como decía Saramago– con la formación de personas y ciudadanos. Para José Saramago¹ (2003) más que un compromiso social, las universidades deberían tener un compromiso cívico y deberían servir para “agitar las conciencias, para alimentar el espíritu crítico de las personas y ponerlas frente al mundo” (Saramago, 2003). Por ello, consideraba un “error moderno” pensar que la principal función de la universidad es formar profesionales; al contrario postulaba que siempre debería mantenerse abierta la pregunta: ¿cómo está influyendo la universidad en su entorno: en la ciudad, en la región, en el país y, por qué no, en el planeta?

Esta manera de entender el compromiso social de las universidades y su papel en la divulgación y el periodismo científico, nos lleva a recuperar un concepto trascendental de nuestra investigación: la apropiación, para vincularla a otros términos como la participación y la ciudadanía.

Consideraciones y antecedentes de la UNC sobre divulgación y periodismo científico

Estudiar el recorrido de la divulgación científica a lo largo de la historia de la Universidad Nacional de Córdoba es todavía una tarea pendiente, si bien en los últimos años se incrementaron las investigaciones² referidas a la historia de la divulgación y periodismo en Argentina, todavía queda mucho por indagar.

1 Conceptos expresados por José Saramago, en una charla realizada en la Universidad de Sevilla, el año 2003, cuando fue invitado a participar de una sesión titulada: “Universidad y Compromiso Social” (<http://blog.franlopez.es/2010/06/18/el-compromiso-segun-saramago/>).

2 Tal el caso de la Historia de la divulgación científica en la Argentina (2010) de Diana Cazaux,

Consideramos que la exploración histórica de la divulgación en el ámbito de la UNC se constituiría en un elemento trascendental en relación a esta temática, así como lo es en distintas áreas. La contribución de esta institución seguramente está presente en iniciativas de comunicación y promoción de la ciencia. Así se evidencia por ejemplo que lo que –en sus inicios– se denominó Actividades Científicas Extraescolares, ACE, hoy son conocidas como Feria Nacional de Ciencias y Tecnología, en las cuales la UNC tuvo un rol preponderante.

Tal como narran Pagani y Álvarez (2007) desde 1961 el Departamento de Enseñanza de las Ciencias del CONICET, junto a algunas universidades inicia el dictado de cursos de perfeccionamiento docente con el propósito de provocar un disparador de cambios en la enseñanza tradicional y promover la formación de clubes. En esta tarea, a partir de 1966, la Universidad Nacional de Córdoba, con el apoyo del CONICET, se ponen en contacto con profesores del nivel medio y comienzan a orientar proyectos científicos en los clubes de ciencias, para luego participar de estas exposiciones científicas (Feria de Ciencias) que perduran hasta hoy en día.

Así también existe un documento del año 1987, se trata de un informe, evaluación y propuesta de la Secretaría de Extensión de la UNC, un trabajo pormenorizado sobre las actividades realizadas durante 1986 y una propuesta para 1987-1988. Es relevante la definición de extensión a la que adhieren, la cual se entiende como:

En función de la experiencia desarrollada, definimos la extensión —en tanto función básica de la Universidad articulada e indisolublemente unida a las funciones de enseñanza e investigación— como conjunto de acciones que en un proceso dialéctico, permitan la apropiación del conocimiento científico por parte de los sectores populares. A la vez aquél se nutre y confronta con el saber popular; garantizando un proceso participativo, permanente y educativo, que desarrolle una visión crítica de la realidad contribuyendo por un lado a fortalecer, dinamizar y/o promover las organizaciones naturales de la sociedad orientadas a superar las contradicciones del sistema; y, por otro, a nutrir de contenidos los planes de estudio, los programas de investigación y a la democratización social de los conocimientos, generando una real inserción de la Universidad y su Pueblo a través de la integración de teoría y práctica, abordando los problemas nacionales hacia la construcción de la definitiva independencia.

A partir de allí se define una política y acciones de divulgación desde la extensión:

Comunicación y Divulgación

Tal como han sido enunciados anteriormente los objetivos del trabajo de extensión y en concordancia con el concepto de esas tareas que suscita la SEU, una verdadera labor de extensión a la comunidad no puede estar desligada de una política de comunicación. Esta política estará dirigida tanto a la comunicación dentro de la propia Universidad como a la difusión a nivel masivo.

En tal sentido, partimos de un concepto de Comunicación que procure desarrollar la idea de comunicación entre los grupos y un sentido de unidad dado no sólo por el espacio territorial sino, fundamentalmente por la coincidencia en cuanto a la identidad cultural de nuestro pueblo.

Nuestro esfuerzo se orientará a que las organizaciones con las que trabaja la SEU desarrollen instrumentos efectivos de comunicación, que sean el reflejo de sus propias necesidades y estén en relación con su nivel organizativo.

Asimismo, se procura la difusión del conocimiento producido por la universidad mediante la utilización de medios y mensajes que propendan a la apropiación de esos saberes por parte de la comunidad en su conjunto.

1º) Propender, a través de la SEU, a la divulgación de la función de la universidad hacia la comunidad. Esta tarea de comunicación estará dirigida tanto hacia la propia universidad como institución como hacia otras universidades del país y de Latinoamérica.

2º) Transmitir hacia la sociedad los conocimientos y saberes elaborados en el ámbito universitario, generando canales de comunicación ha-

cia la institución y desde la UNC hacia la comunidad.

3º) Emitir y generar opinión de la comunidad universitaria acerca de la problemática social y política en su conjunto.

4º) Participar, a través de la SEU, en el establecimiento de políticas de comunicación en los Servicios de Radio y Televisión de la U.N.C.

5º) Definir políticas de comunicación hacia las organizaciones comunitarias para las actividades de extensión que se desarrollan desde la SEU en barrios, sindicatos y las distintas organizaciones de la comunidad.

6º) Producir mensajes propios que tiendan a difundir las actividades de extensión como así también aquellos que cumplan una función de apoyo a las tareas comunitarias que se desarrollan.

7º) Crear instancias de exposición de ideas, del hacer y del pensar universitario, nacional y latinoamericano.

8º) Canalizar la realización de actividades tendientes a la recuperación de la memoria histórica. □

Este documento también permite obtener información sobre otro antecedente de divulgación en la UNC, en este caso referente a un producto gráfico: el Periódico Hoy la Universidad, que comenzó a editarse a mediados de 1986, bajo la Resolución de Consejo N° 257, desde la Secretaría de extensión, con líneas y políticas claramente definidas³. Por otro lado, entre los antecedentes que podemos mencionar está la Revista Divulgación Científica, DICIT, una publicación editada por la Escuela de Ciencias de la Comunicación y sostenida con subsidio de la SECyT, desde 1997.

En el ámbito de la SeCyT también se creó el año 1999 el Programa de Divulgación Científica, bajo Resolución N° 107/99 y sobre la cuál se realizaron modificaciones para el actual Programa.

Ahora bien, es posible notar, que desde el año 2001 (fecha en que iniciamos el periodo de nuestro estudio) existe cada vez con mayor frecuencia un incremento en las acciones referidas a la divulgación científica. Esta situación que se evidencia a partir de la formulación de programas institucionales de comunicación científica, de los cuales algunos podrían responder al concepto de “divulgación”.

En relación a algunos trabajos antecedentes de la divulgación en la UNC, debemos mencionar dos: el primero relacionado con las publicaciones científicas periódicas, denominado Las publicaciones científicas de la Universidad Nacional de Córdoba (2000-2006) llevado adelante por Casarin e Irastorza, 2008. Si bien este estudio no realiza una indagación a las publicaciones de divulgación, sino más bien a las publicaciones

denominadas científicas, gestionadas y realizadas desde la UNC, sí da cuenta a raíz de esta investigación que de las 30 revistas publicadas por la universidad, en el periodo de referencia, sólo 4 se caracterizan como revistas de divulgación científica.

El segundo trabajo es la tesis doctoral de Diana Casaux (2014) denominado La divulgación del conocimiento realizada a través de los portales de Internet de las universidades argentinas. Esta investigación, da cuenta de la posición que ocupa la UNC en el conteo de recursos de divulgación en Internet que poseen las universidades argentinas. Los resultados del estudio posicionan la Universidad de Córdoba en el segundo lugar del ranking – luego de la Universidad Nacional de Rosario– en la lista de universidades públicas.

Políticas, instrumentos y formas de comunicación. Avances de resultados

Este trabajo presenta los avances de la investigación sobre las políticas y formas de comunicación pública de la ciencia en la Universidad Nacional de Córdoba, durante el periodo 2001-2013. Así en base a los datos y análisis realizados se observa que en el periodo de nuestro estudio existió un marco general –que sugiere e insinúa– políticas de divulgación, en el ámbito universitario y científico. Estas normas provienen, a nivel nacional de tres contextos: el de la educación superior⁴, el de la ciencia y técnica⁵ y el de la comunicación⁶; y a nivel provincial derivan de la CyT⁷.

⁴ Ley de Educación Superior N° 24.521

⁵ Ley de ciencia tecnología e innovación N° 25.467 y Ley de Ministerios N° 26.338

⁶ Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522

Las normativas legales nacionales se destacan por la articulación que suscitan entre las universidades, la CyT y hacen referencia a la divulgación científica a partir de distintos elementos que van desde el reconocimiento de las universidades como espacio importante en el desarrollo e impulso a la investigación científica y tecnológica –la enseñanza, formación, capacitación, comunicación, extensión–; el establecimiento más específico de la política científica en el fomento, aprovechamiento y apropiación social de los conocimientos.

Del mismo modo a nivel provincial se estimula la difusión de los resultados de la investigación científica en el marco de una política científica fuertemente dirigida al nexo entre el sector productivo y el científico, aunque también mencionan el interés no sólo en el desarrollo de la competitividad del sector empresario, sino por generar mecanismos para poner el conocimiento al servicio de la sociedad y contribuir a mejorar la calidad de vida de los cordobeses.

Es evidente que las políticas de ciencia y tecnología son trascendentales para pensar en políticas de divulgación, por eso a partir de la creación de los ministerios de ciencia y tecnología (nación y provincia) se observa un impulso a la investigación, pero también a la comunicación pública de la ciencia. Sin embargo, llama la atención que si bien se expresa el interés por el desarrollo de una política nacional y regional, en la práctica, los temas y agendas provienen de intereses ajenos, así se percibe en los temas que propone el plan o los planes de CyT. Del mismo modo, cabe mencionar que

⁷ Ley de Ministerios N° 8779 (Creación Agencia Córdoba Ciencia) y Ley N° 9454, el Ministerio de Ciencia y Tecnología (MinCyT)

ambas instituciones apuntan a favorecer las demandas y necesidades de la sociedad y del sector productivo de bienes y servicios.

El análisis y revisión de estas normas y el contexto económico-social en el que se desarrollaron, da cuenta que si bien los marcos legales pueden establecer criterios de acción y políticas el impacto en materia de regulación de la divulgación en la UNC, como en otros espacios, se da cuando cuentan con instrumentos de gestión que inciden práctica y efectivamente (y sobre todo económicamente) en las definiciones universitarias. Así por ejemplo, desde el ámbito de la educación se destaca la actuación del CIN y SPU, como espacios destacados en la generación de instrumentos, proyectos y convenios relacionados con la investigación, extensión, la divulgación y periodismo científico.

Es decir no sólo se observa una incipiente pauta reglamentaria sobre la investigación científica y la divulgación, basada en las disposiciones de la Ley de Educación Superior, a nivel nacional y, a las de la Agencia Córdoba Ciencia, en el ámbito provincial –o el Plan "Bicentenario" que recién entró en vigencia el año 2006, por lo que su aplicación dicho gobierno rectoral de la UNC fue casi nula–, sino también que los recursos económicos presupuestarios con los que contaba la universidad eran reducidos y dirigidos a cuestiones "esenciales" de la casa superior. Estas cuestiones tuvieron una visible mejora en la segunda gestión del rector González.

Por otra parte, en los dos gobiernos de rectora Scotto el panorama político, económico y social se percibe más estable que en épocas pasadas, hecho que posibilitó un mayor desarrollo, también, en los ámbitos de la ciencia, la tecnología y la divulgación. Este crecimiento estuvo acompañado por la

generación de más normativas entre ellas: la Ley de Ciencia, técnica e innovación N.º 25.467, la creación de los Ministerios de Ciencia y Técnica, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522, el Plan Estratégico Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación "Bicentenario" (2006-2010) o el Plan de fortalecimiento de la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la innovación en las universidades nacionales. El impacto de estas reglamentaciones, como ya hemos mencionado, se evidencia a través de los instrumentos, subvenciones, proyectos o convenios a los que la UNC se fue incorporando.

Ahora bien, al referirnos a las políticas internas de la UNC, es necesario señalar que la Universidad goza de autonomía, lo que indica que si bien existe una normativa legal nacional o provincial, ella puede fijar y definir sus propias decisiones y lineamientos. En este cometido la Universidad cuenta con una normativa general que precisa variados aspectos de las políticas y accionar universitario, plasmados en lo que se denomina Estatuto. Este documento puede ser modificado a partir de una serie de pasos, justificaciones y acuerdos –aspecto por el cual muchos gobiernos prefieren no alterarlo. Cabe señalar, también, que si bien el Estatuto define líneas generales para el conjunto de la UNC, la complejidad de la estructura universitaria hace que estas guías sean interpretadas a partir de la mirada de cada autoridad facultativa.

Respecto a nuestro objeto de interés, la observación realizada al Estatuto marca que la disposición en torno a la comunicación pública de la ciencia se presenta principalmente a partir de tareas de extensión y es menos evidente su relación en el ámbito de las definiciones sobre la investigación en CyT.

Es decir, este documento no menciona ninguna referencia explícita a la comunicación y mucho menos a la divulgación científica; sin embargo, se detecta que las políticas se hallan presentes a partir de ciertos espacios –que hemos denominado áreas de definición y ejecución de la divulgación–, estos son: Secretaría de Ciencia y Técnica, Secretaría de Extensión, ProSecretaría de Comunicación Institucional (Dirección de difusión y prensa).

Estas tres dependencias del rectorado se constituyen en espacios claves para la divulgación, aunque, en general, cada uno de ellos marca sus propias definiciones y políticas. Cada oficina delinea sus acciones e instrumentos, no sólo de acuerdo a cada gobierno rectoral, sino también en relación a criterio o acuerdo de las autoridades a cargo de las secretarías –con aval del rector o rectora.

En relación a la divulgación científica, se observa que si bien la Universidad ya contaba con prácticas de divulgación científica –antes de iniciada la gestión 2001–, estas tareas se realizaban casi ignorando que se trataran de comunicación pública de la ciencia y periodismo científico. El reconocimiento y toma de conciencia de esta actividad, inserta casi simultáneamente con la comunicación universitaria, fue contribuido por algunos eventos académicos realizados a nivel nacional e internacional en los cuales participó personal del área de comunicación de la UNC.

A partir de esta objetivación se puede hablar de una política planificada. Así la comunicación pública de la ciencia y la importancia de la producción de conocimiento científico y tecnológico, dentro la UNC, fue tomando un

espacio específico en las acciones de comunicación. Sobre todo se destaca una notable contribución en el ámbito del periodismo científico.

En este espacio también se hace notoria la influencia de las políticas de divulgación a nivel nacional; así mientras en las gestiones de González, las iniciativas de apoyo y subsidio eran casi inexistentes, durante el gobierno de Scotto se desarrolló una estructura a nivel nacional que acompañó los lineamientos de la política planificada por la UNC.

También se advierte que si bien el área de comunicación diseña sus propias políticas de divulgación tiene estrecha vinculación con los diversos espacios y áreas de la UNC que realizan este tipo de actividades, tal el caso de la FAMAFA o la ECI.

Otros espacios que marcan políticas de divulgación en la UNC, aunque de manera independiente, son el OAC, FAMAFA y ECI –al menos son los más destacados.

Bibliografía

Aguilera, M. , (2010). La Comunicación Universitaria Modelos, tendencias y herramientas para una nueva relación con sus públicos. *En Revista Icono, Revista de Comunicación y Nuevas Tecnología. Año 8, Vol.2*

Casaux, D. (2015). La divulgación del conocimiento realizada a través de los portales de Internet de las universidades argentinas. Tesis doctoral. Universidad Austral. Buenos Aires, Argentina.

Casarin, M., Irastorza, R. (Directores), (2008). *Las publicaciones científicas de la Universidad Nacional de Córdoba (2000-2006)*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.

Castelfranchi, Y. (2007). Para além da tradução: o jornalismo científico crítico na teoria e na prática, En Massarini, L. y Polino, C. (Orgs.) *Los desafíos y la evaluación del periodismo científico en Iberoamérica, Jornadas Iberoamericana sobre ciencia en los medios masivos*. pp. 10-20.

Recuperado de: <http://www.vinv.ucr.ac.cr/docs/divulgacion-ciencia/libros-y-tesis/desafios-periodismo-cientifico.pdf>

Freire, P. (1997). *Pedagogía do Oprimido*. 25^a ed. (1^a edición: 1970). Tierra Nueva. Rio de Janeiro

Kaplun, G. (2012). Lo emergente y lo resistente de la comunicación organizacional en *Diálogos de la Comunicación*. *Revista de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación*. N.º 83. pp. 1 -23.

Schvarstein, L. (2000) *Psicología social de las organizaciones*. Paidós, Buenos Aires.

www.artes.unicen.edu.ar/secretarias/academica/catedra/dinamica/unidad4/psicologia.pdf

Martínez. S. (2007) *Comunicar la ciencia*, COTEC; Madrid.

Pagani, E. y Álvarez, M. (2007). *Actividades Científicas y Tecnológicas argentinas: 40 años 1967-2007*. 1 ed. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación. Buenos Aires.

Veas, C. (2015) La Política y Gestión Comunicacional como aporte al desarrollo de la gestión institucional de las Universidades Chilenas En *Revista Internacional de Relaciones Públicas*. N° 9, VOL. V. Pp. 179-206.

Recuperado de:

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwi5nr7PsOXdAhVGjJAKHVUCBIcQFjAAegQIBRAC&url=https%3A%2F%2Fdiagonalnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F5105879.pdf&usg=AOvVaw1mz0p7dAt7CVEZ2A6hYtb7>

Veron, E. (1998/ 1999). Entre la epistemología y la comunicación. En *Revista CIVIC*, Vol 4, Recuperado de:

<http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC9899110149A/7405>