

Apuntes mínimos de comunicación científica en investigación social

Ehécatl Cabrera Franco

16 de mayo de 2023



La comunicación pública de la ciencia es una labor fundamental en las universidades y los centros de investigación ya que de esta tarea depende la circulación del conocimiento dentro del ámbito científico y fuera de él.

Sería imposible la existencia del campo científico sin la transmisión de mensajes; entre personas que hacen ciencia; entre instituciones que hacen ciencia; entre instituciones que hacen ciencia e instituciones que no la hacen pero necesitan

insumos científicos; o entre personas que hacen ciencia y personas que no pertenecen al campo académico.

Sin embargo existen múltiples confusiones acerca de las características y los fines de las diferentes prácticas que engloba el ámbito de la “comunicación científica”, lo cual suele dificultar los procesos de comunicación dentro de los espacios universitarios.

Estos malos entendidos se intensifican en el campo de las ciencias sociales por múltiples causas, una de ellas, es la posición marginal de las ciencias sociales dentro del campo científico dominado por las ciencias físico matemáticas y las ciencias naturales.

Este texto es un modesto ejercicio, resultado de mi trabajo como comunicador de la ciencia en el Departamento de Difusión del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, en el que intentaré hacer una distinción de las diferentes tareas que conforman el campo de la comunicación científica y otros ámbitos vinculados con éste.

Mi propuesta de categorización es muy sencilla y no busca ser exhaustiva en términos epistemológicos sino operativa para las tareas cotidianas de las personas que participan en procesos de comunicación de la ciencia. La intención de categorizar las diversas prácticas es; auxiliar la organización de las áreas de difusión, vinculación, divulgación y comunicación social de los centros de investigación social; e imaginar nuevos formatos y medios de comunicación entre los ámbitos académicos y no académicos.

Qué y dónde se comunica

El primer aspecto a delimitar es el objeto que se comunica. Como lo comenté anteriormente se trata del conocimiento científico social que, sin entrar en discusiones de filosofía de la ciencia, en este texto lo considero como aquel que; es el resultado final o parcial de una investigación realizada con rigor teórico-metodológico dentro del campo científico.

A diferencia de las llamadas ciencias exactas, habría que agregar que los fenómenos estudiados por las ciencias sociales son protagonizados por personas o grupos que se relacionan entre sí en un momento determinado y en un lugar determinado (coordenadas espacio temporales).

Entonces podemos delimitar que la comunicación de ciencias sociales se origina dentro del campo científico (a pesar de que algunas modalidades busquen interpelar a personas fuera de dicho campo) y que lo que se transmite es conocimiento científico social con diferentes niveles de abstracción.

Quiénes comunican

Otra delimitación que se debe hacer corresponde al ámbito de la enunciación. Ya quedó claro qué cosa se comunica y desde dónde se comunica, por lo que

resta cuestionarse ¿quiénes enuncian? Y aunque la respuesta evidente sería “lxs científicxs”, no siempre poseen las habilidades necesarias para la creación de contenidos, por lo que en el campo de la comunicación científica cada vez adquieren mayor protagonismo las personas especializadas en comunicación que pueden dedicarse exclusivamente a estas labores.

Además, habría que añadir la importancia de procesos de comunicación entre instituciones, donde el sujeto de enunciación es una universidad, un centro de investigación, una red o un grupo de investigación.

Por tanto, la respuesta concreta a la pregunta sería; por un lado individuos que pertenecen al campo científico (investigadorxs y comunicadorxs de la ciencia); y por otro lado instituciones y agrupaciones que pertenecen al campo científico (universidades, centros de investigación, redes, grupos de investigación, etc).

Esta delimitación no busca restar importancia a la audiencia que no pertenece al campo científico, ya que una modalidad de la comunicación de la ciencia está enfocada a este grupo. Además, personalmente considero que existen enormes posibilidades de creación de conocimiento situado en el diálogo epistémico (intercambio de saberes) entre el campo científico y los grupos que poseen conocimientos ancestrales, pero ese es otro apasionante tema que desborda el objetivo de este texto.

A quién se dirige el mensaje

Un aspecto clave para delimitar las diferentes tareas que engloba la comunicación científica es identificar el destinatario del mensaje. Parece un aspecto evidente y simple, sin embargo, en los centros de investigación suele ocurrir que el destinatario se va desdibujando hasta desaparecer, aspecto que se identifica al escuchar la muy socorrida frase “dirigido al público en general”.

El primer destinatario a identificar son las científicas y los científicos ya que la transmisión de conocimientos científicos sociales entre pares es una labor fundamental para el desarrollo del conocimiento mismo y para la conformación del campo de las ciencias sociales. A esta actividad se le suele llamar *difusión científica*.

Pero los conocimientos científico sociales también se pueden comunicar a grupos sociales que no pertenecen al campo académico, una tarea de suma importancia para la retribución a la sociedad y para la vinculación con grupos e instituciones fuera de las universidades. A esta actividad se le suele llamar *divulgación científica*.

Cómo se comunica

Cuando no se tiene definido el destinatario, tanto el tipo de lenguaje como el formato y el medio de circulación pueden resultar inadecuados. Es por esto que es importante definir con el mayor detalle posible el perfil de las personas que recibirán el mensaje.

Cuando la audiencia está conformada por los propios colegas que pertenecen al campo científico, la comunicación entre pares se lleva cabo a partir de un conjunto de códigos propios del campo con un alto grado de elaboración denominado “lenguaje científico”.

Dicho lenguaje se suele utilizar; en formatos escritos (impresos o digitales) que se distribuyen en libros académicos o revistas especializadas que generalmente son sometidas a procesos rigurosos de revisión entre pares (dictaminación); o en formatos orales (mediatizados o no) como seminarios, foros o conferencias, donde, en la mayoría de casos, se suele evaluar el contenido de la comunicación antes de ser presentada.

Y no está de más especificar que, si bien los sujetos de la difusión científica son los propios científicos, suelen ser auxiliados por especialistas respecto a; procesos técnicos y logísticos para llevar a cabo los diversos formatos de comunicación entre pares (gestión de manuscritos, dictaminación, corrección de estilo, publicación, coordinación de ponentes, etc.); y procesos donde el objeto de comunicación ya no es el conocimiento científico sino la convocatoria para ser parte del proceso de difusión científica (promoción de; convocatorias, invitaciones a publicar, o eventos académicos).

Por otro lado identifico la comunicación de conocimientos científicos sociales a personas, grupos e instituciones que no son parte del campo científico. Para esta labor denominada divulgación es importante no caer una vez más en la generalización de la audiencia, ya que, aunque muchas personas no formen parte del campo académico, poseen posiciones sociales diferenciadas, a las que se les suman las variables de género, edad y origen étnico.

La audiencia que no pertenece al campo científico es extremadamente diversa, pueden pertenecer a campos (públicos y privados) con posiciones privilegiadas en el espacio social; legisladorxs, funcionarixs públicxs, juzgadorxs, evaluadorxs de políticas, gerentxs, mercadólogos, relacionistxs. Mientras en el otro extremo, pueden ser personas con posiciones marginales en el espacio social; migrantes, campesinxs, vendedorxs ambulantes, jóvenes en situación de calle, etc.

Es por esto que no existe un único lenguaje, formato, canal ni medio para la divulgación de ciencias sociales. Dependerá de la definición de la audiencia; el lenguaje específico, su formato, su soporte y su medio. Un desafío importante que debe ser entendido y atendido desde el inicio del diseño de un proyecto de divulgación de ciencias sociales.

Cruces e intercambios con otras prácticas de comunicación

Dividí el ámbito de la comunicación científica en difusión científica (comunicación entre pares) y divulgación científica (comunicación fuera de la academia), sin embargo existen otras prácticas comunicativas relacionadas con el campo de las ciencias sociales que es importante delimitar.

Una de las tareas imprescindibles de los centros de investigación es la *comu-*

nicación institucional, que consiste en la transmisión de información sobre la composición, funcionamiento, forma de trabajo y logros de una institución con el fin de proyectar una imagen pública. En esta área el sujeto de enunciación es la propia institución y los receptores pueden ser; sujetos e instituciones que pertenecen al campo científico; y sujetos e instituciones que no pertenecen al campo científico con quienes se tiene vínculos o se pretende vincular.

Y es importante enfatizar que, a diferencia de la comunicación científica, en la comunicación institucional el objeto que es transmitido no es el conocimiento científico, sino la información sobre la propia institución que produce dicho conocimiento.

Otro ámbito relacionado con la comunicación científica y la comunicación institucional es el de la incidencia de científicxs en la *opinión pública*. Existen múltiples investigadorxs que comparten sus reflexiones y análisis en medios masivos de comunicación y plataformas digitales. En este caso los sujetos de enunciación son científicxs sociales pero el objeto que es comunicado no suele ser los resultados de una investigación, sino opiniones sobre temas de coyuntura.

Para definir la práctica de emisión de opiniones en medios es importante caracterizar su formato, el cual consiste en la participación acotada (un segmento) dentro de un programa, emisión o medio de prensa de forma periódica u ocasional en un lenguaje (oral o escrito) no académico.

Y es importante no confundir el medio con la práctica comunicativa. En radio, televisión o prensa también es posible distribuir contenidos de divulgación de ciencias sociales diferentes a los contenidos de opinión.

Finalmente, y no menos importante, identifiqué la relación entre la comunicación científica y la *docencia*. Es evidente que el proceso educativo es un proceso comunicativo donde lo que se transmite son conocimientos científicos, sin embargo la docencia es diferente a la difusión científica debido a que; en la difusión científica se dan a conocer conocimientos de reciente generación; la difusión científica se practica entre interlocutores con un grado de especialización similar; la difusión científica no tiene como objetivo la formación o adquisición de habilidades de una persona.

Esto no quita que múltiples docentes utilicen como materiales didácticos o de apoyo contenidos de difusión científica (artículos y libros) y de divulgación científica (textos, audios, videos e infografías). Aspecto que ilustra muy bien los fuertes vínculos entre la comunicación de las ciencias sociales y la docencia.

Consideraciones finales

Corrí el riesgo de proponer una clasificación simplificadora con el fin de ordenar una serie de tareas y practicas que se realizan cotidianamente en los centro de investigación y que en ocasiones no suelen tener la efectividad buscada debido a que no se distinguen los objetivos, las audiencias, los lenguajes y los medios.

Si bien existen múltiples factores adicionales que dificultan las tareas de comunicación de ciencias sociales como la falta de, interés institucional, presupuesto, colaboradorxs, equipo y capacitación, se puede comenzar a avanzar si se ordenan y priorizan las tareas de difusión científica, divulgación científica, comunicación institucional, participación en opinión pública o creación de contenidos educativos.

Por otro lado, cuando se tiene claridad de lo que se va a comunicar y quiénes serán lxs receptorxs, se puede dar un siguiente paso en la exploración de los lenguajes y los medios de distribución.

En el caso de la divulgación debemos ir más allá de la definición general de “público no académico” y delimitar con detalle el grupo que requiere conocer un conocimiento recientemente generado para así definir el lenguaje (tipo de traducción de los códigos especializados), el formato (escrito, sonoro, visual), el soporte y el medio de distribución.

Y no está de más recomendar que, aunque existen formatos muy atractivos en los que nos gustaría incursionar (comics, podcast, videos para Tick Tock) los proyectos de divulgación no pueden iniciar con la definición del formato. Estos deben comenzar con la identificación del conocimiento que se comunicará y la definición de su audiencia.

Si bien los desafíos que enfrentan lxs comunicadorxs científicxs en los centro de investigación social son muchos, también son amplias las posibilidades de imaginar y experimentar procesos de comunicación que pongan en el centro la diversidad de las personas.



Resonancias

Blog del Instituto de Investigaciones
Sociales de la UNAM

<https://iis.unam.mx/blog>

Contacto

Lic. Miriam Aguilar
Coordinadora de Difusión del IIS-UNAM
Correo: difusion.iis@unam.mx
Tel. 5622 7390

