

**Tenemos la primicia:**  
**Contemos la ciencia universitaria**

**Autora: Argelia Ferrer Escalona**

Escuela de Medios Audiovisuales. Universidad de Los Andes, Venezuela.  
Dirección postal: apartado 382 Mérida 5101-A. Oficina principal de correos,  
calle 21, Edo. Mérida, Venezuela.  
Telefax: (0274) 2401982. Hab: (0274) 4168187  
Correo-e: [argeliaf@ula.ve](mailto:argeliaf@ula.ve) ; [argeliaferrer@cantv.net](mailto:argeliaferrer@cantv.net)

Datos académicos:

Licencia en Comunicación Social, UCV, 1982

Magíster y Doctora en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad  
Autónoma de Barcelona (España).

Profesora de la Universidad de Los Andes en las Escuelas de Comunicación  
Social (1990-2004), y Medios Audiovisuales (2004-hasta la fecha)

-Directora General de Medios de Comunicación ULA (2002-2004).

## **Resumen**

Las universidades –que por definición son centros productores del saber– están llamadas a promover la cultura y la ciencia –esta última como parte integrante de la cultura– tanto en sus medios de comunicación internos como en los externos. Para ello es conveniente el trabajo en redes y el fomento a distintas vías de divulgación, con el apoyo en una política comunicacional institucional. Las oficinas de prensa tienen mucho que aportar en este proceso.

Palabras clave: comunicación científica, ciencia, cultura, universidad, políticas de comunicación, oficinas de prensa, formación de divulgadores.

Tenemos la primicia:

### **Contemos la ciencia universitaria**

La actividad periodística está asociada en buena medida a la difusión de primicias. “Decirlo primero” ha sido desde hace décadas el sueño de los reporteros. Sin embargo, sabemos que el periodismo va mucho más allá de la práctica del reporterismo. Bien lo pueden testimoniar los trabajadores de las oficinas de prensa o de las direcciones de comunicaciones en las instituciones. Lo que proponemos es conjugar el oficio de quienes hacen diarismo con el quehacer de los periodistas institucionales de las universidades, quienes tienen en sus manos una materia prima informativa de primera calidad: la ciencia. Con el añadido de que pueden acceder antes a la primicia, pues pertenecen a la misma institución que los investigadores a quienes habrán de utilizar como fuentes informativas.

“La investigación científica es una de las funciones sustantivas de la universidad. En el cumplimiento de esa actividad, estas instituciones ponen muchos esfuerzos humanos y económicos, no sólo por la reconocida capacidad de la investigación como creadora del conocimiento, sino también como soporte sustancial a la enseñanza para alcanzar los más altos niveles de calidad académica, y de generar un pensar independiente junto a la formación de un espíritu de libertad y de superación.

La investigación científica alcanza su máximo sentido si pensamos en la universidad además proyectada hacia la vida y hacia el futuro, marco en el cual los conocimientos deben tener un destino final: enriquecer la calidad de vida de la sociedad y de sus integrantes.” (Tréspidi, 2005:46).

Proyección, dice Tréspidi, y creemos que es una palabra clave en el tema de la ciencia y la cultura desde las instituciones de educación superior. Partimos del principio de que las universidades deben irradiar cultura, en toda su extensión: allí se incluye la ciencia, que es esencia del quehacer

universitario. Mucho se ha escrito, con abundantes razones, sobre la escasa cultura científica de los ciudadanos, quienes frecuentemente no comprenden ni lo que se hace en ciencia ni todos los factores –económicos, políticos, sociales y culturales- que se hallan asociados a la producción y aplicación de conocimientos. Las universidades, como centros productores de saberes y como espacios donde se concentran grupos y centros de investigación, tienen las primicias noticiosas que permiten promover la comunicación científica, comenzando por casa y continuando con el resto de la sociedad. Además, los periodistas de los gabinetes de prensa no suelen estar sometidos a la tiranía de la hora de cierre de los diarios, por lo cual pueden incursionar en géneros que les permitan mayor profundidad en el tratamiento informativo.

### **Ciencia y cultura Cultura y ciencia**

José Manuel Sánchez Ron, Catedrático de Historia de la Física de la Universidad Autónoma de Madrid, afirma que pese a que el conocimiento científico es el responsable principal de los cambios producidos en las formas de vivir de los seres humanos en los últimos siglos, “todavía la ‘cultura científica’ (es decir, el conjunto de saberes, tradiciones o valores relacionados con la ciencia’) permanece alejada de la gran mayoría de las personas”. (Sánchez, 2001: 95).

Sin embargo, es casi imposible vivir sin relacionarse constantemente con los productos de esos quehaceres científico-tecnológicos. Desde finales del siglo XIX han cambiado muchas cosas, como las formas de comunicarnos, relacionarnos con el dinero, escuchar música, desplazarnos, hacer los oficios

domésticos y alimentarnos. Asimismo, continúa Sánchez Ron, la biología molecular y las ciencias asociadas han originados cambios muy profundos de consecuencias difíciles de prever y que están vinculadas a nuestro cuerpo, y a los ámbitos vegetales y animal.

“Si todo esto es así, si la ciencia se está introduciendo de una forma cada vez más frecuente y estrecha en nuestras vidas, llegando hasta nuestros propios cuerpos, obligándonos a reconsiderar valores (incluyendo, por supuesto, valores morales) que antes permanecían intocables por la sencilla, pero poderosa razón de ser ‘operativamente’ inmunes (no eran posibles otras vías de acción), y si el siglo XXI contemplará un desarrollo tecnológico todavía más intenso que el que se ha producido en el XX, entonces, ¿cómo va a permanecer al margen la cultura?, ¿cómo no van a verse afectadas todas las ‘culturas’ (humanísticas) que existen en la Tierra (...); el presente siglo asistirá al desarrollo de una cultura en la que la ciencia y la tecnología ocuparán un lugar central, lo que puede conducir en algunos apartados a resultados que muchos de nosotros consideraríamos en la actualidad repudiables” (Sánchez, 2002:97).

A todas estas, ¿qué sucede con los ciudadanos en general y con los universitarios en especial? Pertener a una comunidad universitaria, bien sea como estudiante, profesor, empleado administrativo u obrero, no garantiza que se sepa lo que pasa adentro de los *campus*. Por ello las universidades deben informar tanto interna como externamente. Con públicos informados se fortalece la imagen externa e interna de la institución, pues se pone en evidencia cómo los investigadores contribuyen con el avance del conocimiento, dando pertinencia social a su actividad. Asimismo se aporta a la educación no formal de los ciudadanos y se estimula la participación de los investigadores en la difusión del conocimiento, a través de mecanismos de divulgación en los medios de comunicación.

Por otra parte, las universidades están llamadas a contribuir con la discusión pública de temas de gran actualidad en los cuales los investigadores tienen mucho que aportar desde una perspectiva local o nacional, como pueden ser la biotecnología y la bioética, sólo por citar algunos temas de impacto directo en las sociedades y que no son tema de discusión pública en nuestro país porque los ciudadanos de a pie carecen de elementos para participar en estos debates, pudiendo tenerlos de buena fuente.

Es oportuno destacar la contribución de la universidad con la formación de opinión en temas puntuales. D. Manuel Calvo Hernando ha señalado que toda nueva teoría científica puede poner en tela de juicio la actitud de los seres humanos con respecto al mundo, lo que acentúa la incertidumbre del ciudadano medio ante la ciencia, en especial porque ésta no se preocupa en hacerse comprender por la gran mayoría de la gente. Esto trae como consecuencia que se abra una brecha creciente entre el ciudadano común y el investigador científico, porque al primero no le queda más que “aceptar pasivamente las afirmaciones del segundo”, lo cual lo vuelve indiferente y lo aleja del mundo de la ciencia. (Calvo, 2003:186).

Pensemos, en nuestro país, en dos temas que han despertado opiniones contradictorias ventiladas a través de algunos medios, en especial la prensa: los alimentos llamados transgénicos u organismos modificados genéticamente (OMG), que han hecho que los grupos ecologistas alcen su voz de protesta ante los posibles peligros para el ambiente, la salud humana y la economía de los pequeños agricultores, en contra de las opiniones de

científicos que miran las posibilidades de estos productos para mejorar la producción agrícola. Ambos grupos manejan datos, cifras, que presentan a la colectividad, pero más allá de los grupos directamente involucrados hay muy poca opinión o análisis de este tema.

El otro tema es el de la llamada Medicina Sistémica, que ha hecho enfrentar a grupos de profesionales de la medicina, que ventilan argumentos tanto a favor como en contra de esta práctica. En el medio, los ciudadanos y las voces de los universitarios, en estas diatribas, parecen murmullos. Estimamos que los ciudadanos pudiéramos tener mejores criterios sobre temas controversiales si desde las universidades escucháramos las distintas opiniones de la comunidad científica.

### **Un gran apoyo: La política comunicacional**

Poner las comunicaciones universitarias al servicio de la ciencia es una decisión institucional, que ha de apoyarse en una política comunicacional orientada a la difusión de la actividad científica que se realiza en su interior, pero llevando esas informaciones más allá de las propias universidades y de sus propios medios de comunicación, irradiándolas al resto de los medios y por ende, al resto de la sociedad. De esta manera, la presencia de las ciencias y la presencia de las universidades en la agenda informativa diaria debería aumentar cualitativa y cuantitativamente. Lo que siempre tenemos que tener presente es que esa información institucional debe estar hecha con el lenguaje de los medios para que tenga fácil cabida en ellos.

En la Universidad de Los Andes, en Venezuela, (ULA) se ha venido haciendo, desde hace décadas, un esfuerzo continuado por lograr la difusión de las actividades científicas. La ULA es una institución autónoma, de las más importantes del país, con dos siglos de existencia, y con facultades diez facultades y dos núcleos donde se imparten carreras en distintas disciplinas científicas y humanísticas. En la última década, la casa de estudios comenzó a estructurar su política comunicacional, definida “el cuerpo doctrinario sobre el cual se crean, orientan, cohesionan, integran y legitiman todas las actividades de comunicación de la institución” (Universidad de Los Andes, 2002:7). Fueron años en los cuales un equipo multidisciplinario dio cuerpo a esa política que se ha venido aplicando con muchos tropiezos, pero que está allí, para ser aplicada y mejorada.

Como una organización compleja, la Universidad genera gran cantidad de información de interés para la propia comunidad universitaria y para la comunidad en general. Manejar esa información eficientemente, hacerla llegar a la mayor cantidad de personas posibles, es un propósito de la política comunicacional. La ejecución de dicha política está a cargo de la Dirección General de Medios de Comunicación, quien debe velar por que se cumplan las líneas de acción.

Hasta ahora, la forma de llevar adelante la comunicación de la ciencia universitaria se ha regido por algunas rutinas: planificar los mensajes, diseñar estrategias de divulgación, seleccionar los medios apropiados, ser proactivo en la búsqueda y procesamiento informativo han de ser tareas y actitudes



cotidianas para el éxito de la gestión comunicacional en una institución de educación superior.

Lo que se pretende con esta política es que los medios universitarios destaquen, permanentemente, los distintos elementos de la cultura institucional y de sus valores. Por ejemplo, la labor de los investigadores premiados puede permitir dar cuenta del premio y de la línea de investigación que obtuvo determinado reconocimiento, así como del equipo que acompaña al galardonado, destacando, igualmente el orgullo de la universidad y de la sociedad toda por contar con personajes que dedican su tiempo a una labor de gran trascendencia para la sociedad.

Asimismo, la política comunicacional de la ULA promueve la comunicación planificada a través de campañas institucionales, que pueden ser en temas puntuales de interés interno pero también de interés general por su contenido. Entre estas actividades se pueden citar una campaña por radio y prensa contra la violencia, y otra ambientalista, con mensajes sobre la manera en que los ciudadanos pueden contribuir a enfrentar o resolver problemas del medio ambiente.

En estas campañas ha participado personal de la Oficina de Prensa, dependencia clave en cualquier institución, por encargarse de la búsqueda y procesamiento de información vital para toda la Universidad. Si el trabajo de los investigadores es una mina de oro, la cantera de donde se extrae el más valioso material informativo universitario, los periodistas de las oficinas de prensa son los mineros que llevan al resto del colectivo tan preciado tesoro.

Ellos tienen el sentido de la noticia y de la primicia y es muy útil que empleen ese sentido periodístico en su trabajo institucional.

Antonio Marín Ruiz, de la Universidad de Granada, recoge lo que se entiende en los últimos tiempos como la verdadera noticia universitaria, esa que trasciende de la mera información sobre la gestión rectoral:

“Qué sería, pues, ‘noticia’: notas de prensa sobre resultados de investigación, libros o revistas científicos editados por las universidades, transferencia de resultados de investigación, programas de cooperación de ámbito nacional e internacional, prestación de servicios al conjunto de la sociedad (culturales, asistenciales, de formación, etc.), convocatorias (actividades dirigidas a la comunidad educativa y científica (becas, cursos, semanarios, congresos...), etcétera. En definitiva, el quehacer general universitario producido más allá del ejercicio de su gobierno o del rostro de tal o cual personaje que era, desgraciadamente, la información que nos estaba llegando”. (Marín (2005:91).

El mismo autor precisa algo fundamental cuando esta noticia se trabaja como boletín de prensa, y es que debe ajustarse a los criterios del periodismo en cuanto a lo noticioso; a los criterios de la universidad en cuanto a calidad, y al gusto de los editores.

Los materiales periodísticos producidos por los gabinetes u oficinas de prensa pueden servir para que la comunidad universitaria y la extra-universitaria conozcan de primera mano las aportaciones que se hacen a la ciencia y a la cultura de los centros de investigación locales y regionales. Del mismo modo, pueden constituirse en los promotores de debates, de análisis profundo y documentado sobre los avances de la ciencia y la tecnología. Por otra parte, los medios de comunicación institucionales abren un interesante espacio para la

opinión de los investigadores, para el debate sobre financiación de la actividad científico-tecnológica, sobre la ética de estos quehaceres. No debemos pasar por alto que los trabajos periodísticos producidos por las oficinas de prensa pueden ser un valioso insumo para los periódicos locales o regionales, que muchas veces no tienen periodistas asignados para cubrir la fuente educativa, científica y tecnológica. (Ferrer: 2002:78).

Consideramos que toda institución universitaria, al formular su política comunicacional e informativa, debe incluir expresamente entre sus acciones la divulgación y el periodismo científicos, por distintas vías, para lograr proyectar sus actividades e irradiar a la sociedad lo que sucede en su interior, en especial lo vinculado a la producción de cultura, esa razón de ser de las casas de enseñanza superior.

### **Una red para la ciencia y la cultura**

Las alianzas internas y externas pueden ser una excelente vía para lograr la divulgación de la ciencia y la promoción de la cultura. En este apartado explicaremos los esfuerzos para trabajar en red y lograr frutos en esta dirección. En 2004, la Dirección General de Medios de la ULA se incorporó a la *Red de Promoción Científica y Tecnológica*, alianza propulsada originalmente por la Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología del Estado Mérida (organismo gubernamental) y el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico de la Universidad de Los Andes.

Esta alianza ha permitido acometer acciones conjuntas, como la realización de cursos para capacitar a periodistas, educadores y

comunicadores populares, en temas de información científica y tecnológica; cursos para la producción de géneros audiovisuales; talleres para investigadores interesados en escribir artículos de opinión y divulgación para la prensa: la producción de un programa de TV sobre ciencia y tecnología, y la convocatoria de los Premios en Red a la Divulgación Científica, en sus menciones *Mejor trabajo periodístico* y *Mejor iniciativa*, para estimular la difusión de actividades vinculadas al acontecer académico universitario. De este modo, la Red busca despertar el interés de diversos sectores hacia la difusión científica, brindando herramientas y reconociendo la labor de quienes se dediquen a ello.

En 2004 se entregaron los premios por primera vez, con aportes de las tres dependencias. En ese mismo año, la Escuela de Medios Audiovisuales de la ULA también se sumó a la iniciativa para aportar personal y facilidades técnicas a los programas y proyectos conjuntos en pro de la divulgación científica y tecnológica.

### **Estimulando a los divulgadores**

El trabajo de la comunicación científica no es sólo un asunto de los periodistas y comunicadores profesionales. Es necesario, en el caso de la ciencia, contar con el apoyo de los investigadores, quienes en muchos casos están ganados a la divulgación, pero que carecen de algunas herramientas para que sus productos divulgativos sean fácilmente aceptados en los medios masivos. El lenguaje del *paper*, la rigurosidad en la cita o el título lleno de nombres en latín –por ejemplo- no tienen cabida en las páginas de un periódico,

que como sabemos, tiene un estilo propio de decir las cosas, así como un fin diferente de la información que transmite.

La necesidad de idear mecanismos para que la comunidad académica participe más activamente en la elaboración de materiales divulgativos y de opinión en los medios universitarios y en la prensa en general, así como las relaciones institucionales con otras universidades e instituciones, cristalizaron en el diseño y dictado de talleres que proporcionan a los investigadores un conocimiento elemental de la dinámica periodística así como herramientas para elaborar artículos periodísticos –tanto de divulgación como de opinión. De nuevo, las redes de trabajo han sido una experiencia fructífera.

Estos talleres para promover la divulgación científica, que hemos denominado *¡Escribe!*, han sido concebidos y planificados por dos periodistas que se desempeñan en el campo de la comunicación científica: María Teresa Arbeláez, de la Universidad Simón Bolívar, y mi persona, con el patrocinio de la Asociación Venezolana para el Avance de la Ciencia (AsoVAC) y la Fundación Polar. La actividad va dirigida a investigadores de distintas universidades y contribuyen a la extensión universitaria. En grupos de 12 personas y en 8 horas se proporciona a los interesados las herramientas básicas para escribir artículos de divulgación y opinión sobre temas de ciencia y tecnología, que cumplan con ese particular estilo del escrito periodístico.

Cada participante elabora un artículo que es revisado y mejorado en conjunto con las talleristas. Los mejores artículos luego se publican en los periódicos universitarios de la ULA y la USB; en un diario regional andino, El

Diario de Los Andes; y en el periódico digital de El Nacional, *el-nacional.com*. De este modo, estimulando y proporcionando adiestramiento a los investigadores para que se incorporen a la divulgación de sus trabajos o de temas vinculados con sus áreas de interés, ganamos unos aliados invaluable en esta tarea de difundir el conocimiento desde los medios universitarios y extra-universitarios.

### **Las oficinas de prensa**

La universidad, como institución, debe fortalecer las oficinas o gabinetes de prensa, que son de importancia capital para la creación de una cultura científica en la comunidad. Contar qué hacen los laboratorios y los centros de investigación de sus instituciones, los proyectos en proceso, sus dificultades, las personas que los conforman y muchos otros aspectos vinculados con la cotidianidad del trabajo científico, sirven para que la comunidad conozca, se informe y se eduque, en temas propios del periodismo científico. Para ello, los periodistas deben contar con adiestramiento y estímulos que permitan un mejor desempeño y una claridad hacia los objetivos que se plantean.

Entre los múltiples abordajes que se ha dado a los estudios de la comunicación está la denominada *comunicación organizacional*, la cual plantea el ejercicio periodístico desde el ámbito particular de las instituciones. Pérez Castillo (1998: 94) ha planteado que para desempeñarse profesionalmente de modo adecuado, hay que cumplir con un requisito importante como lo es tener una visión adecuada del entorno específico donde se actúa”.

Añade que:

“La comunicación es el proceso vital que constituye a las organizaciones y, sin embargo, su práctica profesional se reduce, las más de las veces, a un nivel operativo que consiste en la producción de piezas, la distribución de mensajes informativos y la organización de actividades. Esto está determinado por el tipo de representaciones que nos hacemos acerca de las organizaciones y de la comunicación misma” (Pérez Castillo, 1998:95).

No es un secreto la mala fama que acompaña muchas veces a las oficinas de prensa. Que si son los centros de producción de información dirigida, es decir, interesada y tendenciosa; que si los periodistas que laboran en ella son burócratas que sólo trabajan en horario de oficinas, que no salen a buscar las noticias y que se dedican fundamentalmente a cubrir los actos donde participan las autoridades o jefes de las instituciones a las que pertenecen. Casos habrá de todo tipo, no lo dudamos, pero conocer de cerca la dinámica de una oficina de prensa universitaria nos permite apreciarlas de otra manera, viendo sus limitaciones pero reconociendo sus enormes potencialidades en los esfuerzos de comunicación cultural y científica. Si los periodistas universitarios conocen mejor sus universidades, ese entorno específico donde actúan, y si toman conciencia del papel de la ciencia y la cultura para el desarrollo social, sus productos comunicativos y su ejercicio profesional podrá fortalecerse, en un proceso lleno de ganancias para la universidad y para toda la sociedad.

### **Acercarse más al público**

El acercamiento del público a los temas de la ciencia que pueden parecer lejanos es una de las posibilidades que brinda la comunicación pública de la ciencia universitaria: la conquista del espacio, los desarrollos de nuevos

medicamentos, los avances y dificultades en la labor de investigación –como ejemplos- pueden ser comentados, explicados y analizados por los investigadores de las universidades y centros de investigación que podrán hacernos más cercanos y comprensibles estos avances y despejar incógnitas que muchas veces nos dejan abiertas las noticias procedentes de las agencias de prensa internacionales, que en muchos casos son la materia prima informativa de diarios que circulan en ciudades con grandes universidades.

Consideramos que proyectar a la universidad y a la ciencia es el objetivo central de las comunicaciones universitarias. Siempre debemos tener presente el sentido originario del verbo comunicar: poner en común, hacer partícipes a los otros, comulgar, expandirnos. La política comunicacional universitaria es el sustento conceptual del derecho de los universitarios y de toda la comunidad de conocer qué se hace en los distintos ámbitos institucionales. Es la plataforma de donde se expande e irradia la misión universitaria y se proyecta el enorme potencial que tenemos, es también el soporte de la imagen institucional y el mecanismo de fomento de todos los valores universitarios, en los que destaca ser vanguardia científica y social.

Conocer distintas experiencias en este sentido será útil para cada universidad, pero lo más valioso es el concurso interno de las ideas y voluntades de todos los actores que hacen vida en estas instituciones. Insistimos en la necesidad de promover el trabajo de los periodistas universitarios, de mejorar su formación y de hacerlos tomar conciencia de la relevancia social y cultural de su labor; asimismo, reafirmamos que incentivar y



comprometer a los investigadores y a los comunicadores en la labor de difundir la ciencia universitaria es la única manera de hacer presente a la ciencia en los medios de comunicación. En las universidades tenemos las primicias y contarlas es un esfuerzo que vale la pena.

### **Referencias documentales**

- ✓ CALVO HERNANDO, Manuel (2003). *Divulgación y Periodismo Científico: entre la claridad y la exactitud*. México, Dirección General de Divulgación de la Ciencia, Universidad Nacional Autónoma de México.
- ✓ FERRER E., Argelia (2002) “¿Para qué son útiles los medios institucionales?” En *Comunicar* (19) 2do. semestre de 2002, Andalucía, Grupo Comunicar. pp 77-79.
- ✓ MARÍN, Antonio (2005) “Ciencia, medios de comunicación y universidades. Cómo dirigirnos a los *media*”. En VV.AA. (2005) *Universidad y Comunicación Social de la Ciencia*. Granada, Biblioteca de Bolsillo. Universidad de Granada, Universidad Nacional Autónoma de México. (pp. 87-110).
- ✓ PÉREZ CASTILLO, Juan G. (1998) “La aplicación de modelos de comunicación en las organizaciones”. En REBEIL, María y Celia RUIZSANDOVAL (coordinadoras). *El poder de la comunicación en las organizaciones*. México, Plaza y Valdés Editores y Universidad Iberoamericana. pp. 93-123.

- ✓ SÁNCHEZ R., José M. (2002) "Ciencia y Cultura". En TOHARIA, m (COORDINADOR) *La Ciencia es Cultura*". *II Congreso sobre Comunicación Social de la Ciencia*. Valencia, España, pp 95-98.
- ✓ TRÉSPIDI, Miguel Ángel (2005) "Cultura, ciencia y universidad en Latinoamérica. Reflexiones generales y estudio de un caso". En VV.AA. (2005) *Universidad y Comunicación Social de la Ciencia*. Granada, Biblioteca de Bolsillo. Universidad de Granada, Universidad Nacional Autónoma de México. (pp. 45-71).
- ✓ UNIVERSIDAD DE LOS ANDES (2002). *Dirección General de Medios de Comunicación*. Mérida, Dirección Gral. de Medios ULA.