



1 de marzo de 2014 | Vol. 15 | Núm. 3 | ISSN 1607 - 6079

ARTÍCULO

LAS OFICINAS DE COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA EN LA UNAM

Gabriela Frías y Aleida Rueda

LAS OFICINAS DE COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA EN LA UNAM

Resumen

Las oficinas de comunicación de la ciencia no son algo nuevo, especialmente en Europa o en Estados Unidos, donde algunas de ellas llevan más de cincuenta años en operación. Sin embargo, en México, en particular en los Institutos de Investigación Científica de la UNAM, son relativamente recientes. Desde la primera, llamada Oficina de Prensa y Difusión, en el Instituto de Investigaciones Biomédicas en 1995, estas unidades han aumentado en cantidad y personal profesionalizado para trabajar en ellas y, en poco

tiempo, algunas han logrado fortalecer proyectos que promueven el conocimiento científico tanto adentro como fuera de cada institución. En este artículo describimos las estrategias de comunicación de las unidades del Instituto de Astronomía, Ciencias Nucleares y Física, respectivamente. Sin embargo, la ausencia de parámetros y necesidades homogéneas han dado como resultado oficinas con objetivos, estructura y actividades disímiles que si bien proponen una rica variedad de estrategias de comunicación de la ciencia, también dificultan la creación de criterios para su evaluación, los recursos y la contratación de su personal, así como su reconocimiento y continuidad dentro de cada instancia.

Palabras clave: oficinas, comunicación, ciencia, UNAM, institutos, investigación, divulgación, periodismo, gabinetes, prensa.

“
A pesar de la acción pionera
que llevó a cabo el IIB en
materia de difusión, durante
casi 10 años no hubo ningún
proyecto similar dentro del
Subsistema de la Investigación
Científica de la UNAM.”

THE SCIENCE COMMUNICATION OFFICES AT UNAM

Abstract

Although the Science Communication Offices are not new in Europe or the United States, where some of them have over fifty years of operation, in Mexico, particularly in the Institutes of Scientific Research at UNAM, these are relatively recent. Since the first office focused to spread science appeared at the Institute of Biomedical Research in 1995, these offices have been increasing in number and professional staff to work in them. In their short time, some of them have strengthened some successful projects that promote scientific knowledge both inside and outside the institution. In this article, we describe the communication strategies from three Science Communication Offices: the ones at the Institutes of Astronomy, Nuclear Sciences and Physics, specifically. However, the lack of homogeneous parameters and requirements have resulted in offices with dissimilar objectives, structure and activities that have produced a rich variety of strategies for communicating science and at the same time it hampers the creation of parameters for its evaluation, resources and hiring staff as well as its importance and continuity within each institute.

Keywords: *Office, communication, science, UNAM, institute, research, journalism, press.*

LAS OFICINAS DE COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA EN LA UNAM

Los primeros pasos: Biomédicas y su *Gaceta*

En 1995 se crea en el Instituto de Investigaciones Biomédicas (IIB), la primera área de "difusión" de la UNAM con el objetivo de comunicar las investigaciones más relevantes del instituto. La oficina, denominada Oficina de Prensa y Difusión, fue establecida durante la gestión de Carlos Larralde por la maestra Rosalba Namihira con el objetivo de "informar a la comunidad del Instituto, de la Universidad, y a la sociedad en general, sobre las acciones, programas, avances, logros y retos que en materia de investigación biomédica y de biología experimental, realiza, así como de los planes y programas encaminados a la formación de investigadores" (NAMIHIRA, 2006). Una de las acciones que promovió dicha oficina desde 1996 fue la creación de la *Gaceta Biomédicas*, un vehículo de comunicación mensual entre los investigadores que, según Namihira, ha servido para tender puentes entre ellos y la sociedad y ha promovido que los medios de comunicación se interesen en cubrir dichos temas. La propia fundadora de la oficina valora que esto se logró gracias a que *Gaceta* llegaba a los medios de comunicación con información que no estaba usualmente en la agenda mediática. De hecho, de acuerdo con Namihira, del 2000 al 2004 hubo un total de 426 apariciones del IIB en los medios (radio, televisión periódicos y revistas), que en promedio suman 85.2 al año, lo que supera el periodo 1996-2000, que fue de 25.22 notas por año. El objetivo era que *Gaceta Biomédicas* fuera un medio de comunicación no sólo de noticias del IIB, sino que incluyera información relacionada con ciencias biomédicas de diversas fuentes: universidades, empresas o gobierno. Desde enero del 2008, la Oficina está a cargo de la licenciada en comunicación Sonia Olguín. *Gaceta Biomédicas* se ha consolidado como medio de difusión en la materia, con 16 páginas y 5,000 ejemplares que son distribuidos entre 800 usuarios registrados. Desde el 2007, Olguín tiene plaza de técnico académico, una secretaria y una reportera contratada por honorarios.

Noche de las Estrellas 2013 en la UNAM

<http://youtu.be/Vq78uaYofA0>



El "boom" de la divulgación de la astronomía desde el IA

A pesar de la acción pionera que llevó a cabo el IIB en materia de difusión, durante casi 10 años no hubo ningún proyecto similar dentro del Subsistema de la Investigación Científica de la UNAM. Fue hasta 2004 que se creó la Oficina de Difusión en el Instituto de Astronomía, promovida por un grupo de astrónomos que desde sus inicios mostraron mucho interés en divulgar su trabajo, como Julieta Fierro, Miguel Ángel Herrera y Luis Felipe Rodríguez, entre otros, quienes tenían ya una participación importante en eventos de divulgación. Julieta Fierro fue directora de la Dirección General de Divulgación de la Ciencia de la UNAM (2000-2004) y ya para entonces era una personalidad muy reconocida en el ámbito de la divulgación de la astronomía.

De acuerdo con el primer responsable del área y periodista de formación, Rolando Ísita (2010), y por lo que se creó un área encargada de coordinar los esfuerzos de difusión del Instituto:

no había un trabajo institucional constante y sistemático para informar a la opinión pública, a los medios de comunicación, de los proyectos, investigaciones, descubrimientos y avances del Instituto mismo, salvo esporádicos y exitosos esfuerzos individuales o demandas de información puntual por la Dirección General de Comunicación Social de la UNAM, de *Gaceta UNAM*, o algún reportero de prensa.

Desde su inicio, el modelo de Ísita proponía una estrategia de persuasión con el objetivo de "inducir socialmente creencias y conductas favorables a la cultura científica con todos los medios y recursos disponibles" (2010). Buscaba "posicionar a la ciencia en general y a la astronomía en particular en la agenda pública de manera competitiva y convincente" y estaba enfocada en la interacción con los medios masivos de comunicación mediante el envío boletines de prensa.

En 2006, Mariana Espinosa, maestra en filosofía de la ciencia con formación en física y fotografía, entra al Instituto de Astronomía a colaborar con Ísita en la Oficina de Difusión. Espinosa inicia la publicación del blog "La estela astronómica", una ventana de comunicación interna y hacia el público no especializado, en la que aparecían las actividades semanales y noticias recientes sobre astronomía. Durante esta gestión ocurre el 1er Encuentro de Ciencias, Artes y Humanidades, que en 2014 cumple su edición 70, coorganizado con la Coordinación de la Investigación Científica; así como el Año Internacional de la Astronomía y el Reto México, un evento que logró el récord del mayor número de personas observando la luna al mismo tiempo con telescopio (2,978).

En el 2009, el IA creó una de las acciones más exitosas de su proyecto de comunicación de la ciencia: La noche de las estrellas. Este evento, que se lleva a cabo una vez al año a nivel nacional, logra reunir a académicos de varias áreas y grupos de astrónomos aficionados para divulgar la astronomía. Se presentan carpas temáticas, talleres, pláticas de divulgación de la ciencia y observaciones con telescopios. De acuerdo con el informe del IA, en la edición de 2012, que se llevó a cabo en el Zócalo Capitalino, hubo alrededor de 70,000 asistentes; participaron 6 sociedades astronómicas, varios centros de investigación y educación superior, planetarios y museos de ciencia del Distrito Federal, varios distribuidores de telescopios, y centros culturales, históricos y arqueológicos. El evento duró cerca de 10 horas y para manejarlo se necesitaron cerca de 850 voluntarios, entre

estudiantes, divulgadores, investigadores y astrónomos aficionados.

La comunicación de la astronomía no sólo ha provenido del IA de la Ciudad de México. Desde 1970 se han llevado a cabo actividades en esta área con el inicio del Instituto de Astronomía campus Ensenada, donde está localizado el Observatorio Astronómico Nacional. Aun sin personal específicamente contratado para ello, se ha conformado un equipo con el apoyo de estudiantes de posgrado que lleva a cabo eventos de divulgación, experimentos, talleres, carteles, juegos de mesa y charlas de astronomía para el público en general.

Cuando concluyó la gestión del Dr. José Franco como director del IA, el Dr. William Lee, nuevo director del IA, y su equipo, decidieron iniciar una segunda etapa en el proyecto de difusión y promoción de la ciencia del Instituto. La primera fase de esta etapa estuvo a cargo de la Dra. Elena Jiménez Baylón, investigadora del IA, que tenía interés pero no formación en comunicación de la ciencia. Debido a que la Dra. Baylón decidió regresar a sus labores de investigación, en 2012 se conformó un nuevo equipo liderado por la Dra. Bárbara Pichardo, investigadora del IA, como jefa de la Oficina de Comunicación. En esta etapa se contrataron por honorarios a la Mtra. Brenda Arias como comunicadora de la ciencia y al Mtro. Mario de Leo, como encargado de las redes sociales del instituto. También se contrató por honorarios al físico Enrique Anzures para colaborar en la organización de los eventos del IA. Este equipo ha logrado una presencia importante en los medios de comunicación, ha participado activamente en la organización de eventos masivos, en particular la Noche de las estrellas. Además, ha sido exitoso en manejo de redes sociales, el cine debate "CinedebArte Conciencia" y en la creación de exposiciones astronómicas.

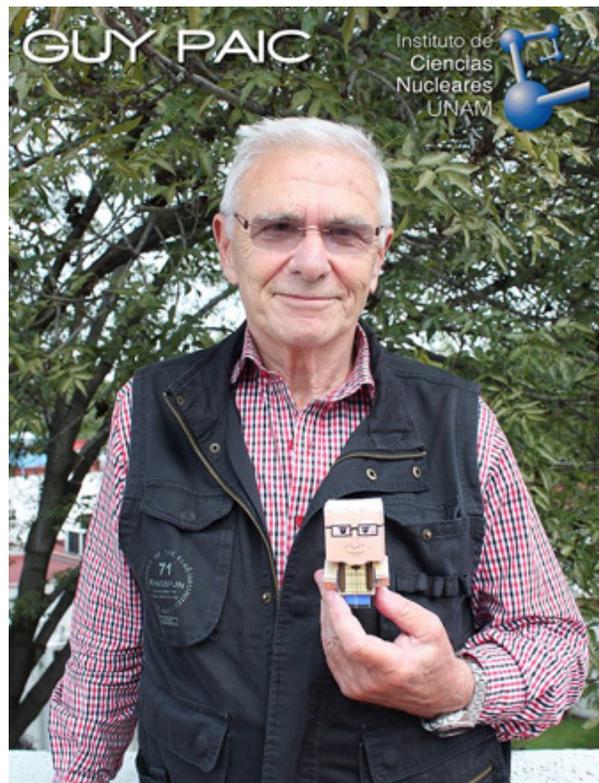
Aunque el IA fue el primero en tener un proyecto institucional de comunicación de la ciencia dentro de la UNAM, que ha resultado exitoso y constante en términos de eventos, asistentes y una mayor presencia de temas relacionados con astronomía en los medios de comunicación, ha enfrentado problemáticas como la falta de plazas académicas para quienes llevan a cabo dichas tareas.

El modelo de comunicación integral del ICN

El proyecto de "difusión y divulgación" de la ciencia del Instituto de Ciencias Nucleares (ICN) inició en una primera etapa en 2005 durante la gestión de Alejandro Frank Hoeflich. Para llevar a cabo este proyecto se contrató en 2005 al Fis. José Ramón Hernández, que se dedicaba principalmente a organizar visitas guiadas y a realizar acciones de periodismo científico. Este proyecto no cumplió con las expectativas del Instituto, pues los científicos deseaban que la dependencia tuviera una presencia importante en los medios de comunicación y que realizara eventos de divulgación de la ciencia. Es más, se esperaba que la persona encargada de llevarlo a cabo tuviera tanto una formación científica como de escritor profesional. Por lo tanto, en septiembre de 2008 se inició una segunda etapa, dirigida por Gabriela Frías, formada en matemáticas, filosofía, literatura inglesa y comunicación de la ciencia, quien propuso, junto con un comité asesor, un plan integral para llevar a cabo distintas acciones de comunicación de la ciencia. Éstas deben incluir publicaciones de periodismo científico y divulgación en medios masivos de comunicación, acciones multimedia en páginas web y redes sociales, eventos de comunicación de la ciencia, talleres, etcétera. La línea que le da cohesión a estos proyectos es la

Dr. Guy Paic, investigador del Departamento de Física de Altas Energías del ICN, responsable del Laboratorio de Detectores y líder del equipo del ICN que labora en ALICE-LHC-CERN. Aquí con su muñequito para el taller para niños: "Ellos, como tú...". Foto: Facebook.

base teórica, creada a partir de estudios desde la filosofía, sociología y antropología de la ciencia, principalmente basada en los estudios de León Olivé, Harry Collins, Antonio Lafuente, Jürgen Habermas y Bruce Lewenstein, entre otros. En esta oficina se reconoce el multiculturalismo no solamente entre los distintos tipos de público, sino también entre los miembros de las comunidades científicas. La propuesta tiene una intención dialógica, que pretende impulsar discusiones entre los científicos y otros actores sociales de un modo lo más horizontal posible, es decir, tratando que la asimetría jerárquica entre aquellos que poseen el conocimiento científico y aquellos que no están familiarizados con él no impida un diálogo en el que todos los participantes puedan dar su punto de vista. Más aún, se reconoce que puede haber una desconfianza auto infligida de parte del público en general al estar en contacto con los temas científicos.



Entre las acciones que han resultado más efectivas dentro de esta propuesta está el posicionamiento del ICN en los medios de comunicación. Hasta 2007, antes de la creación de la oficina, había un promedio de 10 apariciones en medios escritos (periódicos, revistas e internet) al año. Durante 2013 se registraron alrededor de 370 apariciones en dichos medios. También se publican regularmente artículos de divulgación de la ciencia, boletines de prensa, noticias en la página web del Instituto y redes sociales. Actualmente se tienen 10,941 amigos en Facebook y 5,197 seguidores en Twitter. A partir de 2008 también se inició la organización de varios eventos de comunicación, entre los que se puede mencionar el "Mes Galileano", que se organizó en 2009 en colaboración con la Dirección General de Divulgación de la Ciencia, para celebrar con pláticas, talleres y exposiciones el Año Internacional de la Astronomía. También se organizó el "Mes de Einstein", un evento de divulgación de la ciencia, similar al "Mes Galileano", en el que se habló sobre gravitación y relatividad general. La plática magistral de dicho evento fue impartida por George Smoot, Premio Nobel de Física 2006, en la Sala Nezahualcóyotl de la UNAM, con una asistencia de 2,200 personas. Asimismo, se organiza anualmente un día de puertas abiertas llamado "Día de la divulgación". Todas las acciones prácticas de la oficina tienen un fuerte componente de comunicación visual de la ciencia, basado en estudios teóricos sobre el tema.

La oficina, con el nombre oficial de Unidad de Comunicación de la Ciencia (UCC), se consolidó finalmente en junio de 2013, convirtiéndose en la primera de su tipo al obtener reconocimiento oficial por la UNAM. Esto ocurrió durante la gestión del Dr. Miguel

Alcubierre Moya como director del ICN, quien consiguió una plaza de Funcionario Coordinador de la Unidad de Comunicación de la Ciencia, lo que representa un antecedente muy importante para las oficinas de comunicación de la ciencia de la UNAM. Aunque muchos funcionarios que dirigen coordinaciones tienen plazas semejantes, la UNAM nunca antes había dado una de este tipo para un área de comunicación de la ciencia en un instituto de investigación científica. Al contar con ella, la oficina forma parte del organigrama oficial del instituto y obtiene una asignación presupuestal anual asignada por la UNAM. Actualmente, la UCC del ICN cuenta con tres plazas: dos de técnico académico y una de secretaria ejecutiva. Además, cuenta con un divulgador de la ciencia pagado por honorarios, cinco becarios y varios estudiantes de servicio social y tesistas en el área de comunicación de la ciencia.

El modelo de periodismo de ciencia del IF

Paralelamente al surgimiento de las Oficinas de Comunicación del IA y del ICN, nacieron iniciativas para comunicar la ciencia desde otros institutos de la UNAM, promovidas por diversos grupos que se formaron en los Institutos de Ecología, Matemáticas, Geología, Geografía, Ciencias de la Atmósfera y Fisiología Celular, entre otros.

Entre los proyectos que surgieron en años recientes, está el del Instituto de Física de la UNAM, oficialmente nombrado Unidad de Comunicación, (UCIF) que inició con la gestión de Manuel Torres Labansat como director del instituto en octubre del 2011 bajo la dirección de la física Lucina Melesio Friedman y cuya estrategia de comunicación descansa, sobre todo, en el periodismo de ciencia. Desde entonces, la UCIF se planteó difundir las principales investigaciones de la comunidad (proyectos, artículos, seminarios, coloquios, congresos, estancias de investigación, etcétera) en un formato de noticia periodística, principalmente (aunque también hay coberturas en otros géneros y formatos), que responda las preguntas básicas del periodismo (¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿quién?, ¿cómo?) pero con un énfasis en la pregunta básica de la fuente científica: ¿por qué? O, en otros casos: ¿cómo lo saben? Con ello, la UCIF busca establecer una estrategia de comunicación que no sólo permita mantener informada a la misma comunidad del IF sobre lo que hace, sino que, por un lado, les permita a los medios de comunicación estar mejor preparados para cubrir investigaciones desarrolladas en el Instituto (en contraposición a recibir, copiar y pegar boletines de prensa) y, por otro lado, que provea de un contexto crítico al público no especializado en temas conectados directa o indirectamente con la física.

Desde febrero del 2012, la UCIF está bajo la dirección de la maestra en periodismo Aleida Rueda Rodríguez, quien ha construido su estrategia de comunicación con la base teórica del Modelo de Funcionalidad del Periodismo de Ciencia (desarrollado en la Unidad de Periodismo de Ciencia de la Dirección General de Divulgación de la Ciencia de la UNAM por Javier Cruz y su equipo de investigadoras). Éste plantea desarrollar esquemas de evaluación y cobertura de temas de ciencia con base en su "funcionalidad", es decir, que cumpla principios periodísticos básicos como objetividad, novedad, actualidad y verificación pero que también satisfaga necesidades informativas ciudadanas. Esto quiere decir, que provea de información científica clara, profunda y fundamentada en el razonamiento lógico a partir de la cual los lectores puedan tomar decisiones y participen activamente en los debates públicos. Para ello, se hace un trabajo periodístico en tres

pasos: 1) una cobertura permanente de los eventos y artículos especializados que llevan a cabo los investigadores del IF, tal como si fuera un medio periodístico; 2) una investigación a partir de fuentes escritas y entrevistas directas con los investigadores, que permita contextualizar cada tema y "traducirlo" de forma que temas de física de altas energías o de nanociencia, por ejemplo, puedan ser comprendidos por un público no especializado; y 3) la elaboración de productos diversos que respondan a las necesidades del público pero también a las características de la información disponible, que pueden ir desde una nota periodística, un reportaje, un video o una infografía hasta un resumen de algún artículo especializado.

Beakman en la celebración
 de los 75 años del IFUNAM.
 Foto: Luis Contreras.



Esta forma de trabajo le ha permitido a la UCIF tener una producción de contenidos propios y mayoritariamente exclusivos que envía a los medios de comunicación (no como boletines sino como productos periodísticos de ciencia ya terminados) para que estos acudan al Instituto a cubrir dichos temas y que eventualmente el IF sea una fuente de información posicionada en temas de física.

Los resultados de dicha estrategia son difíciles de cuantificar pero pueden interpretarse positivamente. En dos años (2012-2014), se han publicado un total de 189 noticias, 19 "resúmenes" sobre artículos de investigación y se han registrado 124 apariciones de los investigadores en medios de comunicación (60 por año en promedio). Un ejemplo claro es que de los 10 "resúmenes" de artículos especializados que produjo, 8 fueron retomados por los medios, es decir, se logró que los medios cubrieran información que hubiera pasado desapercibida fácilmente si la UCIF no hubiera hecho este trabajo de "traducción". Actualmente se lleva a cabo un trabajo de investigación para evaluar la calidad (funcionalidad), de los productos periodísticos que surgen del Instituto a partir de criterios propios tanto de los periodistas como de los investigadores.

Finalmente, ha habido un aumento significativo en las redes sociales del IF: 7,500

seguidores en Twitter y 50,500 en Facebook, con un aumento inesperado de más de 45 mil producto de la participación de Beakman en el más reciente Encuentro de Ciencias, Artes y Humanidades, en el marco de los 75 años del Instituto. En julio del 2012 se obtuvo una plaza de técnico académico para la coordinadora y actualmente tiene un equipo de 10 personas (becarios, de servicio social y voluntarios con formación en física, periodismo y comunicación) dedicadas exclusivamente a las tareas de comunicación.

Foto: Rodrigo Gómez. 



Problemática actual

De acuerdo con la Coordinación de la Investigación Científica, son 20 institutos y 10 centros los que forman parte del Subsistema de la Investigación Científica (SIC) de la UNAM, agrupados en tres grandes áreas del conocimiento: Ciencias Químico-Biológicas y de la Salud; Ciencias Físico-Matemáticas y Ciencias de la Tierra e Ingenierías. Uno de los seis objetivos del SIC es: "promover la vinculación de la ciencia con la sociedad para atender mejor sus necesidades". Aunque esta debiera ser, en teoría, una tarea natural de las unidades de comunicación de la ciencia, solamente 14 cuentan con personal dedicado a ello y son aún menos las que están incluidas en el organigrama con personal exclusivo contratado para ello (ver cuadro).

	Centro o Instituto	Nombre de la oficina	Coordinador(a)/tipo de contrato
1	Centro de Ciencias Matemáticas	Unidad de Divulgación y Vinculación	Daniel Pellicer (investigador) Gasde Hunedy (técnico académico)
2	Centro de Radioastronomía y Astrofísica	Divulgación	Luis Zapata (investigador)
3	Instituto de Astronomía	Área de Comunicación de la Ciencia	Bárbara Pichardo (investigadora) Brenda C. Arias (honorarios) Mario De Leo Winkler (honorarios) Enrique Anzures (honorarios)
4	Instituto de Ciencias Nucleares	Unidad de Comunicación de la Ciencia	Gabriela Frías (técnico académico) Aline Guevara (técnico académico) David Venegas (honorarios)
5	Instituto de Energías Renovables	Unidad de Comunicación de la Ciencia	Mireya Gally (investigadora)
6	Instituto de Física	Unidad de Comunicación	Aleida Rueda (técnico académico)
7	Instituto de Matemáticas	Sección de Difusión y Divulgación	Juan José Montellano (investigador) Paloma Zubieta (técnico académico)
8	Instituto de Ecología	Unidad de Divulgación y Difusión	Clementina Equihua (técnico académico) Gabriela Jiménez (técnico académico)
9	Centro de Investigaciones en Ecosistemas	Unidad de Vinculación	Leonor Solís (técnico académico)
10	Instituto de Fisiología Celular	Coordinación de Divulgación y Promoción Científica	Cynthia Hall Haro (honorarios)
11	Instituto de Investigaciones Biomédicas	Prensa y Difusión	Sonia Olguín (técnico académico) Keninseb García (honorarios)
12	Instituto de Neurobiología	Comisión de Difusión	Cristina Medina (técnico académico)
13	Instituto de Geografía	Comisión de Difusión	Marco Miramontes (becario)
14	Instituto de Geología	Coordinación de Comunicación de la Ciencia	Fabián Durán (honorarios)

Con el aumento de oficinas de comunicación de la ciencia en la UNAM y de los proyectos que buscan difundir las investigaciones a un público más amplio, se han vuelto más evidentes las problemáticas de tipo estructural que permean en muchas de ellas. La primera tiene que ver con la falta de un reconocimiento oficial para que exista propiamente una oficina con tareas exclusivas de comunicación, y no solamente comisiones, comités o individuos que lleven a cabo estas tareas. Esto tiene como consecuencia una definición poco clara de objetivos y actividades: en el mejor de los casos, estos son creados por los responsables de cada oficina junto con la dirección y/o un comité asesor, pero en otros casos, las tareas se plantean y se modifican en función de uno o varios investigadores sin una formación en comunicación de la ciencia. De ahí que haya algunas

oficinas más enfocadas en promocionar el trabajo de sus investigadores para tener mayor apoyo entre los tomadores de decisiones, otras que buscan más vinculación con las empresas, otras que se preocupan por posicionar a sus investigaciones en los medios de comunicación para volverse referentes en sus áreas de competencia, otras a las que les interesa más la comunicación institucional (interna) y otras más dedicadas a llevar a cabo proyectos de educación de la ciencia.

La mayor parte de las oficinas de comunicación de la ciencia inician con una sola persona que tiene que realizar una gran variedad de labores. La mayoría de los encargados de estos proyectos no cuentan con plazas académicas ni con una remuneración adecuada, lo que dificulta su permanencia al frente de las oficinas y desmotiva a una buena parte de quienes intentan empezar nuevas estrategias de comunicación. En los casos en que existe una persona contratada por honorarios para desempeñar labores de comunicación, los procedimientos para que se le otorgue una plaza suelen ser lentos y, a veces, inexistentes. Además, la mayor parte de estos proyectos empiezan sin un presupuesto asignado, un espacio fijo ni el equipo necesario para llevar a cabo su trabajo. En realidad, la creación de este tipo de oficinas depende del interés y compromiso de la autoridad en turno de cada instituto, y no existe una necesidad explícita formulada dentro de los estatutos, organigramas y estructura de cada dependencia para que estas funciones se den de forma continua sin que se vean amenazadas por cada cambio de gestión.

Foto: Lourdes Ambrosio. 



La existencia y las funciones de estas oficinas son algo nuevo para muchas comunidades de investigadores, por lo que los encargados de estos proyectos muchas veces padecen la falta de reconocimiento a su labor. Es común que cuando los proyectos son muy jóvenes (como lo son la mayoría) se considera que la labor del comunicador de la ciencia es sencilla, que cualquier persona la puede llevar a cabo y que resulta un gasto inútil para los institutos.

Como el trabajo de los responsables de estas oficinas depende de la interacción

con los investigadores, otra problemática es que varios de ellos se enfrentan a una comunidad académica poco acostumbrada o poco interesada en divulgar su trabajo, lo cual puede derivar en presiones, desinterés y una relación no propicia para la difusión.

Finalmente, debido a lo recientes que son estos proyectos, hay poca información y formación en las escuelas de comunicación, periodismo y ciencias del país sobre esta línea profesional, de manera que no suele ser vista como una opción real y rentable para que nuevas generaciones de profesionales ofrezcan proyectos de comunicación a más institutos.

Conclusiones

A pesar de que muchas oficinas de comunicación de la ciencia enfrentan varias problemáticas, lo cierto es que su misma existencia es reflejo de un cambio en la comunidad académica y las autoridades de las universidades, que consideran un valor importante comunicar a la sociedad los resultados de la investigación científica y deciden apostar por ello. En una sociedad democrática se plantea que los ciudadanos deben participar en los debates públicos y que para ello requieren la mayor información (de calidad) posible. En los temas de ciencia, política, economía, o cultura con fuertes implicaciones científicas, los ciudadanos también requieren la información científica necesaria para poder decidir, analizar o cuestionar las políticas públicas o el simple conocimiento que de ellos se deriven. En ese sentido, el papel de las oficinas de comunicación de la ciencia en institutos de investigación científica, como los de la UNAM, resulta cada vez más determinante para difundir el conocimiento que hasta hace 10 años sólo estaba disponible para los miembros de la misma comunidad. De ahí surge la necesidad de que estas oficinas tengan estrategias de comunicación exitosas y replicables que cuenten con especialistas en el área, que sean remunerados y respaldados por la misma comunidad académica.

El futuro de la comunicación de la ciencia, y muy probablemente de la producción científica nacional, descansa, por un lado, en la profesionalización de comunicadores, divulgadores, periodistas y científicos capaces de generar a partir de ella un espacio para la reflexión y el pensamiento racional y crítico por parte de la sociedad. Por el otro lado, de nuevos actores institucionales que tomen un papel más activo en el debate público y logren crear los puentes necesarios para que la investigación que generan no sean solamente un vehículo para la propia consolidación académica, sino que sea justificada, valorada y legitimada por la sociedad en su conjunto.

Quizás por ello la existencia de oficinas de comunicación en instituciones de ciencia se perfila cada vez más claramente como un elemento imperativo para que las instituciones científicas cumplan con una de sus responsabilidades, que a pesar de ser una de las más importantes no ha sido suficientemente atendida: vincular a la ciencia con la sociedad, pero desde una perspectiva crítica, responsable y útil, que propicie la generación de soluciones para los grandes problemas nacionales.

Bibliografía

- [1] CRÚZ MENA, Javier: "La Ciencia del Periodismo de Ciencia", en TONDA, J., Sánchez, A. M. y Chávez, N. (eds.) *Antología de la Divulgación de la Ciencia en México*, México: Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM, 2002.
- [2] Blog de Mariana Espinosa "Sureña": <http://marianaespinosa.blogspot.mx/>
- [3] FRÍAS VILLEGAS, Gabriela. *Una propuesta teórico-práctica para la Unidad de Comunicación de la Ciencia del Instituto de Ciencias Nucleares de la UNAM*. Prueba original presentada por la Mtra. Gabriela Frías Villegas para el concurso abierto para aspirar a la plaza de Técnico Académico Titular "A" de Tiempo Completo, en el área de Comunicación de la Ciencia convocado por el Instituto de Ciencias Nucleares de la UNAM en la Gaceta del 7 de junio de 2012.
- [4] KOVACH, Bill y Rosenstiel, Tom: "The Elements of Journalism. What newspeople should know and the public should expect". *Crown Publishers*, 2001.
- [5] ÍSITA TORNELL, Rolando. "La astronomía y la opinión pública". Protocolo original presentado para el concurso abierto para aspirar a la plaza de Técnico Académico Titular "B" de Tiempo Completo, convocado por la Dirección General de Divulgación de la Ciencia, en la Gaceta del 16 de marzo de 2010.
- [6] Instituto de Física "Comunicación" (2014). Disponible en internet en: www.fisica.unam.mx
- [7] "Institutos y Centros" Coordinación de la Investigación Científica, 2014 [en línea]. <http://www.cic-ctic.unam.mx/cic/subsistema/institutos_centros.cfm>
- [8] NAMIHIRA, Rosalba. *Las oficinas de prensa como herramientas para la comunicación de la ciencia en las instituciones de educación superior en México: el caso de la Oficina de Prensa y Difusión del Instituto de Investigaciones Biomédicas*. Tesis. Maestría en Filosofía de la Ciencia UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 2006.
- [9] Sección de la Unidad de Comunicación de la Ciencia (UCC) del Instituto de Ciencias Nucleares, 2014 [en línea]. Disponible en ternet en: <www.nucleares.unam.mx>

Entrevistas

Marco Miramontes (25 noviembre 2013).

Rosalba Namihira (7 de marzo 2014).

Sonia Olguín (10 de marzo 2014).

Mariana Espinosa (11 de marzo 2014).

María Eugenia García (11 de marzo 2014).