

## Productos de comunicación pública de la ciencia y la tecnología: el caso de la Universidad Nacional de Misiones

---

**María Itatí Rodríguez**

### Resumen

Este trabajo comparte avances de una investigación en curso que indaga sobre los sentidos en relación a la comunicación de la ciencia y la tecnología (CPCyT) por parte de investigadores/as de la Universidad Nacional de Misiones. Nos interesa reflexionar sobre el rol central de la comunicación social para la producción y comunicación de conocimientos científico-tecnológicos. Nuestro estudio indaga sobre formatos y medios utilizados por investigadores/as para comunicar los resultados de sus producciones. En este artículo nos centraremos en identificar, describir y analizar productos de CPCyT propuestos en proyectos de dicha Universidad durante el 2018–2020.

### Palabras clave

Comunicación académica; Ciencia y medios; Ciencia y Sociedad

### DOI

<https://doi.org/10.22323/3.06020207>

*Fecha de recepción:* 10 de noviembre de 2022

*Fecha de aceptación:* 6 de febrero de 2023

*Fecha de publicación:* 30 de octubre de 2023

---

### Introducción

La Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología (CPCyT) se convierte hoy en un componente clave para instituciones gubernamentales y científicas en la búsqueda de visibilidad, legitimación, financiamiento. Las sociedades contemporáneas se encuentran ante el desafío de entablar diálogos y discusiones en la esfera de lo público sobre la producción del conocimiento científico-tecnológico, mientras que los organismos de Ciencia y tecnología ante el desafío de estimular la cultura científica. Este trabajo comparte avances de una investigación en curso<sup>1</sup> en la cual se busca indagar sobre los sentidos en relación a la CPCyT por parte de investigadores/as de la Universidad Nacional de Misiones (UNaM, Argentina). Nos interesa reflexionar sobre el rol central de la comunicación social para la

---

<sup>1</sup>Proyecto PICT 2020 “Comunicación pública de la ciencia y la tecnología en la Universidad Nacional de Misiones” (Código PICT-2020-SERIEA-00363) financiado por la Agencia Nacional de Promoción de la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación (Argentina), Investigadora responsable (IR) Dra. María Itatí Rodríguez (UNaM-CONICET).

producción y comunicación de los conocimientos científico-tecnológicos. El objetivo general de nuestra investigación se centra en identificar, caracterizar y analizar productos y modos de comprender a la comunicación pública de la ciencia y la tecnología por parte de investigadores/as de esta Universidad.

De esta manera en este artículo nos centraremos en identificar, describir y analizar productos de CPCyT propuestos en proyectos de la UNaM durante el periodo 2018–2020. Nos preguntamos sobre formatos y medios utilizados por investigadores/as para comunicar los resultados de sus investigaciones. Especialmente, ¿Qué productos, formatos y espacios eligen y reconocen para comunicar los resultados de sus investigaciones? ¿Qué rol ocupan los públicos en las piezas comunicacionales producidas?

### Lineamientos teóricos de nuestro estudio

Nos mantenemos en la línea de los estudios sobre Comunicación Social que hacen referencia a «complejos entramados históricos, institucionales e intersubjetivos que subyacen en la producción social de sentido, y no simplemente a los mecanismos, mediáticos o no, de producción, circulación y apropiación de “mensajes”» [Fuentes-Navarro, 2008, p. 154]. En este sentido, consideramos que la trayectoria del campo, es una base sustancial para indagar sobre los procesos de CPCyT. También se reconocen los aportes de los estudios sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS) como campo de trabajo donde se trata de entender el fenómeno científico-tecnológico en contexto social [Albornoz, 1997; Oteiza & Vessuri, 1993; Kreimer & Thomas, 2004; Vaccarezza, 2004; Vessuri, 1987, 2007].

En este contexto, la CPCyT permite que «parte de los procesos culturales y el conocimiento originado dentro del campo científico circule en comunidades más amplias e integre procesos de apropiación cultural» [Castelfranchi & Fazio, 2021, p. 9]. Comprendemos a la CPCyT como prácticas que implican «una red compleja de flujos y de intercambios de informaciones entre grupos sociales variados, que no siempre tienen científicos y especialistas como único punto de partida y no siempre tienen divulgadores, periodistas o educadores como mediadores» [Polino & Castelfranchi, 2012, p. 352].

En este contexto, al referirnos a estrategias de comunicación las entendemos como iniciativas planificadas, articuladas y coordinadas que implican una interacción comunicativa, asumiendo la innegable asimetría generada por las condiciones materiales de producción de los distintos sujetos implicados en los procesos comunicativos [Uranga & Vargas, 2004]. Las estrategias de comunicación buscan dar visibilidad a actores, sectores, conflictos sociales, nuevas formas de organización [Uranga & Vargas, 2004], y podemos agregar, a modos de saber, modos de conocimiento. En este contexto, consideramos que toda pieza/producto sobre CPCyT implica una estrategia, un modo de entender ese proceso comunicativo específico.

En esta línea, continuaremos la indagación semiótica-comunicativa en relación a los productos/piezas de CPCyT entendidos como formatos, es decir, *complejos mnemo-semióticos y comunicativos* que nos permiten dar cuenta de la conformación, características, operaciones y finalidades de este tipo de «dispositivo per-formativo» [García, 2004, 2015]. Uno de los modos que toman estos formatos son los de *massmediación* (por ejemplo los que se mencionan como productos de

CPCyT: un programa de radio, una nota periodística, etc.) entendidos como dispositivos que re-producen sentido, memoria y comunicación, que negocian modos de hacer-saber. Mediante distintos formatos se comunican ideas o valores políticos, ideológicos, religiosos, sociales, culturales, científicos y tecnológicos.

Finalmente, consideramos fundamentales los aportes de los estudios de CPCyT. En primer lugar, los trabajos que reflexionan y debaten sobre los modelos de CPCyT [Cortassa, 2010, 2016; Bucchi, 2008; Bucchi & Trench, 2008; Trench, 2008] y señalan las evoluciones y transformaciones de estos estudios desde su conformación [Bauer, 2008, 2009; Castelfranchi & Fazio, 2021; Kreimer, 2015; Levin & De Filippo, 2021; Polino & Castelfranchi, 2012]. Podemos señalar trabajos recientes que tienen como objeto de estudio la CPCyT en el ámbito universitario [Azziani, 2018; Cortassa, Wursten, Andrés & Legaria, 2020; Dávila Rodríguez, 2015; Gasparri, 2016]. En los cuales destacamos los trabajos en relación análisis de documentos institucionales y modos de evaluación [Castillo, 2022]; política institucional sobre acciones en relación a la CPCyT [Wursten, 2022a], prácticas de CPCyT en investigadores/as [Legaria, 2022], el rol de la extensión universitaria en la CPCyT [Barrios & Rodríguez, 2022; Rodríguez, 2019; Wursten, 2022b]. Éstos nos permiten poder tomar posición con respecto a las perspectivas que adoptaron estos estudios en los últimos años, así como también, las discusiones actuales.

## Perspectiva metodológica

El enfoque metodológico es de corte cualitativo. En este contexto, recurrimos a técnicas del trabajo de campo entendido como «instancia reflexiva del conocimiento» [Guber, 1999]. Para el presente trabajo hacemos uso de las técnicas de observación y análisis de documentos (recolección de información, revisión de fuentes secundarias y bibliográficas, análisis de los datos obtenidos).

Trabajamos con un total de 133 proyectos (de 377 presentados, es decir un 36 %) de las convocatorias 2018, 2019 y 2020 que fueron financiados por la UNaM. Analizamos la «Memoria Técnica» disponible en el Sistema Informático para la Acreditación y Seguimiento de Proyectos de Investigación (SASPI) para su evaluación, específicamente, el apartado «divulgación de los resultados». El recorte propuesto se basa en los siguientes criterios: 1) son los proyectos y trabajos de investigación aprobados en el marco del último Plan Estratégico de CyT de la UNaM vigente;<sup>2</sup> 2) éstos han sido en su totalidad cargados, sistematizados y evaluados desde la plataforma SASPI, situación inédita antes de estas convocatorias. La digitalización y carga de estos proyectos y trabajos nos permitió un total acceso. Asimismo, nos permite resolver uno de los objetivos planteados en el cual buscamos identificar, relevar, describir y analizar los productos de CPCyT propuestos en los proyectos de investigación aprobados por la Secretaría General de Ciencia y Técnica (SGCyT, UNaM). Los mismos están disponibles en el SASPI de esta Universidad, y fueron utilizados para los fines de este trabajo resguardando la identidad de cada equipo. En este sentido, el análisis de las fuentes primarias, es decir, de los proyectos cargados en el SASPI nos aportan una primera

<sup>2</sup>El Plan se aprueba en 2016, con el lanzamiento de la convocatoria en 2017 y el inicio de proyectos en 2018. La convocatoria de 2020 fue suspendida por motivo de la pandemia COVID 19 (con prórrogas para todos los proyectos y trabajos). En 2021 se retomó la apertura para la presentación de nuevos proyectos. Cabe señalar que la pandemia COVID 2020 no sesgó el análisis de nuestros datos, ya que hemos analizados los proyectos cargados previo a la pandemia.

aproximación — del orden institucional, formal — a los productos de CPCyT que son producidos (proyectados) por parte de los equipos de investigación.

Con esta información elaboramos una matriz que buscó organizar, sistematizar y facilitar el análisis de la documentación. La misma se organizó en planillas de cálculo (dos por cada año de convocatoria) que nos permitió organizar la información, codificar y procesar los datos de la primera etapa del trabajo de campo: una contiene la información total de cada año (total de proyectos presentados, financiados, distribuidos por cada tipo de proyecto) y la segunda planilla, el desglose con las distintas variables de análisis de cada uno de los proyectos que obtuvieron financiamiento: Unidad Académica, tipo de proyecto o trabajo de investigación, tipo de investigación, área disciplinar, máximo título del/a director/a y co-director/a, su género, cantidad de proyectos que dirige, horas dedicadas a la investigación, número de integrantes, «divulgación de los resultados». Cada una de estas variables nos ofrece información sobre cómo se configuran estos productos de CPCyT. La información obtenida es construida como datos relevantes en función a nuestros objetivos ya que nos permite analizarla en función a nuestras unidades de análisis y objetivos de nuestro estudio: a áreas disciplinares, cantidad de integrantes, cuáles son los productos elegidos para comunicar los resultados, si prevalece una estrategia comunicacional en su producción, etc.

A partir del análisis de estas variables buscamos identificar y analizar mediante qué formatos (soportes y dispositivos) comunicativos se registran los posibles resultados de las investigaciones (productos e impacto), es decir, comenzar a dar cuenta de la conformación, características, operaciones y finalidades de estos productos. En este caso, hemos organizado y analizado las piezas comunicacionales propuestas según el tipo de producto: transferencia o propiedad intelectual; medios audiovisuales y publicaciones. Esto nos permite organizar la información atendiendo a los objetivos que se propone esta organización para pensar la CPCyT, asimismo, reflexiona sobre espacios de circulación de las piezas (nivel institucional-académico, masivo) y sus posibles destinatarios. Cada una de estas características nos ofrece información sobre cómo se configuran estos productos de CPCyT.

### Principales resultados: sobre los mecanismos de divulgación y transferencia de conocimientos

El reglamento de Actividades de Ciencia y Tecnología de la UNaM<sup>3</sup> se propone como documento que organiza y facilita el desarrollo, seguimiento y registro de indicadores de CyT. Esta normativa es la que reglamenta la conformación de Programas, Proyectos, Trabajos de Investigación, Proyectos de Desarrollo Tecnológico y Social, institutos de investigación, tipos de investigadores, integrantes, etc. Rige para todas las actividades CyT de la UNaM y consta de tres partes, cada una de las cuales se ocupa de una dimensión en particular: 1) sistemas de acreditación de actividades de CyT; 2) acreditación de laboratorios e institutos de investigación; 3) registro de productos e impacto de la actividad de CyT: Indicadores de Resultados de resultados en Investigación, Desarrollo, Innovación y Transferencia (I+D+i+t). Para los fines de este trabajo, nos centraremos en la tercera parte, en la cual se deben consignar los «mecanismos de divulgación y

<sup>3</sup>Reglamento disponible:

[https://www.unam.edu.ar/images/documentos/cienciaytecnologia/pdi\\_cienciaytecnica.pdf](https://www.unam.edu.ar/images/documentos/cienciaytecnologia/pdi_cienciaytecnica.pdf).

transferencia del conocimiento generado». Para ello nos proponemos relevar, sistematizar, describir y analizar cómo se mencionan y se describen estos «mecanismos» en los proyectos y trabajos presentados.<sup>4</sup>

Este apartado del reglamento es el que incluiría con mayor detalle los productos de CPCyT, sin embargo, si nos detenemos en la consigna que propone su título podemos comenzar a entrever determinado modelo de CPCyT que prevalece en su conceptualización. Referirse a «mecanismos de divulgación y transferencia» propone un vínculo con el modelo del déficit,<sup>5</sup> modelo tan criticado y revisado desde distintos aportes bibliográficos. Marcos y Chillón [2010] señalan que difundir, divulgar, transferir, popularizar la ciencia o hacer periodismo científico son formas determinadas de comunicar la ciencia «que no constituyen sin más una retahíla de sinónimos sino que se distinguen claramente entre sí» [Marcos & Chillón, 2010, p. 85]. Entonces la categoría «divulgación científica» comprendería una relación lineal del proceso de comunicación (el viejo modelo: emisor-mensaje-receptor), la idea de una exactitud y medición de los datos en su producción como producto comunicativo, una aparente autenticidad con los hechos relatados y la idea de transparencia y fidelidad de las intenciones originales que las fuentes expertas (los investigadores/as). En este sentido nos parece relevante comenzar a revisar las categorías utilizadas para mencionar a la CPCyT, que parecerían cristalizadas en estos formularios, pero que en sí, nos proponen determinadas maneras de entender estas prácticas comunicativas, es decir, no se trata solamente de cómo se hace CPCyT, sino cómo se concibe y se propone desde una organización científica-tecnológica. Autores [Cortassa, 2016; Kreimer, 2015] señalan que el modelo del déficit no ha sido superado y que convive con otros modos de entender la CPCyT. En este sentido, podemos decir que desde los primeros momentos de la formulación y presentación de los proyectos y trabajos de investigación, al referirnos a los posibles espacios de CPCyT de los resultados, son construidos desde un modelo que cierra la posibilidad de poner en revisión/construcción la propuesta comunicativa.

<sup>4</sup>Mediante la sistematización y reflexión de distintos informes y evaluaciones [Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria, 2017; Universidad Nacional de Misiones, 2017] hemos observado que en los últimos años han habido distintos esfuerzos por parte de las autoridades de la UNaM para poder afianzar distintas estrategias y espacios de CPCyT dentro de la Universidad. Desde su propia Autoevaluación institucional de la Función I+D+i de la Universidad Nacional de Misiones [Universidad Nacional de Misiones, 2017] a evaluaciones externas [por ejemplo, Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria, 2017], indican fortalezas, debilidades y pasos a seguir para afianzar la CPCyT en esta Universidad [ampliar resultados en Rodríguez, 2019; Rodríguez & Barrios, 2020].

<sup>5</sup>El modelo «clásico» (o del «déficit») se relaciona con un esquema vertical, unidireccional y lineal de la comunicación, la que consiste simplemente en «una adaptación de determinados corpus de conocimientos científicos y técnicos para que puedan ser llevados a una audiencia masiva, fuera de los límites de la academia y de la comunidad científica» [Polino & Castelfranchi, 2012, p. 362]. Éste representa al público (los receptores) como una entidad pasiva con falencias de conocimientos que deben subsanarse. La información científica «fluye» en una sola dirección (o canal) que se traduce en un esquema lineal: desde los científicos (emisores) hacia el público (receptores). Asimismo, aquí el conocimiento científico «constituye un cuerpo reconocible de información codificada y, en este sentido, es que se puede medir cuánta de esa información disponible tiene incorporada un individuo, y establecer el grado de déficit de comprensión que posee» [Vaccarezza & López Cerezo, 2003, p. 16]. Este modelo adopta una mirada ingenua sobre los públicos que no llega a dar cuenta de «cómo la información que éste recibe interactuará con sus conocimientos y actitudes previas; y que obliga a ignorar, por ejemplo, cualquier demanda relevante de conocimiento que el público pueda tener para sus situaciones individuales» [Polino & Castelfranchi, 2012, p. 364].



Proponemos seguir con la indagación sobre estos productos, pretendiendo determinar potencialidades, problemáticas y limitaciones. De esta manera, en un primer momento desplegamos los tres tipos de productos posibles de registro según el Reglamento:

- a) *Transferencia o propiedad intelectual*: los resultados de los proyectos que resulten financiados y sean factibles de ser transferidos o registrados con alguna forma de protección intelectual *deberán* comunicarlo de manera explícita a la SGCyT quien pondrá a disposición de los investigadores el equipo de letrados de la institución para favorecer el acertado cumplimiento de la normativa vigente.
- b) *Mediante medios audiovisuales*: los proyectos que resulten financiados *deberán* difundir los aspectos generales y no comprometedores de dichos proyectos a través de los medios audiovisuales (radio y televisión) con que cuenta la UNaM.
- c) *Publicaciones*: los grupos que resulten financiados *deberán* mencionar la fuente de financiación de manera explícita en las publicaciones que resulten del proyecto. [Las negritas y subrayados son nuestras]

En este contexto, según la normativa, los productos de transferencia o propiedad intelectual deben (carácter obligatorio) ser comunicados de manera explícita para poder así seguir los pasos correspondientes a su registro institucional; pero así también, la comunicación mediante medios audiovisuales se plantea como obligatoria — señalando como condición el no revelar aspectos comprometedores —, al mismo tiempo, que todos los proyectos financiados deben mencionar a la UNaM como fuente financiadora. Esto último coincide con las normativas vigentes que otros organismos CyT mencionan en sus bases para este tipo de convocatorias (por ejemplo, Memoria técnica para carga de proyectos PICT de Agencia Nacional de Promoción de la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación o PIP de CONICET, etc.). Un detalle interesante a señalar es que se mencionan los medios de comunicación audiovisuales que posee la UNaM, observaremos más adelante cómo se plasma esto en los proyectos.

De esta manera, relevamos y describimos los productos de CPCyT mencionados en los proyectos y trabajos de investigación. En este sentido observamos que en la mayoría de los casos este apartado se incluye en los formularios registrados en el SASPI. Sin embargo, en 14 proyectos (de los 133) que conforman nuestro corpus se omite. Cabe mencionar que para su evaluación los proyectos son sometidos al juicio de pares (mínimo dos evaluadores) disciplinarios externos a la UNaM (o solamente internos en el caso de los trabajos de investigación). Los expertos son seleccionados del Banco de Evaluadores del Programa Nacional de Incentivos y para la tarea deben seguir las «Pautas para la evaluación de proyectos de investigación» aprobadas por la UNaM. Los criterios que se consideran son: calidad, pertinencia, relevancia, impacto, aplicación, publicaciones, difusión, entre otros. En este sentido, las actividades de difusión y/o comunicación de los resultados es un apartado obligatorio, sin embargo, algunos proyectos han sido igualmente aceptados, evaluados, aprobados y asignados con financiamiento.

A continuación organizaremos nuestros datos según el «tipo de producto» que menciona la reglamentación: transferencia o propiedad intelectual; medios audiovisuales y publicaciones. Esto nos permitirá organizar la información

atendiendo a los objetivos que se propone esta organización para pensar la CPCyT. En simultáneo atenderemos a su alcance y espacios de circulación (nivel institucional-académico, masivo), destinatarios (quiénes son los públicos). Cada una de estas características nos ofrece información sobre cómo se configuran estos productos de CPCyT.

### Tipos de productos para comunicar ciencia

Los proyectos y trabajos presentados en las convocatorias 2018–2019–2020 coinciden en los modos de presentar los productos que comunicarán los resultados de sus investigaciones. En este sentido, así como registramos que se observan proyectos que no mencionan los «mecanismos de divulgación», otra parte, — más significativa aún — solamente utiliza algunas líneas (entre una oración a un párrafo) de toda la estructura del proyecto para este apartado. En las bases de cada convocatoria se menciona que se puede destinar hasta una página de un total de aproximadamente 15 sugeridas como extensión máxima. Observamos que casi en la mitad de los proyectos (60 proyectos de 133) se registra con esta extensión. La modalidad de presentación que prevalece es la de enumerar/enlistar las actividades a realizar, no se mencionan estrategias o metodologías para realizar las actividades, cronogramas específicos de producción de piezas comunicacionales propuestas, o públicos a los que estará dirigido, etc.

Este estilo de redacción y presentación se reitera en gran número de proyectos en los cuales solamente son enumeradas actividades. Se podría decir que la relevancia de este apartado sobre otros es menor ya que esto no sucede con otros del formulario. Sin embargo, podemos señalar un cambio en los proyectos de la convocatoria 2020 que — como hemos detallado anteriormente — se dividen en dos tipos: generales y estratégicos. En esta convocatoria pudimos identificar un mayor despliegue de los «mecanismos de divulgación» con respecto a la convocatoria 2018 y 2019, al menos en lo que hace referencia a la extensión (en caracteres) de los mismos. Sin embargo continúa sin mencionarse cómo se llevarán a cabo estas propuestas, es decir, la estrategia comunicacional.

A continuación detallaremos cada uno de los tres productos mencionados para comunicar resultados mencionados en el reglamento de CyT de esta Universidad. En nuestro caso, los hemos organizado desde el producto más al menos recurrente en los proyectos analizados.

Como podemos observar en la Tabla 1, las *publicaciones* fueron las más señaladas como producto de comunicación para tratar los resultados de las investigaciones. Todos los proyectos analizados mencionan al menos una vez este tipo de producto para comunicar sus resultados y en un total de 43 proyectos es el único modo de

**Tabla 1.** Productos de comunicación de la ciencia UNaM.

<i>Productos CPCyT</i>	<i>Proyectos en los que se menciona</i>	<i>Proyectos en los que se mencionan como único modo</i>
Publicaciones	133	43
Transferencia/Extensión	48	5
Medios masivos de comunicación	37	2

Fuente: elaboración propia.

comunicación que se menciona, siendo el producto que predomina para la comunicación de los resultados.

En este sentido, varios de los/as investigadores/as han enumerado un listado de revistas afines a sus disciplinas y temáticas de estudio como posibles de publicar. Por ejemplo, en un proyecto de duración de dos años con un equipo de trabajo de cinco integrantes se ha mencionado la publicación de más de 10 revistas (con distinto nivel de impacto) como posibles espacios para comunicar resultados. Esta misma situación sucede con la enumeración de congresos, jornadas, encuentros etc., en las cuales se mencionan temáticas y meses en los que se realizan. Al mismo tiempo, en varios casos se mencionan que ya se ha participado anteriormente de los mismos. Consideramos que este último punto podría significar un modo de presentar la trayectoria del/a investigador/a y del equipo de trabajo en relación a la temática de estudio. Por otra parte, en varios proyectos se puede interpretar una idea de trabajo por etapas, en proceso, que va desde la escritura de una ponencia para un congreso, para pasar luego con este material y resultados a la escritura de un artículo para una revista.

Consideramos relevante destacar el rol que ocupan las Jornadas científico-tecnológicas de la UNaM realizadas anualmente. Las mismas son mencionadas en varios proyectos independientemente de la disciplina, como espacio de comunicación. Estas Jornadas se mencionan en los proyectos de todas las Facultades, y es el evento científico-tecnológico con mayor reconocimiento en todo el ámbito de la UNaM. Las Jornadas son una actividad gratuita que se realiza en instalaciones del campus universitario de la UNaM en la ciudad de Posadas (Misiones) y propone mesas de trabajo en relación a todas las áreas disciplinares de esta Universidad. Asimismo, publica (en versión papel o digital) un libro de resúmenes que cuenta con registro ISBN.

Otras de las cuestiones observadas es que se menciona como mecanismo de divulgación a los informes parciales y finales de los proyectos y trabajos de investigación. Estos documentos no son documentos públicos y — que si bien condensan la realización del trabajo — no tiene como fin comunicar públicamente ciencia, sino complementar con los registros institucionales. Por ejemplo, en un caso observado que se propone la realización de un material para publicar en una Editorial (formato libro, revista electrónica, manual, etc.) el informe final de investigación, que corresponden a trabajo distintos y específicos que tiene en cuenta a públicos determinados. Un informe final de investigación y una publicación en la Editorial de una Universidad conforman trabajos y estrategias diferentes de comunicación. En este caso, una Editorial Universitaria<sup>6</sup> como espacio de comunicación se ubicaría con mayor precisión en productos de comunicación masiva y en este contexto, la estrategia comunicacional para elaborar una pieza para este tipo de circulación sería distinta a un informe final de proyecto, corresponde a un trabajo específico que tiene en cuenta un público determinado.

Podemos reflexionar que las publicaciones (en revistas, en actas de congresos y jornadas) son espacios de comunicación de resultados instaurados en esta comunidad de expertos/as, pero que sin embargo, siguiendo a Cortassa [2010], no llega a comprender una idea de comunicación pública de la ciencia debido a que su espacio de circulación y sus destinatarios son otros expertos, es decir, pares. El

---

<sup>6</sup><https://editorial.unam.edu.ar>.



lenguaje que prevalece es especializado, técnico. De esta manera, aunque se logre un espacio para comunicar los resultados (entre pares) este no llega a cumplimentar con la idea de circulación por el espacio público que proponemos como noción de comunicación pública. En este sentido el nivel de alcance de estas propuestas son el ámbito universitario, de las organizaciones científico tecnológicas con un alcance local, nacional o internacional. Los espacios de circulación son netamente académicos y aunque no se menciona los públicos en detalle, podemos inferir que son colegas, pares, expertos, etc.

En este sentido, el formato que prevalece para este apartado de publicaciones (artículos y ponencias) corresponde a un complejo semiótico-comunicativo reconocido por los/as investigadores/as. Es un producto válido para comunicar resultados, pero que en su producción, no corresponde a la producción para públicos por fuera de los pares. Poseen en su conformación una estructura rígida, pasos a seguir, elementos que no pueden faltar (teoría, metodología, bibliografía), un estilo de escritura específica, la científica, y una finalidad particular, dar a conocer los resultados con el espacio académico. Aquí, aunque muchas de las revistas científicas son de acceso abierto, la lectura y traducción a públicos por fuera de expertos requiere un trabajo y estrategia comunicacional específica.

El segundo tipo de producto que más mencionan los/as investigadores/as en sus proyectos son los mecanismos de *transferencia/extensión*. En el caso de acciones de propiedad intelectual ningún proyecto incluye posibles intentos. Los mecanismos de transferencia son mencionados en 48 proyectos y 5 lo incorporan como exclusivo para comunicar sus resultados. De estas propuestas, podemos señalar que los proyectos de la convocatoria 2020 son los que se destacan por sus propuestas de trabajo en transferencia. Asimismo, las Facultades que más registran y mencionan trabajos de transferencia son las Facultades de Arte y Diseño y la de Ingeniería.

En este sentido, se menciona como mecanismos de transferencia a capacitaciones, talleres de trabajo, etc. Es interesante señalar cómo en este tipo de producto comunicacional sí se mencionan los posibles públicos a los que estarán destinadas las actividades propuestas. En este caso, los públicos a los que más se hace referencia son «los productores» o «sector productivo», sin embargo, no se detallan más particularidades de los mismos, por ejemplo, rango etario, localidades, género, etc. Asimismo, en varios casos se menciona la posibilidad de trabajar con otras organizaciones externas al ámbito universitario, como por ejemplo, municipalidades, Centros de Enseñanza, Ferias. Podemos señalar que en 5 proyectos analizados se incorporan convenios firmados con municipios, centros educativos; pero que en los otros proyectos no se detalla cuáles serían, si han tenido experiencias previas de trabajo u otras características de las mismas. Es interesante la mención a convenios de los cuales algunos ya los presentan en la convocatoria, y otros, mencionan como actividades a realizar a partir de los avances o resultados.

Se observa el vínculo — recurrente — con la extensión universitaria como espacio posible para la comunicación de resultados, es decir, «como una práctica susceptible de ser abordada como instancia donde se comparten los saberes del orden científico-técnico» [Wursten, 2022a, p. 37]. Se mencionan en este apartado la creación de proyectos de extensión, la presentación para obtener financiamiento en la convocatoria de Proyectos para Fortalecimiento a las actividades de extensión universitaria [PROFAE]. Se observan distintas propuestas de proyectos de

extensión, posibles metodologías, abordajes y acciones que consideramos enriquecen cualquier propuesta comunicacional. La idea de actividades de extensión que logren articular «con sus destinatarios y con otros agentes institucionales involucrados en el desarrollo de los sistemas de difusión científica y cultural, mediante la difusión, la vinculación y el intercambio de productos y servicios» [Fuentes-Navarro, 2008, p. 18].

En este caso consideramos relevante resaltar la importancia del binomio extensión-investigación para la producción de conocimientos y la comunicación como facilitadora de estos procesos [Barrios & Rodríguez, 2022]. La extensión como «construcción con el otro, colaborativa o cooperativa, que lleva al reconocimiento de otros saberes» [Stein, 2018, p. 27] y la comunicación como dimensión constitutiva de la extensión, nos permite visibilizar y configurar sentidos sociales y como acción comunicativa nos permite la configuración de múltiples diálogos entre los sujetos participantes. Esto implica entender a los sujetos involucrados como actores, ciudadanos transformadores de las realidades. Consideramos que entender al binomio investigación-extensión — cómo procesos articulados — nos permite generar espacios de intercambio y diálogo con los conocimientos generados en las universidades desde otros lugares. Las propuestas de extensión nos permiten generar nuevos interrogantes a los problemas de investigación mediante el vínculo con distintos sectores sociales, políticos, culturales y productivos. Consideramos que el vínculo de la extensión y la comunicación (en su cruce con los procesos de comunicación pública de la ciencia y la tecnología) contribuye a reflexionar sobre las posiciones desiguales que poseen los agentes en sus intercambios epistémicos [Cortassa, 2016], nos habilita a entender una nueva forma en que el conocimiento generado en estos espacios circula y se comparte.

Otra de las actividades que se mencionan en los proyectos de investigación y que hemos considerado como productos de transferencia es el trabajo mediante redes temáticas, fundaciones, ONGs, escuelas. Estas propuestas implican espacios de trabajo por fuera del espacio netamente universitario-académico. En este caso, en la mayoría de los proyectos las experiencias son previas a la propuesta, y hace referencia a vínculos anteriores del director/a o integrantes del equipo de trabajo.

Nos parece interesante la propuesta — especialmente del área de ingenierías — de trabajo mediante la implementación de metodologías y/o aplicación de prototipos. En los casos observados, es el área disciplinar que se destaca en este tipo de propuestas. Se menciona el vínculo con distintos agentes y las propuestas involucran el trabajo de investigadores/as, estudiantes de carreras involucradas y del nivel primario o secundario, personal de las organizaciones en las cuales se aplicará el desarrollo. etc. Asimismo, en algunos de los proyectos observados, se menciona la posibilidad de generar empleo mediante la implementación de la tecnología desarrollada. Sin embargo, en los casos observados, no se menciona la producción de conocimientos en conjunto con los agentes externos a la Universidad, sino un trabajo de transferencia que se presenta como vertical.

Con respecto a los medios audiovisuales es necesario advertir que en este apartado mencionamos a los productos que hacen referencia a los *medios masivos de comunicación* tradicionales (gráfica, radio y televisión) y nuevos medios (web y redes sociales), más allá de lo estrictamente audiovisual. Consideramos que trabajar solamente con este espacio de comunicación (lo audiovisual) dejaría afuera

tantos otros modos de comunicación masiva que se incorporan en los proyectos e informes. En este sentido, de los trabajos analizados, 37 proyectos mencionan a los medios de comunicación como un espacio para comunicar los resultados, y 2 lo hacen exclusivamente.

Los medios gráficos son el formato que más se reitera en los proyectos, especialmente, se mencionan medios de comunicación provinciales de mayor trascendencia, como lo son el diario *El Territorio y Primera Edición*. Con respecto a los medios radiales, el medio de comunicación que más se menciona es FM Universidad. Con respecto a los medios televisivos, en este caso también aparece el «canal» de la Universidad, conocido como *UNaM Transmedia*<sup>7</sup> (en este caso también incluiría la radio) que posee varios programas de televisión (en vivo y grabados) durante la semana.

Como hemos mencionado, según el reglamento los/as investigadores/as deben comunicar por los medios de comunicación de la Universidad. La Universidad cuenta — bajo la órbita de la Secretaría General de Extensión — dos medios locales, por un lado la Radio de la Universidad que funciona en la ciudad de Posadas con repetidoras en las sedes de Eldorado y Oberá (éstas con posibilidad de generar piezas a nivel local) y un canal de televisión denominado *UNaM Transmedia*, que emite parte de su programación en canales de cable la ciudad de Posadas, algunos con alcance provincial, y que son replicados en sus sitios web, pero fundamentalmente, en sus redes sociales (Youtube, Facebook, Instagram). Destacamos el rol de la radio de la Universidad como medio con más presencia en los proyectos de investigación analizados. El mayor número de referencias proviene de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

Al mismo tiempo cuando se mencionan medios audiovisuales, se señala la producción de piezas por parte de los equipos de investigación. Se incorpora como actividades a realizar por el equipo en su conjunto, además de las actividades propiamente de investigación. En estos casos, ninguno menciona los tiempos, costos o recursos para su realización (tampoco en el cronograma de actividades). Consideramos que no prevalece una estrategia comunicacional ni un reconocimiento de los tiempos ni recursos que conlleva realizar una pieza comunicacional audiovisual. Por su parte, las redes sociales y sitios web son de los nuevos medios, los más mencionados. En estos últimos casos no se exponen los nombres de las empresas o multimedios.

En este contexto, uno de los modos que toman los formatos, son los de massmediación entendidos como dispositivos que re-producen sentido, memoria y comunicación. Mediante distintos formatos se comunican ideas o valores políticos, ideológicos, religiosos, sociales, científicos y tecnológicos. En los proyectos analizados pudimos observar que se mencionan los medios de comunicación o los formatos pero sin distinción entre ellos. Se menciona la radio, pero no el formato de entrevista; o el diario digital pero no el formato de nota de divulgación, opinión, etc. El alcance será masivo, dependiendo del medio en que se elija. Otra de las cuestiones que no aparece son la construcción de los públicos: es imposible pensar la producción de una pieza comunicacional sin pensar en los destinatarios. La idea de «público en general» atenta contra la 'eficacia' de la pieza, y más aún, en los productos para comunicar ciencia.

---

<sup>7</sup><https://transmedia.unam.edu.ar>.

Finalmente, consideramos relevante mencionar que no son considerados en este trabajo los recursos necesarios y disponibles para realizar todas las propuestas y piezas mencionadas. Consideramos que un investigador/a puede hacer el trabajo de un/a comunicador/a, pero en este sentido, hay que poner en tensión los recursos, que no solamente son de tiempo o técnicos, sino también específicos de este campo que es práctico pero también es teórico. Comunicar públicamente ciencia compete a saberes específicos. Podemos mencionar con respecto a la construcción de los públicos que solamente en algunos casos (el de transferencia con sector agropecuario) se hace referencia, pero que sin embargo, no prevalece la incorporación de una estrategia comunicacional para una llegada a los mismos, o pensar las mejores piezas para ello. Asimismo, con respecto a la pandemia COVID 19, este trabajo toma como corpus a proyectos (Memoria Técnica) que han iniciado en 2020. En este sentido, en esta etapa aún no se observan transformaciones o impacto de la misma sobre los modos y propuestas para CPCyT.

### Aproximaciones finales

En este artículo reflexionamos sobre las proyecciones y sentidos que posee el/la investigador/a de esta Universidad para comunicar los resultados. Hemos podido identificar elementos que muestran limitaciones en la forma en que la CPCyT es entendida y practicada por investigadores/as es esta Universidad. Cabe señalar que aunque hemos utilizado la propuesta de productos de comunicación del reglamento de CyT de la UNaM, este nos ha permitido comenzar a organizar cómo se proyectan las ideas en relación a la comunicación de la ciencia. La información obtenida fue construida como datos relevantes en función a nuestros objetivos ya que nos permite analizarla en función a áreas disciplinares, cantidad de integrantes, cuáles son los productos elegidos para comunicar los resultados, si prevalece una estrategia comunicacional en su producción, etc.

Castelfranchi y Fazio [2021] mencionan que en el escenario actual es importante que la CPCyT «se centre no solo en las nociones, contenidos, aplicaciones y resultados de la ciencia, sino también en sus procesos, métodos, hipótesis e interacciones entre ciencia, tecnología, sociedad y medioambiente» [Castelfranchi & Fazio, 2021, p. 24]. En este sentido, los actores sociales que producen CPCyT no serían solamente comunicadores profesionales, sino también, entidades gubernamentales, ONGs (ambientalistas, pacientes, consumidores), gerentes, incluso personas aficionadas y apasionadas por la ciencia y la divulgación, y en nuestro caso, científicos/as, investigadores/as y docentes universitarios. Prevalece una diversidad de actores y territorios donde es posible comunicar ciencia y tecnología donde se refleja «no solo diferentes prácticas y modelos de la CPC, sino también diferentes funciones, espacios, objetivos, motivaciones y públicos para democratizar el conocimiento técnico y científico» [Castelfranchi & Fazio, 2021, p. 9].

Pudimos observar cómo las publicaciones son el mecanismo más mencionado para comunicar resultados. La mayoría de las propuestas son artículos científicos en revistas especializadas y presentaciones en congresos. Aquí surge un inconveniente al pensar estrategias de CPCyT en las cuales se busca que las instituciones, organizaciones de CyT, investigadores/as buscan y/o pretenden comunicar 'eficazmente' sus producciones más allá que a sus colegas y pares académicos. Por otra parte, el mecanismo «transferencia», fue el producto de comunicación que

podríamos considerar con mayor espectro de alcance y circulación, debido a que además de un alcance institucional académico, propone un vínculo que — si bien no llega a ser masivo — involucra a otros actores, propone un trabajo en conjunto entre investigador/públicos, habilitando la comunicación y el intercambio entre distintos sectores, más allá del espacio académico. Podemos decir que este producto podría complementarse con mencionar con mejor detalle un lineamiento de la estrategia comunicacional que sería un buen paso para mejorar este tipo de propuestas. Finalmente, se destacan los medios universitarios propios como espacios para comunicar resultados. Sin embargo, es interesante señalar que el reglamento menciona solamente los medios de comunicación de la Universidad, no fomentando la participación de otros medios locales, con más alcance que los medios universitarios y con que la Universidad posee un vínculo de trabajo desde hace tiempo. Como ser el caso de Nexo universitario que hace varios años publica mensualmente un suplemento universitario en el diario Primera Edición. Si tenemos en cuenta los públicos, aquí los perfiles cambiarían, ya que los públicos de un diario local de tirada provincial es distinto al pensar el que consumen los medios universitarios que poseen mayor cobertura en las redes sociales que en la televisión por cable (debido a cuestiones técnicas). En este caso, no se mencionan cuales son los medios de comunicación o cuál sería la estrategia para llegar a ellos.

## Referencias

- ALBORNOZ, M. (1997). La política científica y tecnológica en América Latina frente al desafío del pensamiento único. *Redes 4* (10), 95-115. Consultado desde <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90711303003>
- AZZIANI, C. (2018). *Investigar y comunicar. Un estudio de caso acerca de los procesos de involucramiento frente a la Comunicación Social de la Ciencia por parte de los docentes-investigadores de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la UNR* (Tesis de maestría, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina).
- BARRIOS, R. & RODRÍGUEZ, M. I. (2022). Femicidios en Argentina durante la pandemia: la comunicación en clave de articulación de la extensión y la investigación. *+E: Revista de Extensión Universitaria 12* (17), e0024. doi:[10.14409/extension.2022.17.Jul-Dic.e0024](https://doi.org/10.14409/extension.2022.17.Jul-Dic.e0024)
- BAUER, M. W. (2008). Survey research and the public understanding of science. En M. BUCCHI & B. TRENCH (Eds.), *Handbook of public communication of science and technology* (1.ª ed., pp. 111-130). doi:[10.4324/9780203928240](https://doi.org/10.4324/9780203928240)
- BAUER, M. W. (2009). The evolution of public understanding of science — discourse and comparative evidence. *Science, Technology and Society 14* (2), 221-240. doi:[10.1177/097172180901400202](https://doi.org/10.1177/097172180901400202)
- BUCCHI, M. (2008). Of deficits, deviations and dialogues: theories of public communication or science. En M. BUCCHI & B. TRENCH (Eds.), *Handbook of public communication of science and technology* (1.ª ed., pp. 57-76). doi:[10.4324/9780203928240](https://doi.org/10.4324/9780203928240)
- BUCCHI, M. & TRENCH, B. (Eds.) (2008). *Handbook of public communication of science and technology*. doi:[10.4324/9780203928240](https://doi.org/10.4324/9780203928240)
- CASTELFRANCHI, Y. & FAZIO, M. E. (2021). Comunicación de la ciencia en América Latina: construir derechos, catalizar ciudadanía. En *El estado de la ciencia: principales indicadores de ciencia y tecnología Iberoamericanos/Interamericanos 2020* (pp. 145-156). Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología -Iberoamericana e Interamericana- (RICYT). Consultado desde <http://www.ricyt.org/2020/11/ya-se-encuentra-disponible-el-estado-de-la-ciencia-2020/>



- CASTILLO, G. M. (2022). Comunicación pública de la ciencia en la Universidad Nacional de San Martín: escenarios e itinerarios alternativos de visibilización de su producción científica. *Estudios Sociales Contemporáneos* 26, 279-303. doi:10.48162/rev.48.036
- COMISIÓN NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA (2017). *Informe preliminar de evaluación externa de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria a la autoevaluación institucional de la Universidad Nacional de Misiones*. Comité de pares evaluadores: C. Pérez Rasetti, E. Mutchinik, C. Plencovich, M. Longui, V. Becerra.
- CORTASSA, C. (2010). Del déficit al diálogo, ¿y después? Una reconstrucción crítica de los estudios de comprensión pública de la ciencia. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad — CTS* 5 (15), 47-72. Consultado desde <http://www.revistacts.net/contenido/numero-15/del-deficit-al-dialogo-y-despues-una-reconstruccion-critica-de-los-estudios-de-comprension-publica-de-la-ciencia/>
- CORTASSA, C. (2016). In science communication, why does the idea of a public deficit always return? The eternal recurrence of the public deficit. *Public Understanding of Science* 25 (4), 447-459. doi:10.1177/0963662516629745
- CORTASSA, C., WURSTEN, A., ANDRÉS, G. & LEGARIA, J. I. (2020). Comunicar las ciencias desde las instituciones: dos modelos de análisis aplicados al caso UNER. *Ciencia, Docencia y Tecnología* 31 (61), 1-35. doi:10.33255/3161/783
- DÁVILA RODRÍGUEZ, L. (2015). *La divulgación científica en la Universidad Nacional de Villa María: políticas y acciones* (Trabajo final integrador — Especialización en Comunicación Pública de la Ciencia y Periodismo Científico, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina). Consultado desde <http://hdl.handle.net/11086/3270>
- FUENTES-NAVARRO, R. (2008). *La comunicación desde una perspectiva sociocultural: acercamientos y provocaciones 1997–2007*. Guadalajara, México: ITESO.
- GARCÍA, M. (2004). *Narración, semiosis, memoria*. Posadas, Argentina: EDUNAM — Editorial Universitaria de la Universidad Nacional de Misiones.
- GARCÍA, M. (2015). *Metamorfosis del contar*. Posadas, Argentina: EDUNAM — Editorial Universitaria de la Universidad Nacional de Misiones.
- GASPARRI, E. (2016). *La comunicación social de las ciencias como política universitaria: límites y potencialidades en la Universidad Nacional de Rosario* (Tesis doctoral, Universidad Nacional de Rosario, Rosario, Argentina). Consultado desde <http://hdl.handle.net/2133/10562>
- GUBER, R. (1999). *El salvaje metropolitano: reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- KREIMER, P. (2015). Public understanding of science and social studies of science: convergence or parallel paths? En B. SCHIELE, J. LE MAREC & P. BARANGER (Eds.), *Science communication today — 2015: current strategies and means of action* (pp. 83-98). Nancy, France: Presses Universitaires de Nancy, Éditions Universitaires de Lorraine.
- KREIMER, P. & THOMAS, H. (Eds.) (2004). *Producción y uso social de conocimientos: estudios de sociología de la ciencia y la tecnología en América Latina*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- LEGARIA, J. I. (2022). Discursos y prácticas sobre comunicación de las ciencias en la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER). *JCOM – América Latina* 05 (01), A04. doi:10.22323/3.05010204

- LEVIN, L. & DE FILIPPO, D. (2021). Evolution of the public understanding of science field based on a bibliometric analysis of two major journals. *Tapuya: Latin American Science, Technology and Society* 4 (1), 195-4381. doi:[10.1080/25729861.2021.1954381](https://doi.org/10.1080/25729861.2021.1954381)
- MARCOS, A. & CHILLÓN, J. M. (2010). Para una comunicación crítica de la ciencia. *ArtefaCToS* 3 (1), 81-108. Consultado desde <https://revistas.usal.es/cinco/index.php/artefactos/article/view/8430>
- OTEIZA, E. & VESSURI, H. M. C. (1993). *Estudios sociales de la ciencia y la tecnología en América Latina*. Buenos Aires, Argentina: Centro Editor de América Latina.
- POLINO, C. & CASTELFRANCHI, Y. (2012). Comunicación pública de la ciencia: historia, prácticas y modelos. En E. AIBAR & M. Á. QUINTANILLA (Eds.), *Ciencia, tecnología y sociedad* (pp. 351-377). Madrid, Spain: Editorial Trotta.
- RODRÍGUEZ, M. I. (2019). Comunicación pública de la ciencia y la tecnología: reflexiones desde experiencias de investigación y extensión universitaria. *JCOM – América Latina* 02 (01), N01. doi:[10.22323/3.02010801](https://doi.org/10.22323/3.02010801)
- RODRÍGUEZ, M. I. & BARRIOS, R. (2020). ¿Un espacio a demanda? Reflexiones sobre comunicación pública de la ciencia y la tecnología, el derecho a la comunicación y el ejercicio de ciudadanía. *TSN. Revista de Estudios Internacionales* 10, 95-101. doi:[10.24310/TSN.2020.vi10.13646](https://doi.org/10.24310/TSN.2020.vi10.13646)
- STEIN, N. S. (2018). La extensión-comunicación universitaria disputando el lugar de la investigación como fuente de conocimiento. Un recorrido histórico hasta los enfoques actuales. +E: *Revista de Extensión Universitaria* 8 (9), 14-37. doi:[10.14409/extension.v8i9.Jul-Dic.7866](https://doi.org/10.14409/extension.v8i9.Jul-Dic.7866)
- TRENCH, B. (2008). Internet: turning science communication inside-out? En M. BUCCHI & B. TRENCH (Eds.), *Handbook of public communication of science and technology* (1.ª ed., pp. 185-198). doi:[10.4324/9780203928240](https://doi.org/10.4324/9780203928240)
- UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES (2017). *Autoevaluación institucional de la Función I+D+i de la Universidad Nacional de Misiones*. Universidad Nacional de Misiones. Posadas, Argentina.
- URANGA, W. & VARGAS, T. (2004). Lo público: lugar de comunicación. Hacia la redefinición de procesos y estrategias comunicacionales. *Washington Uranga Comunicación*. Consultado desde [http://www.washingtonuranga.com.ar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=28:proprios-13&catid=8:textos-proprios&Itemid=107](http://www.washingtonuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=28:proprios-13&catid=8:textos-proprios&Itemid=107)
- VACCAREZZA, L. (2004). El campo CTS en América Latina y el uso social de su producción. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad — CTS* 1 (2), 211-218. Consultado desde <http://www.revistacts.net/contenido/numero-2/el-campo-cts-en-america-latina-y-el-uso-social-de-su-produccion/>
- VACCAREZZA, L. & LÓPEZ CERESO, J. (2003). *Documentos de trabajo. Proyecto Iberoamericano de indicadores de percepción pública, cultura científica y participación ciudadana. Documento de trabajo n°7*. Centro de Estudios sobre Ciencia, Desarrollo y Educación Superior. Buenos Aires, Argentina.
- VESSURI, H. M. C. (1987). The social study of science in Latin America. *Social Studies of Science* 17 (3), 519-554. doi:[10.1177/030631287017003006](https://doi.org/10.1177/030631287017003006)
- VESSURI, H. M. C. (2007). "O inventamos o erramos": la ciencia como idea-fuerza en América Latina. Buenos Aires, Argentina: Editorial Universidad Nacional de Quilmes.

WURSTEN, A. (2022a). Ciencia, tecnología y sociedad: el potencial de la extensión universitaria como interfaz mediadora. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad — CTS* 17 (50), 37-63. Consultado desde <http://www.revistacts.net/contenido/numero-numero-50/ciencia-tecnologia-y-sociedad-el-potencial-de-la-extension-universitaria-como-interfaz-mediadora/>

WURSTEN, A. (2022b). Comunicación y apropiación de las ciencias desde la universidad. El caso de la Universidad Nacional de Entre Ríos. *JCOM – América Latina* 05 (01), A03. doi:[10.22323/3.05010203](https://doi.org/10.22323/3.05010203)

## Autor

María Itatí Rodríguez es investigadora asistente del CONICET y docente universitaria (UNaM). Posee experiencia en docencia e investigación en el área de las ciencias sociales, particularmente en el campo de la comunicación social. En el área de Ciencia, Tecnología y Sociedad, actualmente dirige un PICT sobre comunicación pública de la ciencia y la tecnología. Asimismo, es directora del Programa de extensión permanente “Con Tonada Científica” sobre la temática de la CPCyT en la Universidad Nacional de Misiones.

 [mariaitatirodriguez87@gmail.com](mailto:mariaitatirodriguez87@gmail.com)

## Cómo citar

Rodríguez, M. I. (2023). ‘Productos de comunicación pública de la ciencia y la tecnología: el caso de la Universidad Nacional de Misiones’. *JCOM – América Latina* 06 (02), A07. <https://doi.org/10.22323/3.06020207>.



© El autor o autores. Esta publicación está bajo los términos de la licencia [Creative Commons Atribución — No Comercial — Sin Derivadas 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/). ISSN 2611-9986. Publicado por SISSA Medialab. [jcomal.sissa.it](http://jcomal.sissa.it)