



Entre notas, lentes y redes

Una reflexión sobre las estrategias de comunicación de “Entramando Saberes”¹



CARLOS MAXIMILIANO ORTIZ • cmaximilianoortiz@gmail.com

Centro de Investigaciones Sociales, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Instituto de Desarrollo Económico y Social, Universidad Nacional de Tres de Febrero. Buenos Aires, Argentina.

ROBERTA ALLER • robertaaller@gmail.com

Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Ciencias Antropológicas, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Buenos Aires, Argentina.

MARCELA SÁENZ • marcesaenz17@gmail.com

Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras. Buenos Aires, Argentina.

Referato 1: 05-06-2023; 30-06-2023

Referato 2: 05-06-2023; 28-07-2023

Agradecimientos

Agradecemos a todes les integrantes del Programa de Extensión (SEUBE) “Entramando Saberes” por su trabajo y compromiso. En especial a los equipos audiovisual y redes por producir y comunicar los proyectos mencionados.

Asimismo, agradecemos al equipo de Arqueología del Salado y a les ceramistas de la microrregión por el trabajo colectivo realizado.

¹ Equipo colaborador: Alejandra Ramos, Marysol Rodriguez, Agustina Bender.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

Agradecemos el apoyo y financiamiento recibido por:

La Secretaría de Investigación de la Facultad de Filosofía y Letras (UBA), por medio del Programa de Apoyo a la Investigación FILO:CyT (Buenos Aires, Argentina).

La Secretaría de Extensión Universitaria (SEUBE) por medio del UBANEX- FFyL (Buenos Aires, Argentina).

Este documento es resultado del financiamiento otorgado por el Estado Nacional, por lo tanto queda sujeto al cumplimiento de la Ley N° 26.899.

RESUMEN

En este artículo nos proponemos reflexionar sobre algunas de las experiencias concretas del Programa de Extensión Universitaria “Entramando Saberes” a la hora de comunicar públicamente conocimiento científico. Para eso, partiremos del caso de una producción audiovisual propia, siguiendo el camino que llevó a su realización, difusión y múltiples presentaciones al público. En este recorrido, nos referiremos a las producciones del equipo, a la articulación con otros grupos, a la incorporación de nuevos saberes y a las estrategias que desplegamos en función de los formatos y los participantes. Como argumento central, sostenemos que, lejos de ser prácticas disociadas, la investigación, la extensión y la docencia están en un *continuum* cuando se trata de producir y comunicar conocimiento científico.

Palabras clave: extensión universitaria, comunicación científica, públicos, redes sociales.

Among notes, lenses and networks. A reflection on the communication strategies of “Entramando Saberes”.

ABSTRACT

In this article, we intend to reflect on some of the concrete experiences of the University Extension Program “Entramando Saberes” when it comes to publicly communicating

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

scientific knowledge. To that aim, we will start from the case of an audiovisual production, following the path that led to its realization, dissemination and multiple presentations to the public. In this journey, we will refer to our team's productions, its articulation with other groups, the incorporation of new knowledge and the strategies that we deploy depending on the formats and the participants. As a central point, we argue that research, extension, and teaching, far from being dissociated practices, are on a continuum when it comes to producing and communicating scientific knowledge.

Keywords: college extension, scientific communication, public, social media.

Introducción

“Entramando Saberes” es un Programa de Extensión de la Facultad de Filosofía y Letras (UBA) compuesto por investigadores, docentes y estudiantes de Antropología, Arqueología e Historia, guionistas y realizadores audiovisuales. Como tal, apostamos al trabajo colectivo buscando generar nuevas lecturas sobre diversas prácticas, problemáticas, procesos sociales y culturales. Desde fines de 2016, nos embarcamos en el proyecto de entablar diálogos con un público amplio, más allá del ámbito académico, con el cual compartir los conocimientos de nuestras disciplinas a través de distintas herramientas de comunicación y a la vez enriquecer estas experiencias con los intercambios generados. Para ello, mantenemos una organización flexible que, de acuerdo con los intereses del equipo, permite diseñar y llevar adelante tanto actividades puntuales como proyectos de mediano y largo plazo. Nos interesa abrir diálogos entre conocimientos académicos y problemas de actualidad, integrando las voces de distintos grupos y actores sociales, lo que implica, necesariamente, reflexionar sobre nuestras propias prácticas académicas. Esta apuesta ha nutrido nuestro proyecto y confirma nuestro horizonte de construcción de espacios de intercambio interdisciplinario.

En este sentido, las formas de comunicar en la ciencia no solo han variado históricamente sino que además adquieren contemporáneamente características distintas de acuerdo con los agentes comunicadores, con sus intereses y con la forma en que se conciben los destinatarios de esa comunicación. Así, los científicos no son los únicos agentes que comunican conocimiento científico; periodistas, activistas, *amateurs*, instituciones políticas y científicas y la industria cultural están también involucrados en la comunicación. De este modo, podemos poner en consideración

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

a Hilgartner (1990), quien propone que la visión de la popularización que separa claramente el discurso científico de aquel que no lo es resulta inadecuada por dos motivos principales: el conocimiento popularizado de otros campos moldea la forma en que les científicos perciben la ciencia, y el recurso de la simplificación se emplea en diversos momentos de la labor científica (por ejemplo, en intercambios al interior de los grupos de trabajo, en la comunicación con los estudiantes o con especialistas de otros campos y para la obtención de fuentes de financiación). El *continuum* incluye así presentaciones de pósters en un congreso, charlas técnicas dentro del equipo, reuniones, seminarios internos, informes, revisión de la literatura científica, artículos en revistas científicas, pedidos de financiamiento, editoriales, noticias, manuales, libros de divulgación, participaciones en medios masivos de comunicación (Hilgartner, 1990; Mendizábal, 2018). Es en este hacer público que la verdad científica se va estableciendo, a través de la crítica y el reconocimiento de pares (Mendizábal, 2018).

A su vez, las audiencias de esta comunicación varían, así como los objetivos concretos del comunicar y el establecimiento del discurso no se reduce al ámbito académico, sino que también involucra diversos actores de la sociedad. En términos de Alcívar (2009), se trata de una negociación colectiva de conocimientos, y son variadas las instancias en que las ideas científicas son recibidas, discutidas y modificadas. Es retomando estas ideas sobre el *continuum* en la comunicación y la diversidad de públicos (Ramos, 2022) que nos interesa reflexionar sobre ciertas experiencias del equipo. Presentaremos algunas de las experiencias concretas de nuestro quehacer como comunicadores públicos de la ciencia, que tendrán como hilo conductor el camino que llevó a la realización de un documental, su difusión y las instancias posteriores en las que fue presentado. Cada uno de los puntos del recorrido nos permitirá referirnos a producciones del equipo, a la articulación con otros grupos, a la incorporación de nuevos saberes y a las estrategias que desplegamos en función de los formatos y los participantes.

En el primer apartado, nos centraremos en los proyectos de “Entramando Saberes” que se propusieron relevar y comunicar otras experiencias de extensión. Así, relataremos nuestra experiencia en el armado de un documental mediante el cual registramos y comunicamos públicamente el intercambio del Equipo de Arqueología del río Salado con los ceramistas de la región. A su vez, desarrollaremos cómo el contexto de pandemia afectó nuestro trabajo, llevándonos a repensar los formatos, públicos y formas de hacer con otros, e impulsando la creación de nuevos proyectos. En el segundo apartado, reflexionamos sobre los públicos de la comunicación científica y de “Entramando

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA**Entre notas, lentes y redes**

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

Saberes”, en particular. Para ello, recuperaremos las estrategias de comunicación y promoción del documental a través de la red social Instagram. Finalmente, comentaremos nuestra experiencia de presentación de algunos de los materiales relativos al documental frente a un público presencial, que implicó la utilización de otros recursos alternativos a los ya empleados y maneras diferentes de comunicar.

Relevando experiencias de extensión universitaria en FFyL-UBA

Hacia finales de 2018, nos propusimos registrar, sistematizar y comunicar diferentes experiencias de Extensión Universitaria² llevadas adelante por estudiantes, docentes y/o graduados de las distintas carreras de la Facultad de Filosofía y Letras (FFyL) de la UBA. En líneas generales, postulamos dos ejes de trabajo; el primero vinculado a fines investigativos, y el segundo, asociado al formato y al lenguaje. Entendemos que, en la práctica, ambas líneas de abordaje se retroalimentan: la investigación provee los contenidos y materiales utilizados en la construcción del relato a disposición de un público amplio y, en ese proceso de comunicación del conocimiento, se construyen nuevos abordajes y perspectivas analíticas que reorientan la investigación.³

Para el primer eje, recurrimos al trabajo con fuentes documentales y bibliográficas, realizamos entrevistas formales e informales y rastreamos registros visuales y audiovisuales (tales como folletos, imágenes, fotografías, filmaciones, etc.). De esta manera, abordamos material relativo a la historia de las experiencias de extensión universitaria relevadas con el fin de rastrear y reconstruir sus derroteros, para ponerlos en relación con los contextos sociopolíticos, históricos, locales y nacionales, en los que se desarrollan o desarrollaron. Para el segundo eje de trabajo, nos propusimos realizar un registro documental fílmico y fotográfico de estas experiencias (con diversos grados de formalización, duración y alcance), a fin de generar un insumo que permitiera reflexionar sobre los diálogos y procesos relacionales que se establecen entre

² Nos enfocamos en relevar experiencias de extensión que presentan diversos grados de formalización, alcance y duración. En este sentido, nos interesó registrar tanto aquellos proyectos institucionalizados, los que se desarrollan en el CIDAC a través de la Secretaría de Extensión Universitaria y Bienestar Estudiantil (SEUBE) de la facultad, como los impulsados de manera informal y autogestionada por estudiantes.

³ Este proyecto contó con el apoyo y financiamiento del Programa FILOCyT-UBA 2019-2022: Saberes y prácticas Antropológicas interpeladas. Documentando Experiencias de Extensión en Filo a partir de una propuesta Audiovisual (1958-presente). Directora: Dra. Dolores Estruch y codirectora: Julia Costilla.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA**Entre notas, lentes y redes**

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

investigadores y diferentes actores sociales. A continuación nos enfocaremos en relatar los intercambios con varios equipos de extensión de la FFyL (UBA) y reflexionaremos sobre las preguntas iniciales que impulsaron nuestro proyecto.

Caminos por la vera y los barros del río del Salado: entre el registro etnográfico y el relato audiovisual

Siguiendo nuestro objetivo de registrar y comunicar las experiencias de extensión universitaria a diferentes públicos, nos acercamos al trabajo que desde hace más de tres décadas viene llevando a cabo el Equipo de Arqueología del Salado en la microrregión del río Salado. Nos enfocamos en los distintos modos de intervención en el territorio y en instancias de diálogos y reflexión colectiva, entablados entre arqueólogos y ceramistas acerca de los saberes, técnicas y maneras de abordar el trabajo con la arcilla local. En este sentido, nos interesaba generar un relato audiovisual que diera cuenta de la construcción de lazos e intercambios entre ceramistas e investigadores en torno a intereses en común: la cerámica local dentro de la microrregión del río Salado.

Elegimos construir los relatos en clave audiovisual, ya que nos permite interrogarnos acerca de los saberes (locales y académicos) en torno a las prácticas cerámicas del presente y del pasado, así como compartirlos frente a audiencias diversas (Estruch, Salerno y Stáffora, 2023). Entendemos que el lenguaje de las imágenes en movimiento abre un abanico de posibilidades para la comunicación de la ciencia, con el potencial de sintetizar ideas y generar metáforas visuales. Además, nos habilita a “entrar” en otros espacios y acercarnos o alejarnos desde la lente a planos más íntimos o panorámicos, según dónde se decida hacer foco. Asimismo, nos permite compartir conocimientos, construir relatos propios y acompañar el relato de otras historias (Solís, Magaña y Muñoz, 2016).

Durante 2019, integrantes del Equipo de Arqueología del Salado y de “Entramando Saberes” (antropólogos y realizadores audiovisuales) viajamos a diferentes localidades de la microrregión del río Salado al encuentro de ceramistas de la zona. En estos caminos por la vera del río Salado pudimos conocer las experiencias de trabajo con distintos tipos de arcilla, técnicas y diseños desde las voces de sus protagonistas. A su vez, nos mostraron la forma de extracción del barro y participamos de “quemadas”, que son las instancias en las que se realiza el proceso de cocción de las piezas.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

Estas rutas hacia la cerámica de la microrregión del río Salado fueron la escena donde nuestro equipo se encontró realizando observación participante, registrando y documentando, entre cuadernos y cámaras, los relatos y saberes de sus protagonistas, creando nuevas polifonías de conocimiento. En ese sentido, supimos establecer un diálogo entre nuestro lugar como etnógrafos y como realizadores audiovisuales. Así, entre huellas de barro, hornos, fuegos e historias de vida, produjimos un documental que intenta comunicar las experiencias y conocimientos sobre técnicas y diseños de la cerámica local, que dialogan entre el pasado y el presente. El documental *Saberes expertos. Ceramistas y arqueología del Salado* se estrenó en 2022 en el Centro Cultural “Paco Urondo”, y puede verse en nuestro canal de YouTube.⁴

En este proceso, se fue definiendo un nuevo proyecto en clave interdisciplinar, integrado por arqueólogos del Equipo de Arqueología del Salado, antropólogos y realizadores audiovisuales de “Entramando Saberes”, y museólogos del Museo Etnográfico “Juan B. Ambrosetti”. Así nació la muestra itinerante “Ceramistas del Salado. Un territorio largamente habitado”.⁵ Su diseño y organización se gestó mediante el intercambio con ceramistas de las localidades de Chascomús, General Belgrano, General Paz, San Miguel del Monte, Las Flores y Lobos. Esta muestra se propuso visibilizar los múltiples modos de producción de cerámica que se despliegan en la microrregión del río Salado, fortaleciendo las redes entre los ceramistas, las instituciones vinculadas a la gestión de la historia local y los investigadores del área (Salerno, Estruch y Staffora, 2023).

La experiencia de intercambios con el Equipo de Arqueología del Salado y los ceramistas de la microrregión acerca de los saberes y lazos constituidos a partir de las prácticas alfareras fue la base para que el equipo de “Entramando Saberes” trabajara en la coproducción de la muestra. En esta nueva ruta convergieron los conocimientos disciplinares de antropología, arqueología, museología y lenguaje audiovisual. Así, el equipo participó colectivamente en el armado general de la muestra: producción del guion, textos de sala, recursos, diagrama del uso del espacio, etc. La exhibición se

⁴ *Saberes Expertos. Ceramistas y arqueología del Salado*. Documental completo.

⁵ Este proyecto cuenta con el financiamiento del programa de UBANEX FFyL-UBA: “La historicidad de las poblaciones prehispánicas en la microrregión del río Salado (Provincia de Buenos Aires) y sus formas de representación a través de la cerámica. Saberes locales y arqueológicos a partir de experiencias de extensión”. Directora: Virginia Salerno y codirectora: Dolores Estruch.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

planteó como un recorrido en el que les visitantes podían explorar las distintas formas de hacer cerámica e intervenir en ella.⁶ Esta experiencia nos permitió reflexionar sobre el lugar del patrimonio en las sociedades y sobre las prácticas cerámicas del presente y del pasado, al mismo tiempo que compartirlas con distintas audiencias.

La pandemia: relevar experiencias de extensión en la virtualidad

La disposición del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) frente a la pandemia de COVID-19 nos llevó a repensar varios de nuestros proyectos en curso, ya que la posibilidad de llevarlos a cabo tal como se plantearon en un comienzo se vio obstaculizada. Mientras algunos de los trabajos tuvieron que ser pausados o modificados, otros se aceleraron e incluso surgieron nuevos. En el caso del documental y la muestra itinerante, se modificó nuestra forma de trabajo. La imposibilidad de reunirnos en territorio y establecer instancias de intercambio presenciales con los ceramistas fue uno de los grandes desafíos que tuvimos que sortear. Así, la virtualidad cobró especial relevancia por ser una de las pocas vías habilitadas para comunicar, intercambiar y dialogar acerca de nuestras tareas como programa de extensión. La producción y edición del documental se dio de manera asincrónica, mediante acuerdos generales sobre el guion y revisión del material recolectado. En el caso de la muestra, se diseñó un diagrama en formato digital. La producción de imágenes y textos y la propuesta de recursos (piezas de cerámicas arqueológicas, diseños actuales, proyecciones, etc.) fueron pensadas y conversadas en instancias virtuales colaborativas entre el equipo y los ceramistas.

Por otro lado, con la intención de seguir registrando de manera audiovisual experiencias de extensión universitaria, tuvimos que pensar un formato que nos permitiera seguir trabajando adaptándonos a la virtualidad. La idea principal era recuperar las voces de los protagonistas de los equipos y poder acercarnos a sus formas de trabajo y construcción de conocimiento. Así es que elegimos el formato *podcast*,⁷

⁶ Hasta el momento solo fue presentada en el Museo Pampeano de Chascomús del 19 de noviembre al 4 de diciembre de 2022.

⁷ Los *podcasts* son series de episodios grabados en audio y transmitidos *online*. Pueden ser grabados en diferentes formatos, siendo los más comunes entrevistas y grabaciones individuales donde los presentadores comentan sobre un tema específico.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

centrándonos en el lenguaje auditivo. Presentándonos como *hosts*,⁸ iniciamos nuestra experiencia con dos programas de extensión universitaria. El primer episodio se basó en el trabajo que viene llevando adelante el Programa de Extensión en Cárceles (PEC) de la FFyL (UBA). En particular, nos centramos en la experiencia y las producciones vinculadas con la lectura y la escritura en contextos de encierro. La idea de este episodio fue la de sumar las voces de los diferentes actores que intervienen en el Programa, involucrando a coordinadores, docentes y estudiantes. El objetivo fue dar espacio a la lectura de las producciones escritas en un formato de audio, como una nueva vía para circular, promover y difundir estos materiales y experiencias.

Dedicamos nuestro segundo episodio al Programa de Promotoras territoriales y estudiantiles en Prevención de la Violencia de Género, Micaela García. Nos interesó registrar la formación de los estudiantes de la FFyL (UBA), particularmente de quienes desarrollan acciones sociales, comunitarias o institucionales y quieren formarse en la promoción de derechos y el acceso a la justicia de mujeres, travestis y trans. En esa dirección, y contando en nuestro equipo con una de las estudiantes que realizó el curso, comenzamos a buscar información sobre la Ley Micaela y a tener una serie de intercambios con las promotoras. Tuvimos un encuentro por la plataforma *zoom* con varias de ellas a partir del cual pudimos acordar algunos puntos del guion del *podcast*.

En ambos casos, las entrevistas y los intercambios con los dos equipos de extensión nos permitieron elaborar mucho material para editar y repensar al interior de “Entramando Podcast”.⁹ Pudimos generar contenidos para circular con distintos públicos y también generar lazos con otros equipos. Realizamos la producción de los episodios mediante un aprendizaje colectivo interno, en el que se produjeron intercambios de saberes entre nosotres, y asesoría interna y externa sobre la técnica del formato *podcast* (armado de guion, cortinas, ambientación musical, voz narrativa, polifonía). También contamos con la participación de músicas amigas (se produjo una cortina musical identitaria de “Entramando Saberes”), aprendimos sobre nuevas plataformas (como Anchor, Reaper, Spotify, entre otras) y tuvimos que pensar en los diferentes públicos que iban a escuchar nuestro contenido, que se conectan desde este lenguaje nuevo para nosotres. Como señalan Cassany *et al.* (2000), los argumentos y, por tanto, el contenido

⁸ Independientemente del formato de presentación, los *podcasts* necesitan de un tema y de alguien para realizar la presentación, normalmente denominado *host*.

⁹ Entramando | Podcast on Spotify.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA**Entre notas, lentes y redes**

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

de las exposiciones se adapta tanto a las audiencias como a las formas discursivas y convenciones propias de cada género. El punto a destacar aquí es que no existe un discurso científico que es transformado para comunicar, sino que este se reelabora o recontextualiza en cada nuevo canal o situación comunicativa.

En esta línea, la pandemia también nos impulsó a buscar nuevas formas de vincularnos con el público a través de las redes sociales. Desde antes de 2020, teníamos intenciones de ampliar los formatos de comunicación y adaptarnos a un nuevo público y lenguaje. El contexto de ASPO fue el estímulo que necesitábamos, ya que las redes eran el único medio a través del cual podíamos seguir comunicando. Si bien ya contábamos con Facebook, sabíamos que era necesario recurrir a otras plataformas más nuevas, en las que además había mayor presencia de jóvenes. Así, inauguramos nuestra cuenta de Instagram. Esta implicó nuevas formas de presentar los contenidos y de adaptar a distintos formatos lo que elegíamos transmitir, pero sin perder de vista nuestro objetivo: comunicar conocimientos antropológicos, arqueológicos e históricos promoviendo la interacción con la comunidad no académica. Para ello no solo fue necesario pensar el contenido de manera diferente a como se planifican las publicaciones de Facebook, sino también indagar en la lógica de esta red y en las herramientas que nos posibilitaran tener un contacto más directo con nuestro público. A continuación, profundizaremos sobre las estrategias de comunicación en las redes sociales y en instancias presenciales, poniendo el foco en el vínculo con el público.

¿Comunicar para o comunicar con?: la ciencia y su público

La pregunta por cuál es el público de “Entramando Saberes” —con el que ya contamos y también al que buscamos apelar— atraviesa cada uno de nuestros proyectos. Cómo comunicar, de qué maneras, con qué recursos, mediante qué formatos, etc., siempre depende de a quiénes nos estamos dirigiendo. Distintos públicos implican variadas estrategias y soportes. Pero además, implican diferentes formas de coconstruir el conocimiento. La idea de “público” es una noción relacional: se es público con respecto a otros agentes (los “actores”). Ese público puede participar e implicarse de maneras y grados variados en la actividad científico-tecnológica; desde mero espectador a consumidor crítico, colaborador en el diseño de políticas científico-tecnológicas a incluso creador de ciencia, pasando a convertirse a su vez en “actor” dentro del sistema científico (Cuevas Badallo y Urueña López, 2019).

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

Como mencionábamos en la introducción, las formas de comunicar en la ciencia han variado históricamente, adquiriendo características distintas según los agentes comunicadores y cómo se conciba el público. Desde sus inicios, la comunicación de la ciencia se construyó alrededor de una lógica deficitaria, que en muchos casos sigue siendo el “modelo dominante” (Hilgartner, 1990). Bajo esa concepción, el público es concebido como oyente, lector o usuario, como una entidad homogénea a la cual hay que informar para satisfacer su déficit de conocimiento. De esta manera, la audiencia nada parecería tener que ver con la producción o validación del conocimiento y las prácticas científicas. Así, la comunicación científica se ve reducida a ser simplemente un “puente” o una “traducción” que acerca la ciencia al público, reduciendo una brecha (Polino, 2022).

Pero hoy todas las formas de amateurismo científico revelan colectivos de fundamental importancia como públicos de la actividad científica y, también, como coproductores de la ciencia. En las sociedades actuales, mediatizadas e informatizadas, la acción de los públicos es cada vez más preponderante (Polino, 2022). Siguiendo a Castelfranchi y Fazio (2020), una comunicación pública de la ciencia centrada en la transmisión de la información y en cautivar audiencias a través de la curiosidad es necesaria, pero no es suficiente. Como señalan Cuevas Badallo y Urueña López (2019), en los estudios sobre la ciencia y la tecnología se observa una tendencia a ampliar el papel cognitivo y político que les agentes no-especializados podrían (o deberían) tener dentro del sistema de ciencia y tecnología. Se trata de pensar a los agentes *a priori* no-especializados (o no pertenecientes a la comunidad científica) como lo suficientemente competentes e interesados en la actividad científica como para generar conocimiento básico y comprender de manera relativamente profunda problemas científico-técnicos (Cuevas Badallo y Urueña López, 2019).

Es desde esta forma de entender al público que nos paramos a pensar cómo comunicar mediante los distintos soportes de los que disponemos. Para ello, nos centraremos en dos casos: la promoción del documental a través de Instagram y la preparación de un *stand* para comunicar sobre el hacer de “Entramando Saberes” en una feria de la FFyL destinada a ingresantes a las distintas carreras de la facultad.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

El público de Instagram: estrategias para comunicar en las redes sociales

Para pensar la difusión del documental en las redes sociales, nos centramos en Instagram, que en los últimos años se constituyó en nuestro principal medio para comunicar y, sobre todo, para interactuar y vincularnos con nuestro público. Aunque la promoción del proyecto se llevó adelante también en Facebook, nos enfocamos sobre todo en las herramientas provistas por Instagram y diseñamos nuestras estrategias de difusión a partir de ellas. Esta red social cuenta con recursos muy variados para interactuar con los seguidores, lo cual nos ha permitido trazar una estrategia comunicacional enfocada en el diálogo y el involucramiento del público. Tal como señalan Almeida *et al.* (2017), si bien las redes sociales están siendo ampliamente utilizadas para la comunicación de la ciencia, aún son escasos los estudios que analizan esta práctica; este trabajo propone ser un aporte en ese sentido.

A modo de breve introducción sobre nuestro Instagram, cabe señalar que, desde su creación, los distintos tipos de publicaciones han ido cambiando de formato y diseño visual, así como también en el orden y el grado de desarrollo de las ideas que presentamos dentro de ellas. Un ejemplo de esto es la utilización cada vez mayor de imágenes al interior de los posteos, algo que en gran medida se debió a comentarios de algunos seguidores que afirmaban tener dificultades para ver las publicaciones enteras cuando tenían mucho texto en su contenido. En relación con esto, los memes se volvieron nuestro soporte predilecto para comunicar ideas importantes, condensando a través del humor ideas que, de lo contrario, ocuparían mucho espacio de texto.

Así, el propio soporte de Instagram definió la relevancia de lo visual por sobre lo escrito. Recibir este *feedback* de la gente nos impulsó a reducir la cantidad de texto en los posteos y la cantidad de contenidos tratados. Además, intentamos que las publicaciones incluyan preguntas o propuestas de actividades, alentando al público a comentar el posteo, compartir y/o participar de la dinámica planteada. Esto dio lugar a nuevas formas de organizar las publicaciones de forma serializada, desarrollando debates o conceptos a lo largo de varias publicaciones vinculadas entre sí. Este tipo de publicaciones serializadas que recurren a varios de los formatos de Instagram (posteos, historias, *reels*, etc.) para profundizar sobre un mismo tema fue precisamente la estrategia que decidimos seguir para pensar la difusión del documental.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

A la hora de diseñar cómo llevar adelante la difusión, decidimos recurrir a variados formatos y soportes, puesto que cada uno podía interpelar a públicos diferentes o incentivar formas distintas de interacción. Determinamos que el primer anuncio sobre el documental debía ser un “Qué estamos tramando”; una sección de nuestro Instagram que surgió de la interacción con el público.¹⁰ Esta sección está dedicada a *explayarse* sobre distintos proyectos de los integrantes del equipo. Decidimos que esta era la mejor manera de introducir el trabajo sobre el documental: contando la “cocina” del proyecto. En las páginas del posteo, mostramos un mapa de la microrregión del río Salado, y contamos sobre el documental, haciendo énfasis en que se trató de un proyecto en conjunto con el equipo de Arqueología del Salado y con los ceramistas. Dedicamos las placas a detallar el trabajo de los alfareros y a cómo se inspiran en fragmentos de alfarería prehispánica que se encuentran en la región del Salado. Enfatizamos que el conocimiento arqueológico es un elemento importante de las identidades locales y regionales, y la importancia de fortalecer vínculos entre ceramistas de distintos pueblos y ampliar la visibilidad de su trabajo en sus comunidades. Recurrimos a fotografías de quienes estuvieron trabajando en el proyecto, para apelar a lo que sabemos que a nuestro público le interesa. Y, además, aprovechamos el espacio para contarle sobre la muestra itinerante que se estaba planificando, y sobre todo le adelantamos que pronto estaríamos compartiendo el documental.

Además, en la descripción del posteo invitamos a nuestro público al Congreso de Antropología Social (CAAS), avisándole que allí íbamos a estar contando un poco más sobre este proyecto. Recurrimos, como solemos hacer en nuestros posteos, a varios *hashtags*. Se trata de etiquetas que facilitan la búsqueda de información en Instagram, y que pueden hacer que un posteo tenga más vistas. Así, poniendo *hashtags* como #cerámica, #CAAS, #UBA o #Secretariadeextensión garantizamos que, al buscar alguno de estos términos, nuestro posteo saliera en las distintas búsquedas.

Mediante esta primera publicación, buscamos generar curiosidad en nuestro público, anticipándole el estreno del documental e introduciéndolo al tema. Para ello recurrimos

¹⁰ Durante el primer año desde el lanzamiento del Instagram, notamos que los posteos que más *likes* recibían (además de los “Viernes de Siluetas”) eran las fotos o videos de las reuniones del equipo. Esto nos hizo notar que a nuestro público le interesa conocer quiénes somos los que estamos detrás de “Entramando Saberes”. A raíz de eso, decidimos crear la sección “Qué estamos tramando”, para conectar nuestro deseo de mostrar distintos temas que pueden ser abordados desde las ciencias sociales con el interés del público por conocer a los integrantes del equipo.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

a herramientas propias de Instagram para aumentar la visibilidad, pero sobre todo elegimos estratégicamente como primer posteo un “Qué estamos tramando”, que sabíamos atraería la atención de quienes nos siguen. A su vez, al etiquetar a la cuenta de Arqueología del Salado y utilizar *hashtags* en referencia a les ceramistas, tuvimos la intención de atraer otros públicos que aún no nos seguían pero que podrían estar interesados tanto en el documental como en nuestro contenido en general.

Por otra parte, recurrimos también a las historias, que suelen tener mayor visibilidad que los posts. Estos últimos tienen la ventaja de poder ser compartidos en las historias de otras personas, pero las historias suelen ser más vistas y tienen más recursos para que la gente interactúe (responder, reaccionar con un emoji, *stickers* interactivos, etc.). Por eso, las usamos para compartir y darles más visibilidad a los posts subidos al *feed*, o para completarlos con otra información. También aprovechamos las historias para generar dinámicas a través de las cuales las personas nos dejen sugerencias, nos digan qué les interesaría saber, nos cuenten experiencias propias relacionadas con tópicos propuestos, etc. En todos los casos incentivamos la participación a través de recursos que proporciona Instagram, como los *stickers* interactivos (cajas de preguntas; barras para indicar si algo gusta, enoja, causa gracia; etc.). Además, es frecuente que les usuarios respondan o reaccionen a las historias, abriendo el diálogo.

Entonces, en primer lugar, compartimos el posteo del “Qué estamos tramando” en las historias y les pedimos a los seguidores que “activen la campanita”¹¹ porque estaríamos contándoles más cosas sobre el documental en próximas historias. Estas historias serían luego “destacadas” para que quedaran de manera fija en nuestro perfil, bajo el título “Documental”. Aquí también ubicamos, posteriormente, todas las historias relacionadas con el tema. La intención era asegurarnos de que el posteo sobre el documental fuera visto por la mayor cantidad posible de seguidores. Y también apelar a aquellas personas que no suelen mirar los posts si no únicamente las historias; de este modo, nos aseguramos que ellas también supieran sobre el documental y su inminente estreno.

Poco después, publicamos en nuestro *feed* el *flyer* del estreno del documental, que promocionaba que el 21 de abril de 2022 se iba a presentar en el Centro Cultural “Paco

11 Función de Instagram que al activarla permite recibir notificaciones cuando un perfil determinado postea nuevas cosas.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

Urondo”. Anticipamos que en los días siguientes estaríamos subiendo adelantos y les invitamos a asistir. Con la misma intención que para el “Qué estamos tramando”, compartimos este posteo en historias, y en ese mismo espacio, informamos el lugar y fecha del estreno del documental, contándoles que queríamos mostrarles a todos los seguidores la presentación. Por eso, les pedimos que quienes asistieran se sacaran una foto y la compartieran en historias, etiquetándonos a nosotros y a Arqueología del Salado con el hashtag #ceramistadelsalado para compartirlo en nuestro Instagram. De este modo, buscamos generar una mayor vinculación con la audiencia y mayor difusión. También anunciamos que transmitiríamos en vivo el estreno del documental para quienes no pudieran asistir. En los días posteriores, subimos al *feed* y a las historias videos con adelantos del documental a modo de *trailers*, recurriendo a *hashtags* y sobre todo procurando etiquetar la cuenta de Arqueología del Salado, para que también sus seguidores pudieran verlo.

El siguiente paso para generar más visibilidad para el documental fue recurrir a una sección que sabíamos que convocaba a nuestro público: los “Viernes de Siluetas”. Son una forma de publicación interactiva que consiste en una dinámica en historias, donde presentamos una silueta (de una persona, lugar objeto, etc.) y dejamos pistas para que los seguidores intenten adivinar quién es. Luego posteamos una publicación en el *feed*, revelando la identidad de la silueta y contando sobre ella, y compartimos las respuestas de los seguidores en las historias. En las pistas y en el *post* recurrimos a datos curiosos y a memes, y estimulamos el humor como una forma de participar con respuestas que se saben incorrectas pero que resultan graciosas. De esta manera, la participación no queda restringida a los especialistas¹² (Aller *et al.*, 2021). Así, con esta sección conseguimos la participación activa de públicos distintos y de formas variadas: mientras que algunos eligen solamente reaccionar a las historias y *likear* los posteos, otros responden a las cajitas de preguntas o a las historias, “saliéndose” de la consigna y

¹² Los Viernes de Siluetas nos permitieron conocer que nuestro Instagram tiene dos tipos de público. Por un lado, “especialistas” con formación en distintas ramas de las ciencias sociales, quienes buscan material para difundir entre estudiantes y conocidos y memes para compartir con sus colegas. Por el otro, un público “no especialista” que nos sigue para conocer más sobre antropología, arqueología e historia. Cabe señalar que públicos que tal vez son especialistas en un área no lo son en otra, cambiando sus formas de interacción según el tema de cada posteo. En cada Viernes, los especialistas tratan de adivinar quién, qué o dónde se representa con la silueta, principalmente a partir de sus saberes académicos, mientras que los no especialistas recurren a otro tipo de conocimiento (Aller *et al.*, 2021).

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

contando anécdotas propias, haciendo chistes, preguntas, etc. Otres no participan de las dinámicas en historias, pero sí comentan o comparten los posteos.

De esta manera, los “Viernes de Siluetas” resultan ilustrativos de nuestro esfuerzo por mantener una comunicación cada vez más fluida con los seguidores, y de la voluntad no solo de difundir lo que hacemos, sino también de construir conocimiento con ellos. Con esto en mente, decidimos dedicar un Viernes de Siluetas a una vasija de cerámica del taller familiar Lincon Pagni, un espacio donde ceramistas de Ranchos (ciudad de la región del Salado) recuperan y trabajan con barros locales y técnicas prehispánicas. Volvimos a contar sobre el territorio, los sentidos de pertenencia y los procesos de memoria. Pusimos el foco en los ceramistas y en cómo ellos retoman tecnologías y diseños prehispánicos en talleres autogestionados con fines artísticos y comerciales, en proyectos educativos y en las actividades de intercambio con arqueólogos. Contamos también un poco sobre el proceso de producción de las vasijas: cómo los ceramistas se reúnen a cocer sus piezas, la quema como momento de encuentro, etc. Aprovechamos para volver a invitarles el jueves al estreno, y volvimos a recurrir a los *hashtags*.

En los días subsiguientes, fuimos subiendo tres adelantos más del documental y eventualmente el *trailer* oficial. En todos los casos etiquetamos al equipo de Arqueología del Salado y reiteramos la invitación al estreno. Finalmente, llegó la fecha, pero no por ello dejamos de difundir el proyecto en redes. Ese mismo día, subimos a historias fotos y videos de cuando llegamos al evento y del “detrás de escenas” de la preparación de la proyección. Compartimos también en historias publicaciones del Centro “Paco Urondo” promocionando el evento o filmando parte de la preparación. Luego fuimos compartiendo las historias de varios seguidores que nos etiquetaron y subieron fotos o videos de la presentación en sí misma. Finalmente, subimos una foto a historias agradeciendo a todos por participar. Asimismo, aprovechamos el recurso de los “vivos” de Instagram para mostrar en tiempo real el estreno del documental. Tiempo después, como vimos que la promoción había sido exitosa, subimos una historia con el *flyer* de una segunda proyección del documental, en Ranchos, etiquetando a la SEUBE y a varios ceramistas. El día del evento volvimos a utilizar el recurso de compartir fotos de los seguidores que nos etiquetaron en la presentación en Ranchos.

Por último, recurrimos a la última de las herramientas de Instagram que solemos usar en nuestros posteos: los *reels*. Son un formato con el que estamos menos familiarizados, ya que es más nuevo y requiere pensar los posteos y la información a difundir de

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

manera muy diferente, en formato video e incluyendo música. Sin embargo, sabemos que Instagram le da más visibilidad a este tipo de publicaciones, y por ello intentamos siempre incluirlos en los encadenamientos de posteos sobre algún tema. Entonces, subimos un *reel* contando sobre la inauguración de la muestra itinerante en Chascomús, que surgió a raíz de talleres participativos con ceramistas de varias localidades junto con el equipo de Arqueología del Salado.

Como pudimos mostrar mediante el caso de la difusión del documental, las plataformas permiten distintas formas de interactuar con los públicos. Instagram en particular cuenta con variados recursos para adoptar modos particulares de publicación dependiendo de lo que buscamos comunicar. Algunos soportes permiten tratar ciertos temas con más profundidad o interactuar de forma más activa que otros. Por ello, buscamos diseñar estrategias de comunicación e interacción lo suficientemente amplias como para abarcar a todo nuestro público: especialistas y no especialistas; estudiantes y docentes; personas que no pertenecen al ámbito científico pero se interesan por los temas que tocamos; etc. Instagram nos permitió conocer mejor a nuestros públicos, y la interacción constante con ellos nos llevó a pensar nuevas formas de comunicar y de construir conocimiento en conjunto. También impulsó la reflexión sobre cómo apelar a otras audiencias.

Podemos afirmar que es fundamental producir contenido en soportes que sean familiares al público. Esto no permite únicamente una comunicación más eficiente con este, sino que incentiva su participación en la producción de contenido de nuestro equipo. Es clave considerar los conocimientos que las personas ya tienen, los contextos en que se utiliza dicho conocimiento, así como sus demandas, preguntas, necesidades y objetivos, y pensar en la participación pública en la ciencia y la tecnología más que solamente en la comprensión (Castelfranchi y Fazio, 2020). Así, hemos encontrado un público activo que no solo interactúa frecuentemente en nuestras publicaciones y responde a nuestras propuestas, sino que se ofrece a contribuir con sus conocimientos. Al brindar herramientas de la antropología y la historia esperamos contribuir a una alfabetización científica cívica y que las personas puedan examinar críticamente la información que reciben y desarrollar puntos de vista propios y fundamentados (Hodson, 2013). Sin embargo, queda como desafío a futuro explorar las posibilidades y límites de Instagram para generar instancias de coproducción de conocimiento; las posibilidades de participación e involucramiento no son independientes de la estrategia de comunicación elegida.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

Los desafíos de un público presencial: la feria de carreras de la FFyL

La interacción con el público y el diseño de estrategias para comunicar fue muy distinto al encontrarnos frente a una audiencia presencial. En varias ocasiones, distintos miembros de “Entramando Saberes” organizamos y participamos de instancias de intercambio cara-a-cara: en charlas, talleres, visitas guiadas, etc. En este trabajo, recuperaremos un caso particular: nuestra experiencia armando un *stand* para una feria de la FFyL, en la que compartimos varios materiales relativos al documental. Al igual que otros programas de extensión, recibimos una invitación a participar en la feria de carreras. Esta se desarrolló en el marco de una serie de actividades destinadas a les ingresantes a las distintas carreras de la facultad. Su objetivo era dar a conocer distintos aspectos de cada disciplina a les futuros estudiantes. La propuesta fue un desafío: pensar una forma original de contar sobre la labor antropológica y el trabajo de nuestro equipo a un público presencial de ingresantes. Esto implicó idear nuevas herramientas e ideas que se adaptaran a esa audiencia.

En primer lugar, fue necesario pensar cuál era nuestro objetivo; qué era lo que queríamos comunicar en el marco de lo propuesto. Decidimos que no queríamos limitarnos a contarles la estructura de la carrera y las posibles salidas laborales, ya que probablemente eran puntos que les ingresantes ya habían escuchado en otras charlas o espacios. Sin embargo, sabíamos que probablemente ellos esperaban escuchar más sobre el trabajo de les antropólogos y les arqueólogos. Entonces, con la pregunta disparadora “¿qué hace une antropólogo/une arqueólogo?”, nos propusimos dar a conocer nuestro trabajo colectivo mostrando proyectos y producciones concretas. Queríamos visibilizar qué hacemos como estudiantes, graduados e investigadores de FFyL, qué contenidos producimos en las redes y fuera de ellas, a quiénes están dirigidos y cómo trabajamos en conjunto con otros equipos. Además de comunicar sobre lo que hacemos, otro objetivo era atraerles a otros espacios de “Entramando Saberes”. Pero no solamente como posible público, sino que también les pensamos como potenciales comunicadores de la ciencia.

Para eso, en segundo lugar, tuvimos que pensar una estrategia para comunicar que les resultara atractiva, que nos permitiera intercambiar con ellos, y que se adaptara también al contexto: un *stand* de una feria. Así, decidimos apoyarnos en producciones visibles y palpables para contar lo que hacemos. Pensamos que, como les estudiantes estarían pasando de un *stand* a otro, de pie, lo ideal era presentarles distintos objetos

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

que pudieran agarrar y tocar y usarlos para gatillar la conversación con ellos sobre el trabajo del equipo. Esto permitiría conversar con cada uno sobre los temas que les interesaran. Además ayudaría a contar qué hace un antropólogo o un arqueólogo y qué hacemos como programa de extensión para que fuera menos abstracto, puesto que nos estaríamos apoyando en producciones específicas. Así, decidimos llevar las tapas de nuestra revista *Otra Trama* con un código QR para que pudieran escanearlo y ver los distintos números; el documental para proyectar mientras estuviéramos en el *stand*, el *banner* de la muestra itinerante, piezas de cerámica y recursos visuales (desplegables de fotografías y espiral de imágenes de diseños de cerámicas, diarios y notas de ceramistas) creados por el equipo interdisciplinario con quienes gestamos la muestra.

A pesar de toda la planificación, el evento no resultó como esperábamos, ya que se llevó a cabo en un lugar y modalidad distintos a los previstos. El día de la feria hizo mucho calor en la ciudad de Buenos Aires y el espacio en el que iba a tener lugar no estaba bien ventilado. Por ello se optó por desarmar la feria y llevarla a cabo bajo otra modalidad en la misma aula en la que los estudiantes estaban escuchando una charla previa. Esto nos trajo dos preocupaciones: la primera, que los ingresantes ya habían estado varias horas sentados escuchando hablar a alguien y muy probablemente ya estaban cansados; y la segunda, que la dinámica que se proponía era totalmente distinta. En lugar de varios *stands* que se recorrerían libremente conversando con quienes estuviéramos en cada uno, debíamos dar una charla con micrófono a toda la audiencia. Es decir, era una idea opuesta a la que teníamos: que ellos se acercaran y tocaran los distintos elementos para poder conversar desestructuradamente.

De esta manera, debimos recurrir a nuestra experiencia en otros espacios similares para tomar una decisión sobre qué hacer. Optamos por adaptarnos a la propuesta, pero negociar nuestra forma de participación: daríamos una charla a los ingresantes sobre el trabajo de nuestro equipo, pero queríamos que ellos pudieran también acercarse a ver nuestros recursos. Se nos permitió utilizar una mesa para disponer los materiales y ser el último equipo en exponer, para poder conversar con los ingresantes y convocarles a observar los materiales.

Como señalamos en el apartado anterior, siguiendo a Castelfranchi y Fazio (2020), queremos destacar la importancia de diseñar la comunicación pensando siempre en los intereses y conocimientos de cada público particular y, sobre todo, pensando no solo en la comprensión sino también en la participación pública en la ciencia. Esta concepción

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

nos permitió pensar estrategias y herramientas que interpelaran a nuestra audiencia y que la incentivaran a involucrarse en la producción y comunicación científica. Así, improvisamos una charla sobre los principales proyectos de “Entramando Saberes”, intentando mantener el foco en las producciones concretas del equipo, y luego invitamos al público a acercarse a la mesa para ver mejor todo lo que habíamos llevado. Esta decisión tuvo el efecto deseado: las personas que estaban interesadas en lo que les contamos se acercaron, empezaron a seguirnos en nuestro Instagram, buscaron el documental en las redes, escanearon los QR de la revista, e incluso muchos de ellos se quedaron charlando con nosotros.

Conclusiones

En este trabajo nos propusimos reflexionar sobre las prácticas de comunicación pública de la ciencia a partir de nuestra experiencia de trabajo en un equipo interdisciplinario. Para eso, nos centramos en los proyectos de “Entramando Saberes” que relevan y comunican experiencias de extensión, reflejando sus derroteros en clave dialógica y relacional. El propósito de dichos proyectos es acercar a un público general el trabajo que llevan adelante equipos de extensión universitaria que desarrollan actividades fuera de la facultad y articulan con actores en distintos territorios. Estas experiencias generan tramas de saber entre el ámbito académico y no académico que posibilitan crear nuevos conocimientos.

Para producir estos contenidos utilizamos las herramientas propias del trabajo de campo etnográfico, que convergieron con otros conocimientos disciplinares y constituyeron una polifonía de saberes que nos permitió generar nuevos contenidos en formatos audiovisuales. En este camino, se fueron trazando nuevas rutas que nos llevaron a gestar nuevos proyectos y nuevas producciones en clave dialógica. A partir de las producciones realizadas nos centramos en reflexionar acerca de los medios que usamos y las estrategias que creamos a la hora de comunicar estos contenidos. A su vez describimos los desafíos que tuvimos que sortear a la hora de seguir produciendo y difundiendo nuestros contenidos en el contexto de ASPO debido a la pandemia COVID-19. Este nos llevó a repensar los formatos, públicos y formas de hacer con otros, e impulsó la creación de nuevos proyectos, como “Entramando Podcasts”.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA**Entre notas, lentes y redes**

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

Por otra parte, reflexionamos sobre los públicos de “Entramando Saberes” y de la comunicación científica en general, partiendo de la idea de que el público forma parte activa de la producción de conocimiento científico. Para ello, abordamos el caso de la promoción del documental en Instagram y la preparación de un *stand* en una feria para ingresantes universitarios. Reflexionamos sobre nuestras estrategias de comunicación para cada caso, diseñadas en relación con públicos específicos, y sobre la importancia de idear la comunicación pensando siempre en los intereses y conocimientos de cada público particular.

A modo de cierre, cabría preguntarse: ¿qué es lo que hacemos desde “Entramando Saberes”? ¿Hacemos investigación, extensión, o docencia? En línea con lo que proponen Rúa y Salerno (2021), sostenemos que las diferentes prácticas englobadas en la comunicación pública de la ciencia tienen un rol en la producción de conocimiento disciplinar que ha sido en gran parte invisibilizado. En este sentido, es importante destacar la integralidad de las prácticas en torno a la producción de conocimiento científico (Faierman *et al.*, 2019). La distinción entre producción y circulación y entre productores y audiencias ha sido constantemente restablecida como mecanismo de demarcación de discursos legítimos (Rúa y Salerno, 2021). En la práctica, investigación, extensión y docencia están en un *continuum*, y “Entramando Saberes” es un ejemplo de esto. En nuestras experiencias de trabajo, a través de la comunicación de la ciencia, apostamos a la creación de contenidos que promuevan la polifonía de saberes como escenario para la trama de nuevos conocimientos. Como reflexión final, desde nuestro lugar de científicos sociales, es en el campo de la comunicación donde hemos aprendido “a ser, haciendo”, construyendo nuestro propio taller de aprendizaje de nuevas técnicas, formatos y producciones para generar nuestros contenidos. Y que, a su vez, nos abren nuevas rutas, para coproducir y comunicar con otros.

Referencias bibliográficas

- Alcívar, M. (2009). Comunicación pública de la tecnociencia: más allá de la difusión del conocimiento. *Zer*, 14: 165-188.
- Aller, R.; Ortiz, M.; García, M.; Gómez Vázquez, L.; Santarcieri, R.; Ramos, A. y Costilla, J. (2021). Estar en las redes: estrategias de visibilización e interacción desde

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

una cuenta de comunicación científica (Entramando saberes, FFYL, UBA). *Práctica Arqueológica*, 4(2): 20-38.

- Almeida, C.; Amorim, L. y Massarani, L. (2017). Ciencia y medios masivos de comunicación en América Latina. En Massarani, L. y Rocha, M. (coords.). *Aproximaciones a la investigación en divulgación de la ciencia en América Latina a partir de sus artículos académicos*, pp. 59-106. Río de Janeiro, Fiocruz.
- Cassany, D.; López Ferrero, C. y Martí, J. (2000). Divulgación del discurso científico. La transformación de redes conceptuales. Hipótesis, modelo y estrategias. *Discurso y sociedad*, 2(2); 73-103.
- Castelfranchi, Y. y Fazio, M. E. (2020). *Comunicación Pública de la Ciencia*. Montevideo, UNESCO.
- Cuevas Badallo, A. y Urueña López, S. (2019). Públicos y actores en la democratización de la actividad científica. *Revista CTS*, 14(42): 9-29. Disponible en: <http://ojs.revistacts.net/index.php/CTS/article/view/127>
- Estruch, D.; Salerno, V. y Staffora, V. (2023). “Cocinando” un proyecto de extensión universitaria en clave audiovisual y museográfica. Diálogos entre saberes “locales” y “académicos” en torno a la cerámica de la Microrregión del Salado. *Revista Redes de Extensión*, en prensa.
- Faierman, F.; Belossi, M.; Gruszka, M. y Vaccarezza, T. (2019). La integralidad de las prácticas: aportes para un proyecto alternativo de universidad. *Redes de Extensión*, 5; 67-76. Disponible en: <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/redes/article/view/6163>
- Hilgartner, S. (1990). The Dominant View of Popularization: Conceptual Problems, Political Uses. *Social Studies of Science*, 20(3): 519-539.
- Hodson, D. (2013). La Educación en Ciencias como un llamado a la acción. *Archivos de Ciencias de la Educación*, 7(7), 1-15. Disponible en: https://memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.6577/pr.6577.pdf
- Mendizábal, V. (2018). De la torre de marfil a la arena pública: el papel de los científicos en la comunicación de la ciencia y la tecnología. *Communication Papers. Media Literacy & Gender Studies*, 13: 9-26. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6442328>

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA**Entre notas, lentes y redes**

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

- Polino, C. (2022). Unidad 4. Ciencia y públicos. Comunicación, ciencia y sociedad. Diplomatura Universitaria Superior en Comunicación Pública de la Ciencia. Tandil, Facultad de Ciencias Sociales, UNCPBA.
- Ramos, A. (2022). El continuum de la comunicación científica en redes sociales: una estrategia articuladora para alcanzar públicos con diversos intereses. Trabajo Final Integrador, Diplomatura Universitaria Superior en Comunicación Pública de la Ciencia. Facultad de Ciencias Sociales, UNCPBA.
- Rúa, M. y Salerno, V. (2021). La construcción del conocimiento público en Ciencias Sociales y Humanidades. *Campo Universitario*, 2(3). Disponible en: <https://campouniversitario.aduba.org.ar/ojs/index.php/cu/article/view/43>
- Solís, L.; Magaña, M. y Muñoz, H. (2016). *Manual Básico de Video para la comunicación y el periodismo de ciencia*. México, Sociedad Mexicana para la Divulgación de la Ciencia y la Técnica A.C.

Carlos Maximiliano Ortiz

Licenciado y profesor en Ciencias Antropológicas por la Facultad de Filosofía y Letras (UBA). Se desempeña como becario doctoral del CIS-CONICET/IDES-UNTREF y forma parte del Programa de Estudios de las Relaciones Interétnicas y los Pueblos Originarios de las Fronteras (PERIPLOS). Sus temas de investigación tratan sobre las configuraciones sociales del paisaje en Tierra del Fuego en los siglos XIX y XX, y los modos en que este pasado es resignificado en la actualidad. Participa del Programa de Extensión “Entramando Saberes” de la SEUBE (UBA).

Contacto: cmaximilianoortiz@gmail.com

Roberta Aller

Es licenciada y profesora en Ciencias Antropológicas por la Facultad de Filosofía y Letras (UBA). Allí se desempeña como becaria doctoral del CONICET dentro del Instituto de Ciencias Antropológicas (UBA). Su área de trabajo se centra en fandoms y fanismos en distintas ciudades de la Argentina. Participa del Programa de Extensión “Entramando Saberes” de la SEUBE (UBA). Contacto: robertaaller@gmail.com

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Entre notas, lentes y redes

Carlos Maximiliano Ortiz, Roberta Aller, Marcela Sáenz

Marcela Sáenz

Es Profesora en Ciencias Antropológicas de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Donde se desempeña en la Secretaría de Investigación, puntualmente en tareas de gestión pertenecientes al programa de apoyo a la investigación FILOCyT. Actualmente es co-coordinadora del programa “Entramando Saberes” de la Secretaria de Extensión Universitaria y Bienestar Estudiantil UBA, (SEUBE). Ha participado en varios proyectos de Extensión Universitaria en el marco de equipos interdisciplinarios. Se ha formado en el área de fotografía, cómo herramienta de investigación social y expresión artística. Actualmente sigue su formación de posgrado en la “Maestría en Estudios sobre imagen y archivos fotográficos” en la Universidad Nacional de San Martín, UNSAM.

Contacto: marcesaenz17@gmail.com