

¿Qué es la CPC y por qué la Universidad debe invertir en ella?

Dra. Margoth Mena Young
Centro de Investigación en Comunicación
Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva
margoth.mena@ucr.ac.cr

La Comunicación Pública de la Ciencia

Tiene como fin acercar los temas científicos y tecnológicos a la sociedad, de manera que se nutra la cultura científica de esta, se promueva la participación ciudadana activa en las decisiones afines y se fomente así el aumento de calidad de vida de la población.

Curiosidad por la CTI; Conocer; Involucrarse; Opinar en su ámbito privado; Participar de la discusión pública; Movilizarse; Llamar a otros.

Vocaciones en carreras CyT

Las funciones sustantivas de una universidad convergen en la CPC:

- **Docencia:**
 - Formación de las y los comunicadores en este campo.
 - Formación en ciencia, tecnología e innovación.
 - Proyectos de investigación nutren docencia.
 - Sensibilidad y cultura científica de todo profesional.

Las funciones sustantivas de una universidad convergen en la CPC:

- **Investigación:**
 - Respuesta desde la CTI a problemas nacionales.
 - Insumos para toma de decisiones.
 - Ejercicio de la divulgación desde los centros de investigación, unidades académicas y de servicio.
 - Responsabilidad social sobre el conocimiento acumulado y el nuevo.
 - Conocimiento sobre públicos y audiencias

Las funciones sustantivas de una universidad convergen en la CPC:

- **Extensión:**
 - Intervención que se logra en comunidades, grupos, familias y personas, mediante la información de ciencia y tecnología en proximidad.
 - Acompañamiento en proyectos propios de comunidades y personas.
 - Resolución de problemas.
 - Opinión pública y RS.

«Sabemos que las palabras que articulan el lenguaje humano son símbolos que evocan también representaciones y, por tanto, llevan a la mente figuras, imágenes de cosas visibles y que hemos visto.»
(Sartori, 1998, p. 14)

Gran variedad de actividades

Periodismo científico	Programas de televisión y radio
Centros y museos de ciencia	Juegos de mesa y otros juegos
Revistas y libros de divulgación	Audiovisuales y multimedia
Teatro	Aplicaciones (APP)
Cine y documentales	Materiales (fotografías afiches, trípticos, gran formato, etc.)
Talleres	Experimentos como acto lúdico
Exposiciones itinerantes o salas de exposición	Actividades en educación en ciencias
Revistas científicas	Opinión

Necesidad de divulgar muchos temas diferentes, a diferentes públicos, con intereses distintos y cambiantes, hace que sea indispensable impulsar variedad de acciones, con integración de formatos, soportes y plataformas adecuadas.

Estudios llevados a cabo por expertos en conducta llegan a afirmar que sólo el 7% del impacto en la comunicación viene de las palabras, el 38% de la entonación y el 55% de la comunicación no verbal. (Pérez et al., 2010, p. 31)

Algunos retos de la universidad en este tema:

- “Saber algo no es conocer algo, interpretarlo, comprenderlo, aprovecharlo como algo útil para nuestra existencia” (Reig, 2015, p. 27).
- Infoxicación: la cantidad disponible supera la capacidad de ubicar, leer, seleccionar y apropiarse de la misma (infobesidad)
- Credibilidad en tiempos de exceso de información instantánea en internet. Ser fuente.
- Necesidad de formación cultural-metodológica en la audiencia (cultura científica). Ej. tierraplanistas

Gracias

margoth.mena@ucr.ac.cr