

INFORME



360°



La comunicación pública de las ciencias en el Museo de Antropologías

Irina Morán

Eliana Piemonte

Florencia Bacchini



**Museo de
Antropologías**
Facultad de Filosofía y Humanidades | UNC

ffyh
Facultad de Filosofía
y Humanidades | UNC



05:00:00
UNC
Universidad
Nacional
de Córdoba



La comunicación pública de las ciencias en el Museo de Antropologías

Fundamentación

La producción del conocimiento científico ocupa un lugar nodal dentro de nuestro tiempo. Resulta no sólo una herramienta para comprender y cambiar el mundo, sino también significa un derecho humano. Un componente crucial en relación a las nuevas conceptualizaciones, paradigmas, y/o universos sistémicos que hacen al funcionamiento y la cultura. En este punto, la comunicación pública de la ciencia (CPC) es cada vez más relevante. No sólo para democratizar el acceso al conocimiento, sino como un deber social y una necesidad imperativa para la ciencia, a fin de garantizar visibilidad, legitimidad, recursos y confianza en las personas, en las instituciones científicas, junto con el desarrollo de un pensamiento crítico en la sociedad.

El ejercicio de la ciudadanía y de la investigación científica, dependen de una participación responsable e informada de la sociedad en su conjunto. **Así, las instituciones, junto a las personas dedicadas al mundo de la ciencia necesitan comunicar eficazmente sus investigaciones, el conocimiento que producen, sus aplicaciones e implicancias, y hacerlo no sólo entre sus colegas, sino hacia conjuntos cada vez más amplios de la sociedad.**

La comunicación pública de la ciencia se encuentra ante el desafío de innovar y poder captar la atención de un público cada vez más expuesto a imágenes y mensajes atiborrados de diferentes discursos y estímulos.

En un tiempo caracterizado por el uso masivo de medios electrónicos y redes sociales, donde se mezclan de manera permanente las diferentes tipos de fuentes e información, a la comunicación pública de la ciencia le resulta cada vez más difícil la tarea de visibilizarse, adquirir una identidad propia y alcanzar a su vez distintos tipos de públicos.

En este contexto, resulta necesario distinguir entre el discurso científico y otros tipos de contenidos: como el discurso publicitario y-o propagandístico, a los que el público está cada vez más expuesto.

Por esto, en el ámbito de las ciencias sociales se están explorando cada vez más diversas formas de comunicación, tanto desde el entorno profesional como desde el académico, y desde otros entornos híbridos que competen a otras disciplinas, agentes e instituciones, tales como: universidades, museos, galerías de arte, festivales, ámbitos de militancia, instituciones cívicas, empresas privadas, etc.

Esto no es algo tan novedoso como parece, ni tampoco es algo que avance sigilosamente al margen del devenir epistemológico. Por el contrario, comprende interesantes debates que entrañan a las ciencias y que las desbordan impregnando y dejándose impregnar por los agentes diversos que participan en estos debates y desarrollos.

La experimentación y la innovación surgen también de un estado de maduración del campo de la comunicación de la ciencia que necesita hoy de un nuevo impulso hacia los modelos de comunicación vigentes.

El caso del Museo de Antropologías

En la Universidad Nacional de Córdoba existen experiencias dispersas en torno al desarrollo de la comunicación pública de la ciencia.

En el caso de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la UNC, desde el año 2005 se constituye el Área de Comunicación. En ese marco y como antecedente previo, en el año 2004 comienza a circular la revista digital de divulgación científica **Alfilo**, sin interrupciones y con vigencia hasta la actualidad. Una decisión que en su momento significó un paso de avanzada en relación a poner en valor la difusión de la producción científica de las distintas carreras e institutos que son parte de esta Casa de Estudios.

Puntualmente, en el Museo de Antropologías, al contar con una Unidad Científica como el Instituto de Antropología de Córdoba (IDACOR), el trabajo interdisciplinario de sus áreas y sus propios laboratorios, desde hace algunos años y como parte de sus objetivos actuales, la comunicación pública de las ciencias antropológicas, se vienen visibilizando según los siguientes criterios:

- Comunicar con un sentido de perdurabilidad y especificidad, que apunte a promover la reflexión crítica, sin que la información de lo que se comunica esté supeditada al sentido noticioso o de primicia que manejan los medios comerciales. La universidad pública, por lo general, no maneja el concepto de primicia. Sino que trabaja sobre la necesidad de difundir los conocimientos de manera abierta. Es decir, intentando alcanzar una mayor cantidad de públicos.
- Poner en valor el sentido novedoso y disruptivo de los contenidos que se difunden. Muchas veces la universidad pública aporta escenarios y conocimientos específicos que cuestionan o modifican conceptos, sentidos y abordajes del llamado “sentido común”.
- Visibilizar el paradigma y/o posicionamiento político e ideológico, en el que se producen las nuevas conceptualizaciones y sentidos. Un aspecto que aporta claridad y potencia el contenido de lo que se produce y se comunica.
- Romper con los modelos encriptados en los que tradicionalmente suele manejarse el mundo científico. Aspecto que provoca democratizar ése tipo conocimiento.
- En la interacción con la comunidad científica, habilitar la posibilidad de formar y estimular a quienes producen ése conocimiento desde diferentes medios y formatos. Potenciar el sentido social de quienes son productores de ese conocimiento crítico.
- Abrir el campo de los productos comunicacionales a lo popular, lo creativo y lo lúdico. La profundidad de lo que se comunica no tiene por qué estar atada a formatos o tonos solemnes de la enunciación.
- Priorizar el valor social y especializado de la información. La cantidad o el volumen de lo publicado no siempre garantiza calidad en sus contenidos.
- Optimizar la difusión de estos contenidos en medios institucionales propios y los recursos transmedia que brindan actualmente las herramientas interactivas de las redes sociales. La

comunicación pública de las ciencias resulta un insumo necesario que habilita la circulación de contenidos especializados, dentro del universo virtual del mundo de la información vigente.

En síntesis, se trata de instaurar un enfoque cultural de la comunicación científica que nos anime a entenderla como un espacio de creación de significado colectivo. La idea es producir y difundir contenidos, a partir de cómo las sociedades o grupos particulares explican el mundo, movilizandoo ideas sobre la experiencia. En esa línea, pensar la comunicación de las ciencias a través del trabajo de identidades, sumando herramientas de la ficción y prestando atención a la emoción.

Acciones en curso

- Creación de una **página web** pensada desde el punto de vista de lxs usuarixs con un manejo más ordenado e intuitivo, que brinde insumos para la apropiación del conocimiento que se produce en el Museo de Antropologías: cartillas, publicaciones, recursos audiovisuales, notas sobre investigaciones, etc.
- Visibilizar la denominación en plural “Antropologías” con el fin de acentuar la multiplicidad de miradas en el desarrollo de las disciplinas antropológicas y de los diferentes grupos sociales en donde estas inciden.
- Optimización de las posibilidades y formatos que brindan las distintas redes sociales: canal de **Youtube, Facebook, Instagram** y **Twitter**).
- Producciones televisivas, como el ciclo de entrevistas denominado **80+10 Antropologías en Córdoba**.
 - Productos audiovisuales de corte documental y de ficción.
 - Producción de insumos para diversas instituciones.
 - La **pieza del mes**, muestra virtual para redes, con el fin de visibilizar el trabajo de la **Reserva Patrimonial** del Museo de Antropologías.
 - **Recorridos 360** y **muestras virtuales** que promueven la accesibilidad del conocimiento, para distintos tipos de públicos, más allá de la esfera territorial local.

Equipo de trabajo:

- Irina Morán – Personal nodocente FFyH UNC
- Eliana Piemonte – Personal nodocente UNC
- Florencia Bacchini – Diseñadora externa

 @museoantropo

 @museoantropo

 @museo_antropologias

 @MuseodeAntropologías