Experiencia en la Maestría en Comunicación y Periodismo Científico de la Universidad Autónoma de Asunción, años 2015 y 2017, como egresada y docente de la carrera de Marketing y Publicidad

María Soledad Silva Guerín¹

RESUMEN

Introducción: Este trabajo describe la experiencia en la Maestría en Comunicación y Periodismo Científico de la Universidad Autónoma de Asunción (UAA), financiada a través del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), desde el punto de vista como egresada y docente de la carrera de Marketing y Publicidad de la UAA.

Este postgrado fue llevado a cabo durante dos años, entre el 2015 y 2017, en la ciudad de Asunción, Paraguay y estuvo dirigido a profesionales de la comunicación y del periodismo de instituciones públicas, privadas, organizaciones no gubernamentales y medios de comunicación. La convocatoria y elección de los becados fue realizado mediante un concurso público nacional. Se destaca que esta iniciativa formó parte del Proyecto 14-POS-018 de la universidad mencionada para la Convocatoria 2013 de dicho ente estatal.

En este material se describen los pormenores del primer postgrado de esta naturaleza en el Paraguay, desde un enfoque mixto.

Objetivo: Dar a conocer a la divulgación científica y al periodismo científico como un eje transversal a las diversas carreras existentes en el ámbito académico.

Material y Método: En lo que se refiere a la investigación aplicada, se optó por utilizar la documental; a través de investigaciones bibliográficas y documentales para desarrollar el estudio en cuestión.

Resultados: Las trece materias que formaron parte del pensum fueron: Epistemología Científica, Métodos de Investigación Científica y Periodística, Sociedad de la Información y la Comunicación, Comunicación Social y Periodismo Científico, Comunicación Integrada y Publicidad, Ciberperiodismo: Periodismo de Datos y Científico, Redacción Científica y Publicación, Lenguaje Científico, Tecnológico y Audiovisual, Investigación Periodística y de Comunicación I, Investigación Periodística y de Comunicación II, Seminario de Comunicación Multimedia y Móvil, Seminario de Ética Periodística y de Comunicación, y Seminario de Tutoría de Tesis para la entrega del anteproyecto. Dichas materias tuvieron un enfoque investigativo con el objetivo de formar docentes

1. Universidad Autónoma de Asunción, Paraguay.

E-mail: mariasole08@gmail.com

DOI: 10.26885/rcei.foro.2017.61

investigadores en comunicación científica y sus ramas, en las mismas se instaba a la redacción de artículos científicos o *papers* sobre temas variados y que formen parte de las líneas de investigación proveídas por la universidad, como “Investigación periodística”, “Cultura Científica”, “Comunicación, Tecnología y Sociedad”, entre otras.

En cuanto al plantel docente, el mismo fue variado, pues se contaron con once profesionales de diversas áreas del conocimiento: sociología, ciencias de la educación, ciencias de la información, metodología y periodismo. Así también se resalta la procedencia de los mismos, ya que el 73% eran de diferentes nacionalidades (española, cubana, colombiana, uruguaya, brasilera y ecuatoriana) y el 27% eran paraguayos.

Esta maestría estuvo conformada por diez alumnos; el 40% provenientes de la Universidad Nacional de Asunción y el 60% de la Universidad Autónoma de Asunción, de los cuales cuatro estudiantes eran egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación, cinco de la carrera de Periodismo y una de la carrera de Marketing y Publicidad, respectivamente.

En este estudio se da a conocer que el periodismo científico es un área que puede ser abordada por profesionales de diferentes áreas, en donde la divulgación científica se convierte en un elemento útil al momento de brindar información a todo tipo de personas; pues se busca adaptar todo tipo de datos a la realidad de la población mediante el lenguaje y soportes adecuados y así satisfacer sus necesidades de conocimiento en cualquier área, a través de mensajes fáciles de recordar, aplicar y retransmitir, volviéndolos voceros en sus respectivas comunidades.

Esto hace que se destaque la importancia de hacer a la ciencia más “universal” para lograr el empoderamiento de las personas y así éstas mejoren su calidad de vida. Por otro lado, la divulgación científica alcanza las metas tradicionales de la comunicación: informar, entretener y educar.

En cuanto al marketing, obviando su origen comercial, podría volverse un gran aliado al momento de realizar divulgación y periodismo científico, tal como lo mencionan algunos autores referentes de este estudio, para dar a conocer los avances científicos a públicos no especializados mediante estrategias llamativas e interactivas de promoción que despierten la curiosidad y el amor por la ciencia.

Conclusión: La Comunicación y el Periodismo Científico no debería centrarse solamente en los periodistas, sino también en dar apertura a las demás carreras que forman parte de la comunicación a nivel general: marketing, relaciones públicas, publicidad, entre otros, para la formación de profesionales multidisciplinarios que cumplan la meta de que la ciencia sea divulgada a todo tipo de públicos con estrategias integradas de comunicación.

Palabras clave: comunicación, periodismo científico, maestría.

REFERENCIAS

- Calvo Hernando, M. (2006). *Arte y ciencia de divulgar el conocimiento*. Quito: Quipus.
- De Semir, V. (2015). *Decir la ciencia: divulgación y periodismo científico de Galileo a Twitter*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. La Habana: Caminos.
- Seguí Simarro, J. M., Poza Luján, J.L. & Mulet Salort, J.M. (2015). *Estrategias de divulgación científica*. Valencia: Universitat Politècnica de Valencia.