



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Saber entre todos: desafíos de las rutinas periodísticas  
para la comunicación pública de la ciencia  
María Liliana Córdoba y Susana M. Morales

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016  
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>  
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata  
La Plata | Buenos Aires | Argentina

## Saber entre todos: desafíos de las rutinas periodísticas para la comunicación pública de la ciencia

**María Liliana Córdoba**

[lilicordoba2@gmail.com](mailto:lilicordoba2@gmail.com)

**Susana M. Morales**

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

---

Programa de estudios sobre Comunicación y Ciudadanía  
Centro de Estudios Avanzados  
Facultad de Ciencias Sociales  
Universidad Nacional de Córdoba  
Argentina

### Resumen

La ponencia que aquí se presenta, recupera el proceso de investigación sobre las dificultades que enfrentan los periodistas a la hora de poder incorporar el conocimiento producido en la universidad, así como la opinión cualificada de sus expertos en las dinámicas de producción informativa, desarrollado en el marco del programa *Saber entre todos*.

Este Programa, que se propuso fortalecer el carácter público del conocimiento producido en nuestra universidad mediante políticas universitarias de comunicación, trabajó sobre en el relevamiento y sistematización de investigaciones de diferentes temáticas escasamente tratadas por los medios cordobeses, junto con un las demandas de información por parte de diversos actores sociales: en particular, se trabajó con los productores de información de los medios masivos de la ciudad de

Córdoba (audiovisuales y gráficos; públicos y privados), ya que en diferentes espacios de trabajo en conjunto y en investigaciones de nuestro programa, se hizo evidente la dificultad que enfrentan los periodistas a la hora de poder incorporar el conocimiento producido en la universidad, así como la opinión cualificada de sus expertos en las dinámicas de producción informativa. La escasez de recursos a la hora de producir, las dinámicas con tiempos cortos, la circularidad de la agenda mediática, entre otras, eran señalados como condicionantes que impiden la incorporación de nuevos temas, perspectivas y voces en la agenda informativa. A partir del abordaje de las definiciones de los periodistas sobre los medios y sus públicos, las dinámicas de trabajo, el tipo de relación que establecen con distintos tipos de fuentes, las dificultades en la producción de información, las experiencias, valoraciones y expectativas sobre la UNC a la hora de producir información, proponemos un conjunto de desafíos para que las universidades públicas puedan ser reconocidas no sólo como productoras de conocimientos relevantes y pertinentes, sino además aportar a la calidad de la información en los medios y por lo tanto, al debate público.

## I. Introducción

Saber entre Todos es un Proyecto del Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del CEA – UNC realizado con el apoyo de Subsecretaría de Gestión y Coordinación Institucional de Políticas Universitarias. Su objetivo fue fortalecer el carácter público del conocimiento producido en la UNC mediante políticas universitarias comunicación a través de acciones que permitan visualizar socialmente a la Universidad Pública como productora de conocimientos relevantes y pertinentes y que permitan que tales conocimientos sean accesibles a quienes los necesiten.

Esta ponencia comparte algunos de los datos del relevamiento y sistematización de demandas de información por parte de diversos actores sociales, en particular los productores de información de los medios masivos de la ciudad de Córdoba<sup>1</sup>. La

---

<sup>1</sup> Las entrevistas fueron realizadas durante el mes de diciembre de 2015 por ayudantes alumnos de este Programa. Trabajamos con los principales medios gráficos y audiovisuales de la ciudad, así como con medios públicos y privados, con especial énfasis en los medios de nuestra Universidad.

La coordinación proveyó los contactos y la pauta de entrevista.

Se realizaron doce entrevistas

- Medio gráficos: La Voz del Interior: Edgardo Litvinoff (editor), Lucas Viano (periodista de Ciencias en la Sección Ciudadanos), Comercio y Justicia: Luz Saint Phat (periodista de la sección Mundo Psy).

decisión de trabajar en esta etapa con responsables de servicios informativos de medios (audiovisuales y gráficos; públicos y privados), parte de investigaciones y espacios de trabajo conjuntos en los que se hizo evidente la dificultad que enfrentan los periodistas a la hora de poder incorporar el conocimiento producido en la universidad, así como la opinión cualificada de sus expertos en las dinámicas de producción informativa. La escasez de recursos a la hora de producir, las dinámicas con tiempos cortos, la circularidad de la agenda mediática, entre otras, han sido señalados como condicionantes que impiden la incorporación de nuevos temas, perspectivas y voces en la agenda informativa.

A su vez, un conjunto de datos también resultado de investigaciones previas de nuestro Programa, nos permiten confirmar la centralidad de trabajar el vínculo de esta Universidad con los medios de comunicación: el 70% de la población cordobesa se informa principalmente a través de medios masivos considerados tradicionales como la TV, la radio y en menor medida los diarios. Internet, si bien aparece como un medio para acceder a información, es utilizado a través de los portales de los principales medios de comunicación. (Córdoba y Morales, 2012) En esta ponencia nos vamos a concentrar en los criterios de noticiabilidad que definen los entrevistados, así como dificultades en la producción de información, las experiencias, valoraciones y expectativas sobre la UNC a la hora de producir información, como ejes que nos permiten proponer desafíos para desarrollar protocolos de trabajo y herramientas colaborativas que permitan cualificar la producción de información de los medios universitarios a partir de una incorporación sistemática de investigaciones científicas que aporten al debate público y ciudadano.

- 
- Radios: LV3: Carlos Sagristani (director del servicio informativo de la radio), Radio Mitre: Flavio González (director del servicio informativo de la radio), Radio Nacional: Maru Cisneros (directora de la radio), Radio Universidad: César Barraco (director periodístico)
  - Televisión: Teleocho: Gerardo López (director del servicio informativo del canal), Canal 10: Jorge Navarro (director periodístico del canal), Miguel Planells (Productor general de CBA24N), Martín Notarfrancesco (periodista de los SRT). Además, se entrevistó a Luis Zegarra (productor de contenidos WEB de los SRT).

## II. El proceso de construcción de las noticias: rutinas, fuentes y criterios de noticiabilidad. Dificultades en la producción de información.

En relación al proceso de definición de los temas noticiosos, la mayoría de los periodistas acordaron en la existencia de temas entre la agenda general que comparten todos los medios, respecto de la cual producen una agenda propia en cada medio para diferenciarse.

Hay parte de la agenda que tiene una vida propia, que se impone uno quiera o no. En eso inciden todos los otros medios televisivos, gráficos, radiales y también los formadores de agenda que son las instituciones, el ejecutivo, el judicial, el legislativo, determinados actores sociales como abogados mediáticos, deportistas, eso va configurando una cosa que cobra vida propia". (Martin Notarfrancesco)

Otro elemento que interviene en la definición de las noticias es lo que ellos definen como interés del público, que marcan la agenda de temas a tratar.

(...) "palpar los intereses y las inquietudes de la gente. Muchas veces la agenda informativa nos la imponen los oyentes (Carlos Sagristani)  
"Los temas, en general, están marcados por el interés de nuestra audiencia" (Flavio González)

En base a esto, los criterios de noticiabilidad que definen tienen que ver con impacto y el carácter espectacular, que se remita a hechos locales y que afecten e interesen a la mayor cantidad de personas

"Los criterios de importancia, de trascendencia, de interés de la audiencia específica a la que nosotros nos dirigimos, que también es heterogénea, por eso la programación de la radio es heterogénea." (Carlos Sagristani)

Pero además, aparecen otros criterios vinculados a la información como servicio.

"Un segundo criterio también, que nosotros tomamos en cuenta, a la hora de ver porque vamos para un lado o vamos

para el otro, tiene que ver con las necesidades de alguien que está mirando televisión durante la mañana y durante la tarde, sobre todo en un canal de noticias, que la información tenga utilidad, que sea de servicio, o como dicen los norteamericanos "noticias para usar", que eso a nosotros nos permite ponernos también como una herramienta de consulta". (Miguel Planels)

Finalmente, los medios digitales presentan criterios específicos ligados a la medición del impacto en la audiencia, a través de la información que proveen los sistemas. Esto se da en La Voz del Interior

"Por ahí lo digital tiene otros criterios. Como en el área digital uno puede medir inmediatamente el impacto que tiene en vivo, por ahí, surge como otro criterio de noticiabilidad la cantidad de click que tiene, por ejemplo. Es un criterio que convive con los otros, pero no es el prioritario. (Lucas Viano)

Los medios públicos sí insisten en una agenda específica con otros temas: violencia de género, ambiente, elecciones, violencia institucional, cuestiones relacionadas a los derechos humanos, entre otros.

"Tenemos algunos lineamientos bases como DDHH, derecho ambiental, sobre código de faltas que nosotros le metemos esa perspectiva que en Córdoba ha ganado terreno, en parte, creo, gracias a ese trabajo de los SRT." (Notarfrancesco)

"Nuestra línea editorial tiene 4 pilares fundamentales que son sencillitos, que están hechos para medios públicos exclusivamente, que son: el respeto irrestricto por la democracia y los DDHH, la equidad distributiva, esto significa que nosotros no tenemos un interés corporativo si no que trabajamos por el bien común, y entendemos que la equidad distributiva es la única manera de un Estado de bienestar. La diversidad cultural, por supuesto, y la integridad latinoamericana. (Cisneros)

Sobre los otros medios que definen la agenda diaria, aparecen Cadena 3 y Mitre, La Voz del Interior en papel; en televisión Canal 12 en primer lugar, luego Teleocho y Cba24n.

"Me parece que siguen siendo diarios, La Voz del Interior, las radios, fundamentalmente Cadena 3. Me parece que tiene bastante incidencia también las redes sociales, nosotros en algún punto, supongo. Canal 12 seguramente también, me parece que Canal 10 menos. Me parece que es algo así como que se sigue distribuyendo entre los medios más grandes."  
(Gerardo López)

Esta preeminencia de Cadena 3 y La Voz también es consecuencia de la rutina de producción ya que marcan la agenda de la mañana, lo que por un lado condiciona al resto de los medios, pero por otro lado también da la posibilidad de poder darle otro enfoque a la misma noticia y crear una agenda propia.

### **III. La producción académica de la UNC en los medios. Experiencias, fortalezas y debilidades a la hora de utilizar saberes académicos para producir información.**

Existe una mirada general, en todos los medios de que la Universidad puede aportar en los más diversos temas de la vida cotidiana y extraordinarios, por la calidad de la información que está en condiciones de compartir.

"Me parece que la universidad de Córdoba es tan grande, es tan abarcativa, tiene tantas carreras que debería aportar absolutamente de todo, el desafío es un poco que puedan aportar su mirada pudiendo salir de ese pulpito académico" (César Barraco)

"En todos, temas económicos, de infraestructura, ambientales, jurídicos, todos (...) Pero además también lo que es el aporte de una mirada especialista sobre la agenda común, que se yo, la serie de sismo que ha habido en Córdoba últimamente... bueno, alguien que nos explique qué está pasando, qué puede pasar más adelante, el contexto, los antecedentes históricos y las explicaciones geológicas. Y así con cada uno de los fenómenos" (Sagrastani)

Sin embargo, más allá de esta idea general de que la universidad puede aportar en todas las temáticas relevantes, cuando se indaga sobre situaciones concretas en las cuales la Universidad aparece aportando información se tiende a vincular con hechos extraordinarios o complejos que necesitan ser explicados y para los cuales no alcanza el conocimiento de los periodistas. Esta idea atraviesa a todos los responsables de producción de información.

A su vez, también hay una mirada de que se puede aportar en temas estratégicos y en temas vinculados al acceso a derechos, tanto en lo que la universidad misma puede garantizar como en aquellos temas poco visibles a nivel mediático.

Junto a este reconocimiento genérico, inmediatamente aparecen dificultades a la hora de utilizar la producción científica. Cuando se indaga sobre el uso de investigaciones, lo que aparece es una especie de responsabilidad mutua por la cual quienes están en los medios no acuden a la universidad, mientras que la universidad no tendría desarrollada una estrategia clara para que la investigación sea un insumo en la producción de información.

“Si, tomamos muy en cuenta, y me parece que hay una responsabilidad mutua, un poco de nuestros periodistas que no van a indagar la cantidad de información que hay para sacar; y por otro lado la universidad que a veces no la difunde.” (Edgardo Litvinoff)

Esta suerte de falta de estrategia universitaria, se profundiza para los medios audiovisuales.

“Yo insistí durante todos estos años que la Universidad están plagadas de buenas noticias, entonces, así buscando... pero no es una constante, porque al no marcar agenda, y esta es una de las partes (...) (Maru Cisneros)

“Pocas veces, porque no nos llega. La universidad, entre todos, estudiantes, docentes, tiene una población como si fuera la provincia de Catamarca y la tenemos ahí, y es fantástico cómo se trabaja, pero necesitamos saberlo”. (Gerardo López – Teleocho)

En particular, los entrevistados de los SRT, expresan el vínculo con la universidad y la producción científico-académica como un elemento conflictivo en su propia definición como medio universitario. La redefinición de este vínculo y un

acercamiento a distintas áreas de la universidad aparece como un camino que se recorre desde hace poco y que se valora de manera positiva.

“Yo tengo la espina del mundo universitario. Yo creo que ahí nosotros tenemos un déficit enorme, sobre todo cuando uno tiene presente la pertinencia y la utilidad que debería tener este medio universitario. Yo creo que todo **lo que transcurre en la universidad queda invisibilizado**... que ahí ocurren un montón de cosas que es un enorme potencial de noticias distintas que nosotros tenemos y que no desarrollamos. Ni nosotros de acá, ni la universidad de allá. Porque también, la lógica nuestra nos lleva muchas veces a la inmediatez”. (Martín Notarfrancesco)

Finalmente, ese acercamiento con la UNC significa para los SRT mejorar la calidad de la información

“Si ayudo a mejorar la calidad de la información... si hay algo en lo que nosotros hemos mejorado y recuperado históricamente en la calidad y jerarquía informativa... el acercamiento y el respaldo de la universidad en cuanto a que sean parte muchas veces de esta producción, que sirve y que es el camino a seguir como medio universitario. (César Barraco).

#### **IV. Dificultades en el uso de la investigación científica para la producción de información en los medios de comunicación.**

Existe una percepción generalizada de que las lógicas académica y periodística tienen tiempos y lógicas narrativas e institucionales diferentes que se traduce en diferentes tipos de problemas

a- *Acceso*: para quienes producen información es una dificultad a la hora de encontrar tanto las investigaciones pertinentes ligadas a cada tema como poder encontrar a los investigadores. En este tipo de problema la producción académica aparece como una fuente.

El principal problemas es el acceso, una vez que tenemos el acceso ya es fácil contactarse con el investigador, (Litvinoff)



Esto se lee también como una debilidad misma de la universidad que no estaría en condiciones de facilitar ese acceso.

Porque esto es un problema, en general, de todas las universidades. Yo estoy convencido que en gran parte el problema es, el inicial, el contacto. (...) Salvo que sea un medio gigante que tenga un periodista encargado, que ya no existe. (Flavio)

#### *b- Tiempos*

La dinámica cotidiana de producción de información constituye otra dificultad a la hora de considerar la investigación como fuente.

lo que nos pasa en general en la producción de contenidos es que vos necesitas un economista y lo necesitas para dentro de 5 minutos, te planteo así la mecánica, y llamas a uno "no, no puedo" y llamas a otro, el tercero te dice que sí. Ahora, necesitas a un tipo que te hable de la mente, alguien que haga neurociencia y está en reunión o está en un congreso o está en el aula...y la necesitabas ahí, hace 5 minutos, y te contestó o te mandó un mail a la noche. (Flavio)

Otra vez, para algunos es una debilidad de la institución universitaria intervenir sobre este condicionante.

Los tiempos de los periodistas no son los tiempos de los científicos, y esto no es un cuestionamiento al tiempo de los científicos, son dos realidades... son como dos sintonías. Nuestro trabajo es tratar de ponerlas en común y allí si necesitaríamos en este caso puntual de la universidad algún auxilio. (Sagristani)

#### *c- Lenguajes*

Finalmente, poder acceder a la investigación en un formato accesible en términos del lenguaje y formatos aparece como una dificultad.

"Lo que no te llega más o menos procesado no tenés capacidad de ponerlo en el día y al otro día ya fue". (Martín Notarfrancesco)

Pero también, la falta de ejercicio de los investigadores<sup>2</sup> para poder compartir de manera accesible los resultados de sus investigaciones.

“Los universitarios son complicados, son poco mediáticos en general. Pero también ahí está el desafío nuestro de lograr que eso sea distinto” (Martín Notarfrancesco)

“Me costaba mucho poder encontrar del otro lado alguien que en tres minutos nos hablara sobre el comportamiento del átomo, de la célula no sé cuánto, viste. Alguien que nos contara y nos interesara, a nosotros primero y a la audiencia después”. (Flavio)

Frente a ello, aparece una demanda hacia la universidad de poder facilitar de manera rápida y sistemática las investigaciones científicas y a los investigadores de manera de que no sea una tarea que cada medio tenga que realizar. En definitiva, información sistematizada, accesible y acceso directo a las fuentes.

Esto, también puede ser leído como la idea de que la Universidad se tome la tarea de incidir en los medios de comunicación.

Si cada facultad tendría una persona encargada de tener contacto...primero tiene que saber quién es quién en los medios. Tener contacto con los periodistas... “esta noticia va a rendir más en la radio, esta noticia mejor en la tele primero...”. Les llevo un pendrive con imagen y les muestro lo que hicimos en no sé dónde y los de odontología “nosotros hacemos un trabajo de extensión en los barrios pobres, arreglamos muelas”. Y si yo tengo un contacto, ahí se arma un vínculo que no existe hoy, que es el que tienen los espacios que tienen visibilidad mediática. (Martín Notarfrancesco)

También se reconocen iniciativas de la Universidad que se van acercando a las dinámicas de los medios. Para algunos, especialmente los periodistas directamente vinculados a secciones de divulgación científica, UnCiencia aparece como un insumo altamente valorado tanto porque se considera que hace accesible y comprensible la

---

<sup>2</sup> En menor medida, apareció también el celo de ciertos investigadores por el modo en que pueda ser publicada su información. Frente a ello, los periodistas plantean experiencias de lectura previa de lo que se va a publicar.

producción científica como por los formatos que utiliza. Sin embargo no es una alternativa conocida por todos los responsables de producción de información.

“Ahora tiene Unciencia que levanta mucho, ahí tienen cosas impresionantes; yo saque unas cosas de ahí para unos suplementos muy buenos. Tienen todos los requisitos de la noticia”. (Luz Saint Path)

“UNC ciencia, le damos relevancia. Los miércoles y los jueves recibo y a eso sí le damos la trascendencia, inclusive le damos la fuente que llamamos y chequeamos, pero eso representa una parte mínima de todo lo que se genera.” (Luis Zegarra)

A su vez, aparece una dificultad vinculada a la lógica mediática de la primicia. La difusión de investigaciones que la propia universidad genera, hace que deje de ser una exclusividad. Esto es, cuando la universidad desarrolla una política propia de comunicación, se convertiría en un límite frente a ciertos medios.

“En general, cuando publico producciones de ciencia trato que sea producción local. En su mayoría, sobre todo lo que sale en el impreso es producción local, o con alguna fuente local, que en general es de la UNC porque es donde están la mayoría de los investigadores; pero siempre, la mayoría de las veces, es fuente de primera mano, es raro que haga una nota a partir de algo que haya publicado algún portal de la universidad. **Es un caso raro porque uno de los criterios de noticiabilidad es que sea algo con exclusividad, primicia y si sale en un portal de la UNC pierde cierta característica de primicia para los criterios del diario. Entonces lo que trato de buscar es que sea algo de primera mano.** Digamos, que no haya salido en un portal o en algo, en una gacetilla de prensa, algo de eso”. (Lucas Viano)

Y esta lógica, genera ciertas tensiones con los periodistas de los medios universitarios que tensionan su propia relación con la universidad.

“Entonces veíamos y nos encontrábamos noticias de la universidad en otros medios; primero nos enojábamos con la universidad, pero después entendíamos que teníamos que enojarnos con nosotros

mismos, y que no era una cuestión de maldad, sino que había un trabajo hecho para que esa gente desee elegir... y que tenga los vínculos directos para hacerlo". (Miguel Planells)

Las experiencias de incorporación de investigaciones para la producción de información, si bien son valoradas de manera positiva ya que contribuyen a mejorar la calidad de la información, confirman los problemas de la relación que planteamos antes: acceso y falta de canales fluidos con la Universidad.

"Si ayudó a mejorar la calidad de la información, porque la mayoría de esas investigaciones tienen los elementos que hacen falta, elementos de más que nosotros necesitamos para elaborar una noticia, ya vienen incorporados. Entonces es muy fácil hacer una nota con eso". (Litvinof)

En cuanto a los *formatos valorados* para la producción de información, estos varían. Además del reconocimiento que ya anotamos sobre UnCiencia, aparecen distintas propuestas que podrían facilitar el vínculo para que la producción científica aporte a la de información.

- a- Los distintos soportes multimedia (productos audiovisuales, gráficos interactivos, la producción de imágenes y de pequeños productos audiovisuales), especialmente las imágenes que permitan potenciar la producción audiovisual.

"Videos nos servirían muchísimo, multimedias también, gráficos interactivos servirían mucho; tres cosas que apuntamos a hacer más" (Edgardo Litvinoff)

- b- En particular, también se demandan productos que la universidad realice para que puedan ser directamente difundidos  
..."el mejor formato que yo he podido usar son los que se denominan pastillas, que son micros de dos, tres minutos. Que si hubiera mucha más producción de pastillas sobre todos estos temas que estamos hablando" (Jorge Navarro)

...“un **formato breve**. Puede ser un formato de **micro**, también podemos trabajar con las redes sociales. De hecho, no estoy descubriendo nada porque eso es algo que ya se hizo en Buenos Aires. Allá sale lo que nosotros llamamos pequeñas pastillitas, que se graban y se desparraman luego en toda la programación, entonces vos las podés escuchar a las 9 de la mañana, pero también a las 11 de la noche, en la cual una bióloga da en un minuto, baja un mensaje con alguna cifra sobre la importancia del agua dulce para el planeta o la próxima extinción de algún bicho si no lo cuidamos; y luego eso se vuelca a las redes sociales. Y vos decís, mirá que producto piola y sin alterar la programación podemos volcar este tipo de contenidos en toda la programación” (Flavio)

c- La publicidad de las investigaciones y de las actividades de intervención de la universidad de manera rápida y visible.

... “yo recibo un correo del CEA, recibo información y a veces me fijo a ver qué hay y por ahí hay cosas, hay una agendita cultural, cosas así. Pero sé que hay cosas que se investigan en agro, en ingeniería, en hemoderivados, cosas así y estaría bueno, un título y una bajada y decir esto es una nota.” (Gerardo López)

d- La figura de divulgadores científicos: la experiencia de los SRT es muy valorada por los productores de información. Y también aparece como una expectativa de otros medios

“Me parece que por ejemplo un formato que estaría bueno es tener dos o tres divulgadores que puedan contar sobre distintos tema... entonces uno va a hablar más de matemática y física, este más de cuestiones sociales y económicas, este más sobre cuestiones culturales, cine, fotografías... entonces vos tenés esos cuatros divulgadores que tenga un buen speech” (César Barraco)

e- La figura de un facilitador de fuentes y recursos para los medios, que sea capaz de interactuar en los tiempos de producción de información.

“Ayudarnos a nosotros a crear un canal más directo, mucho más directo de los que tenemos, que no sé exactamente cuál sería porque nosotros hemos intentado... gente que hace universidad y está en contacto con... pero a veces cuesta ir a cada escuela, a cada universidad., perdemos un poco de vista eso” (Edgardo Litvinof)

“A ver, una forma ideal de trabajar sería, que, por ejemplo, un instituto de científicos tenga una persona dedicada a la comunicación con la cual el investigador le diga “che, de acá a 30 días sale mi artículo publicado en X revista científica”, entonces puede hacer una gacetilla muy cortita cinco días antes contando cuál es el tema, haces una buena producción de fotos, que por ahí es más difícil que nosotros las podamos hacer sobre todo cuestiones más científicas duras digamos. Que no sea la carita del investigador, digamos, se puede hacer algo mejor. Y largarlo con embargo, no sé, “el 15 de diciembre, Juancito Pérez, del instituto tal, publicará en la revista X un trabajo sobre desmonte, la información está embargada hasta esa fecha”. Es un sistema que puede funcionar. Se puede organizar mejor el trabajo, porque tenes 5 días para organizar el tema”. (Lucas Viano)

- f- Las bases de datos que permitan aportar datos duros a la información “Mucha gráfica, mucha artística, cuadro comparativos, la información, el periodismo de datos... los investigadores son precisos para esas cosas, a la hora de presentar información, cuando vos la podes poner en números, en porcentajes o en una cifra estás diciendo mucho” (Miguel Planells)

“Para mí siempre es útil lo de la UNC porque siempre tiene datos estadísticos”. (Luz Saint PAtH)

En definitiva, se trataría de desarrollar políticas de comunicación que, sobre la base de la producción científica, hagan visibles temas y enfoques vinculados a la vida cotidiana de los cordobeses.

... “asumiendo que la comunicación es parte de sus políticas científicas, de investigación y de educación y que es importante que la sociedad de Córdoba conozca lo que están haciendo, pero no solo que lo conozca para que vea lo groso que sos, sino porque es

importante para su vida, puede ser interesante para los cordobeses conocer qué pasa ahí adentro. Entonces hay que darle la vuelta de generar atractiva una noticia, una investigación, un trabajo de campo, lo que fuese, qué parte atractiva tiene todo eso para que cualquier persona en su casa diga "mirá, qué piola". Porque nos pasa a todos viendo tele de encontrarnos viendo cosas inauditas, cultivo de rosas en China, o como duermen los... y ¿por qué terminamos viendo eso y no...? Por el atractivo que genera, no porque nos interesaba de antes el tema, porque va a cambiar nuestras vidas, no porque lo vayamos a hacer, sino porque el formato televisivo genera atracción. Hay que lograr eso". (Martín Notarfrancesco)

## A modo de cierre

Cuando comenzamos con este proyecto, nos preguntábamos sobre las posibilidades y condiciones de que el conocimiento producido por la Universidad Pública pueda constituir un aporte para el debate y la producción de información de calidad. Junto con el relevamiento que aquí compartimos, también estuvimos indagando sobre el modo en que la Universidad organiza la producción académica para tratar de dar cuenta de su accesibilidad. Y en este sentido, también encontramos que no existen estructuras de organización de investigaciones y proyectos que se encuentren sistematizadas en relación a temáticas y problemas específicos, de modo tal que pudieran servir para constituirse como fuentes. Frente a esto, trabajamos relevando los proyectos, programas e investigaciones sobre tres temáticas en particular: niñez y adolescencia, géneros y ambiente, elaborando una nueva base de datos con la información sobre los temas abordados y los investigadores involucrados. La pregunta necesaria por las rutinas de producción de información y el relevamiento de las inquietudes de quienes la producen, creemos que puede aportar no tanto a tomarlas linealmente sino a discutir las lógicas internas a través de las cuales se intenta visibilizar la producción científica

Entre los desafíos principales, creemos que es necesario que la universidad reconozca su propio potencial para la producción de información pública y de calidad, y a partir de allí pueda desarrollar una política de comunicación que sea capaz de incidir en las dinámicas de producción de información de los medios masivos. Es una Universidad que cuenta con la estructura de producción capaz de llevar adelante una política de este tipo. A su vez, ha desarrollado diferentes iniciativas que produjeron un fuerte impacto interno en cuanto a la necesidad de

sus investigadores de tener una mayor presencia pública y de acercar sus investigaciones al conjunto de la población, no solo en carácter de divulgación sino sobre todo como acompañamiento a diferentes organizaciones y a distintos niveles del Estado para el debate y resolución de problemáticas concretas. Experiencias como Cuatrociencia o SUMA400, han sido políticas que permitieron canalizar estas inquietudes de los investigadores en distintas áreas.

Sin embargo, las transformaciones tanto del escenario comunicacional de nuestra provincia, pero sobre todo del proyecto político de la Universidad de Córdoba, hacen difícil plantear la posibilidad de profundizar las preguntas sobre el carácter público del conocimiento que allí se produce.