

Segundo Congreso Internacional de Ciencias Humanas "Actualidad de lo clásico y saberes en disputa de cara a la sociedad digital". Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, San Martín, 2022.

Comunicación y Ciencia en el ámbito multimedia: Xplora - Snacks de Ciencia.

Calderón, Solange Nataly.

Cita:

Calderón, Solange Nataly (2022). *Comunicación y Ciencia en el ámbito multimedia: Xplora - Snacks de Ciencia. Segundo Congreso Internacional de Ciencias Humanas "Actualidad de lo clásico y saberes en disputa de cara a la sociedad digital". Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, San Martín.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/2.congreso.internacional.de.ciencias.humanas/304>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eoQd/vaG>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Comunicación y Ciencia en el ámbito multimedia: Xplora – Snacks de Ciencia

Calderón, Solange Nataly

Estudiante en la Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Moreno.

solenataly@gmail.com

Palabras clave: comunicación científica; medios digitales; entretenimiento; autogestión; interacción

Resumen

Existe, actualmente, una compleja dinámica entre el proceso de profesionalización del periodismo científico y la comunicación de la ciencia, que se ve afectado por la transición tecnológica digital que ha transformado la ecología de los medios, impactando en cuestiones claves como géneros, rutina de trabajo, fuentes, modelos de negocios y roles para la práctica profesional, con su acompañamiento de nuevos discursos y prácticas.

En este marco, nace *Xplora – Snacks de Ciencia* un proyecto audiovisual llevado a cabo por doctorandos y estudiantes de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Buenos Aires, un locutor profesional, y un politólogo que está haciendo un doctorado en filosofía de la ciencia. Se desarrolla a través de un sitio web y en redes sociales donde suben constantemente noticias, información y piezas audiovisuales, promoviendo la divulgación científica actual con un enfoque destinado al entretenimiento y la interacción con su público.

El objetivo general de investigar un proyecto como *Xplora - Snacks de Ciencia* es entender los procesos de profesionalización de la comunicación de la ciencia en la transición digital, que reconfigura los medios, modos de financiación y roles profesionales. Además de preguntarse qué factores influyen en la decisión de comunicar la ciencia.

Introducción

Existe actualmente una compleja dinámica entre el proceso de profesionalización del periodismo científico y la comunicación pública de la ciencia, que se ve afectado por la transición tecnológica digital que ha transformado la ecología de medios, impactando en cuestiones clave como géneros, rutina de trabajo, fuentes, modelos de negocios y roles para la práctica profesional, con su acompañamiento de nuevos discursos y prácticas (también: valores, alianzas y tensiones).

Cuando hablamos de procesos de profesionalización nos referimos a cómo se relacionan con la especialización progresiva que se ha venido dando en las sociedades modernas: se

consolidan capacidades que lleva tiempo desarrollar y alcanzar, que suponen una formalización y una educación especial. Dicha especialización va de la mano de las exigencias en los estándares del ejercicio de la actividad, de la demanda de exclusividad y de autonomía con un territorio propio para los practicantes de esa especialidad.

En Argentina, así como en varios países de América Latina, el periodismo científico y, más en general, la comunicación pública de la ciencia está en una etapa de profesionalización, con una comunidad de practicantes bastante consolidada y con una identidad definida, además de una creciente oferta de formación y capacitación y un promisorio desarrollo en el ámbito de la investigación en distintas instituciones. Sin embargo, también se ve afectada por la complejidad que supone el manejo y la constante actualización de nuevas tecnologías, modificando radicalmente a la comunicación como práctica profesional (Vara, 2015, p. 167).

En este marco nace *Xplora – Snacks de Ciencia* (<https://xplora-ciencia.com/>) un proyecto audiovisual llevado a cabo por un grupo de entusiastas que incluye doctorandos y estudiantes de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Buenos Aires, un locutor profesional, y un politólogo que está haciendo un doctorado en filosofía de la ciencia. Se desarrolla a través de un sitio web, en diferentes plataformas¹ y redes sociales² donde suben constantemente noticias, información y piezas audiovisuales, promoviendo la comunicación científica actual.

Metodología de Investigación

Se comenzó por el análisis de autores y referentes de la comunicación pública de la ciencia para entender más a fondo los conceptos: profesionalización científica, comunicación científica, medios en la era digital y entretenimiento. Luego, se analizó la página web y redes sociales donde hace su labor *Xplora - Snacks de Ciencia*. Con ello, se tomó como estrategia la recolección de datos que incluye observación e investigación sobre las piezas audiovisuales que realizan, además de implementarse entrevistas a sus integrantes.

Xplora – Snacks de Ciencia

Desde un comienzo sus objetivos, según uno de sus integrantes, fueron buscar contagiar curiosidad, visibilizar los temas que se estaban investigando día a día en su facultad y

¹ Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCmFZSmVFZPx8-4D_8XorNUQ

Twitch: https://www.twitch.tv/xplora_ciencia

Spotify: <https://open.spotify.com/show/1ybGcbAI3PxuGMSbMc4N5g?si=19065f881be1453e>

² Twitter: https://twitter.com/xplora_ciencia

Instagram: <https://www.instagram.com/xplora.ciencia/>

Facebook: <https://www.facebook.com/xplora.ciencia>

TikTok: <https://www.tiktok.com/@xplora.ciencia>

comunicar lo que los apasiona del mundo de las ciencias. Al mismo tiempo, tratan de derribar un poco la imagen clásica del investigador que no sale del laboratorio y, enfocarse en la parte más humana de los científicos investigadores (M. Otero, 2021).

La ciencia y la tecnología suelen presentarse, desde la perspectiva del periodismo, bajo dos formas fundamentales: como noticias sobre el avance de la investigación y como explicación de los hechos noticiosos, como interpretación de los fenómenos de la naturaleza, la sociedad y el hombre (Calvo Hernando 1999, p. 155). En Xplora - Snacks de Ciencia se crea un periodismo con una temática que no está orientada a un campo de la ciencia en particular, ya que no se concentran en ello. Su enfoque está en transmitir un punto de vista respecto al abordaje de la ciencia.

La metodología de trabajo que emplean supone una idea disparadora que, si resulta interesante para todo el grupo, se escribe un guion y luego se coordina una jornada de grabación. Consideran que unas de sus características principales, a la hora de trabajar, es que todos revisan el producto final antes de subirlo. En cuanto a sus horarios, mencionan como van variando continuamente dependiendo del producto al que aspiren y el tiempo con que disponga cada integrante (L. Salgueiro, 2021).

Los roles del equipo están distribuidos en la producción del material audiovisual, el armado de guion, el audio de los videos, la animación, musicalización y el diseño del contenido, los cuales no están a cargo de solo una persona, pero su trabajo está especificado. Esto no quiere decir que no haya colaboración entre ellos, cada integrante ayuda en otras tareas que aún no se hayan completado o, en la participación en el manejo de las redes sociales del proyecto.

Analizando sus piezas audiovisuales, se observa cómo se orientan a informar a través del entretenimiento. Para lograrlo, hacen uso de una gran variedad de recursos visuales (animación, gráficos, musicalización, etc.), junto con un lenguaje verbal y corporal, se muestran ante cámara explicando hechos científicos o haciendo experimentos, de forma lúdica, para tratar de llegar también a un público más joven e, incluso, infantil.

En cuanto a la duración de sus videos, buscan ser concisos y precisos con un promedio de tiempo de entre 00:30 segundos a 05:00 minutos . Mientras que para entrevistas utilizan el formato podcast y, una duración de hasta una hora.

Con el tiempo, se fueron expandiendo a otras plataformas, como YouTube, foros de Facebook, Twitter, TikTok, Twitch y Spotify. Esto es porque no creen que lo que hacen pase tanto por el medio en el que están, sino en lo que transmiten. Si bien hicieron ya varias ferias presenciales y charlas que disfrutaron muchísimo, consideran que las redes son hoy la forma más accesible y exitosa que tienen para llegar a la mayor cantidad de gente posible.

Por tanto, su promesa en este momento es poder seguir difundiendo su contenido tanto en el ámbito multimedial, como en eventos, entrevistas y charlas en colegios, de forma presencial, para poder empezar a tener un contacto más directo con el público e invitar al debate.

Si bien la mayoría tiene formación científica de base, han complementado esos estudios con capacitaciones informales en fotografía, guion y redes sociales, entre otras competencias de la comunicación. No tuvieron conocimiento previo en plataformas digitales, fueron aprendiendo todo sobre la marcha, y al día de hoy siguen en continuo aprendizaje para difundir sus contenidos (S. Tejeiro, 2021).

Para sus integrantes el gran problema al que se enfrentan es entender los algoritmos de cada plataforma, siendo algo que revisan constantemente para poder lograr que sus videos sean lo más vistos posibles para lograr comunicar lo más posible (M. Otero, 2021).

Desde la página web, a través del pago de una suscripción, ofrecen una opción que le permite a las personas el detrás de escena de los proyectos y ser incluidos como miembros. Esto favorece la interacción con el público y permite ver como las nuevas plataformas son un canal de ida y vuelta, en el que se produce una respuesta del público que permite descubrir la percepción que este tiene sobre su trabajo y sobre su forma de difundirlo, al tiempo que son interpelados para cuestiones que preocupan a la gente (Fernández Bayo, Menéndez, Fuertes, Milán y Mecha 2019, p. 7). En ellas buscan principalmente ser informativos, pero también formativos, para sensibilizar a las personas sobre la importancia de apropiarse del conocimiento en beneficio propio.

Por último, en cuanto a modelo de negocio, utilizan la autogestión ya que, al no contar con apoyo de la UBA u otra entidad educativa o de investigación, sus ingresos provienen de las suscripciones – anteriormente mencionadas - de su sitio web. Por tanto, su financiación depende más que nada de su propio público. Aunque apuntan a conseguir una base económica propia para proyectos a futuro.

Resultados

Xplora - Snacks de Ciencia nos muestra como el proceso de profesionalización de la comunicación de la ciencia, en la transición tecnológica, constituye una situación dinámica e inestable, en donde las profesiones establecidas se ven modificadas y surgen nuevos roles profesionales, en relación con nuevos medios e inserciones institucionales, que podrían o no consolidarse.

Mientras en medios tradicionales, como la televisión o la radio, los periodistas científicos suelen acceder a la actualidad científica sólo a través de un lenguaje técnico especializado que, a veces, suele tener complicaciones para la comunicación (Calvo Hernando, 1999, p. 156). En *Xplora* se hace uso de un lenguaje ameno para llegar al público y ser

comprendido, lo que refuerza, a su vez, la participación constante con su público, encontrándolos como participantes.

El proyecto permite conocer a fondo una nueva forma de creación de contenidos dentro de las plataformas virtuales, en esta nueva era digital, utilizadas para la ciencia como temática central. Es una alternativa de aprendizaje e incorporación de contenidos nuevos y de interés, pero también de entretenimiento.

Bibliografía

Calvo Hernando, M. (1999) La Divulgación de la ciencia como objeto de investigación en El nuevo periodismo de la ciencia. Quito. Ediciones Ciespal. Recuperado de: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/43093.pdf>

Fernández Bayo, I., Menéndez, O., Fuertes, J., Milán, M., y Mecha R. (2019) La Comunidad Científica ante las Redes Sociales. Guía de Actuación para Divulgar Ciencia a través de ellas. Recuperado de: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/1334-2019-03-27-Gu%C3%ADa%20de%20actuaci%C3%B3n%20def%202019%20WEB.pdf>

Otero, M. (2021) Entrevista personal. Recuperado de: https://drive.google.com/drive/folders/1QoGB9Y9hrxY_LJiqmUyuh8K-iRttlGRp?usp=share_link

Salgueiro, L. (2021) Entrevista personal. Recuperado de: https://drive.google.com/drive/folders/1QoGB9Y9hrxY_LJiqmUyuh8K-iRttlGRp?usp=share_link

Tejeiro, S. (2021) Entrevista personal. Recuperado de: https://drive.google.com/drive/folders/1QoGB9Y9hrxY_LJiqmUyuh8K-iRttlGRp?usp=share_link

Vara, A. M. (2015) Periodismo científico. Entre la Profesionalización y los desafíos del cambio tecnológico en Ciencia, Arte y Tecnología: Enfoques plurales para abordajes multidisciplinares, Libro 1. Buenos Aires. Ediciones de la UNLa. Recuperado de: <http://sidetec.tucuman.gob.ar/wp-content/uploads/2017/06/Vara-Periodismo-cientifico-entre-la-profesionalizacion-2015.pdf>