

LA APLICABILIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS A LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA: UN ANÁLISIS DE CASO EN EL PROGRAMA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA SECRETARÍA GENERAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES (2015-2023)

Schmalko, Tatiana y Zapata, Pedro D.

**LA APLICABILIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS A LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA: UN ANÁLISIS DE CASO EN EL PROGRAMA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA SECRETARÍA GENERAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES (2015-2023)**

Schmalko, Tatiana

Universidad Siglo21

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

Zapata, Pedro Darío

Universidad Nacional de Misiones

[pdr\\_dario@gmail.com](mailto:pdr_dario@gmail.com)

Material original e inédito para su primera publicación en la Revista Académica

Hologramática

Fecha de recepción: 1 de noviembre de 2025

Fecha de aceptación: 30 de noviembre de 2025

## **RESUMEN**

El siguiente análisis de caso se sitúa en el Programa de Divulgación Científica de la Secretaría General de Ciencia y Tecnología (SGCyT) de la Universidad Nacional de Misiones (UNaM) durante el período 2015-2023. El objetivo del estudio se basa en analizar la evolución del

119

HOLOGRAMATICA – Facultad de Ciencias Sociales – UNLZ

Año XXII Número 43, V1 (2025), pp. 119-127

[www.hologramatica.com.ar](http://www.hologramatica.com.ar) ISSN 1668-5024

LA APLICABILIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS A LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA: UN ANÁLISIS DE CASO EN EL PROGRAMA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA SECRETARÍA GENERAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES (2015-2023)

Schmalko, Tatiana y Zapata, Pedro D.

programa de divulgación científica de la UNaM desde las diferentes herramientas de las relaciones públicas empleadas para comunicar los proyectos de investigación científica de la UNaM, y, así lograr un impacto dentro de la sociedad misionera y de la región. En cuanto a la metodología se basa en un estudio de caso cualitativo dentro del Programa de Divulgación Científica de la SGCyT en el período 2015-2023 y el análisis de implementación de diferentes herramientas. Dentro de los principales resultados se puede observar la transición de la comunicación autónoma y poco organizada que realizaba cada unidad académica (facultades/escuelas) a un modelo integrado y multimedia, la alta popularidad de producciones audiovisuales y eventos de divulgación y ser referentes de comunicación de ciencia dentro y fuera de la universidad. Al finalizar este período se llegó a la conclusión que se logró una alta visibilidad de la investigación tanto interna como externa y lograr ser referente de información del área científica de la UNaM.

**PALABRAS CLAVE:** Divulgación científica - Universidad Nacional de Misiones - Comunicación científica - Estrategias de comunicación

## ABSTRACT

The following case study focuses on the Scientific Outreach Program of the General Secretariat of Science and Technology (SGCyT) at the National University of Misiones (UNaM) during the period 2015-2023. The study aims to analyze the evolution of UNaM's scientific outreach program through the various public relations tools employed to communicate UNaM's scientific research projects, thereby achieving an impact within the Misiones community and the surrounding region. The methodology is based on a qualitative case study within the SGCyT's Scientific Outreach Program during the period 2015-2023 and an analysis of the implementation of different tools. Key findings include the transition from the autonomous and poorly organized communication previously carried out by each academic unit (faculties/schools) to an integrated, multimedia model; the high popularity of audiovisual

LA APLICABILIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS A LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA: UN ANÁLISIS DE CASO EN EL PROGRAMA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA SECRETARÍA GENERAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES (2015-2023)

Schmalko, Tatiana y Zapata, Pedro D.

productions and outreach events; and the university's role as a leading voice in science communication both within and beyond its walls. At the end of this period, it was concluded that a high visibility of the research was achieved both internally and externally, and that it became a reference for information in the scientific area of UNaM.

**KEY WORDS:** Science outreach - National University of Misiones - Science communication - Communication strategies

## 1. INTRODUCCIÓN

La Universidad Nacional de Misiones (UNaM) se sitúa en la Provincia de Misiones, al noroeste de la Argentina. Ésta cuenta con 6 facultades y 2 escuelas distribuidas a lo largo de la provincia. Desde hace más de 50 años se encuentra realizando actividades académicas y científicas en la región.

Al ser una universidad de gestión pública gran parte de sus ingresos provienen del estado nacional. Es por esto que la sociedad debe saber en qué se invierten sus impuestos. A lo largo de los 50 años de la UNaM las actividades de investigación científica han significado un gran avance para diferentes aspectos de la provincia y la región. Estos avances significativos eran desconocidos por la sociedad misionera, es así que surge la necesidad de crear un *Programa de Divulgación Científica* que abarque todos los proyectos de investigación de la UNaM. Este programa se encuentra dentro de la Secretaría General de Ciencia y Tecnología (SGCyT) de la UNaM, abarcando las 6 facultades y 2 escuelas. Antes del año 2015, la comunicación de la ciencia de la UNaM era fragmentada y gestionada de forma autónoma por cada facultad y escuela y gestionada por el área de extensión universitaria, la cual está a cargo de toda la comunicación de la universidad.

LA APLICABILIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS A LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA: UN ANÁLISIS DE CASO EN EL PROGRAMA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA SECRETARÍA GENERAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES (2015-2023)

Schmalko, Tatiana y Zapata, Pedro D.

En este contexto Problema de investigación: Explicar la necesidad de crear una estrategia centralizada de divulgación para una universidad con más de 500 proyectos y múltiples sedes, lo que justifica la creación del programa.

El objetivo del estudio se basa en analizar la evolución del programa de divulgación científica de la UNaM. En cuanto a la metodología se basa en un estudio del caso particular dentro del Programa de Divulgación Científica de la SGCyT en el período 2015-2023.

En cuanto al enfoque metodológico empleado en este caso se trata de un estudio de caso cualitativo que analiza el programa de divulgación de la UNaM en el período 2015-2023.

Las fuentes utilizadas para el análisis de este caso fueron registros audiovisuales de micros multimediales, videos y radiales ("Miradas Científicas", "Científicas UNaM"). Documentos institucionales como comunicados, informes, métricas de redes sociales. Análisis del contenido: Explicar que se analizó el contenido y la recepción de las producciones audiovisuales y eventos.

## RESULTADOS

### Orígenes y consolidación del programa (2015-2016)

En abril de 2015, se inicia el proyecto realizando un relevamiento y análisis de los proyectos de investigación que figuraban en estado “acreditado” en el *Sistema de Acreditación y Seguimiento de Proyectos de Investigación* (SASPI). A raíz de este análisis se pudieron detectar temáticas generales transversales a todas las unidades académicas, así como puntualizar proyectos que pueden resultar “prensables” para un público en general. Una vez finalizada la etapa de análisis, en el mes de junio se inicia el programa de radio "Sintonizando Con Ciencia" en FM Universidad. Este ciclo radial constaba de entrevistas a los investigadores, sobre sus temáticas, así como buscar proyectos en los que se podían calendarizar con fechas importantes a nivel nacional, provincial, municipal y de la universidad.

A finales del 2015 se inauguró el canal de televisión UNaM Transmedia, iniciando un nuevo espacio multimedial a la UNaM.

LA APLICABILIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS A LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA: UN ANÁLISIS DE CASO EN EL PROGRAMA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA SECRETARÍA GENERAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES (2015-2023)

Schmalko, Tatiana y Zapata, Pedro D.

### **Estrategias de producción audiovisual**

Con el inicio de UNaM Transmedia, se abrió un nuevo espacio para la divulgación científica.

- Espacio en televisión (2016): espacio dentro del programa "Al Día", centrado en entrevistas a investigadores en el estudio.
- Ciclo "Miradas Científicas": esta iniciativa se presenta como un formato más inmersivo, es decir, se realizó la documentación *in situ* en laboratorios. La producción constó de 16 videos grabados en todas las Unidades Académicas a lo largo de la provincia y se documentaron imágenes y entrevistas con celulares y tablets.

### **"Científicas UNaM"**

A raíz del "Ni Una Menos" (2015) una nueva ola del movimiento feminista empieza a visualizar la disparidad de género en varios contextos en la actualidad, uno de los puntos demostrados fue la disparidad entre hombres y mujeres en el ámbito laboral, y el ámbito de la ciencia no fue la excepción. Según datos de la UNESCO sólo el 28% de las mujeres trabajan en ciencia en el mundo <sup>1</sup> (UNESCO, 2018, p.2). Argentina, es uno de los pocos países en el mundo que la estadística es equitativa, y la UNaM puntualmente no es la excepción.

En base a este dato surge *Científicas UNaM* en el año 2020. La idea inicial era realizar un spot para el día de la mujer (8 de marzo). El principal objetivo era destacar mujeres de diferentes perfiles o roles dentro de la universidad, dando participación a la rectora, decanas, vicedecanas, secretarias, directoras de institutos, docentes y estudiantes; mostrando así también su rol y área de investigación.

*Científicas UNaM* causó picos de métricas en la red social Facebook (la que utilizaba el programa en ese momento) como evidencia del éxito.

---

<sup>1</sup> UNESCO Institute for Statistics, 2018. *Women in Science*. Fact Sheet n°51 FS/2018/SCI/51

LA APLICABILIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS A LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA: UN ANÁLISIS DE CASO EN EL PROGRAMA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA SECRETARÍA GENERAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES (2015-2023)

Schmalko, Tatiana y Zapata, Pedro D.

A raíz de este éxito, se creó el ciclo con el mismo nombre que proponía realizar entrevistas a mujeres investigadoras de la universidad. Los primeros meses del 2020 se realizaron grabaciones del material para el ciclo, pero dada a la situación global de la pandemia solo salieron al aire unos pocos videos.

### Eventos

A lo largo de los 8 años se realizaron diferentes tipos de eventos, a los cuales se realizaron logística, organización, promoción, contacto con la prensa, cobertura mediática (de ser necesario), ceremonial y protocolo, entre otras actividades pertinentes a las Relaciones Públicas.

- Cursos y talleres: de tipo informativos sobre becas, financiamiento, sistemas, red de laboratorios, etc. En conjunto con otras instituciones tanto públicas como privadas destinadas a la comunidad universitaria en general o a un grupo específico de interés. Y, temáticas particulares de interés,
- Inauguraciones: Para realizar el lanzamiento de la *Red de Laboratorios UNAM*, se inició con el Laboratorio de Biomedicina BSL 2+ MADAR, a este evento asistieron autoridades nacionales. Y continuó con la inauguración de los otros laboratorios pertenecientes a la red a lo largo de la provincia.
- Colaboración en eventos: Se brindó apoyo en eventos propios de la universidad y a otros tipos de eventos científicos organizados por equipos de investigación.
- Municipalidad de Posadas: En la Expo Posadas Ciudad Universitaria, la SGCyT proporcionó un espacio lúdico-interactivo destacando la presencia científica.
- Semana de la Ciencia: La Semana Nacional de la Ciencia y la Tecnología es un evento organizado a nivel nacional por el Ministerio de Ciencia y Tecnología en conjunto con el Ministerio de Educación de la Nación. El objetivo principal es compartir actividades científicas con la comunidad en general; “*Sacar la ciencia de los laboratorios*”.

LA APLICABILIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS A LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA: UN ANÁLISIS DE CASO EN EL PROGRAMA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA SECRETARÍA GENERAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES (2015-2023)

Schmalko, Tatiana y Zapata, Pedro D.

Basados en esta premisa, se realizaron actividades que favorecen la promoción científica a nivel social. En el año 2016, se realizó una muestra de fotografías que duró una semana. A pesar de que visitaron varios colegios la muestra, no hubo la llegada social que se esperaba, al igual que las repercusiones en la prensa local. A pesar de esto, el Ministerio de Educación de la Provincia de Misiones propuso continuar con el proyecto y hacerlo itinerante a lo largo de la provincia hasta el final del ciclo lectivo. En los siguientes años, la propuesta fue una “Kermés Científica”, llevar a los científicos a la plaza principal de la ciudad a realizar actividades interactivas e informativas respecto a los proyectos. Agregando a esta propuesta de base, todos los años se le daba un valor agregado: Café Científico al cierre, charlas tipo stand up, itinerante por las facultades de la provincia, etc. Incluso, en el 2020 se realizó una versión virtual proponiendo un taller de producción audiovisual en conjunto con el equipo de UNaM Transmedia, y el trabajo final era un video corto sobre un proyecto de investigación. La “Kermés Científica” tuvo altas repercusiones en prensa y a nivel social. Figuró en la tapa de los diarios principales de la provincia, así como notas en los diarios digitales, radio y televisión. Al convertirse en una tradición, la prensa empezó a anticiparse al evento con notas promocionales. A nivel visitas participaron colegios de todos los niveles, familias, ciudadanos quienes han demostrado alto interés por participar de las actividades propuestas por los científicos.

Con el cúmulo de trabajos presentados, y las otras producciones audiovisuales se dio inicio a un canal de YouTube propio de la SGCyT.

## DISCUSIÓN

Comunicación interna: Se limita a este tipo de comunicación al grupo de investigadores, quienes participan de todas las actividades. Para lograr participación y compromiso por parte de los investigadores se hizo un trabajo *face to face* a lo largo de los primeros meses, dándole participación a los investigadores en etapa inicial, quienes mostraban más predisposición para las actividades.

125

LA APLICABILIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS A LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA: UN ANÁLISIS DE CASO EN EL PROGRAMA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA SECRETARÍA GENERAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES (2015-2023)

Schmalko, Tatiana y Zapata, Pedro D.

Proyectos de investigación: se tomó a cada proyecto o tema de investigación como productos únicos. Entendiendo a qué tipo de comunicación para canalizarlo de la manera más eficiente. No todo es prensable de la misma forma.

Comunicación externa: en este caso, consta de varios grupos de interés: Prensa (se explica en el apartado siguiente), gobierno (ministerios puntuales con los que se realizaban proyectos en común), sector privado (empresas con las que trabaja en conjunto), público en general o sociedad. En todos estos casos los contactos fueron surgiendo a través de casos particulares y consecuentemente surgieron relaciones constantes de comunicación y participación

Relaciones con la prensa: en la UNaM de esta función se encarga la Secretaría General de Extensión. Con el paso de los años, el programa se convirtió en referente del área científica. La relación fue recíproca, así como la prensa respondió a las necesidades comunicacionales de la SGCyT, ésta respondió a demandas de la prensa, por ejemplo, en casos en que necesitaban la opinión de un científico por alguna temática que estaba en agenda o la voz del secretario cuando se necesitaba una postura de la universidad.

Recursos: cabe destacar que los recursos económicos para realizar todas estas actividades en muchos casos fueron escasos. Aunque la universidad contaba con diversidad de recursos propios, como movilidad propia, editores, diseñadores, etc.

## CONCLUSIONES

El programa de la Secretaría de Ciencia y Tecnología logró unificar y potenciar la divulgación científica en la UNaM.

Se aplicaron diferentes metodologías de las relaciones públicas para potenciar al máximo la visibilización de la investigación realizada en la UNaM.

La producción "Científicas UNaM" se destacó no solo por su enfoque de género, sino también por elevar las métricas en redes sociales.

LA APLICABILIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS A LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA: UN ANÁLISIS DE CASO EN EL PROGRAMA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA SECRETARÍA GENERAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES (2015-2023)

Schmalko, Tatiana y Zapata, Pedro D.

Las altas repercusiones de la “Kermés Científica” demostró que existía una desinformación a nivel social.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Schmalko, T. (2022). La Aplicabilidad de las Relaciones Públicas a la Divulgación Científica. Aprendizajes que trascienden, Anuario de Trabajos Finales de Graduación 2022/2023. pp. 361-366.

Capriotti, P. (1992) La Imagen de Empresa- Estrategia para una comunicación integrada- Buenos Aires: El Ateneo

Shipman, M. (2014) Public Relations as Science Communication- Journal of Science Communication. Septiembre.

Curtubeto, C. (2007) La Marca Universitaria. Buenos Aires: Universidad Austral.