

La aplicabilidad de las relaciones públicas a la divulgación científica

Schmalko, Tatiana
Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales
tatianaschmalko@gmail.com

OPEN LAB 2023

Tema-Pregunta

¿Cómo las relaciones públicas pueden generar un valor agregado a la divulgación científica (DC)?

Objetivo/s

General: Analizar las estrategias por medio de las cuales las relaciones públicas pueden generar un valor agregado a la DC

Específico 1: Analizar las necesidades del ámbito de la DC, en relación con los lineamientos de las relaciones públicas.

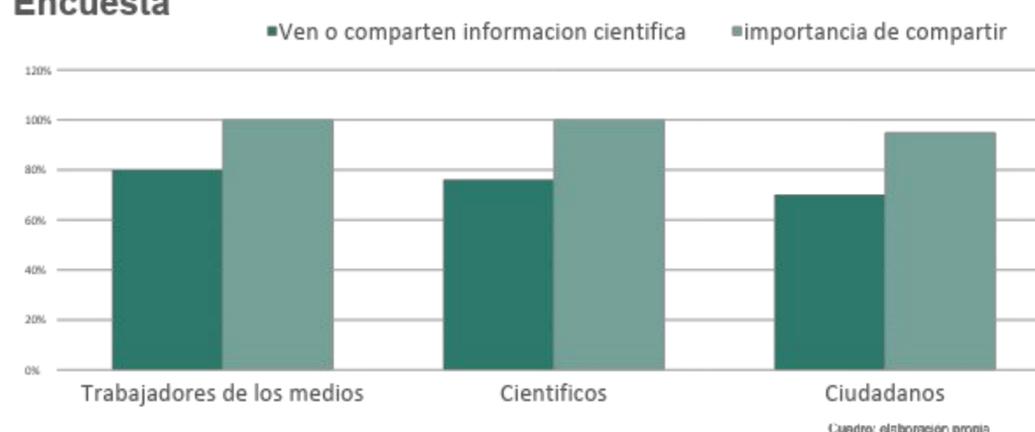
Específico 2: Indagar sobre las experiencias existentes de cómo se utilizan las relaciones públicas en el ámbito de la comunicación científica.

Específico 3: Proponer criterios básicos para la gestión de las relaciones públicas en la DC.

Método

Alcance descriptivo, enfoque mixto (cuantitativo/cualitativo). Se utilizaron encuestas cerradas, entrevistas, observación participante e investigación documental. La población seleccionada contó con científicos (47), ciudadanos (30), trabajadores de los medios de comunicación (20), comunicadores científicos (6) y entidades generadoras de ciencia (5). Todos pertenecientes a la provincia de Misiones

Encuesta



Principales resultados

Recomendaciones:

- Trabajadores de los medios a los científicos: adaptar el lenguaje al público.
- Científicos a los trabajadores de los medios: informarse antes de hablar

Observación participante:

Universidad Nacional de Misiones (mayor productor de ciencia de la provincia). Una persona trabaja/coordina desde el rectorado. Cada unidad académica posee su propio equipo dedicado a la temática.

Entrevista a comunicadores que trabajan en DC	3 instituciones generadoras de ciencia
Todos son comunicadores sociales	2 de 3 poseen equipos multidisciplinarios
Trabajan en instituciones estatales	énfasis en la comunicación externa.
Trabajan tanto con medios tradicionales como con redes sociales	Trabajan en la promoción de actividades o productos que generan.
hacen hincapié en el cambio de paradigma que hizo la pandemia, generando una necesidad de comunicar novedades científicas	Cuadro: elaboración propia

Discusión

Hay pocos profesionales de relaciones públicas en el área, si esfuerzos por crear o ampliar el espacio.

Existe una alta predisposición de los científicos por reforzar estos espacios.

Las relaciones públicas brindarán a las áreas de DC:

- Capacidad de gestión: la cotidianeidad y en la gestión de crisis.
- Comunicacionalmente: brindaran asesoramiento y acompañamiento al científico, desarrollar estrategias comunicacionales para obtener mayores logros.
- Definición de los objetivos de comunicación de un producto o proceso científico, así como también estrategias comunicacionales.