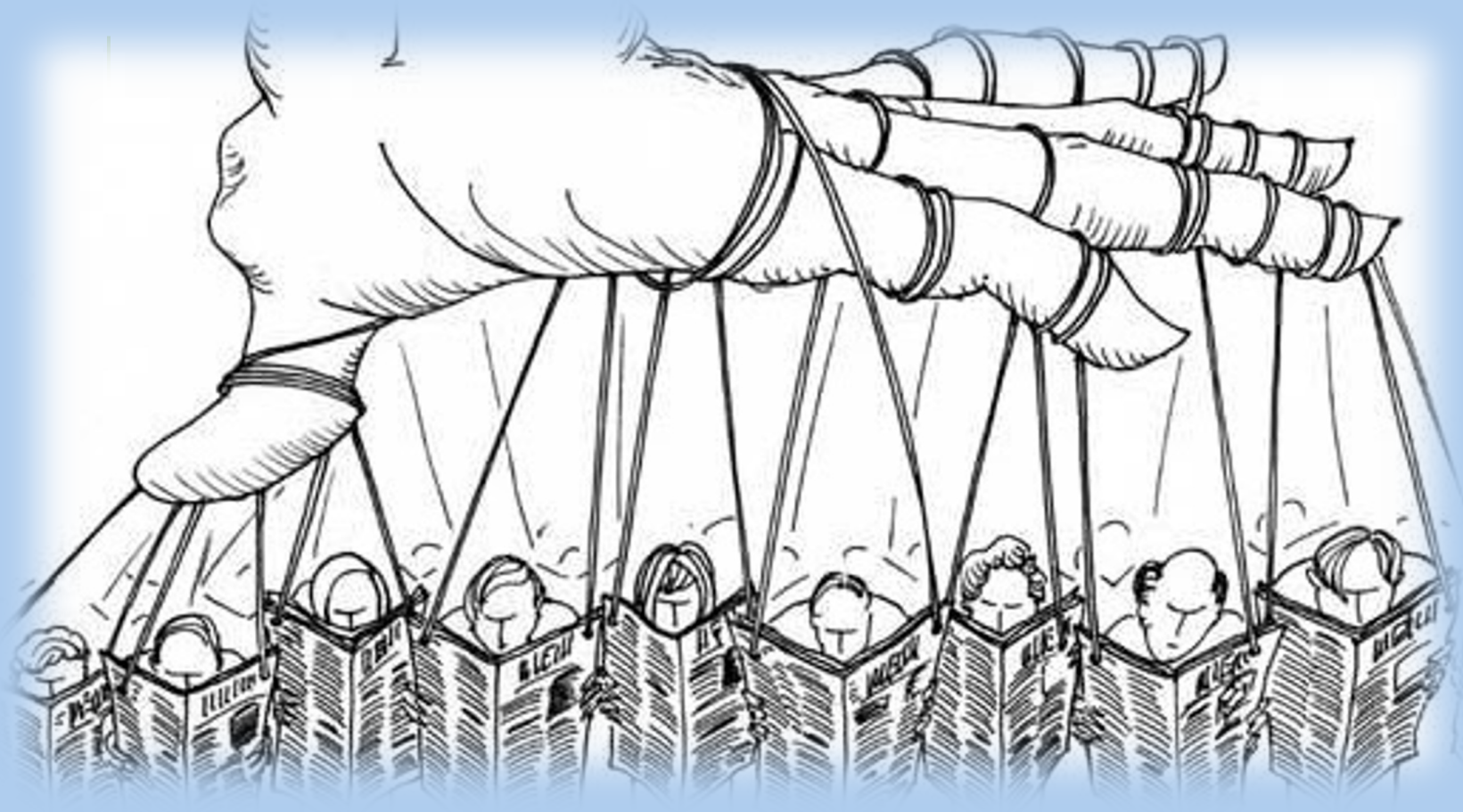


TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN PARA APLICAR EN LA DIVULGACIÓN

Clase n.2.

8 de junio de 2023

Luzma Fariña



- Teorías de comunicación
- Lenguaje para la comunicación de la ciencia

¡LOS DIARIOS!...
¡LOS DIARIOS INVENTAN
LA MITAD DE LO QUE
DICEN!



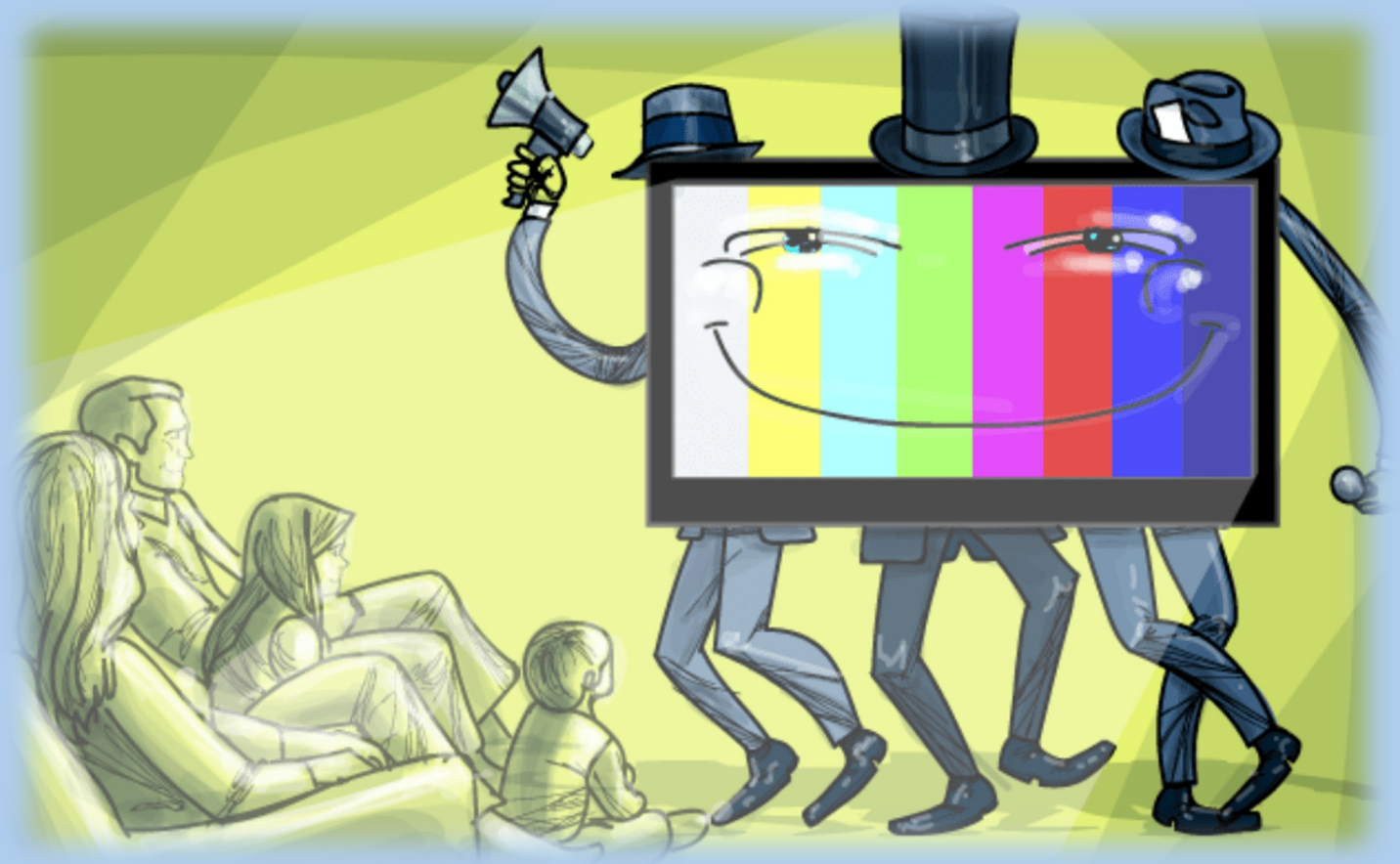
¡Y SI A ESO SUMAMOS
QUE LOS DIARIOS NO DICEN
LA MITAD DE LO QUE PASA,
RESULTA QUE LOS DIARIOS
NO EXISTEN!



1.- Agenda Setting
(60's)

2.- Usos &
Gratificaciones
(70's)

3.- Gatekeeping
(2008)



¿De qué conversaron hoy en el almuerzo?

¿De qué temas hablaron por wasap con sus amistades y/o familia hoy?

AGENDA SETTING (1960'S)



AGENDA SETTING

- Autores principales: McCombs & Shaw
- Origen: estudio de campañas políticas
- Dependemos de los medios para hacernos una idea de la realidad
- Aplicación práctica en comunicación estratégica

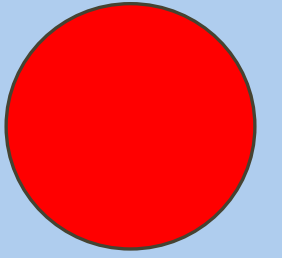


AGENDA SETTING

- La gente incluye o excluye de su conocimiento lo que los medios incluyen o excluyen de su pauta.
- La importancia que las personas dan a cada información responde al **énfasis** que los medios le otorgan a cada información, y habría intención de movilizar hacia decisiones.
- La comprensión que la gente tiene de la realidad la otorgan los medios (vivencias en primera persona vs. vivencia a través de los medios). Pero a mayor experiencia directa, menor influencia cognitiva de los medios



AGENDA SETTING



NO PUEDES DECIRME QUÉ PENSAR,
PERO SÍ **SOBRE QUÉ** PENSAR



(FRAMING)

- Definido como un rol organizador en la selección de información.
- Promueven un punto de vista específico de un tema, interpretación, evaluación moral, y el tratamiento recomendado.
- Trabaja más el “**CÓMO**” debería pensar la audiencia de un tema



¿CÓMO PODEMOS INFLUIR EN LAS PAUTAS
DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

USOS & GRATIFICACIONES

- Principales autores McQuail, Blumer, Brown
- Los **usuarios** de los medios juegan un rol **activo** y enfocado en metas en la elección del contenido que consumen.
- Audiencia Activa
- Los medios compiten con fuentes alternativas de satisfacción de necesidades.
- Agrega dimensión de contexto social & psicológico: la información de los medios no puede competir si no le es útil al individuo de acuerdo a su contexto social.

USOS & GRATIFICACIONES

Necesidades de usuarias/os:

- Cognitivas (informarse, entender)
- Afectivas (emocionarse, sentir placer, escapar de la rutina)
- Integración social (compartir, fortalecer lazos)
- Integración personal (confianza, estatus, creencias)



USOS & GRATIFICACIONES

Estudio cualitativo sobre el uso de medios de comunicación como fuentes de aprendizaje de ciencias en escolares de 4to y 5to (focus group a 47 estudiantes de alto desempeño e interés en ciencias).

Ejemplo

“Accessing science through media: uses and gratifications among fourth and fifth graders for science learning”

USOS & GRATIFICACIONES

¿Cómo usan los medios los alumnos de 4to y 5to en el contexto del aprendizaje de ciencias?

¿Qué características hacen a un medio efectivo para el aprendizaje en ciencias según este público?

USOS & GRATIFICACIONES

Resultados

El **acceso** es el aspecto más importante a la hora de elegir un medio sobre otro.

Seguido por:

- 2) calidad del contenido
- 3) presentación de temas de interés
- 4) relevancia con la vida real
- 5) público objetivo del contenido
- 6) frecuencia de actualización



TV

- +Acceso
- +Autenticidad
- +Actualidad
- +Interés

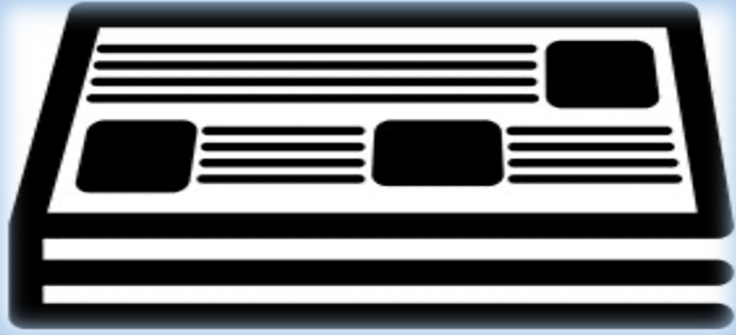
- Enfocada en adultos
- Difícil acceder a contenido de ciencias cuando se necesita
- Baja retención de contenido



REVISTAS

- +Calidad
- +Facilitadora del aprendizaje
- +Fomenta la curiosidad (+ búsqueda)
- +Alta retención de contenido
- +Enfocadas en niños
- +Disfrutable
- +Textos breves

- No accesible para todos



DIARIOS

- +Variedad de temas
- +Autenticidad
- +Actualidad

- Enfocada en adultos
- Limitada cobertura de ciencias
- Bajo acceso
- Poco llamativo (visual)
- Textos largos



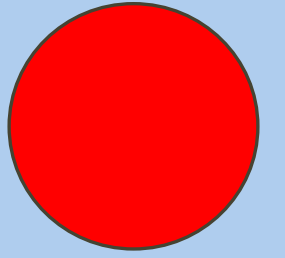
INTERNET

- +Acceso
- +Fomenta la curiosidad (+ búsqueda)
- +Variedad y detalle de temas
- +Disfrutable
- + Aprendizaje permanente

- Enfocada en adultos
- Distractora
- Difícil de entender
- Textos largos
- Baja credibilidad

Resultados: Al conducir búsquedas de contenido en internet y las revistas, los alumnos adquieren **información** (N.Cognitiva), se interesan por temas y buscan por **placer** información más allá de lo requerido por la escuela (N. Afectiva), y **comparten** lo que les parece interesante con amigos y profesores (N. Integración Social)

USOS Y GRATIFICACIONES



USUARIOS/AS TIENEN AGENCIA SOBRE LO QUE CONSUMEN.

LA PREGUNTA ES QUÉ HACE LA GENTE CON LOS MEDIOS NO QUÉ HACEN LOS MEDIOS CON LA GENTE





GATEKEEPING

- Principales autores: Lewin, White, Shoemaker & Vos
- Interesada en el proceso en que los/as editores/as seleccionan ciertos contenidos y rechazan otros



YOU SHALL NOT PASS!

GATEKEEPING

NIVELES DE ANÁLISIS

INDIVIDUAL: características, conocimientos, actitudes y conductas de la persona influyen en el proceso de gatekeeping. Desde qué me gusta y qué no, hasta criterios de género, edad, religión, etc.

RUTINAS DE COMUNICACIÓN: prácticas emblemáticas de cada medio, cómo afecta el *deadline*, espacios otorgados por temas, recursos para reportear. Criterio de “qué es noticia” para cada medio.



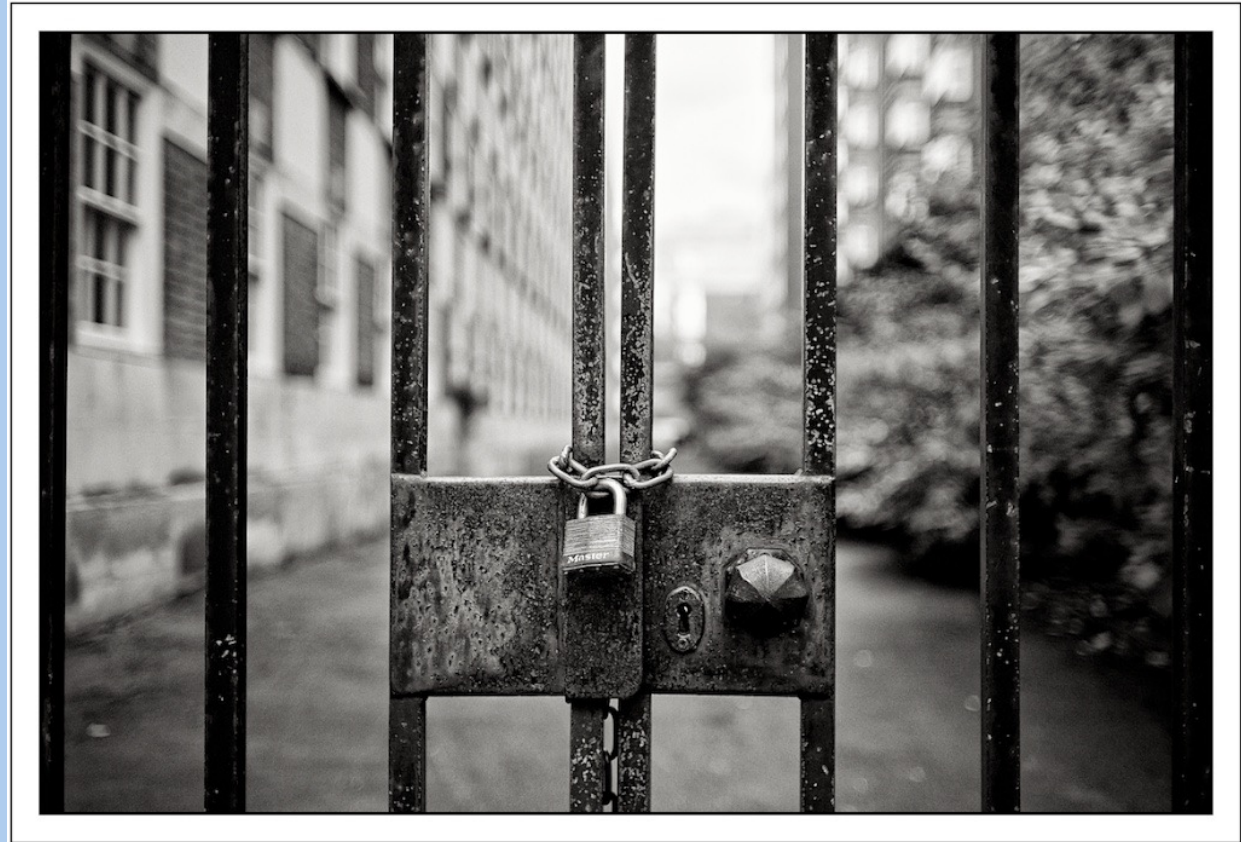
GATEKEEPING

NIVELES DE ANÁLISIS

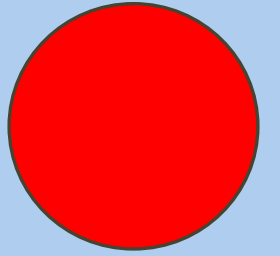
NIVEL ORGANIZACIONAL:

características de cada medio
(regional, nacional, quiénes son
los dueños)

FUERZAS EXTERNAS: fuentes de
información disponibles, sistema
político & cultural del país,
influencias culturales, avisaje,
los otros medios.



GATEKEEPING



ABRE UNA OPORTUNIDAD PARA PROBLEMATIZAR
A CIENTÍFICOS/AS EN SU ROL DE
COMUNICADORES, Y SUS RESPONSABILIDADES

GATEKEEPING & DIVULGACIÓN ¿POR QUÉ?

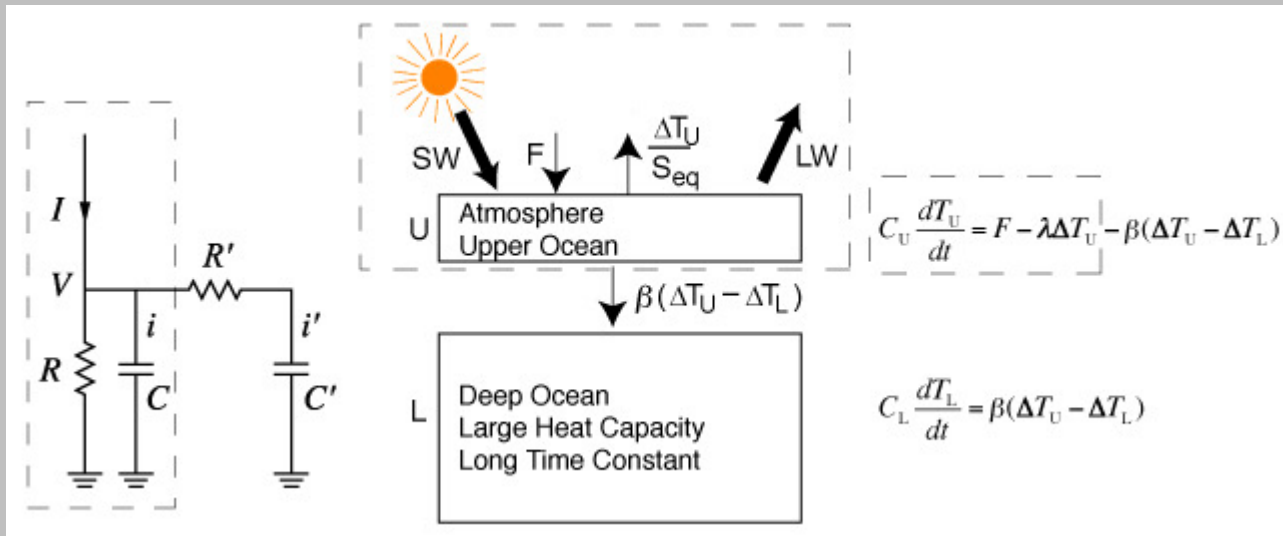
¿CUÁLES SERÍAN LAS BARRERAS BARRERA PARA ACERCAR CIENCIA A LA SOCIEDAD?

¿Y LA RESPONSABILIDAD DE LA COMUNIDAD CIENTÍFICA?

CONCRETO

+
abstracto

LENGUAJE DE LA CIENCIA



ABSTRACTO

PRECISO / TÉCNICO / OBJETIVO / IMPERSONAL / ENTRE PARES / MASCULINO (AÚN) /
PRODUCE CONOCIMIENTO

LENGUAJE DE LA CIENCIA



LENGUAJE DE LA COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA



CONCRETO

SIMPLE / CLARO

METAFÓRICO

MEMORABLE

EMOTIVO

EXPERTA/O A NO EXPERTO/A

INCLUSIVO (OJALÁ)

TRANSMITE CONOCIMIENTO

LENGUAJE DE LA **COMUNICACIÓN** DE LA CIENCIA

Participativo



Pedagógico

Popularizador

Peters, H. P. (2008). Scientists as public experts. In M. Bucchi & B. Trench (Eds.), Handbook of public communication of science and technology (pp. 131-146).

Pedagógico

- Modelo de déficit
- Simplificar información compleja o técnica a una audiencia no experta
- Entrega datos, resultados

Popularizador

- Busca la familiaridad
- Narrativas culturales validadas por la audiencia

Participativo

- Involucrar partes para la resolución de conflictos
- Toma de decisiones colectivas

En la práctica, sin importar los márgenes entre los que ubiquemos nuestra divulgación ...



Nuestro público es **activo** y capaz de rechazar las configuraciones que le propongamos o usarlas de forma distinta.

Ejemplo: Ocean of resources expo



Davies & Host (2016) Images, Spaces, and emotions: Non-discursive aspects of Science Communication

Comunicación oral

► ¿Características?

Dinámica, flexible, inmediata, espontánea, tiene el apoyo del cuerpo.

Ventajas: Retroalimentación al momento, facilidad para expresar emociones, errores pueden sobrellevarse mejor.

Desventajas: Menor retención, no se puede volver atrás o descansar en explicaciones complejas, puede tener menor credibilidad.

Comunicación escrita



► ¿Características?

Estática, precisa, diferida, estructurada, sus únicas referencias son letras y signos.

Ventajas: Deja registro, mayor retención.

Desventajas: Toma más tiempo elaborar, retroalimentación diferida o inexistente.

Factores más importantes para que se entienda lo que escribo



► Coherencia

Cuando el texto está bien construido se puede considerar como una unidad. Las ideas contenidas aportan para entender el significado general del texto. Ideas cohesionadas entregan coherencia.



¿Qué considerar al estructurar un texto?



- ▶ Gancho
- ▶ Jerarquía
- ▶ Verbos
- ▶ Lenguaje concreto v/s abstracto
- ▶ Oraciones
- ▶ Importancia del énfasis
- ▶ Puntuación

JERARQUÍA: MODELO DEL CAMINO DE LA RECOMPENSA



“La exploración polar es la forma más limpia y aislada de pasar un mal momento que se haya ideado. Es la única forma de aventura en la que te pones la ropa en Michaelmas* y la mantienes hasta Navidad, y, salvo por una capa de grasa natural del cuerpo, la encuentras tan limpia como si fuera nueva. Es más solitario que Londres, más aislado que cualquier monasterio, y el correo llega solo una vez al año”.

(The worst journey in the world, Apsley Cherry-Garrard).

*Festival cristiano que se celebra en septiembre

EL GANCHO: EL COMIENZO ES CLAVE



EL GANCHO

(Fahrenheit 451, Ray Bradbury) Era un placer quemar.

(4% del Universo, R. Panek) En el comienzo – es decir 1965 – el universo era simple.

(La Tierra inhabitable, D. Wallace-Wells) Es peor, mucho peor de lo que piensas.

EL GANCHO

(Los planetas, Dava Sobel) Mi fetiche planetario comenzó, según recuerdo, en tercer grado, a los 8 años - justo cuando supe que la Tierra tenía hermanos en el espacio, al igual que yo tenía hermanos mayores en la secundaria y la universidad.

(El extranjero, Albert Camus) Hoy ha muerto mamá. O quizá ayer. No lo sé. Recibí un telegrama del asilo: "Falleció su madre. Entierro mañana. Sentidas condolencias". Pero no quiere decir nada. Quizá haya sido ayer.

(La metamorfosis, Franz Kafka) Cuando Gregorio Samsa se despertó una mañana después de un sueño intranquilo, se encontró sobre su cama convertido en un monstruoso insecto.

EL GANCHO

(Pánico y locura en Las Vegas, H.S Thomson) Estábamos en algún lugar alrededor de Barstow al borde del desierto cuando las drogas comenzaron a tomar fuerza.

(La invención de la naturaleza, Andrea Wulf) Se arrastraban a cuatro patas por un estrecho y alto risco que, en algunos puntos, no tenía más que cinco centímetros de ancho. El camino, si se podía llamar así, estaba lleno de arena y piedras que se movían cuando las tocaban. A la izquierda, hacia abajo, había un abrupto despeñadero, cubierto de hielo que brillaba cuando el sol lograba atravesar las espesas nubes. Lo que se veía a la derecha, un precipicio de 300 metros, no era mucho mejor. Aquí, las paredes oscuras y casi perpendiculares estaban cubiertas de rocas que sobresalían como hojas de cuchillos. Alexander von Humboldt y sus tres acompañantes avanzaban en fila india y muy despacio. Sin vestimenta ni material apropiados, era una escalada peligrosa.

CONCRETO

+
abstracto

