



Revista de Arquitectura

ISSN: 1657-0308

cifar@ucatolica.edu.co

Universidad Católica de Colombia
Colombia

GUERRERO, MARIA EUGENIA; VALBUENA, STELLA; PÉRGOLIS, JUAN CARLOS; CONSUEGRA, JORGE; REY, GERMÁN

Conversatorio La Comunicación y Divulgación de la Investigación. Semana de la Investigación,

Facultad de Arquitectura, Universidad Católica de Colombia

Revista de Arquitectura, vol. 8, 2006, pp. 58-64

Universidad Católica de Colombia

Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125112640010>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

CONVERSATORIO LA COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

SEMANA DE LA INVESTIGACIÓN, FACULTAD DE ARQUITECTURA, UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA

VIERNES 3 DE OCTUBRE DE 2005

Directivos Universidad

MARÍA EUGENIA GUERRERO

Directora de investigaciones

STELLA VALBUENA

Directora de ediciones

JUAN CARLOS PÉRGOLIS

Director Centro de Investigaciones Facultad de Arquitectura
cifar@ucatolica.edu.co

Invitados

DR. JORGE CONSUEGRA

DR. GERMÁN REY

Transcripción:

Cecilia Rondón, Cesar Eligio, Heidy Piza

En las investigaciones, la comunicación y divulgación es el paso fundamental por medio del cual se logra que los resultados obtenidos sean transmitidos a la sociedad y así mismo se alcance el reconocimiento de quienes la producen, pero en muchos casos las investigaciones no llegan a ser conocidas y terminan convirtiéndose en productos de archivador. El conversatorio da un revisión a los procesos que sigue la investigación para llegar a ser comunicada y divulgada y estos son valorados desde ópticas diferentes, en primera instancia se da una revisión a la academia, la cual esta representada por la dirección de investigaciones de la Universidad, la dirección de investigaciones de Facultad de Arquitectura y la dirección de ediciones y publicaciones, esta visión interna es complementada por la visión de dos invitados, los cuales presentan el mundo editorial y su relación con la academia y como visión complementaria a ésta, se trata el papel que juegan los medios en la comunicación en la divulgación de la investigación.

Palabras claves

Medios de comunicación, editoriales, indexación, producción escrita, visibilidad.

FORUM ON THE COMMUNICATION AND POPULARIZATION OF RESEARCH

The communication and popularization of research is one of the fundamental processes of the investigative process, for which it is achieved that the results are adapted by society, but in many of the cases the research does not become more than filing products. The forum gives a revision to the processes that follow the research and they are valued on one hand from the academy, and the direction of research of the University, the director of investigations of the Faculty of Architecture and the direction of publications, this internal vision is supplemented by the vision of two external counselors, those which with an optic different but complementary, present the topic of the editorial world and its relationship with the academy and role of the media in the communication and in the processes of popularization of research.

KEYWORDS

Media, editorials, index,

JUAN CARLOS PÉRGOLIS

DIRECTOR DE INVESTIGACIONES FACULTAD DE ARQUITECTURA

El objetivo central del conversatorio es tratar el tema de la comunicación y divulgación de la investigación. Durante este año se ha trabajado mucho al respecto y la Facultad de Arquitectura presentó las líneas de investigación, incorporó sus proyectos dentro de las líneas de investigación y se conformaron grupos. Hoy nos preguntamos qué hacemos con los productos de investigación?; entonces la idea fue reunir a diferentes personas que están involucradas tanto en el proceso investigativo como de divulgación y comunicación de los resultados; por parte de la Universidad Católica de Colombia, la doctora María Eugenia Guerrero, directora de investigaciones, la doctora Stella Valbuena quien coordina el departamento ediciones y publicaciones, como invitados al Dr. Jorge Consuegra, que tiene una relación muy estrecha con el medio editorial desde hace muchos años, conoce el tema de investigación en arquitectura y ciudad y el Dr. Germán Rey, quien tiene su mirada más cercana a todo el problema de los medios.

Entonces nuestra pregunta parte de lo que investiga la academia; hacia dónde apunta la investigación; cómo llega a quién le interesa, cómo se hace para que la investigación académica tenga un marco de difusión directo, cómo la investigación académica formal muchas veces pesada y ladrillada, se transforma en una herramienta útil que pueda difundirse.

Bajo este panorama invitamos a la Dra. María Eugenia para nos cuente sobre el panorama de la investigación en la Universidad; a la Dra. Stella sobre las publicaciones y con los invitados desde sus respectivas áreas, haremos la charla para tocar este tema de la comunicación y la divulgación de la investigación.



DRA. MARÍA EUGENIA GUERRERO

DIRECTORA DE INVESTIGACIONES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA

Con relación a la investigación voy a presentar algunos aspectos que son institucionales, así como algunas apreciaciones personales generadas del análisis de las prácticas investigativas y organizacionales alrededor del tema investigativo y alrededor de la academia.

En la Universidad Católica de Colombia el Sistema de Investigaciones está debidamente reglamentado desde el año 2000. Cuando se plantea que la investigación operará desde un Sistema que se implementará en todas las estructuras organizacionales que hacen parte de la Universidad

La misma Universidad en el año 2002 emite un documento de políticas en el cuál se plantea que la investigación funciona desde un Sistema, pero si se pone esto en un contexto mas amplio, un Sistema Investigaciones no opera, sólo por el hecho de tome una decisión política. Si no se generan las interrelaciones y los canales de comunicación entre esas unidades estructurales no puede haber sistema.

En la Universidad el Sistema de Investigaciones no se ha implementado totalmente, porque si bien es cierto que tenemos una Dirección Central Investigaciones, tenemos en cada Facultad una Dirección de Investigaciones, tenemos en las facultades grupos de investigación, tenemos centros de investigación, pero en general no se ha consolidado el conjunto de interrelaciones entre las distintas unidades y por lo tanto no existe un ambiente propicio para el desarrollo de la actividad investigativa, objetivo para lo cual se creó el sistema.

La política de investigaciones para corto plazo que se formuló en el 2002, vigente a 5 años, establece tres grandes líneas estratégicas:

La primera, el fortalecimiento de líneas de investigación que llevarán a programas de maestría y doctorados. Si se miran los diferentes momentos de investigación en la universidad siempre se van a encontrar documentos explícitos con ideas de proyectos, de líneas o de programas asociados a la investigación, pero ha sido muy difícil pasar de esa intencionalidad a la práctica, porque faltan mecanismos para que los desarrollos de las unidades académicas perduren y se garantice la continuidad.

Un segundo, es el fortalecimiento de la formación en investigación, es decir que en todos los programas académicos se garantice la formación investigativa y que se desarrollen acciones curriculares articuladas a las líneas de investigación y viceversa.

Y la tercera política referida a los grupos y centros de investigación. El balance sobre el desarrollo de este aspecto a diciembre del 2004 no fue el mejor: En ese balance se encontró que en la Universidad nunca se habla del investigador, sólo se habla de que es la investigación, sus tipos y estructuras; pero en ningún lugar se habla de quién es el investigador, qué se espera del investigador, o cuál es su lugar dentro de la estructura del sistema. Todo esto ha sido una experiencia difícil de enfrentar, ya que la investigación la hacen los investigadores, por lo tanto la política debería estar dirigida a ellos, o por lo menos tenerlos en cuenta. En el caso de la Universidad los documentos de política investigativa hacen referencia constante a estructuras organizacionales.

A partir de esta auto-evaluación de políticas, nos dimos cuenta que necesariamente se tenían que hacer ajustes en las políticas de contratación, porque igualmente realizar un trabajo investigativo de largo aliento implica tener un grupo de personas que se sientan con vínculos a largo plazo con la institución, cuando se miran los tipos de actividad de investigación siempre están los proyectos, pero cuando se analizan las políticas de contratación inician las dificultades, ya que cada investigador se proyecta en una organización teniendo en cuenta cuales son las expectativas que se tienen en esta, si yo tengo expectativas de vinculación de un año entonces yo me proyectó hacia un año, entonces es muy difícil hacer que la comunidad académica se proyecte en investigaciones a 5 o 10 años.

Este semestre se logró hacer un ajuste en la política de contratación, en lo relacionado con actividades de investigación. Es necesario que organizacionalmente se entienda que la investigación implica dedicación de personas no sólo al desarrollo de proyectos de investigación sino también a la formulación de esas intenciones investigativas, al fomento de investigación, a la comunicación de los resultados de investigación. Aquí se hizo un primer avance al reconocer unos tiempos para actividades de dirección de grupos, de

líneas de investigación, de semilleros de investigación, pero todavía es necesario complementarlo, ya que la investigación es una actividad que demanda fomento, apoyo y reconocimiento.

Con respecto al tema presupuestal relacionado con la investigación, existen otros elementos positivos, ya que se constituyó un Fondo de Investigaciones, que en el año 2003 y 2004 tenía mil millones para invertir anualmente en la formación investigativa, el desarrollo de la investigación y la comunicación de la ciencia. Al respecto es necesario anotar, que aunque se constituyó el fondo, no se definió su estructura, es decir los rubros prioritarios para distribuir esos fondos; ¿cuánto iba a ir a la dirección de tesis?, ¿cuánto para proyectos?, ¿cuánto para la comunicación de la ciencia?, hecho que dificulta el avance en las políticas investigativas de la Universidad.

En términos generales haciendo un balance, de cómo estábamos frente a los planteamientos de políticas, la administración de la Universidad incorporó algunos ajustes que nos permitirán la asignación de personal a actividades de investigación. Pero en cuanto al desarrollo de proyectos, líneas o programas de investigación de largo aliento, es necesario tener previamente referentes en cuanto a las cuantías que se manejarán.



Hemos avanzado en la caracterización de los macro procesos del área de investigación: un gran proceso que tiene que ver con la constitución y consolidación de comunidades científicas en la universidad, un segundo proceso apunta a toda la gestión de ciencia, tecnología e innovación que tiene que ver con desarrollo de proyectos de investigación, de programas, de líneas y a su vez el fomento del grupos de investigación, centros de investigación y porque no institutos de investigación. Y el tercero el relacionado con la comunicación de la ciencia.

Este último, es un tema que en los ejercicios de autoevaluación para acreditación que se hicieron en las Facultades de Arquitectura y de Psicología, se evidenció como una debilidad de la Universidad, no porque exista poca producción científica, lo que pasa es que los investigadores o se muestran temerosos de poner en conocimiento de la comunidad su producción, o no cuentan con los recursos financieros ni la estructura institucional para que sean publicados rápidamente.

Para finalizar, si no hay una comunicación de los resultados de investigación, no hay visibilidad para la Universidad. Hoy es sabido que no es suficiente que nosotros titulemos excelentes profesionales, no es suficiente que alcancemos algunos éxitos en proceso de certificación de calidad, si nosotros no tenemos visibilidad y la visibilidad en el medio académico y científico se logra es a través de la presencia que pueda hacer una institución en los medios, en las publicaciones escritas, en eventos académicos, en algún tipo de apoyo a proyectos de tipo nacional, regional o local. Todo esto se logra a través de la buena estrategia de comunicación de la investigación.

DRA. STELLA VALBUENA GARCÍA

DIRECTORA DE EDICIONES Y PUBLICACIONES DE LA UNIVERSIDAD

La tarea de una editorial universitaria es comunicar el conocimiento que se produce en el desarrollo de la actividad investigativa, docente o de extensión. Nuestro proyecto editorial - con las debilidades o cualidades que pueda tener en este momento - nació precisamente en el seno del Sistema de investigaciones, que estaba conformado hace más o menos diez años, para dar visibilidad a los resultados de investigación y otros desarrollos curriculares y docentes de las facultades. En ese momento, publicaciones era una unidad del Sistema de investigaciones y allí se iniciaron los primeros proyectos editoriales que se concretaron en libros, revistas, anuarios y boletines con el sello editorial de la Universidad Católica de Colombia. El recorrido del tema editorial, como proyecto, en la Universidad - igual que todos los proyectos humanos - ha tenido algunos altibajos en razón al desarrollo y a la dinámica que ha presentado investigaciones. Inicialmente - hablo de los primeros años de la década del 90 - tuvimos un primer momento de mucha dinámica en investigaciones y como consecuencia se editaron varios libros y el anuario. En una segunda etapa de este trayecto, el modelo de gestión y administración de investigaciones no continuó vigente y las publicaciones tuvieron también un descenso. En los últimos años hemos impulsado el tema de las publicaciones en la Universidad desde una perspectiva de desarrollo de un verdadero proyecto editorial institucional.

Yo considero que en este momento hay algunas fortalezas que voy a señalar muy rápidamente, y desde luego también muchos aspectos que hay que fomentar y consolidar.

En la Universidad se puede reconocer un consenso favorable alrededor de lo que es el concepto de la edición universitaria. El proceso editorial es la transformación del conocimiento que produce la Universidad, en conocimiento transmisible y visible para que pueda ser apropiado y aplicado socialmente. Una editorial universitaria se debe ocupar de esa transformación, que no es solamente formal o física, sino que tiene que ver con muchos factores y variables que intervienen en la decisión final acerca de cómo entregar al público el conocimiento para que le sea útil, y no solamente útil sino que sea bueno, es decir que reporte beneficios. Esto implica que anterior a las decisiones puramente formales, tiene que existir una concepción clara acerca de la responsabilidad de publicar y una política editorial, que defina qué es lo que se quiere comunicar a la sociedad, qué lo es propio, qué es lo útil y qué es lo oportuno.

La Facultad de Arquitectura registra uno de los índices más altos de producción editorial en el concierto de las facultades de la Universidad: cuatro libros publicados con el sello editorial, una revista y cuatro cartillas de la serie de investigaciones. Esa producción no la tiene ninguna otra Facultad en nuestra Universidad, aunque tienen sí, otro tipo de producción editorial muy importante; es el caso de Psicología que publica una revista indexada por Colciencias que ha alcanzado un alto impacto académico y científico, reflejo de toda una dinámica en la Facultad que ha logrado visibilidad, haciendo grandes aportes a la sociedad y a la comunidad científica y académica. Publicaciones en el campo de la Ingeniería y el Derecho han logrado también importantes reconocimientos académicos.

En el panorama nacional, es importante hacer notar que el tema editorial en el campo universitario ha tenido un proceso de profesionalización que ha sido muy valioso; ya no se encuentran libros que no incorporen todos los elementos propios del trabajo editorial de la más alta calificación. Las editoriales universitarias tienen las competencias y las posibilidades para competir con las editoriales comerciales. Hay una gran experiencia en los temas de diseño, de integración de textos, imágenes y material gráfico y todos los demás

elementos que intervienen en el proceso de transformación de un texto, elaborado por un investigador, profesor, o conferencista, en una publicación sin que pierda, desde luego, su esencia y su finalidad de ser útil a la sociedad. En este aspecto también nuestra Universidad ha calificado muchísimo todos sus procesos.

En el ámbito de la visibilidad a través de la distribución y comercialización del libro - entendiendo por libro también revista, cartilla etc - la experiencia de la Universidad se puede considerar relativamente exitosa. Todas nuestras publicaciones se encuentran en las grandes librerías del país y en la red de librerías universitarias; hemos hecho presencia igualmente en eventos de tipo comercial y académico; en ferias nacionales e internacionales; estamos en la red a través de un convenio con la librería virtual lalibreriadelau.com con amplia visibilidad para todos nuestros títulos y con las ventajas que ofrecen los medios electrónicos como la consulta del catálogo en línea y las compras electrónicas. También estamos gestionando la vinculación a un proyecto muy interesante propuesto por Google books.

JUAN CARLOS PÉRGOLIS

Ese es el panorama de lo que se está haciendo en la Universidad Católica de Colombia, es notable la cantidad de títulos publicados y de proyectos de investigación en discusión, tenemos un comité de investigaciones periódico y ahí surgen una cantidad de proyectos que se han podido encausar dentro de las líneas de investigación con un cierto rigor académico, la calidad de lo que tenemos y como lo divulgamos es lo que queremos hablar con ustedes.



JORGE CONSUEGRA

Decía la Dra. María Eugenia, que infelizmente no existe una buena posibilidad económica para pagar unas determinadas investigaciones y voy a empezar a mostrar una serie de cifras que desde el mundo editorial empiezan a preocupar profundamente. La producción de libros en el 2004 en Colombia

fue de 9.639, títulos de los cuales 1.624 eran de literatura, quiere decir que el proceso de publicación de ensayos es muchísimo más alta. Acá empezamos a encontrar unos primeros inconvenientes, por ejemplo: la Cámara Colombiana del Libro no es que esté trabajando mal sino que seguramente hay algunas equivocaciones al registrar el libro o al ubicarlo en el ISBN. Por ejemplo, acaba de salir un libro muy interesante sobre Rafael Pombo, una biografía muy bien desarrollada, muy bien estructurada y lo han registrado en literatura, entonces uno no va a encontrar el ensayo, sino que va a encontrar Rafael Pombo en literatura no siendo literatura.

El promedio de libros producidos en Colombia en los últimos cinco años fue de 32 millones, infelizmente en los dos últimos dos años ha bajado sensiblemente; nosotros estamos produciendo un promedio de 21 millones de libros; en el último año bajó a 17 millones, la cifra es realmente gigantesca pero más grandes las cifras de libros que la piratería ha logrado producir. En el 2004 llegó a 24.000.000 ejemplares, en un mes detuvieron, capturaron, incautaron, 200.000 libros piratas, pero en la piratería no existen libros de investigación. Uno de los libros más pirateados es "Sin tetas no hay paraíso" al igual que "Pablo Escobar sangre, pasión y muerte".

Es sorprendente saber que en Colombia tenemos 122 editoriales contando las editoriales universitarias y las privadas. La Universidad Externado de Colombia publicó el año pasado 161 títulos diferentes, pero títulos con los que uno se pregunta qué ha pasado. Hay una investigadora que demostró con un maravilloso libro que los rellenos sanitarios son una bomba de tiempo muy peligrosa; de ese libro que es definitivamente extraordinario y dramático, se han vendido apenas 180 ejemplares mientras que "Sin tetas no hay paraíso" se han vendido 6.800 ejemplares en solo un mes. Para que ustedes se vayan para atrás el "Código Da Vinci" en Colombia, Venezuela y Ecuador se han vendido 189.700 ejemplares y uno de los escritores de dudosa ortografía como es Pablo Coelho ha vendido del "El Sahir" 27.000 ejemplares, frente a solo 180 ejemplares sobre el tema de Mondoñedo. Más cifras: el Externado de Colombia estaba exportando libros a Argentina y a Perú, pero los costos de exportación se multiplican en Colombia por cinco, por lo tanto el libro que nosotros tenemos acá a 13.000 lo estamos comprando allá a 65.000 o 70.000 pesos, eso genera inmediatamente rechazo; el Fondo de Cultura Económica Argentina publicó un libro interesante para los investigadores del mundo del libro, se llama "El nacimiento de un libro" éste está costando en Argentina 22.000 pesos colombianos, al llegar a Colombia queda costando 97.000 pesos, entonces lo que está haciendo el Externado, es enviando por Internet los negativos, los textos y solo en un mes, de 17 títulos han vendido entre 1.000 y 1.300 ejemplares más que en Colombia.

Algunos datos de la producción de libros en Colombia, Argentina, México y Venezuela son: el promedio de títulos publicados en Argentina es de 12.002 libros anuales, alta cifra; en México es baja si lo comparamos con Colombia y Venezuela con 11.278 ejemplares anuales; en Colombia el promedio es de 9.639, el último año subió; nosotros teníamos un promedio de 8.156 títulos.

El presidente Chávez ha decidido financiar los trabajos investigativos y solo el año pasado financió 14.670, temas que se han publicado en libros y dicen que está completamente deschavetado, ojalá que todos fuéramos deschavetados publicando toda esa cantidad de investigaciones; bajo este panorama, en Colombia, por medio de la revista Libros y Letras se realizó un estudio para medir los centímetros que le dedica cada medio a la literatura; entre julio, agosto y septiembre de este año, se tomaron *El Espectador*, *El Tiempo* y las revistas *Cambio*, *Semana* y *Número* entre otras. Lo que hemos visto, es que en *El Tiempo* el 80% lo dedica a la literatura y poco a los ensayos; cambia inmediatamente en el caso de *El Malpensante* que es mitad y mitad; la revista *Número* está dedicada a lo que es el ensayo, la historia, la sociología y la antropología; *Vanguardia Liberal*, entre los periódicos regionales, le está dedicando un 85% a la literatura y un 15% al ensayo, estos datos nos muestran que en el país estamos dando primacía a la literatura y estamos dejando el ensayo a un lado, se le está dando prelación a la ficción y no a contar nuestra verdadera historia.

Yo creo que nosotros mantenemos una serie de fallas. Lo que dicen los directores y editores en gran parte tienen razón; nosotros no somos coherentes en el proceso de investigación o no tenemos metodología y además, el apoyo de los medios es muy pobre.

GERMÁN REY

Es muy interesante lo que plantea Jorge y se puede sacar buen provecho, en este momento estoy trabajando sobre el tema de las industrias culturales, que han hecho ediciones de varios sectores, como el de la cultura, la música, el cine, la televisión, el video, la industria editorial, para encontrar cual es el peso que tiene estos sectores en el producto interno bruto de un país. El crecimiento de las industrias culturales en Estados Unidos es cerca al 8%, crecimiento sostenido en los últimos años destacando a China que está alrededor del 10%, crecimiento extraordinario al que todas las industrias han tendido los

últimos 10 años, por eso el interés de los Estados Unidos en estos temas y particularmente de las negociaciones del tratado libre comercio.

Cuando me invitaron a este conversatorio me puse a pensar en qué temas he estado cercano en los últimos años con relación a la ciencia, la universidad y la comunicación y quiero manifestarles algunas cosas:

La primera, es que hace años hago parte del Consejo de Ciencias Sociales del Sistema Nacional de Ciencia de Colciencias, es decir yo soy uno de los que asigna los presupuestos para investigaciones en ciencias sociales, o de los que no asignan. El Gobierno nos dice, hay 10 mil millones de pesos para ciencias sociales; abrimos concursos, licitación pública y asignamos. La segunda experiencia es que, con Francisco Leal creamos la revista *Estudios Sociales* en la Universidad de los Andes, revista que en este momento es la principal entre las 25 revistas de la universidad y estamos haciendo todo el esfuerzo para pasarl a la categoría más alta, no sé si la revista de *Psicología* esté indexada en la categoría B de indexación de revistas en Colciencias. La tercera experiencia fue como defensor del lector del *Tiempo*, cargo que ocupé por tres años.

El tema es, qué papel tiene la ciencia en la comunicación y en los medios de comunicación a la luz de estas tres experiencias, como evaluador de Colciencias, como creador de una revista científica indexada y en circulación académica y por otra como alguien dentro de un periódico que recibía las quejas y demandas de las personas.

Es curioso que el primer caso que tuve que analizar cuando ingresé al periódico, fue un problema que tuvo un estudiante mío, este estudiante brillante había hecho una mala traducción de un informe científico a una pieza periodística, el hace la traducción y se cambia el sentido en esa nota periodística, esto es uno de los grandes problemas, cómo hacer que la información científica esté adecuadamente presentada para el público general.

Alguna vez yo escribí que las relaciones entre medios y ONG's era muy singular y así mismo creo que la relación entre los medios y la universidad se puede hacer desde dos puntos de vista, una, atracción fatal y la otra, encuentros cercanos del tercer tipo. Las universidades tienen una atracción fatal por figurar en los medios; probablemente si un libro de Juan Carlos es reseñado en la revista que yo fundé y es reseñado en un programa de Televisión o en uno de radio, seguramente están mucho más enterados por lo que escuchamos por TV y por radio, es ahí donde hay una atracción fatal por parte de los académicos; por otra parte hay una atracción fatal de los medios que quieren acercarse a los académicos pero no saben como hacerlo, los han ubicado en un nivel de expertos, a quienes llaman para que les expliquen cosas que ellos no tienen porque entender; y la segunda es encuentros cercanos del tercer tipo, es claramente que un académico en una sala de redacción es un extraterrestre, un alien y un periodista en una academia es un periodista. Cuando yo ingresé a una sala de redacción del periódico el *Tiempo* donde había escrito los anteriores 16 años, la primera frase que oí cuando abrí la puerta fue buenos días profesor y seguí andando buenos días profesor, buenos días profesor, hasta que llegué a mi oficina, ahí supe exactamente que el alien era yo, porque al saludarme buen día profesor me estaban diciendo muy claramente usted no es del mercado, es un tipo raro que mandaron a revisar el trabajo que nosotros hacemos y no va a tener lugar dentro de este periódico, a partir de eso qué podría decirles, que hay una estrecha relación entre comunicación y conocimiento, es decir, sociedad global sin circulación de conocimiento y sin comunicación no es posible.



Lo que llamamos globalización fue posible fundamentalmente por la invención de la microelectrónica, la conjunción con los computadores y conjunción con las telecomunicaciones y el hecho de que hubiese informaciones y conocimientos que pudiesen circular por la red; en ese sentido tenemos cuatro elementos: uno es que aumentan las facilidades de acceso e intercambio de conocimiento frente a otras épocas, fundamentalmente por la invención de la Internet, ahora se pueden conocer las publicaciones de una universidad, fácilmente un estudiante puede saber qué otra publicación existe o qué están trabajando en otras facultades de arquitectura. Las comunicaciones y particularmente los medios son importantes en tanto que hacen una tarea de divulgación de los conocimientos científicos; los medios no son revistas académicas, no lo podrán ser, no esperen ustedes que los medios se conviertan en eso, porque no son eso.

Como segundo elemento, en el encuentro cercano del tercer tipo, uno debe entender cual es la lógica de la academia, de la producción de conocimiento científico y por otra parte la lógica que reside en los medios de comunicación, la labor fundamental de los medios es una labor de divulgación, es decir, de traducción del conocimiento científico a las audiencias, sobre todo cuando el conocimiento científico conecta con las realidades cotidianas, esto significa entonces una cosa muy difícil, a los periodistas les parece que los textos producidos por los académicos son un verdadero ladrillo y a los académicos les parece que los medios son absolutamente frívolos y superficiales, hay que buscar unos escenarios de encuentro para ello.

Lo tercero es; los medios de comunicación son fundamentales, son muy importantes para el debate público sobre el conocimiento, una de mis columnas más agitadas fue la que escribí sobre el Dr. Patarroyo y tuve una avalancha de cartas en contra, todas curiosamente parecidas, me puse a observar y descubrí que era exactamente la misma matriz; pero yo no podía culpar al Dr. Patarroyo porque no creo que después de desarrollar su vacuna, se pase toda la noche perdiendo el tiempo escribiéndome cartas a mí, eso sí en ese cargo recibí correspondencia de todo tipo, desde el pabellón de alta seguridad hasta del Presidente.

El debate público en mi columna estaba apoyando un informe del periódico donde se debatía si el Doctor Patarroyo tenía algunas prevalecias especiales por parte del Estado, en cuanto a que una buena parte del dinero de investigación estaba dirigido hacia su instituto; entonces yo apoyé esto perfectamente como una labor magnífica de un periódico que cumplía con los soportes necesarios, porque la investigación es un asunto que debe competir no solamente a la universidades sino a la sociedad y cuando la investigación se vuelve un asunto de la sociedad se vuelve un asunto de comunicación, entre tanto, ésta no sale de las universidades. En Alemania, Estados Unidos, Francia o Inglaterra, la investigación es un asunto de la ciudadanía, es un asunto de la sociedad y no es solamente un asunto por allá de unos señores que investigan grandes cosas.

El cuarto punto con relación a los medios de comunicación, es cómo se presenta el tema científico y particularmente en la prensa escrita; uno es la ausencia de la universidad como fuente, una pregunta es, por qué la universidad no tiene nada que decir o es que los medios no buscan en la universidad lo que la universidad tiene que decir o es que los medios siempre patinan sobre lo mismo en un país que es absolutamente incestuoso, este es un país con cola de cerdo, es decir unos con otros pero pocos, en la política, en la economía etc. si se fijan en las fuentes, éstas son muy concentradas y en su mayoría son fuentes institucionales, entonces primero el tema de la universidad no aparece como una fuente de interpretación en los temas del país; segundo en los medios hay una serie de estereotipos sobre lo que es el papel de la universidad y hacen mas énfasis en las irregularidades que en la producción de pensamiento.

Hay en un libro de mi autoría un capítulo que se llama La Nacional Sin Capucha, que es un seguimiento a la información sobre un caso que sucedió dentro de la Universidad Nacional con un encapuchado, un muchacho que fue muerto por un integrante de la Policía, yo hice el seguimiento completo de la noticia y uno observa que la Universidad Nacional, el alma mater, la universidad pública más importante, es vista por los medios cuando es centro de sus irregularidades, pero de ninguna manera a través de la inmensa red de producción de conocimiento que en el interior de la Universidad se está dando; tercero, se vincula a la universidad y a los científicos como expertos, entonces el lugar que ocupan los académicos dentro de la narrativa didáctica es la de ser experto, es el saber despejar dudas, es tener un saber más elaborado que suele buscarse para explicar los hechos que los periodistas divulgán; y cuarto tema, es el de las dificultades que las universidades tienen para ubicar sus tema en la agenda, ya no en la agenda cultural sino en la agenda pública, es decir que si se está escribiendo sobre la reelección, se sepa qué opinan los profesores y los estudiantes de la Facultad de Derecho o si se está discutiendo sobre una obra urbanística o arquitectónica se sepa la postura de los profesores de la Facultad de Arquitectura, lo que significa esto, es que casi nunca brotan los temas de la universidad en relación a la realidad pública.

Con respecto a las imágenes mediáticas que se tienen con la investigación son varias; primero, los medios se interesan por la investigación a través de una manera conceptual y ahora estamos en medio de una euforia, donde todos estos días la ciencia aparece como un ritual anual, que es cerrado con la entrega de premios, el premio Nobel de la paz, estamos a la expectativa del premio de la literatura que cierra el ritual, quiénes son, de dónde provienen, qué investigan, no importa ya se cerró el tiempo del ritual, ya no se vuelve a mencionar sino hasta año siguiente. Lo segundo es que habitualmente la investigación es vista desde los medios como algo que yo llamaría la premonición del futuro, de esa visión de ficción en la que la investigación es como la premonición del futuro. El tercer punto, es la investigación aplicada a la vida cotidiana, eso les interesa mucho, es conexión de lo investigativo



con efectos muy concretos y muy prácticos y tiene todas las características para ser un gran tema periodístico, por ejemplo ese libro con todo el tema de Mondoñedo y todos los municipios que están a su alrededor. Y la cuarta, es que hay una preocupación de lo investigado no cómo el proceso sino como resultado, no interesan los diez años que pasaron y todas la investigaciones que están involucradas ahí, y la investigación no es solamente el resultado, es fundamentalmente un proceso, es más, se descubren más cosas en el proceso que en el resultado mismo, quien dice que para qué van los hombres a la luna si se está muriendo tanta gente de hambre, debe reevaluar un poco su manera de ver la investigación porque sino el velcro no existiría, al igual que cierto tipo de empaques y algunos alimentos; entonces la gente y los medios ven bajarse al hombre sobre la luna y si se puede poner una cámara al lado para que se vea el paso quedan satisfechos; por otra parte es muy importante en los medios ver la investigación como descubrimiento no como proceso, como experiencia individual y no como colectiva, siempre muestran una persona y no personas que hacen, entonces se fijan más en la experiencia de lo individual, cuando la investigación es cada vez menos Ciro sin tornillo y cada vez más un proceso colectivo, se ve como un esfuerzo subjetivo, pero no como esfuerzo institucional, se ve como ilusión de algo pero no como parte de una tradición y sin tradición no existe investigación.

Pero que se puede hacer, hay que reconocer esas lógicas hay que ver cuales son las transacciones posibles entre el saber científico de la lógicas mediáticas y hay que saber intermediar para que las cosas de la investigación lleguen a los medios; a mi me encanta que haya editoriales independientes, me encanta que haya editoriales universitarias, no me preocupa que tenga cien ejemplares o diez en el año, porque lo que veo en la industria editorial es que voy a una mesa de Buenos Aires y una mesa de Santiago y observo una cantidad de libros que no he visto en Colombia, como es posible que las cosas que se producen no puedan circular, no circulan porque están definidas por unos intereses muy claros, por eso las editoriales universitarias se inscriben dentro de todo movimiento de editoriales independientes, donde conocimiento, saberes, ideas, controversias, críticas, polémicas, imaginación, son posibles fuera de las imposiciones que mandan los mercados.

JUAN CARLOS PERGOLIS

Yo inicio con una experiencia personal, tengo 16 títulos publicados en Colombia dos a través de la Universidad Católica de Colombia, hay una dificultad de venta, circulación y demás, que todos conocemos. Hace poco inicié una investigación sobre imaginarios y representaciones en los buses, desde el interior de los buses; yo he mirado la ciudad desde la plaza y la calle y ahora la quiero mirar en movimiento, la investigación se llama La ciudad desde la ventanilla, estábamos trabajando y alguien dijo que teníamos que abrir una página Web para la investigación, abrimos la página Web a final de marzo y a la fecha tenemos 9.000 visitas, del libro que yo más vendí en Colombia, Bogotá Fragmentada, en más o menos en 6 años se vendieron 2.500 ejemplares, en cinco meses 9.000 visitantes y que además me escriben personas desde Santiago de Chile, de México, que escriben Sidauto con Z; la capacidad de difusión que tuvimos a través de la red fue algo que el libro no nos había dado, ahora lo intangible de estar en la red contra lo tangible de la impresión, es otro mundo, es un vacío enorme.

GERMÁN REY

Y eso Juan Carlos que Los índices de acceso a Internet son en América Latina muy bajos, el potencial de acceso es muy grande, eso lo han visto las grandes compañías telefónicas; las telefónicas no solo están metidas para que la gente hable con otra, las telefónicas están metidas porque saben que ahí van a transitar datos y otras muchas cosas, no porque se vaya a ver un libro en la pantalla, sino porque uno se conecta rápidamente y puede interactuar rápidísimo en cualquier sitio, de ahí las grandes inversiones de las telefónicas que además están dentro de un negocio que es muy activo, pero la diferencia entre lo intangible, de lo no directo, de lo virtual frente a lo tangible, lo cercano, la relación íntima, la intimidad que hay con el libro es el papel y su contacto directo.

MARIA EUGENIA GUERRERO

Sobre el tema del encuentro de los medios con la academia creo que tiene que darse en el escenario nacional, Colombia no tiene una política de alfabetización científica y tecnológica en el sentido estricto, como lo tiene Estados Unidos o algunos países europeos y además con ese distanciamiento tan grande que nosotros tenemos aquí entre la academia y los medios, es mucho más difícil que la sociedad en común se acerque a los desarrollos de la academia.

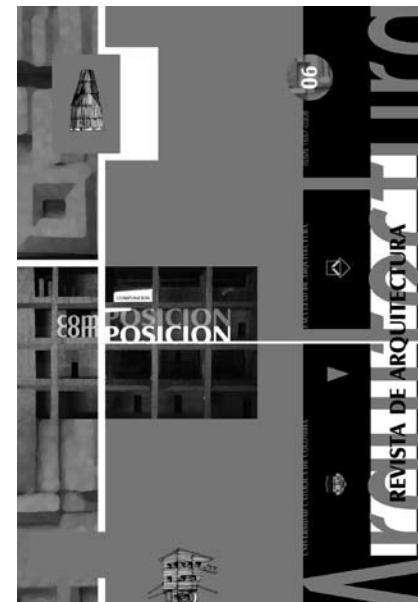
El año pasado participé en la formulación de una propuesta de política de comunicación de la ciencia para Colciencias. Dentro de esta propuesta se espera que así como las universidades crearon editoriales universitarias, también desarrollen mecanismos de comunicación directos que eliminen intermediarios. Las Universidades necesitamos medios con los cuales podamos hacer presencia y acercarnos a la sociedad.

STELLA VALBUENA

Este tema es muy importante y creo que eso ya se está dando, el papel de los medios de comunicación universitarios en este momento es importantísimo; hace unos días tuve la oportunidad de asistir a un encuentro que convocó ASCUN y UNESCO en Bogotá, donde se presentaron los resultados de una investigación comparativa de estudios de los medios de comunicación universitarios en América Latina y el Caribe. Con complacencia observé que en Colombia estamos bien en el tema de medios universitarios; fue evidente que se tiene una concepción acertada y seria acerca de la importancia y el papel de los medios en difusión de la cultura. Tenemos 23 emisoras universitarias en Colombia, de las cuales 19 están asociadas y tienen también claridad en cuanto al papel que desempeñan en la difusión del conocimiento como intermediarios entre el saber académico que produce la universidad y el saber social; en televisión estamos un poco rezagados por la competencia entre canales con mejores desarrollos tecnológicos, pero creo que estamos en un momento de coyuntura importante que se favorecería desde todas estas entidades, concretamente me refiero a la UNESCO que ha apoyado muchísimo la investigación de todos estos temas de la educación superior y ha propiciado encuentros de todos los países latinoamericanos.

También a nivel informativo quiero retomar un punto que menciona Jorge Consuegra en cuanto a la dificultad que tiene el investigador o el ensayista o el autor, en poder traducir su producción a un medio que pueda ser público o que pueda constituirse en una publicación; en Colombia existe la Asociación de Editoriales Universitarias ASEUC, que ha detectado esto como gran problema, como un gran tema que hay que resolver. Desde esta Asociación -a la cual pertenece la Universidad Católica de Colombia- hemos planteado un programa de formación de autores cuyo objetivo es formar al profesor autor y al investigador autor. Hemos puesto en marcha este programa hace más o menos tres años con mucho éxito. El programa comprende dos líneas: una en formación de autores y la otra en formación de editores, con un grupo de profesores de alta calificación no solamente en temas gramaticales y lingüísticos, sino con una concepción muy clara acerca de lo que implica comunicar el conocimiento académico y científico y entregarlo a la sociedad como proyecto cultural responsable, serio y sobre todo aplicable y útil.

Es satisfactorio constatar los progresos que en esta materia se han adelantado en la Facultad de Arquitectura. Cabe mencionar que las publicaciones se someten a corrección de estilo, en la cual el diálogo constante entre autor y corrector van en camino a perfilar los textos para que sean accesibles a la sociedad en general y sobre lo cual se han realizado una serie de esfuerzos encaminados al mejoramiento de las publicaciones producto de resultados de investigación.



AUGUSTO FORERO

DIRECTOR DE DOCENCIA FACULTAD DE ARQUITECTURA

Me llama mucho la atención el dato de la industria cultural Americana y su crecimiento que es verdaderamente sorprendente, detrás de eso me parece que hay un problema del mercado, "ellos" han logrado burlarlo de tal suerte que generan un consumo cultural. ¿Cómo podemos nosotros iniciar ese proceso de generar un mercado cultural de acercarnos e ir cada día en franca ampliación?

GERMÁN REY

Interesantísima su inquietud, hace pocos días envíe por Internet un trabajo sobre el tema de las industrias audiovisuales y generación de mercados en Asia, África y en América Latina, y a mi me pidieron hacer tres países andinos; Colombia, Venezuela y Perú. Los Norteamericanos poseen en general una portentosa Industria que a su vez ha expandido los mercados y aumentado los consumos culturales, a tal punto que no hablan de la industria cultural, ellos en los tratados no aceptan hablar de esta Industria, entre otras porque el único tratado en el cual hubo excepción cultural fue el tratado entre la Unión Europea y Estados Unidos, cuando toda la negociación se estaba cerrando y faltaba un punto, el negociador norteamericano llamó al presidente y le comentó que el único punto que no se ha podido cerrar es el punto de la excepción cultural, el presidente da la orden de cierre y nos vamos a una cláusula de excepción, la cual no está escrita en ningún papel y que es la que hace por ejemplo que el cine europeo tenga una cuota de pantalla para defenderse de la avalancha del cine norteamericano; por otra parte discuten qué significa que los países trabajen puntos de excepción, es decir que el tema de la cultura no se vuelva otro tema de la negociación económica y comercial, ese es el mismo tema en que está Colombia. Al respecto yo escribí dos trabajos, uno que se llama "Entre la realidad y los sueños, la Cultura de los tratados económicos internacionales" con Mauricio Reina y Mauricio Castellanos, y otro llamado "10 preguntas sencillas sobre 10 asuntos complejos" que son preguntas alrededor del tema de la cultura.

El tema si lo miramos desde los casos nuestros de la industria editorial, en situación de libre mercado, en América Latina hay cinco países que tiene competencia como Brasil, Argentina, México, Colombia y Chile, los otros no tienen capacidad, entonces nuestro mercado es un mercado restringido de 40.000.000, porque hay que poner las cosas en proporción para no pensar que uno es el gigante, entonces hay que mirar las cosas adecuadamente sin patriotismos, esto quiere decir que nosotros tenemos mercados internos restringidos, el ALCA es la situación de un mercado de 800 millones de personas que a Estados Unidos le interesa, sobre todo al frente de la gran confrontación asiática básicamente China.

También estoy metido en un estudio sobre consumos culturales de seis países latinoamericanos y en cientos de sectores de las industrias culturales, nosotros tenemos unas capacidades potencialmente interesantes, por ejemplo, el cine en Colombia tiene un promedio en los últimos diez años de producción de cuatro películas anuales, eso no es nada frente a las cuatrocientas norteamericanas y contra seiscientos Hindúes; en el año 2004 produjo ocho, eso ya es interesante y este año producirá quince, creo que mucho de eso se debe a la ley del cine y se debe al fondo parafiscal bien organizado que está ayudando a jóvenes productores y cineastas a terminar películas y hacer ediciones en el tiempo adecuado, entonces es muy interesante ver los análisis de consumo.

La industria editorial debería preguntarse eso y hacer un análisis de consumo, por ejemplo, en la lectura, según estu-

dios; en Argentina, Chile, México, Colombia, Venezuela y Uruguay, se han hecho encuestas de consumos y se ha detectado que la lectura está atrapada, desgarrada por lo que llamo la mediatisación de la cultura y por la cultura culta, eso se encuentra en todas las estadísticas igual en México y Argentina; el dolor de los Argentinos es notable, el año pasado en la última consulta de consumo, el 52% de los Argentinos dijeron que no habían leído un libro en el año, esto es una catástrofe no para Argentina sino para este continente, y eso sucedió por el enorme debacle de las crisis económicas y por el enorme desorden del sistema de inversión pública. Pero cuando se hacen los estudios de consumo, encuentro que por ejemplo los jóvenes son los mejores consumidores culturales, esa idea de que no leen es una bobada, yo por lo menos no lo constato en mis cifras, son los jóvenes los que van más a exposiciones, a teatro, a ver video, los que aprenden más por Internet y por supuesto leen más libros, entre otras cosas porque la lectura está marcada por el tema de la lectura instruccional, esto se ve en la producción de libros y en el consumo de libros, es decir la lectura por deber.

En un libro que escribimos propongo la hipótesis de un quiebre en la lectura por instrucción hacia la lectura por placer, si las encuestas lo demuestran y la hipótesis es cierta estamos avanzando, este país en algo está cambiando, es que a veces creen que está cambiando porque los paramilitares se están entregando, si ya se empieza a ver la lectura

por placer, ya tiene sentido la lectura y el valor de autonomía que se esconde detrás, en la misma encuesta del DANE se comprueba la importancia de la lectura en la educación y el enorme papel que tiene el maestro en los comportamientos que tienen los muchachos.

Aquí nos podríamos quedar discutiendo la relación que existe entre las formas de producción cultural del país y las formas de consumo, finalmente les digo esto, el libro que aparecerá este mes sobre Chile, estudio que hice con respecto al consumo cultural donde comprobé que había una profunda identidad cultural tan semejante con países de crecimiento, les digo los cuatro sectores más excluidos de la entidad cultural: *uno* los más pobres, siempre los más excluidos; *dos* las mujeres, que han sido ejemplo en este continente de lo que significa la lectura, si hay alguien relacionado con el desarrollo de la lectura son las mujeres; *tres* las provincias

y *cuatro* los mayores de edad, y así una serie de análisis, por ejemplo, la brecha en Internet yo creo que ya llegó a ser insuperable generacionalmente, por lo menos en la generación actual; en mis estadísticas se muestra insuperable, y así hago el análisis en el teatro, en la Música, en la televisión, en el video y en el cine y esto daría para analizar este tema en otra charla porque se vuelve muy extenso.

Por otro lado retomando cadena productiva ya que se propuso el primer punto y último de la cadena, con respecto al autor, hoy en día en la feria del libro de Frankfurt no se venden libros, se venden ideas de libros, ¿a ustedes les gustaría un libro de cocina étnica Indonesia vista por un alemán?, a quién le interesa, cuánto pagan, 30 mil dólares, 50 mil, vendido y el libro existe y se hace, y ese que pagó 50 mil le apuntó a Harry Potter, entonces hay una especie de boutiques de ideas, quiere la gente ser Budista Sen con Pilates, lo más contradictorio pero se hace un libro con ese tema, que época tan depravada, que Sodoma, volvamos a la Universidad que nos contemplen y dejamos de un lado a los comerciantes.

