

ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA LA DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN DE GRUPOS DE INVESTIGACIÓN. CASO: UNIVERSIDAD DE LOS ANDES (TÁCHIRA-VENEZUELA).

Herly Quiñónez (Venezuela),
Isamar Guerrero (Venezuela),
Yarhumy Rengel (Venezuela).¹

Resumen.

La difusión y divulgación de la información científica es una de las responsabilidades del Periodismo Científico, especialmente, en la institución que es el epicentro de las actividades científicas a nivel mundial: la Universidad. Mediante un estudio descriptivo y usando la entrevista, se propone una estrategia comunicacional audiovisual para difundir y divulgar los avances y logros de los grupos de investigación universitarios. Los resultados están centrados en la descripción de la labor de los grupos de investigación y en el diseño de la estrategia comunicacional para tal fin. Se concluye que la estrategia comunicacional contribuye con la promoción de los grupos de investigación en los espacios académicos y por ende, contribuye con el desarrollo local y nacional.

Palabras clave.

Estrategia comunicacional, Grupos de Investigación, Difusión y Divulgación.

Abstract.

The diffusion and dissemination of scientific information is one of the responsibilities of the Science Journalism_ especially, the institution that is the epicenter of the worldwide scientific activities: University. Through a descriptive study using the interview, audiovisual communication strategy aims to publish and disseminate the progress and achievements of the university research groups. The results are focused on the description of the work of the research groups and the design of the communication strategy for this purpose. We conclude that the communication strategy contributes to the promotion of the research groups in academic areas and thus contributes to local and national development.

Key words.

Communications Strategy, Research Groups, Dissemination and Divulgateion.

Introducción

La difusión y divulgación de la información científica es el pilar fundamental del Periodismo Científico. La ciencia, como una de las actividades humanas, a través de su rigurosidad y sistematización, analiza diversos objetos de estudio para brindar una mejor calidad de vida y desarrollo.

La universidad es uno de los epicentros de la actividad científica a través de las investigaciones individuales y grupales que se generan en ella. Sin embargo, la difusión y divulgación de los avances, resultados y hallazgos científicos siempre resultará escasa. De allí la insistencia que debe asumir el Periodismo Científico frente a este problema que se presenta en numerosas instituciones latinoamericanas.

Esta investigación descriptiva tiene como propósito crear una estrategia comunicacional para la difusión y divulgación del trabajo académico de los grupos de investigación de la Universidad de Los Andes en el Núcleo Táchira (ULA) en Venezuela, cuyos trabajos contribuyen con el desarrollo del país.

El Problema.

La ciencia y la tecnología tienen vital importancia para la sociedad, por lo que la difusión y divulgación de lo que ocurre en los espacios científicos y tecnológicos, deberían tener mayor cobertura dentro de las agendas de los medios de comunicación locales y nacionales.

Entonces, ¿qué pasa con los países que tienen un menor desarrollo, no sólo económico sino científico-tecnológico y sus conocimientos en estos temas? Especialistas en el tema de Comunicación Científica, como Ferrer (2003), afirma que la ciencia y la tecnología van intrínsecamente ligadas al progreso de una nación. “Los grandes avances del conocimiento

científico y tecnológico y su vinculación con el desarrollo económico actual se hacen evidentes” (p.35).

Es importante que la trasmisión de conocimiento científico sea realizada por profesionales en el área, es decir, periodistas científicos ya que son ellos quienes cuentan con herramientas, conocimientos y técnicas que un científico, por su naturaleza, desconoce sobre lo que a divulgación se refiere. Calvo (1982), afirma que el periodista especializado de este nuevo siglo debe “ejercer la función de divulgador que transmitirá y hará comprensible los contenidos de la ciencia, precisando su significación y su control para vigilar que las decisiones políticas se sirvan de este saber para enriquecer a un pueblo” (p. 236).

Además de lograr entender que la ciencia y la tecnología forman parte del fenómeno social, resultaría fácil comprender su importancia y la falta de espacios en los medios. Según Ferrer (2003):

“En el plano del desarrollo científico y tecnológico, la Unesco ha señalado el riesgo de que los países que dependen en buena medida de las importaciones de tecnología operativa extranjera restrinjan sus actividades de investigación y de desarrollo, restando esfuerzos para crear una capacidad autóctona en estas áreas dirigida a sus necesidades específicas” (p.33).

Esta investigación se formula la siguiente interrogante: ¿Cómo difundir y divulgar la información de los Grupos de Investigación de la Universidad de Los Andes-Táchira en la comunidad universitaria mediante una estrategia comunicacional audiovisual?

Objetivos.

Objetivo General.

Difundir y divulgar la información de los Grupos de Investigación de la Universidad de Los Andes Táchira en Venezuela, a través de micros audiovisuales como estrategia comunicacional.

Objetivos específicos.

1. Describir las líneas de investigación de los Grupos de Investigación en la Universidad de Los Andes-Táchira (ULA) hasta febrero de 2013.
2. Diseñar, crear y evaluar una estrategia comunicacional enfocada en el desarrollo de productos audiovisuales.
3. Producir micros audiovisuales con la finalidad de informar a la audiencia sobre los aportes científicos y sociales desarrollados en la Universidad de Los Andes- Táchira (ULA).

Justificación

Esta investigación busca el reconocimiento de la audiencia universitaria, para que exista mayor comunicación entre los miembros de la comunidad universitaria con los grupos de investigación. El producto final de esta investigación sirve de soporte referencial, tanto para los integrantes de los grupos de investigación, como para la población universitaria.

Antecedentes.

Bustamante (2004) en *“Cómo divulgar la investigación científica de la ULA-Táchira: proyecto de un programa Televisivo”* expresa que entre las labores de la universidad, está romper las brechas existente entre la sociedad y la ciencia, para lograr transmitir los hallazgos más representativos y oportunos.

“Propuesta comunicacional de la difusión para la investigación científica y tecnológica del CDCHTA de la Universidad de Los Andes” de Quintero, Rico, y Tovar (2000), explica el retraso en cuanto a la divulgación, en relación con los avances científicos actuales, así como el ‘desfase’ entre la sociedad y los científicos.

“Estrategia Comunicacional para el Lanzamiento de una Revista Digital Especializada en el sector automotriz. Caso: www.autoreportonline.com” (2008), de Gervazzi y Lehmann, por medio de una serie de encuestas, censos y entrevistas, estudian la mejor manera de posicionar la *Autoreportonline* en la mente de los consumidores venezolanos.

Duque (2008) en *“Estrategia para informar sobre las oportunidades de estudio con ayuda económica ofrecida en UCAB Guayana”* tiene como objetivo el establecimiento de técnicas que le permitan dar a conocer a los jóvenes información de las carreras y modalidades de pago en la Universidad Católica Andrés Bello, región Guayana.

“Estrategias comunicacionales y procesos de interacción para el aprendizaje social entre actores locales y externos: Los casos de las comunidades de Chorojo y Jankho Jakke, Municipios de Sipe Sipe, Departamento de Cochabamba”, plantea la creación de “estrategias comunicacionales que permitan un aprendizaje social en miras a un desarrollo sostenible a través del diálogo intercultural entre actores sociales externos y locales” (Velarde, 2007, p, X).

“Estrategias de visibilidad y formas organizativas de los grupos científicos: un análisis comparativo de seis países de América Latina” de Clemente y otros (2008) define patrones característicos de diferentes grupos de investigación, con resultados empíricos y definiciones teóricas con respecto a estos patrones, por medio de entrevistas profundas a más de 80 científicos de México, Brasil, Argentina, Chile, Venezuela y Colombia. Tomaron como enfoque el número de integrantes de los grupos, los espacios en los que divulgan la información y el tipo de información que maneja cada grupo.

Bases Teóricas.

El trabajo de decodificación del lenguaje científico, aunado a la producción de materiales audiovisuales, resulta complejo ya que amerita una extensa dedicación y profesionalismo en ambas áreas, es por ello, que los especialistas en esta rama deben encargarse de

desarrollar una óptica afinada que apunte a la concreción de un trabajo para la difusión y divulgación de los avances y resultados de los Grupos de Investigación.

Difusión.

Pasquali (1979) explica que la difusión es la elaboración de mensajes accesibles a todo el público preceptor, independientemente que trate o no temas de interés científico, mientras que la divulgación tiene que ver con la depuración del contenido de los mensajes científicos a lenguajes asimilables por un mayor número de personas.

En este punto es importante señalar que para Encalada (citado por Calvo, 1983, p. 18), la difusión de la ciencia y la tecnología debe cumplir con una serie de planteamientos a los fines de considerarse como una difusión integral, entre los cuales destacan:

1. La difusión no es sólo el envío de contenido de un sector a otro, sino que se alimenta inicialmente de información que es digerida y procesada para hacerla comprensible a las comunidades potenciales.
2. La difusión científica debe entenderse como una necesidad comunicacional y social.
3. La difusión tiene que ir más allá de la transmisión de información, entrelazándose como una comunicación integral.
4. En el sentido progresista, la difusión debe ser entendida como un proceso que contribuye a desarrollar políticas en pro de la ciencia y la tecnología.
5. La difusión debe manejarse democráticamente, no se deben anteponer intereses ni en la información difundida ni en los medios o canales por los cuales se difunde.

Divulgación.

Pasquali (1979) define a la divulgación como la transmisión de mensajes estructurados, pasando por un proceso decodificador del contenido del lenguaje científico, es decir, las palabras técnicas son redefinidas de una manera comprensible, disponible para cualquier

individuo. El surgimiento de la divulgación, en palabras de Calvo (1983), se da en el momento cuando la información de un hecho científico deja de ser exclusividad de una minoría dominada por clases sociales con alto poder y pasa a ser interés general de todas las personas.

Lozada (2000) destaca que la divulgación es como un trabajo de múltiples disciplinas unidas en un objetivo propio para ser comunicado, haciendo uso de diferentes medios para fluir la información, aplicando conocimiento propio para que, posteriormente, sea contextualizado a un lenguaje simple.

La divulgación científica permite pasearse por la historia de las ciencias, por los grandes avances científicos y tecnológicos de la época hasta el conocimiento de las nuevas tecnologías. Calvo (1983), habla de la divulgación como un proceso en el que se transmite información científica, permitiendo dar por lo menos una noción más cercana de la información.

Para este autor, la divulgación es comprender todo tipo de actividades o aprendizajes que tengan que ver con su búsqueda, ya que hace referencia a la exploración de tareas extraescolares, es decir, fuera de la enseñanza académica. Explica que su comprensión es de ayuda para la solución de la problemática que existe en cuanto al interés de la sociedad por la ciencia.

Ferrer (2003) refiere que “la divulgación organiza la difusión de conocimientos partiendo del contenido de las ciencias en lugar de las preguntas del público” (p.3). Hay que definir términos técnicos y hacer adaptaciones más sencillas que permitan responder diferentes interrogantes de cualquier persona.

Estrategia Comunicacional.

Para Ruiz (2009) una estrategia comunicacional es cuando dos o más personas con objetivos similares se unen para alcanzar una meta, estableciendo parámetros específicos con una coordinación impecable en todos sus aspectos. A diferencia de Izurieta (2003), quien aporta que una estrategia: “Es un plan integral en el que cobra sentido todo lo que se hace y se deja de hacer y todo lo que se comunica y se deja de comunicar” (p.35), aclarando que la comunicación es fundamental para el proceso de diseñar una estrategia.

Los conceptos coinciden en que es un objetivo propuesto, enfocado a distintas directrices que apunten a la ejecución perfecta de un plan, tal es el caso de Pérez (2008), quien hace referencia al “diseño, planeación, ejecución, implementación y evaluación de programas, proyectos y productos en comunicación para cualquier tipo de organización, empresa o escenario” (p.7).

Se define por tres características básicas, la primera tiene que ver con el establecimiento de un plan con las acciones a realizar, la segunda es la definición de los objetivos a fin de delimitar las intenciones del plan y la tercera consta de la determinación de un punto inicial donde se emprenderá los pasos ya establecidos para lograr los objetivos finales (Billorou, 1992).

Para crear una estrategia comunicacional se requiere determinar un plan que sea coherente, con técnicas y creatividad, que se ajuste a un proceso de comunicación viable, ligero, ordenado, llevado con mucha armonía para que sea digerida la información de una manera sencilla a quienes sean los receptores en cualquiera de los casos.

Micro Audiovisual.

Para Hilliard (2000), el micro audiovisual incluye una variedad de géneros periodísticos como el reportaje, el documental, la entrevista, el noticiero entre otros que permiten ofrecer un abanico informativo entendiéndose como un servicio público que logra el reforzamiento de la imagen institucional o corporativa.

El micro audiovisual es la representación en un lapso breve de tiempo de cualquier tema, se trabaja bajo directrices de pre-producción que comprende la documentación, recopilación de la información y procesamiento de datos documentales, la producción desemboca en las entrevistas y la organización de las mismas y post-producción se refiere al procesamiento de datos y finalmente la producción del material.

Grupos de Investigación.

Un grupo de investigación, para el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico, Tecnológico y de las Artes (Cdchta) de la Universidad de Los Andes en Venezuela, representa la agrupación de dos o más personas para desarrollar proyectos de un tema en común. De esta particularidad, van surgiendo nuevos aportes que apuntan a diferenciar o complementar las definiciones, de acuerdo a cada estudioso del tema.

La Vicerrectoría de Investigación y Extensión de la Universidad Popular del César (2011), puntualiza dentro de este concepto:

“Al conjunto de personas que se reúne para realizar investigación en una temática dada, formular uno o varios problemas de su interés, trazar un plan estratégico de largo o mediano plazo para trabajar en él y producir unos resultados de conocimiento sobre el tema en cuestión. Un grupo existe siempre y cuando demuestre producción de resultados tangibles y verificables, fruto de proyectos y de otras actividades de investigación convenientemente expresadas en un plan de acción (proyectos) debidamente formalizado” (S/P).

Para Cohen y Bailey (1997), es un conjunto de personas que aun cuando son independiente en las labores que realizan, tienen la responsabilidad de compartir un resultado conjunto, ya que son considerados como una sociedad con una imagen intacta ante los demás sistemas sociales. Sin embargo, para Rocha y otros (2008), un grupo de investigación va más allá del simple compartir de resultados, sino que expone un mayor grado de interacción entre sus miembros, entendiéndose como acciones colectivas con coordinación y comunicación.

Los autores coinciden en que un grupo de investigación es la unión de personas con un fin común, pero la importancia real radica en lo tangible y comprobable de sus trabajos, es decir, la suma de sus esfuerzos por desarrollar la investigación, más los planes de acción para comunicar a la comunidad los proyectos realizados, de esta manera, se formaliza su existencia.

Metodología.

Tipo de estudio.

Dentro de la investigación de campo se desarrolla el tipo de estudio de carácter descriptivo, porque se caracterizaron y destacaron los perfiles de cada grupo, a través de un análisis de las líneas de investigación, con el fin de comprender el impacto social sobre la comunidad universitaria.

Población y Muestra.

Se realizó un censo a la población de esta investigación, reconocida por el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico, Tecnológico y de las Artes (Cdchta), conformado por los 11 Coordinadores de los Grupos de Investigación de la Universidad de Los Andes-Táchira (ULA), que sin ningún orden de jerarquía quedaron plasmados de la siguiente forma:

Tabla 1. Nombre de los Grupos de Investigación.

Grupo de Investigación Gabinete de Asistencia Psicopedagógica (Gapsipe).
Grupo de Investigación de Historia de la Educación y Representaciones (Hedure).
Grupo de Investigación Comunicación, Cultura y Sociedad (Gruinco).
Grupo de Investigación Geo-Análisis.
Grupo de Investigación en Informática.

Grupo de Investigación en Literatura Latinoamericana y del Caribe.

Grupo de Estudios sobre Regionalismo, Integración y Desarrollo.

Grupo de Investigaciones en Educación y Comunicación (Greco).

Grupo Lupa Financiera.

Grupo de Estudio Transdisciplinario (GET).

Grupo de Comunicación, Desarrollo e Integración.

Información recopilada por Quiñónez, Guerrero y Rengel (2012).

Técnicas de la investigación.

En el caso de las fuentes primarias se acudió a los coordinadores de los 11 Grupos de investigación para la entrevista semiestructurada, quienes suministraron toda la información pertinente al respecto, entre otras cosas, al impacto social e importancia de la creación de cada grupo. Para ello, se evaluó la pertinencia de las preguntas a realizar por medio de un instrumento de validación de entrevistas que fue juzgado por tres expertos.

Tabla 2: Modelo de Entrevista.

1. ¿En qué consisten las investigaciones de su Grupo de trabajo?
2. ¿Cuántas líneas de investigación maneja el grupo. Cuáles son?
3. ¿Qué tan frecuente hacen publicaciones de trabajos y en qué medios?
4. ¿De qué forma contribuyen sus trabajos con la comunidad universitaria?
5. ¿Han evaluado el grado de influencia de su grupo en la comunidad de estudio? Y, en consecuencia, ¿Cuál es la importancia para dicha comunidad?
6. ¿Considera pertinente la publicación de sus trabajos en los espacios de la ULA?

Análisis de los resultados.

Los 11 Grupos de Investigación existentes en la Universidad de Los Andes-Táchira, se dedican a hacer investigaciones y publicaciones en períodos de anualidad, manejando por

lo general, entre tres o cuatro líneas de investigación, que en ocasiones un mismo investigador puede abordar simultáneamente dos de esas líneas. La coordinación de tres de los Grupos de Investigación está bajo la tutela de profesores jubilados.

La mayoría de las investigaciones surgen de observaciones hechas durante la actividad de docencia y a partir de allí inician estudios de casos específicos para brindarle al estudiante herramientas que le permitan un mejor desenvolvimiento tanto en la escolaridad como en el campo laboral. Los resultados de las investigaciones son expuestas en las aulas. Asimismo, hay una preocupación de los grupos por dictar cursos preparatorios a los profesores de la universidad, a fin de combinar los procesos de investigación con los de formación en todos los niveles.

Partiendo de este punto, se evidencia un proceso de retroalimentación entre los investigadores y el alumnado, en tal sentido, hay un *feedback*, ya que los educadores imparten los conocimientos adquiridos mediante el estudio realizado en el grupo. De allí se generan memoria de grado (en ciertos casos), de donde nacen nuevas vertientes que dan pie a una nueva investigación.

Los investigadores consultados coinciden en que la Universidad de Los Andes es generadora y potenciadora de conocimiento, desde esta perspectiva, en la ULA-Táchira se desarrollan diversos temas de carácter científico pertinentes para la solución de problemas planteados asociados a la realidad más próxima, con un enfoque a las ciencias sociales y en menor proporción a las ciencias aplicadas.

En cuanto a las investigaciones que los grupos realizan existe un interés común por el estudio de los problemas de índole regional, teniendo una influencia positiva en cualquiera de los aspectos que se trabaje, como las culturas en las zonas fronterizas, el movimiento de las tierras, la comunicación, temas de la educación desde la universidad, entre otros para finalmente aportar herramientas útiles a la sociedad tachirenses.

El grupo de investigadores entrevistados consideran pertinente las publicaciones de la información de los Grupos de Investigación en los espacios de la universidad, puesto que existe una serie de proyectos científicos que merecen la pena ser difundidos y divulgados al alcance de la comunidad universitaria.

Resultado: Estrategia comunicacional.

Una vez conocidos los resultados de las entrevistas realizadas a los investigadores, se plantea la elaboración de la estrategia comunicacional.

a) **Título:** ULA-Táchira: investigación para la sociedad

b) **Objetivos:**

- Difundir y divulgar la investigación científica de los grupos de investigación de la ULA-Táchira en los espacios universitarios y espacios públicos.

Objetivos de la comunicación interna: promover la sistematización de comunicación entre los investigadores e informar a los investigadores sobre acciones comunes para los grupos de investigación.

Objetivos de la comunicación externa: difundir y divulgar al público los logros y avances de los grupos de investigación.

c) **Mensajes: contenido.**

Contenido	Actividad
Objetivos de los grupos de investigación	Mensajes por micros audiovisuales
Proyectos de grupo de investigación	Mensaje por micros audiovisuales y folletos
Resultados de investigaciones	Mensaje por micros audiovisuales

d) **Audiencia:**

1. Investigadores.
2. Estudiantes.
3. Sociedad.
4. Instituciones públicas.

e) Imagen.

Uso del logo de la ULA Táchira y de cada grupo de investigación.

f) Acciones.

1. Proyección de los micros audiovisuales en espacios universitarios.
2. Ruedas de prensa y charlas informativas.
3. Administración de cuentas en redes sociales.

g) Seguimiento y evaluación:

Comprende la evaluación y seguimiento de las actividades y los productos realizados durante sus diferentes fases.

Micros audiovisuales.

Los micros audiovisuales son el pilar de esta estrategia comunicacional para difundir y divulgar la labor de los grupos de investigación, ya que pueden ser proyectados dentro los espacios universitarios y transmitidos por canales de televisión universitarios, medios públicos y medios privados locales. Se adoptó la producción de micros audiovisuales como estrategia comunicacional que permita lograr el objetivo de proyectar los Grupos de Investigación, por medio de cinco cápsulas informativas, con una duración de 60 segundos.

Aspectos de pre- producción.

De manera precisa se establecen las siguientes especificaciones posteriores a la lluvia de ideas:

1. La documentación: establece la búsqueda y recopilación de información, antecedentes, bases y apuntes teóricos, consultando material bibliográfico y digital en los distintos repositorios de reconocimiento.

2. Organización: comprende el reordenamiento del material recopilado previamente, con la intención de distribuir la información a emplear y desechar la de poca utilidad.
3. Elaboración de pre-guiones: comprende un bosquejo lineal de las acciones a realizar, es decir, se establece de manera general la dirección a la que se quiere apuntar con la proyección de los micros.
4. Plan de rodaje: se emplea con el fin de organizar sistemáticamente por semanas las distintas acciones para la recopilación del material visual de apoyo y el equipo técnico para así definir los recursos necesarios.

Concepto Visual.

Para el manejo de las grabaciones, tanto en exteriores como interiores, se empleó una sola cámara de 12 mega pixeles de resolución. Para las entrevistas se realizaron tomas con el uso del plano medio, mientras que en las imágenes de apoyo se recurrió al plano general, picado, medio y detalle. En los movimientos de cámara se incluyen el paneo y zoom. El uso de las fotografías contribuyeron con la construcción visual del producto. Se hizo énfasis en mostrar los rostros de la ciencia (los investigadores).

Aspectos de Producción.

Escenografía.

Para las grabaciones de las entrevistas no fue necesario la ubicación de los investigadores en un escenario muy grande ni preestablecido, se hicieron diferentes tomas en las que se incluyen *en interiores*: El set del estudio de Televisión de la universidad y las oficinas de los miembros de los grupos, mientras que las tomas *en exteriores*: los espacios de la naturaleza propios de esta casa de estudios.

Iluminación.

Para los espacios de las oficinas y el set del estudio de televisión se utilizó una luz artificial como fuente principal de iluminación con el respaldo de los rebotadores de luz, buscando la naturalidad de los entrevistados sin generarles sombras que pudiesen entorpecer el carácter académico de las entrevistas. En cuanto a las grabaciones en los espacios naturales o áreas verdes se hizo uso de la iluminación natural.

Aspectos de Post-producción.

Los micros audiovisuales están estructurados bajo un hilo argumental con el empleo de imágenes, voz en off y música. El uso de efectos será restringido, sin embargo, se emplearán en casos específicos como, por ejemplo, en la transición de un grupo a otro.

Elementos gráficos a utilizar.

Para la identificación de los investigadores en los micros audiovisuales se usaron diversos insert o cintillos en la parte inferior, con un diseño minimalista en tonalidades de azul y blanco, para estar acorde con los colores institucionales. Para darle dinamismo a los micros, se apeló al uso de imágenes de apoyo (fijas y en movimiento) de la infraestructura universitaria, así como también de imágenes que permitan respaldar y complementar lo descrito por los investigadores.

Audio y musicalización.

Las entrevistas se realizaron con el apoyo de un micrófono unidireccional para garantizar la optimización de la voz de los investigadores y el aislamiento de ruidos que perturbaron el desarrollo y posteriormente la edición de los micros. En cuanto a la musicalización en la

edición de los micros se utilizó música instrumental en segundo plano. La presentación de los micros y la introducción de los Grupos se acompañó de música electrónica.

Grabación de voces en off.

La voz utilizada fue la misma para todos los micros. Con la finalidad de hacer llegar la información de una manera fácil y digerible a la población universitaria, se organizaron cinco micros distribuidos de la siguiente manera:

- **Micro 1:** “Años de Historia”, constituido por el Grupo de Investigación en Educación y Comunicación (GRECO) y Gabinete de Asistencia Psicopedagógica (Gapsipe).
- **Micro 2:** “Recordar para vivir”, integrado por el Grupo de Investigación Literatura Latinoamericana y del Caribe con el Grupo Historia de Educación y Representaciones (Hedure).
- **Micro 3:** “Universidad del conocimiento”, que involucra al Grupo de Investigación Sobre Regionalismo, Integración y Desarrollo; Comunicación, Desarrollo e Integración y Comunicación, Cultura y Sociedad (Gruinco).
- **Micro 4:** “Cultura, investigación y desarrollo”, contiene al Grupo de Investigación Geo-Análisis con el Grupo de Estudio Transdisciplinario (GET).
- **Micro 5:** “Mundo Tecnológico”, describe el trabajo del Grupo de Investigación Lupa Financiera así como el Grupo de Informática.

Conclusiones

El Núcleo Universitario “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez” de la Universidad de Los Andes presenta un escenario investigativo de amplio reconocimiento institucional así como los mejores investigadores en el ámbito nacional y latinoamericano, con más de 40 investigadores acreditados por el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico, Tecnológico y de las Artes (Cdchta) para la fecha del estudio.

En su mayoría los Grupos de Investigación concentran sus temas de estudio en las inquietudes observadas durante el desarrollo de sus clases, en vista, de que además de ser investigadores comparten la labor de ser docentes. En este orden, la aplicación del método científico dentro de la educación contribuye a arrojar resultados satisfactorios en donde no sólo se enseña desde el material bibliográfico sino que parten de los datos obtenidos en las aulas.

El establecimiento de cápsulas informativas como estrategia comunicacional es un mecanismo ideal en formato flexible, dinámico y sencillo que permite la trasmisión de los contenidos científicos en conceptos de fácil comprensión para la comunidad universitaria o cualquier ciudadano común.

Se otorgó un peso importante al tratamiento de la información haciendo énfasis en las palabras claves de la memoria de grado, así como a lo expuesto por cada uno de los entrevistados, quienes describieron de manera amplia los proyectos, las líneas de investigación e impactos del grupo.

Referencias Bibliográficas.

BUSTAMANTE, I. (2004): “*Como Divulgar la Investigación Científica de la ULA-Táchira: Proyecto de un Programa Televisivo*”. Memoria de Grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad de Los Andes. Venezuela.

CALVO, M (1997). “*Manual de Periodismo Científico*”. Editorial Bosh. España.
“*Diccionario de Términos Usuales en el Periodismo Científico*”.
“*La divulgación de la ciencia, desafío del siglo XXI*”. Seminario-Taller sobre Difusión y Divulgación del Conocimiento. Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México. Revisado el 21 de febrero del 2012
<http://www.manuelcalvohernando.es/articulo.php?id=42>

COHEN, S, BAILEY, D. (1997): “*Qué hace que los equipos de trabajo: Grupo de Eficacia de Investigación de la tienda Piso de la Suite Ejecutiva, Trabajo y Administrativo*”. Fecha de la consulta: 30 de enero 2012.

DUQUE, G. (2008): “*Estrategia para informar sobre las oportunidades de estudio con ayuda económica ofrecida en UCAB Guayana*”. Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Católica André Bello (UCAB), mención comunicaciones publicitarias. Caracas, Venezuela. Revisado el 07 de abril de 2012 en: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR4574.pdf>

ESTRADA, L., (1987): “La Comunicación de la Ciencia”. Revista Chasqui.

FERRER, A. (2003): “*Periodismo científico y Desarrollo una mirada desde América Latina*”. Mérida Venezuela. Ediciones del Rectorado de la Universidad de Los Andes Táchira.

GERVAZZI, A y LEHMANN, M. (2008): “*Estrategia Comunicacional para el Lanzamiento de una Revista Digital Especializada en el sector automotriz. Caso: www.autoreportonline.com*”. Trabajo de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Caracas, Venezuela. Revisado el 07 de abril de 2012 en: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR3529.pdf>

HILLIARD, R. (2007): “*Escribir para Televisión Radio y Nuevos Medios de Comunicación*”. Décima Edición. Editorial Wadsworth.

LOZADA, I. (2000): “*Divulgación Científica*”. Centro de Ciencias Genómica. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). México. Revisado el 30 de septiembre de 2011 en: <http://www.divulgacion.ccg.unam.mx/panel/8/divulgaci%C3%B3n-cient%C3%ADfica>
IZURIETA, R. (2003). *Marketing Político en la red. Estados Unidos*. Revisado el 14 de noviembre 2011. <http://marketingpoliticoenlared.com/content/roberto-izurieta>

PÉREZ, R. (2005): “*Estrategias de comunicación*”. Ariel. Barcelona.

PÉREZ, R. (2008): “*Estrategias de comunicación para el cambio social. Un enfoque cultural para el diseño de políticas anti-corrupción*”. Barcelona, España. Fecha de la consulta: 15 de septiembre de 2011. Disponible en: http://www.fisec-estrategias.com.ar/3/fisec06_03pp3-18.pdf

QUINTERO, M. SANDRA, R., TOVAR, H., BELLATHRIZ, C. (2000): “*Propuesta comunicacional de la difusión para la investigación Científica y Tecnológica del CDCTH de la Universidad de Los Andes*”. Memoria de Grado para optar al título de Licenciada en Comunicación Social. Universidad de Los Andes. Venezuela.

REY-ROCHA, J. y MARTÍN-SEMPERE, M. (2008): “*Estructura y Dinámica de los Grupos de Investigación*”. Joaquín Costa. Madrid. Fecha de la consulta: 09 de noviembre de 2011. Disponible en http://digital.csic.es/bitstream/10261/2979/1/Arbor2008_PSprint.pdf

RUIZ, G. (2009): “*Estrategia de Comunicación-Artículo*”. Madrid, España. Fecha de la consulta: 20 de noviembre de 2011 en: <http://cangurorico.com/2009/02/estrategia-de-la-comunicacion.html>

UPEL (2003): “*Manual de Trabajos de Grado de Especialización, Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador*”. Caracas, Venezuela. Fecha de la consulta: 25 de marzo de 2012. Disponible en: <http://www.postgradofcjp.org.ve/manual160204.pdf>

VELARDE, C. (2007): “*Estrategias comunicacionales y procesos de interacción para el aprendizaje social entre actores locales y externos: Los casos de las comunidades de Chorojo y Jankho Jakke, Municipios de Sipe Sipe, Departamento de Cochabamba, Bolivia*”. Fecha de consulta: 17 de junio del 2011. Disponible en: <http://www.compasla.org/publicaciones/tesis/98-estrategias-comunicacionales-y-procesos-de-interaccion-para-el-aprendizaje-social-entre-actores-loca.html>

¹ Herly Quiñónez es Licenciada en Comunicación Social. Profesora de Periodismo de la Universidad de Los Andes en Táchira-Venezuela. Departamento de Comunicación Social. Grupo de Investigación “Comunicación, Cultura y Sociedad”. Correo electrónico: gomez@ula.ve. Isamar Guerrero es Licenciada en Comunicación Social. Yarhumy Rengel es Licenciada en Comunicación Social.