

GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL CONOCIMIENTO Y LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA COMO RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

STRATEGIC MANAGEMENT OF SCIENTIFIC DISSEMINATION AS A UNIVERSITY SOCIAL RESPONSIBILITY

Kelly Guédez

kellygerenciaavanzada@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0002-0741-8111>

Universidad Fermín Toro

Recibido: 12/09/2025

Aprobado: 17/11/2025

RESUMEN

El presente ensayo tiene como propósito, reflexionar cómo la gestión estratégica del conocimiento y la divulgación científica constituyen elementos clave de la responsabilidad social en las universidades, dentro de su rol en el acercamiento de la sociedad al saber científico y en la mitigación de los efectos de la desinformación. Para cumplir este objetivo, se adopta el paradigma interpretativo, con enfoque argumentativo, basado en la revisión de la literatura académica y experiencias institucionales, que permiten evidenciar cómo las prácticas de comunicación científica pueden transformarse en estrategias activas de generación de valor social, económico y cultural. En este contexto, se exige, que la universidad cumpla con la Responsabilidad Social Universitaria, como marco ético, operativo, normativo y transversal, al orientar sus funciones sustantivas, incluyendo la investigación y la gestión del conocimiento. La gestión estratégica de la divulgación científica no es un complemento, sino una función central y misional de la universidad del siglo XXI, donde comunicar la ciencia es un deber ético, un componente estratégico, el cual debe utilizar lenguajes accesibles, plataformas abiertas y mecanismos de interacción. Es un proceso planificado, dotado de recursos adecuados y ejecutado por profesionales expertos en comunicación como principal vía a través de la cual la universidad moderna cumple su contrato social, transformando su capital intelectual en bienestar, desarrollo y pensamiento crítico. De este modo, fortalece su legitimidad y credibilidad, consolidándose como líder en el combate contra la desinformación, construyendo una ciudadanía crítica e informada. Para ello, es indispensable el diseño de políticas institucionales que promuevan la participación social y la alfabetización tanto digital como científica. En concreto, el impacto y la trascendencia de la investigación académica dependen de lo que se produce además del cómo y para quién se comunica, consolidando así una gestión estratégica del conocimiento que responde a las necesidades y retos sociales contemporáneos.

Palabras clave: divulgación científica, comunicación pública de la ciencia, gestión estratégica del conocimiento, responsabilidad social universitaria.

ABSTRACT

This essay aims to reflect on how strategic knowledge management and scientific dissemination constitute key elements of social responsibility in universities, within their role of bringing society closer to scientific knowledge and mitigating the effects of misinformation. To achieve this objective, an interpretive paradigm with an argumentative approach is adopted, based on a review of academic literature and institutional experiences. This demonstrates how scientific communication practices can be transformed into active strategies for generating social, economic, and cultural value. In this context, universities are required to fulfill their University Social Responsibility as an ethical, operational, regulatory, and cross-cutting framework, guiding their core functions, including research and knowledge management. The strategic management of scientific dissemination is not a complement, but rather a central and mission-driven function of the 21st-century university, where communicating science is an ethical duty and a strategic component that must utilize accessible language, open platforms, and interactive mechanisms. It is a planned process, adequately resourced and executed by expert communication professionals, serving as the primary means by which the modern university fulfills its social contract, transforming its intellectual capital into well-being, development, and critical thinking. In this way, it strengthens its legitimacy and credibility, consolidating its position as a leader in the fight against disinformation and building a critical and informed citizenry. To achieve this, the design of institutional policies that promote social participation and both digital and scientific literacy is essential. Specifically, the impact and significance of academic research depend not only on what is produced but also on how and to whom it is communicated, thus consolidating a strategic knowledge management approach that responds to contemporary social needs and challenges.

Keywords: scientific outreach, public communication of science, strategic knowledge management, university social responsibility.

INTRODUCCIÓN

Los cambios trascendentales impulsados por el progreso tecnológico implican profundo cuestionamiento debido a una crisis que señala el fin de una época. Con la llegada de la sociedad de la información y el conocimiento, la expansión de los canales masivos de comunicación propicia un aumento en el nivel de acceso a la información. Al mismo tiempo, genera un clima de desorientación e incertidumbre, causado por la sobreabundancia de datos, sin contexto, en la mayoría de los casos.

Los avances científicos no siguen un camino lineal, son el resultado de prácticas sociales que se construyen mediante redes de actores humanos y no humanos. Gaviria y Majía (2021) afirman sobre el carácter dinámico de la ciencia, al reflejar su estrecha relación con contextos históricos, sociales y culturales en los cuales se desarrolla. En ese mismo tenor, el conocimiento al constituirse un recurso estratégico en las organizaciones postmodernas, tiene

la capacidad de generar valor; en tanto, se reconoce como un recurso intangible cuyas propiedades se multiplican al compartirse.

Según Medina, (2020) cada organización según sus propias características debe tributar a la gestión del conocimiento. Esta noción se vincula a la identificación, adquisición, socialización, compartición, creación y uso del conocimiento en sus diferentes manifestaciones (tácito o explícito), como un activo clave en la toma de decisiones además de la optimización de todos los procesos que implican su funcionamiento. En ese sentido, mientras la ciencia se desarrolla en una dinámica constante, la universidad se posiciona como un agente activo en su producción, gestión y transferencia, en el contexto de una sociedad que evoluciona como entidad organizada.

Más allá de ser un espacio de formación profesional, posee una responsabilidad social que vincula este proceso con las necesidades colectivas, exigiendo estrategias de

gestión, capaces de enfrentar los riesgos de la desinformación y los efectos de la posverdad en la opinión pública. Así, el rol de la universidad como institución productora de conocimiento por excelencia, trasciende; al fortalecer sus funciones de investigación, docencia y extensión. Además de generar, le compete, asegurar que dicho saber sea accesible, comprensible y pertinente para el conjunto de la sociedad a la cual sirve.

En consecuencia, el valor del conocimiento alcanza su plenitud cuando se logra transferir de manera eficaz, al mismo tiempo que es apropiada por la comunidad. En tal sentido, la divulgación científica, actúa como un vehículo para lograr la apropiación social de la ciencia. La misma, emerge como una herramienta esencial que integra de manera profunda las tres funciones de la universidad. Por esta causa, Gaviria y Majía (Ob. Cit.) conciben la apropiación social de la ciencia como una función universitaria esencial, al

mismo nivel de la investigación y la docencia.

Es por ello que, al vincularse con la responsabilidad social universitaria, comunicar la ciencia no es opcional, sino parte de su misión institucional. Dentro de este marco, han de replantearse tanto la forma de comunicar la ciencia como las políticas institucionales. Este planteamiento nos conduce a la siguiente interrogante: ¿Cuál es el papel de las universidades, de cara al arduo trabajo que conlleva mitigar la brecha entre la investigación científica y las necesidades sociales, entre los investigadores y la sociedad?

En ese contexto, el presente ensayo tiene como propósito reflexionar cómo la gestión estratégica del conocimiento y la divulgación científica constituyen elementos clave de la Responsabilidad social en las universidades, dentro de su rol en el acercamiento de la sociedad al saber científico y en la mitigación de los efectos de la desinformación. Para cumplir este objetivo, se adopta el paradigma interpretativo, con un

enfoque argumentativo, basado en la revisión de la literatura académica y experiencias institucionales, que permiten evidenciar cómo las prácticas de comunicación científica pueden transformarse en estrategias activas de generación de valor social, económico y cultural.

DESARROLLO ARGUMENTATIVO

Gestión Estratégica del Conocimiento y Divulgación Científica

La gerencia contemporánea, debe poseer la facultad de dirigir organizaciones complejas. El principal reto que sostiene la gerencia en el siglo XXI es la capacidad de transformar la información en conocimiento útil a fin de identificarse como organizaciones exitosas que logran crear y difundir sus propias dinámicas cognitivas de manera continua, al ir fomentando entornos colaborativos de innovación. De este modo, las universidades, enfrentan el reto de optimizar su función investigativa para responder a las demandas de un entorno

caracterizado por la volatilidad y la competencia global. Al respecto Vidal (2019) resalta:

“(…) los procesos para la producción intelectual y la creación del conocimiento constituyen actividades fundamentales para la cultura universitaria, ya que, de esta manera, la Universidad se considera la depositaria de la ciencia generada mediante la investigación científica, orientada a la mejora de la calidad de la docencia universitaria para la formación de los futuros profesionales.” (p.5)

No obstante, como organizaciones intensivas de producción científica, requieren aplicar principios gerenciales para gestionar con eficacia su creación y divulgación. Así, la producción intelectual desarrollada en el seno de las universidades constituye un activo intangible primordial. Su valor real es alcanzado cuando al ser comunicado, el ciudadano común logra aprehender y aplicar el conocimiento en su vida

cotidiana, es decir, se apropia de ello, le otorga sentido y significado.

De esta forma, la divulgación científica como un acto significativo para la gestión estratégica en las universidades, orienta sus resultados hacia la creación del valor social. En tal sentido, la gestión del conocimiento se convierte en una acción ineludible la cual implica un ciclo de creación, almacenamiento, transferencia y aplicación. Igualmente, al articular dimensiones como el potencial humano, cultura organizacional y uso de tecnologías, requiere de un marco estratégico para garantizar la apropiación social del conocimiento como parte de la misión institucional. Por tanto, se sustenta la idea que la comunicación científica es también una herramienta de competitividad institucional y un mecanismo para generar valor social.

De acuerdo con lo planteado, surge una de las discusiones más relevantes en cuanto al rol de la universidad, la cual gira en torno a cómo ésta debe transferir el conocimiento que genera hacia la

sociedad. Es así, como se requiere establecer una distinción conceptual entre divulgación y comunicación científica, cada término designa un conjunto de prácticas, audiencias y objetivos distintos que tienen implicaciones directas en la planificación y evaluación de la transferencia de conocimiento, para desarrollar estrategias, efectivas y socialmente pertinentes.

La efectividad de las políticas de gestión del conocimiento y el pacto social entre la academia y los actores no académicos dependen fundamentalmente de una definición clara de la comunicación y la divulgación científica. Históricamente, el modelo de déficit o comunicación unilateral fue el enfoque dominante, el cual partía de la premisa que todo conocimiento válido residía exclusivamente en la comunidad científica, relegando a la sociedad el rol de receptores pasivos. Según Vásquez (2021), de este enfoque surgieron conceptos como alfabetización científica y el *Public Understanding of Science*, iniciativas

que, aunque bien intencionadas se centraban en educar e informar y no en el diálogo.

Comunicación y Divulgación Científica como Responsabilidad Social Universitaria

La orientación de lo que se había creído que era comunicar la ciencia, resultaba insuficiente para establecer una conexión real entre ciencia y sociedad, por ello, resulta vital abordar las diferencias conceptuales con perspectivas críticas y reflexivas desde la Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Sin embargo, en el ámbito institucional universitario se observa una tendencia por el término comunicación científica, en detrimento de la divulgación, relegándola a un papel secundario.

La hegemonía del término comunicación científica en el discurso universitario es el resultado de la adopción de una lógica gerencial orientada a gestionar el conocimiento con la finalidad de posicionar a la institución en un ecosistema académico global altamente

competitivo. (Bucchi y Trench, 2021) definen la comunicación científica como un concepto amplio y formal que abarca el ecosistema de la producción, validación y circulación del conocimiento, incluyendo la difusión especializada entre pares académicos a pesar que su énfasis suele recaer en canales formales validados por la comunidad científica.

Esta tendencia, aunque coherente con la universidad moderna, corre el riesgo de socavar el pacto social de la academia lo que conlleva a una endogamia académica que, si bien puede ser productiva en indicadores formales, descuida su compromiso con el desarrollo social. En ese escenario, Schäfer y Fähnrich (2023), exponen que ya no es posible entenderla como una acción exclusiva de comunicadores científicos, sino que, a partir de la transmisión de cuestiones éticas, científicas, sociales y políticas, se debe ubicar como una labor pública, dentro o fuera de la institución.

Dentro de esta perspectiva, la divulgación científica es el proceso de,

de traducción del conocimiento académico a un lenguaje asequible al público en general para fomentar la cultura científica, el pensamiento crítico y la participación ciudadana. Al priorizar la claridad y la relevancia por encima del formalismo técnico, se logra que el conocimiento sea accesible a los ciudadanos por medio de canales masivos como la televisión y redes sociales.

Desde el lente de la RSU, relegar la divulgación a un segundo plano puede invisibilizar la función democratizadora de la ciencia. Dado que, la proyección y visibilidad de la investigación en el ámbito académico y científico, otorga un prestigio institucional, vital para la acreditación de calidad y competencia internacional, por otro lado, también concierne destacar la importancia a las dimensiones de impacto, pertinencia y relevancia social en los contextos locales, en tanto la universidad no puede, ni debe desvincularse de su entorno.

De acuerdo con las ideas anteriores, es imprescindible superar

las dicotomías entre los términos de comunicación y divulgación científica, debido a que ambos pertenecen al mismo propósito: reconocer la obligación moral y social de la universidad, en lo que respecta a una verdadera transferencia de conocimiento, la transformación social y el empoderamiento de la colectividad, aunque esta noción reside fundamentalmente en el concepto de divulgación, ambas dimensiones son interdependientes.

Comunicación Pública de la Ciencia (CPC) y Participación Ciudadana

La interacción de la ciencia con el público ha evolucionado desde el modelo tradicional de divulgación, hacia un enfoque más participativo conocido como Comunicación Pública de la Ciencia (CPC) (Bucchi y Trench, 2021). La misma busca construir puentes entre el conocimiento y la sociedad, lo cual implica un conjunto de actividades para traducir conceptos complejos en información accesible a diversos públicos. Esta transición se

basa en la premisa de proporcionar información veraz y certificada, promoviendo activamente un modelo de diálogo entre científicos y ciudadanos e incluso la participación social en las agendas y decisiones científicas.

No obstante, la meta de involucrar plenamente a la sociedad en temas científicos, a menudo se ve limitada a pesar de los esfuerzos de los investigadores por acercarse al público. Para lograr la participación de la ciudadanía en la toma de decisiones relacionadas con la ciencia y generar una sociedad informada, crítica y comprometida, es indispensable establecer una política institucional clara, orientada a fomentar una mayor comprensión, interés, valoración y curiosidad por la ciencia, superando los factores que actualmente restringen esta interacción mutua.

Por su parte, Tayeebwa et al., (2022) distinguen dos (2) modelos de comunicación científica, que resumen su evolución: el modelo tradicional denominado déficit, caracterizado por un flujo unidireccional de información

de los expertos, enfocado en educar al público no experto. El segundo más democrático, el cual promueve el diálogo entre científicos y su audiencia, fomentando la participación en el discurso científico y la toma de decisiones. En ese sentido, se advierte la existencia de una interacción conjunta entre actores sociales, incluyendo a investigadores, instituciones, el Estado y la sociedad, considerando la diversidad cultural para abordar aspectos de la comunicación y las diversas formas para llevarlo a cabo.

Dentro de este marco, surgen las siguientes interrogantes: ¿Qué es lo que hace que se imponga la necesidad de comunicar la ciencia? ¿Qué es lo que lo hace tan interesante? Las respuestas trascienden las nociones de participación ciudadana, compromiso o responsabilidad social universitaria. Su importancia radica en el hecho de generar en el individuo, una visión crítica, verdadero conocimiento o capacidad de reconocer y discriminar las informaciones que recibe del

entorno para ejercer incluso, una autonomía en función de su comportamiento, para su propio beneficio.

La Responsabilidad Social Universitaria como Marco Ético Operativo

La investigación científica requiere adoptar un enfoque transdisciplinario para ser contextualizada socialmente, con el fin último de una retroalimentación donde la sociedad pueda exigir pertinencia e impacto social. Esta visión, obliga a las instituciones a repensar acerca de los canales más adecuados para alcanzar mayor accesibilidad y consecuentemente, una mayor legitimidad social. En este marco, Gaviria y Majía (Ob. Cit.) sostienen que la apropiación social y la comunicación pública de la ciencia son funciones inherentes a la misión universitaria.

La RSU es el marco ético y normativo indispensable que debe orientar todas las funciones sustantivas (investigación, docencia y gestión) de la universidad,

trascendiendo su concepción como una simple función, articula la gestión del conocimiento con la pertinencia social, proveyendo la brújula operativa para que la producción académica trascienda los límites institucionales, genere un impacto positivo en el entorno y promueva un diálogo constante con la ciudadanía. Este marco ético orienta la difusión hacia públicos diversos, superando el modelo cerrado de investigación disciplinar.

En ese sentido, la comunicación científica mediada por la RSU implica producir información con sensibilidad hacia los problemas colectivos, mediante la cual se contribuye a derribar barreras de acceso y fomentar una ciudadanía crítica capaz de discernir información válida de contenido manipulado. Comunicar la ciencia es un deber ético. Para evitar la escasa planificación que reduce su alcance social (Gertrudix et al., 2020) señalan que, es imperativo integrar estrategias y profesionales de la comunicación en todas las fases de investigación.

Comunicación Pública de la Ciencia en la Era de la Posverdad

Las tecnologías de información y comunicación (TIC) han transformado la comunicación científica dando paso a un nuevo paradigma denominado ciencia 2.0. Carrasco, (2025), apunta hacia una evolución del modelo tradicional de ciencia y a la importancia de una alfabetización en entornos digitales, lo cual facilita la comprensión de la información científica sobre todo en audiencias no expertas. La misma, implica nuevas formas de interacción mediante las plataformas digitales; lo cual permite mayor alcance. Sin embargo, Rodríguez y Giri (2021), alertan acerca de los riesgos relacionados con los canales de comunicación debido a la proliferación de noticias falsas y narrativas de posverdad.

Ante esta realidad, la sociedad enfrenta una paradoja: nunca antes se había producido tanta información científica, tampoco había sido tan difícil diferenciar el conocimiento riguroso de la desinformación. La proliferación de *fake news* y la era de

la posverdad generan un entorno donde las emociones pesan más que la evidencia y donde las plataformas digitales distorsionan mensajes científicos. Este fenómeno caracterizado por la prevalencia de emociones o creencias sobre hechos objetivos, constituye un reto para la comunicación científica.

Al respecto, De la Rosa (2019) destaca que “en la actual sociedad hiperconectada, los bulos corren de forma más deprisa y dinámica, además llegan a más personas que el conocimiento riguroso” (p. 5) Dichas informaciones no son contrastadas por el público con las informaciones de los canales e instituciones facultadas. En consecuencia, al reconocer que la posverdad se sustenta en aseveraciones carentes de fundamento científico, difundidas deliberadamente por los medios de comunicación, la sociedad se vuelve más vulnerable. De este modo, quienes no cuestionan dichas afirmaciones, corren el riesgo de adoptar posturas que, lejos de generar

soluciones, generan consecuencias perjudiciales.

Frente a ello, desde la gestión del conocimiento, se deben incorporar competencias digitales avanzadas, mecanismos rigurosos de verificación y políticas claras de acceso abierto que aseguren la calidad y confiabilidad de los contenidos científicos. En esta línea, la alfabetización digital se convierte en una competencia indispensable para investigadores y líderes académicos, pues no solo facilita la apropiación de tecnología, sino que también fortalece la capacidad crítica frente a la información.

En consideración a lo anterior, Parejo, et al. (2022) afirman que la alfabetización científica tiene como “finalidad desarrollar en el individuo la capacidad para actuar de manera autónoma, culta y crítica frente a la sobreexposición de información” (p.680). En ese contexto, Gasparri (2019) destaca la importancia y el compromiso de los expertos y las instituciones que auspician la investigación científica, debido a su

responsabilidad de educar, formar e inducir al ser humano a desarrollar competencias para indagar y proyectarse hacia el conocimiento.

POSTURA CONCLUSIVA

La divulgación científica universitaria, ha evolucionado desde un modelo obsoleto de déficit hacia un programa de diálogo y conversación social. Dicha evolución, solo puede consolidarse si va de la mano de un cambio de perspectiva en la propia universidad, adoptando un enfoque organizacional que la reconozca como una acción estratégica, la cual fortalece su misión social y la posiciona como agente activo en la construcción de una ciudadanía crítica, capaz de discriminar la información válida frente a la desinformación.

En el contexto actual, caracterizado por la posverdad, la universidad tiene el desafío de ser un referente de credibilidad y compromiso social. Esto requiere fortalecer las prácticas de gestión para

transformar el conocimiento en valor tangible. La comunicación de la ciencia no debe limitarse a la publicación en revistas académicas, debe trascender hacia lenguajes más accesibles, plataformas abiertas y mecanismos de interacción con diversos públicos, facilitando así la apropiación social del conocimiento.

La gestión estratégica de la divulgación científica no es un complemento, sino una función central y misional de la universidad del siglo XXI. Es un proceso planificado, dotado de recursos adecuados y ejecutado por profesionales expertos en comunicación como principal vía a través de la cual la universidad moderna cumple su contrato social, transformando su capital intelectual en bienestar, desarrollo y pensamiento crítico para una sociedad crítica y emancipadora, de la mano de la responsabilidad social universitaria como marco ético y operativo.

Para ello es indispensable el diseño de políticas institucionales que promuevan la participación social y la alfabetización tanto digital como

científica. En concreto, el impacto y la trascendencia de la investigación académica dependen de lo que se produce además del cómo y para quién se comunica, consolidando así una gestión estratégica del conocimiento que responde a las necesidades y retos sociales contemporáneos.

REFERENCIAS

- Bucchi, M. y Trench, B. (2021). **Rethinking Science Communication as the Social Conversation Around Science**. *JCOM* 20(03): 1-11. <https://doi.org/10.22323/2.20030401>
- Carrasco-Krentzien, N. (2025). **Ciencia 2.0: cuando el Conocimiento se Construye entre muchos y se comunica con propósito**. *La web de la Salud*.
- De la Rosa, E. (2019). **La Posverdad en la Ciencia**. Centro de Investigaciones Biológicas, CSIC. *Semáforo*, (67): 5-8. https://www.sem microbiologia.org/wp-content/uploads/2021/04/3-Art_Posverdad.pdf
- Gasparri, E. (2019). **Comunicación de las Ciencias. De la ciencia del Conocimiento a las Ciencias como Prácticas Sociales** [Ponencia]. Congreso Internacional de Ciencias Humanas - Humanidades entre pasado y futuro, Argentina. <https://www.aacademica.org/1.congreso.internacional.de.ciencias.humanas/824.pdf>
- Gaviria-Velásquez, M., y Majía-Correa, A. (2021). **Apropiación social de la ciencia y comunicación pública del conocimiento, dos actividades inherentes a la investigación universitaria**. *Revista Interamericana De Bibliotecología*, 44(3): 1-11. e343603. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v44n3e343603>
- Gertrudix, M., Rajas, M., Gertrudis-Casado, M. del C., y Gálvez-de-la-Cuesta, M. del C. (2020). **Gestión de la Comunicación Científica de los Proyectos de Investigación en 2020. Funciones, modelos y estrategias**. *Profesional de la Información*, 29(4): 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.24>
- Medina, E. (2020). **Gestión del Conocimiento: Una Visión Estratégica hacia la Universidad Innovadora**. *In Situ*, 4(4), 127-143.
- Parejo, M. Casas, P. Mendíz, H. (2022). **La Divulgación Científica: Retos y Oportunidades de la Comunicación**. *Redes sociales y ciudadanía*. pp. 679 -685. Grupo Comunicar Ediciones Disponible en: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>
- Rodríguez, M. y Giri, L. (2021). **Desafíos Teóricos Cruciales para la Comunicación Pública y la Tecnología de la Ciencia Postpandemia en Iberoamérica**. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, vol. 16, núm. Esp.46, pp. 25-39.
- Schäfer, M. y Fähnrich, B. (2023). **Comunicación Científica en Contextos Organizacionales: hacia un Giro Organizacional en**

la Investigación sobre
Comunicación Científica.
Príncipe de Viana. Año lxxxiv.
(285): 57-77. Disponible: urtarrila-
apirila
[file:///C:/Users/dir.biblioteca/Downl
oads/Dialnet-
ComunicacionCientificaEnContexto
sOrganizacionales-
9210840%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/dir.biblioteca/Downloads/Dialnet-ComunicacionCientificaEnContextosOrganizacionales-9210840%20(1).pdf)

Tayeebwa, W., Wendo, C., &
Sembatya, A. (2022). **Scientific
Communication Skills for
Journalists: A Resource Book for
African Universities**. CABI Digital
Library.
[https://doi.org/10.1079/978178924
9675.0002](https://doi.org/10.1079/9781789249675.0002)

Vásquez, D. (2021) **Ciencia para
todos: guía para Superar los
Desafíos de la Comunicación
Científica en casos de
Comunicación de la Salud**.
Fonseca, Journal of
Communication, (22): 119-133.
[https://orcid.org/0000-0003-2703-
1416](https://orcid.org/0000-0003-2703-1416)

Vidal, M. (2019). **La Producción
Intelectual: Eje de la Gestión del
Conocimiento**. Dictamen Libre,
13(25):1-27. [https://
doi.org/10.18041/2619-
4244/dl.25.5686](https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.25.5686)