



UNIVERSITAT_{DE}
BARCELONA

Marc i orientacions per a la divulgació a la Universitat de Barcelona

17 de juny de 2026





MARC I ORIENTACIONS PER A LA DIVULGACIÓ A LA UNIVERSITAT DE BARCELONA

11 de juny de 2026

1. RESUM EXECUTIU	4
2. INTRODUCCIÓ I OBJECTIUS	5
2.1. Finalitat	5
2.2. Objectius principals.....	5
2.3. Valors de la UB en relació amb la divulgació	6
3. CONTEXT I MARC CONCEPTUAL	6
4. DEFINICIONS CLAU	7
4.1. El coneixement: una definició àmplia	7
4.2. Publicar, informar, comunicar i divulgar	8
4.3. Relació i comparació entre informar, comunicar i divulgar.....	10
4.4. Disseminar i difondre	11
4.5. Participació pública en la ciència	11
4.6. Formació, docència i divulgació: límits i interseccions amb la divulgació	12
4.7. Monografies acadèmiques i alta divulgació.....	12
4.8. Resum: quan es considera que una activitat és de divulgació?	13
5. COM S'IDENTIFICA SI UNA ACTIVITAT O UN TREBALL ÉS DE DIVULGACIÓ.....	13
5.1. Ítems operatius	13
5.2. Rúbrica d'autodiagnosi	14
5.3. Llista de verificació ràpida	15 14
6. FORMATS I ESTRATÈGIES DE DIVULGACIÓ	15
6.1. Accessibilitat de llenguatge i formats	15
6.2. Formats en divulgació.....	16
6.3. Criteris orientatius mínims	17
7. BONS PRINCIPIS I VALORS EN DIVULGACIÓ	20
7.1. Rigor i transparència.....	20
7.2. Ètica i respecte a les audiències, les diversitats i els col·lectius vulnerabilitzats	21 20



8. SUPORT I RECONeixEMENT INSTITUCIONALS.....	21
8.1. Sistemes de suport: formació, recursos i serveis de comunicació.....	21
8.2. Reconeixement en avaluacions internes.....	2322
9. REFERÈNCIES	25



1. RESUM EXECUTIU

Aquest document estableix un marc conceptual i pràctic per orientar la divulgació del coneixement a la Universitat de Barcelona. Reconeguda com una dimensió central de la missió universitària i la responsabilitat social de la institució, es concep com l'extensió natural de la recerca i la docència cap a la societat, i com un dels pilars bàsics d'enfortiment de la cultura democràtica. Té l'objectiu de fer el coneixement accessible, fomentar el pensament crític, incrementar el nivell cultural en tots els àmbits i reforçar la confiança pública en la institució.

El document té una finalitat doble: d'una banda, promoure una cultura institucional que valori i integri la divulgació dins el desenvolupament acadèmic; de l'altra, oferir orientacions clares i operatives per dissenyar i implementar activitats divulgatives amb rigor i eficàcia, adaptades als diversos públics. S'adreça a tota la comunitat universitària: personal docent i investigador (PDI); personal tècnic, de gestió i d'administració i serveis (PTGAS), i estudiantat, amb una concepció inclusiva i transversal que comprèn tots els àmbits de coneixement.

El marc s'inscriu en la transformació contemporània de la universitat, en què guanya centralitat la «tercera missió»: transferència i impacte social del coneixement. En un context marcat per la demanda de transparència, els reptes globals i la desinformació, la divulgació esdevé una eina clau per connectar universitat i societat, i per promoure una ciutadania més informada i crítica.

Des del punt de vista conceptual, el document delimita amb precisió la divulgació en relació amb altres formes en què circula el coneixement (publicar, informar, comunicar, disseminar o difondre). Divulgar implica traduir i adaptar el coneixement acadèmic a llenguatges i formats comprensibles per a públics no especialitzats, mantenint el rigor, però prioritant l'accessibilitat i la rellevància social.

S'estableixen, doncs, criteris operatius per identificar activitats de divulgació (públic destinatari, llenguatge, tractament del contingut, finalitat, context i component pedagògic), així com eines d'autodiagnosi (rúbrica i llista de verificació). També es reconeix la diversitat de formats (escrits, audiovisuals, digitals, presencials o participatius), i es defineixen orientacions mínimes per al reconeixement institucional d'aquestes activitats.

El document posa un èmfasi especial en els principis que han de guiar la divulgació: rigor, excel·lència, transparència, accessibilitat, inclusió, participació, responsabilitat ètica i compromís amb la llengua catalana. Aquests valors es tradueixen en la necessitat de comunicar amb precisió, contextualitzar la informació, explicitar la incertesa i respectar la diversitat en tots els vessants.

Per acabar, s'assenyala la importància de disposar d'un suport institucional estructurat, a través de formació, recursos, serveis especialitzats i col·laboracions, a més de preveure el reconeixement explícit de l'activitat divulgadora en els sistemes d'avaluació acadèmica. La consolidació com a pràctica habitual requereix integrar-la en les trajectòries professionals i valorar-ne l'impacte tant qualitatiu com quantitatiu, perquè deixi de ser una activitat accessòria i esdevingui també un element nuclear de la identitat universitària.

2. INTRODUCCIÓ I OBJECTIUS

La UB, com a institució acadèmica de referència, reconeix que la recerca i la docència no s'adrecen exclusivament al món acadèmic, sinó que tenen també una dimensió social que reclama connexió amb la ciutadania. La divulgació es configura com un instrument clau per traduir el coneixement generat o transmès dins la Universitat en recursos útils i comprensibles per a la societat, que contribueixin a incrementar el nivell cultural i l'empoderament responsable i crític de la ciutadania.

Aquest document té la voluntat de proporcionar un marc conceptual i pràctic que estimuli i acompanyi tota la comunitat de la UB —això és, PDI, PTGAS i estudiantat— a implicar-se en activitats de divulgació. No pretén ser un reglament normatiu, sinó un recurs de suport i inspiració, un marc ampli i flexible en què tinguin cabuda tots els àmbits de coneixement.

2.1. Finalitat

La intenció d'aquest document és fer valer la divulgació com un dels eixos centrals de la missió universitària en relació amb la societat. La UB entén que compartir coneixement amb la societat és tan rellevant com generar-ne i transmetre'l en l'àmbit acadèmic.

La divulgació es concep com una extensió natural de la recerca i la docència, que aporta beneficis socials múltiples (De Semir, 2015). Incrementa la cultura científica, humanística, tecnològica, social i artística de la ciutadania, i esdevé un instrument important per desvetllar el plaer i el gust pel coneixement, incentivar la curiositat intel·lectual, i afavorir una relació activa, crítica i continuada amb la cultura. Així, fomenta les vocacions en tots els àmbits del coneixement, ja que contribueix a despertar l'interès per la recerca, la cultura i el pensament crític entre la ciutadania i, de manera especialment rellevant, entre adolescents i joves; reforça la confiança pública en el món acadèmic, i contribueix al prestigi de la universitat. En aquest sentit, la divulgació esdevé també una eina clau per articular la relació entre coneixement, societat i mitjans de comunicació (De Semir, 2015).

Aquest document té una finalitat doble:

- Estratègica i inspiradora: pretén promoure una cultura institucional en què la divulgació sigui més reconeguda, valorada i integrada com a part de la responsabilitat social universitària i del progrés professional del personal acadèmic.
- Didàctica i orientadora: pretén proporcionar una guia clara al PDI sobre com es poden plantejar i desenvolupar activitats de divulgació amb rigor i eficàcia.

2.2. Objectius principals

Els objectius principals d'aquest document són els següents:

- Definir de manera clara què és la divulgació i, per això, establir-ne els límits i les connexions amb altres formats comunicatius.
- Promoure una cultura de divulgació responsable i rigorosa, que respecti els principis ètics i acadèmics i que, alhora, resulti comprensible i atractiva per a la societat.

- Fomentar la participació activa del PDI en activitats de divulgació, i reconèixer-ne la importància per a la visibilitat de la recerca, la formació de la comunitat, i els vincles entre la Universitat i la societat.
- Afavorir que el PTGAS i l'estudiantat també se sentin coparticipants en l'activitat de divulgació de la UB.
- Oferir orientacions pràctiques sobre els formats de divulgació reconeguts.

2.3. Valors de la UB en relació amb la divulgació

La UB entén la divulgació com una expressió de compromís social, ètic i acadèmic. Els valors que inspiren aquesta visió són els següents:

- Rigor i excel·lència: tota activitat de divulgació ha de mantenir la precisió i la coherència amb els resultats científics i acadèmics.
- Transparència i confiança: la comunicació amb la societat ha de ser clara, accessible i comprensible, per establir un pont de confiança entre la ciutadania, d'una banda, i la recerca i la docència en l'àmbit universitari, de l'altra.
- Accés i inclusió: la divulgació ha de ser oberta a públics diversos, amb llenguatges i formats adaptats a les seves necessitats i possibilitats.
- Participació i interacció: ha de fomentar activitats que no només informin, sinó que també puguin generar diàleg, intercanvi i debat amb la societat.
- Responsabilitat social i compromís ètic: la divulgació s'ha de fer amb respecte als valors i drets de la ciutadania, sempre amb un llenguatge inclusiu i respectuós amb totes les diversitats.
- Compromís amb la llengua catalana: ha de promoure i incentivar l'ús del català, seguint les recomanacions de la *Carta universitària de la llengua* de la Xarxa Vives d'Universitats (2023) i el *II Pla de dinamització lingüística de la Universitat de Barcelona* (2025).

3. CONTEXT I MARC CONCEPTUAL

La divulgació científica s'inscriu en un context de transformació profunda del paper de la universitat en la societat contemporània. Tradicionalment, les institucions universitàries han centrat l'activitat en la generació de coneixement (recerca) i la transmissió d'aquest coneixement per formar nous professionals (docència). En les darreres dècades s'ha consolidat una tercera dimensió, sovint anomenada «tercera missió», que posa l'accent en la transferència del coneixement, la connexió amb la societat i l'impacte social d'aquest coneixement (Gibbons et al., 1994; Borowiecki et al., 2019; Etzkowitz i Leydesdorff, 2000). Aquesta evolució reflecteix també una institucionalització progressiva de la comunicació i la divulgació científica dins les universitats com a funcions estratègiques per a la seva legitimitat social (Wursten i Cortassa, 2023). Així, la divulgació deixa de ser una activitat perifèrica per esdevenir una altra expressió central d'aquesta funció social universitària, emmarcada en un model de producció del coneixement més obert, contextualitzat i orientat a la societat (Nowotny, Scott i Gibbons, 2001).

Aquest canvi de paradigma respon a dues dinàmiques principals. D'una banda, a una demanda creixent de transparència per part de la ciutadania, que reclama entendre com es genera el coneixement i quina

utilitat té en la vida quotidiana. De l'altra, a la necessitat d'afrontar reptes globals complexos, com ara el canvi climàtic, les desigualtats socials, els avenços biomèdics o la transformació cultural, entre molts d'altres, que requereixen una ciutadania informada i capaç de participar en processos de deliberació col·lectiva, els quals són la base d'una societat que es vol democràtica i empoderada (Miller, 2004; Burke et al., 2022).

En el context digital global contemporani, la divulgació també ha d'afrontar els reptes derivats de la desinformació, la viralització de continguts enganyosos, i l'impacte creixent dels algoritmes i de les eines d'intel·ligència artificial generativa en la construcció del coneixement públic. Aquest context reforça la necessitat d'una divulgació rigorosa, crítica i transparent, capaç no només de transmetre coneixement, sinó també de contribuir a la formació d'una ciutadania amb capacitat d'anàlisi crítica davant la informació (Lewandowsky, Ecker i Cook, 2017; van der Linden et al., 2017).

Des d'un punt de vista conceptual, la transmissió del coneixement forma part d'un ecosistema molt ampli, que va des de la comunicació especialitzada entre iguals fins a la interacció amb públics no experts. La divulgació ocupa un espai específic en aquest contínuum, el d'adaptar i traslladar el coneixement acadèmic a llenguatges i formats accessibles, significatius i rellevants per a la societat. Aquesta tasca implica no només simplificar, sinó també contextualitzar, seleccionar i donar sentit a la informació, tenint en compte els coneixements previs, els interessos i les necessitats dels públics als quals s'adreça.

La divulgació connecta, igualment, amb els principis de la ciència oberta i l'accés obert al coneixement, ja que promou el retorn social del coneixement generat amb recursos públics. En aquest sentit, s'ha produït una evolució des de models unidireccionals de comunicació cap a enfocaments més participatius (UNESCO, 2021; Vicente-Saez i Martinez-Fuentes, 2018). Si bé la divulgació tradicional s'ha basat sovint en la transmissió d'informació des de la persona experta cap al públic (l'anomenat *public outreach*, segons la bibliografia acadèmica especialitzada), ha guanyat pes el paradigma de la participació pública en la ciència (o *public engagement with science*), que promou el diàleg, la interacció i la coconstrucció de coneixement entre la comunitat acadèmica i la ciutadania. Aquesta perspectiva connecta amb els principis de la ciència oberta (o *open science*), que defensa l'accessibilitat i la transparència com a elements clau del sistema científic contemporani.

Finalment, cal ser conscients que la divulgació no és una activitat neutra. Les decisions sobre què es divulga, com es fa i a qui s'adreça tenen implicacions en la manera com es construeix el coneixement públic i en quines veus hi són representades. Per això, aquest document vol incorporar també una mirada crítica i reflexiva que entén la divulgació com una pràctica situada, responsable i compromesa amb els valors irrenunciables de la universitat pública: rigor, inclusió, equitat, democràcia i servei a la societat.

4. DEFINICIONS CLAU

En aquest apartat s'estableixen definicions i distincions conceptuals necessàries per delimitar la divulgació, diferenciar-la d'altres formes de transmissió i circulació del coneixement, i determinar criteris que permeten identificar una activitat com a divulgativa.

4.1. El coneixement: una definició àmplia

Aquest document utilitza el terme *divulgació* per referir-se a la divulgació del coneixement. El *coneixement* s'entén com el conjunt de pràctiques sistemàtiques, crítiques i rigoroses orientades a

comprendre, interpretar, analitzar críticament i donar sentit a la realitat mitjançant mètodes fonamentats, verificables o argumentables, sempre oberts a revisió, segons els mecanismes i processos propis contrastats de cada àmbit de coneixement o de cada disciplina acadèmica.

Aquesta definició inclou totes les branques de coneixement en què s'estructuren els ensenyaments universitaris oficials, d'acord amb la Llei orgànica 2/2023, de 22 de març, del sistema universitari (LOSU):

- Arts i humanitats
- Ciències
- Ciències de la salut
- Ciències socials i jurídiques
- Enginyeria i arquitectura

Tot i les diferències epistemològiques, metodològiques i expressives entre els diferents camps, tots comparteixen els mateixos elements essencials per a l'avenç del coneixement: rigor, voluntat d'enteniment, caràcter crític i revisable i comunicació dins d'una comunitat de pràctica.

4.2. Publicar, informar, comunicar i divulgar

Són conceptes relacionats, però no equivalents: *publicar*, *informar*, *comunicar* i *divulgar* es poden entendre com a quatre nivells progressius de relació amb el coneixement acadèmic (Burns, O'Connor i Stocklmayer, 2003; Bauer i Bucchi, 2008; Trench, 2008; Gêrtrudix i Rajas, 2021).

Publicar (primer nivell)

És fer públics els resultats, les dades i els productes de la recerca perquè siguin accessibles i verificables per a la comunitat acadèmica. És un acte de transparència i preservació del coneixement que estableix la base sobre la qual es poden fer, després, les tasques d'informar, comunicar i divulgar.

Publicar comporta un compromís amb la ciència oberta: compartir dades, mètodes i materials amb metadades i llicències que facilitin la reutilització. Aquest pas no forma part de la divulgació en sentit estricte, però és la condició prèvia imprescindible perquè, posteriorment, es pugui informar del coneixement, comunicar-lo o divulgar-lo amb garanties de rigor.

Inclou articles en revistes revisades per experts, actes de congressos, capítols de llibre acadèmics, informes tècnics, dipòsits en repositoris institucionals o temàtics, conjunts de dades, protocols i codi font. Els canals habituals són les revistes científiques, els repositoris oberts, les plataformes de dades i els arxius d'edicions preliminars (o, en anglès, *preprints*).

Informar (segon nivell)

És transmetre dades, fets o resultats de manera directa. L'objectiu és donar a conèixer una informació, habitualment de manera unidireccional, sense adaptar-la perquè el públic no especialitzat n'entengui necessàriament el significat o les implicacions.

Per exemple, s'informa mitjançant expressions com ara les següents: «S'ha publicat un nou estudi sobre energia solar», «S'ha descobert una nova espècie de primat» o «Aquest any augmenta la inversió en recerca». A la UB, aquest nivell forma part de les tasques pròpies de l'àrea de comunicació.

Comunicar (tercer nivell)

És transmetre coneixement de manera contextualitzada i adaptada per a un públic que ja disposa d'una base prèvia sobre el tema. Comporta un cert nivell d'adaptació del missatge: es contextualitza, se n'explica la importància o se'n facilita la comprensió, però es considera que els receptors han de tenir una cultura mínima prèvia sobre el tema. Comporta explicar causes, mètodes, implicacions i limitacions, i sovint espera retroacció o debat, malgrat que no és imprescindible. És, per tant, més bidireccional que informar. Pot tenir objectius molt diversos: informar altres especialistes de manera comprensible, generar reflexió, fomentar el debat, etc. En són un exemple les comunicacions que es fan en un congrés científic, entre especialistes que ja tenen un coneixement i interès previ prou ampli.

També inclou la comunicació pública dels resultats de la recerca, entesa com la difusió institucional de novetats científiques, humanístiques, artístiques o tecnològiques cap als mitjans de comunicació i la societat. Seguint la definició del llibre blanc de les unitats de cultura científica i de la innovació (UCC+I) de la Fundació Espanyola per a la Ciència i la Tecnologia (FECYT, 2024), aquesta funció consisteix a traslladar a l'esfera pública els resultats, avenços i activitats de recerca generats a les universitats i centres de recerca. Adopta formats com notes de premsa, dossiers informatius, convocatòries o comunicats institucionals. Té un paper clau en la visibilització social de la recerca i en la rendició de comptes davant la ciutadania.

A la UB, aquest nivell forma part de les tasques de l'àrea de comunicació, pel que fa a la difusió institucional, i del personal docent i acadèmic, per difondre els resultats de les seves recerques a altres especialistes del mateix camp. Així, una comunicació acadèmica en un congrés especialitzat en qualsevol format no es pot considerar *divulgació*.

Divulgar (quart nivell)

És fer accessible el coneixement a públics no especialitzats, mantenint el rigor però adaptant el llenguatge i els formats per afavorir-ne la comprensió. L'objectiu és augmentar la cultura científica, humanística, social, tecnològica o artística de la ciutadania; estimular l'interès pel coneixement, i facilitar una comprensió més informada del món. Cal adaptar el llenguatge i els formats expressius al públic objectiu: infants, adolescents, joves, persones adultes, gent gran, col·lectius amb diversitat cognitiva o funcional, etc. Igualment, cal adaptar-los al grau de coneixement previ que tinguin sobre el tema, que pot anar des d'un de nul fins a un de força especialitzat. S'ha de fer, a més, des de l'àmbit d'expertesa de qui duu a terme la divulgació, o des de disciplines afins.

A diferència de la comunicació, la divulgació prioritza l'adaptació del llenguatge i dels formats per a públics sense coneixements previs, i no requereix que el contingut sigui una novetat recent. També pot explicar coneixements consolidats, si això ajuda a fer-los comprensibles. En són exemples un vídeo sobre intel·ligència artificial, una exposició sobre el canvi climàtic, un taller d'astronomia a les escoles, un article sobre vacunes, un fil en xarxes socials que explica conceptes bàsics de dret constitucional, un pòdcast sobre corrents filosòfics contemporanis, una visita guiada o virtual a un museu que contextualitza una obra artística, un vídeo breu sobre la vida quotidiana en una època històrica, o una infografia interactiva que explica conceptes econòmics com ara la inflació o el funcionament dels impostos.

A la UB, les accions de la Unitat de Cultura Científica i Innovació (UCC+I) que s'articulen sota la marca de La UB Divulga també queden incloses en aquest nivell.

4.3. Relació i comparació entre informar, comunicar i divulgar

En aquest marc, publicar, informar, comunicar i divulgar són accions relacionades però diferents. De manera resumida, *publicar* fa accessibles els resultats i productes de la recerca perquè siguin verificables i reutilitzables per a la comunitat científica o acadèmica; *informar* transmet fets o resultats de manera directa; *comunicar* explica i contextualitza per a qui té una base prèvia, i *divulgar* adapta i fa accessible el coneixement a públics no especialitzats.

Acció	Finalitat principal	Públic objectiu	Agents implicats	Exemples
Publicar	Fer públics els resultats de la recerca perquè siguin verificables per a la comunitat acadèmica.	Especialitzat, comunitat acadèmica.	Investigadors i equips de recerca.	Article o llibre amb revisió per experts, comunicació en un congrés.
Informar	Transmetre dades, resultats o novetats de manera directa.	Qualsevol, sense adaptació específica per a no experts.	Forma part de les tasques de l'àrea de comunicació de la UB, com a part de la comunicació pública dels resultats de la recerca.	Nota de premsa, titular de notícia.
Comunicar	Explicar i contextualitzar el coneixement per facilitar-ne la comprensió i generar reflexió o debat.	Públic amb certa base prèvia (acadèmic, professional o institucional).	Forma part de les tasques de l'àrea de comunicació i del personal investigador de la UB.	Article especialitzat, informe institucional, congrés, entrevista experta.
Divulgar	Fer accessible el coneixement i augmentar la cultura científica, tecnològica i humanística de la ciutadania.	Públic general no especialitzat.	La fa el personal investigador de la UB, amb el suport de la UCC+I o sense.	Vídeo divulgatiu, taller, pòdcast, exposició, article divulgatiu, cafè científic, activitats a la Festa de la Ciència.

4.4. Disseminar i difondre

En paral·lel a les definicions i condicions de publicar, informar, comunicar i divulgar, en entorns acadèmics també es parla de *disseminar* i *difondre*.

Disseminar és transmetre coneixements dins d'un entorn molt especialitzat, sobretot entre personal investigador de la mateixa disciplina (articles científics, monografies, llibres especialitzats, comunicacions a congressos, compartició de dades amb altres equips). És la forma més tècnica i restringida de circulació del coneixement.

Difondre, en canvi, és fer circular informació dins de la comunitat acadèmica o professional, no necessàriament entre especialistes del mateix camp (notes institucionals, informes, webs universitaris). La difusió continua sent una activitat principalment interna en el món científic o institucional.

És important destacar que, en el context dels programes competitius de finançament de la recerca, a escala tant catalana i estatal com europea, és habitual que les convocatòries exigeixin elaborar un pla «de disseminació» (normalment, plantejat en anglès, *dissemination*). En aquest context, el terme anglès *dissemination* s'utilitza amb un significat específic que no és equivalent al de *divulgació* tal com es defineix en aquest document.

D'acord amb la terminologia emprada per la Comissió Europea (European Commission, Research Executive Agency, s. d.), *dissemination* fa referència a la difusió planificada dels resultats de la recerca cap als públics que en poden fer ús, principalment la comunitat científica o acadèmica, els sectors professionals, la indústria, o responsables de polítiques públiques, mitjançant canals i formats sovint especialitzats o tècnics (articles científics, congressos, informes, repositoris, etc.).

En aquest sentit, *disseminació* s'alineja principalment amb els conceptes de *disseminar* i, en part, de *difondre*, segons aquest apartat, en tant que implica fer accessibles els resultats de la recerca a públics específics. Tanmateix, no comporta necessàriament l'adaptació del coneixement a un llenguatge i a uns formats orientats al públic general, que és el tret distintiu de la *divulgació*.

Per aquest motiu, en el marc d'aquest document, les activitats incloses en plans «de disseminació» només es consideren «de divulgació» quan incorporen explícitament estratègies d'adaptació, contextualització i accessibilitat del coneixement dirigides de manera expressa a públics no especialitzats.

4.5. Participació pública en la ciència

Més enllà dels models unidireccionals de comunicació o divulgació del coneixement, cal aprofundir també en enfocaments més participatius que no es limiten a informar, comunicar o divulgar, sinó també a implicar la societat en la recerca del coneixement (Wilsdon i Willis, 2004; Stilgoe, Lock i Wilsdon, 2014; National Academies, 2017). Així doncs, cal distingir dos enfocaments complementaris:

- La divulgació pròpiament dita (*public outreach*): són activitats pensades per arribar al públic, generalment de manera unidireccional, amb l'objectiu principal de fer arribar coneixement. En són exemples les conferències, els articles divulgatius, les exposicions, els vídeos explicatius, etc.
- La participació pública en la ciència (*public engagement with science*): són activitats que promouen el diàleg, la participació i la interacció entre investigadors i societat. No es tracta només de transmetre coneixement, sinó d'escoltar la ciutadania, entendre'n les preocupacions, i

incorporar-la als processos de reflexió o decisió i en recerques participatives. En són exemples els debats ciutadans, els tallers participatius, les consultes públiques, els projectes de ciència ciutadana, els processos de cocreació del coneixement, etc.

4.6. Formació, docència i divulgació: límits i interseccions amb la divulgació

Determinades iniciatives universitàries es poden situar en una zona intermèdia entre la formació i la docència, d'una banda, i la divulgació, de l'altra, especialment en el cas de cursos oberts a la ciutadania, com poden ser els programes d'Els Juliol de la UB o els oferts a través de l'Institut de Formació Contínua (IL3). En aquests contextos, cal distingir entre activitats que responen a objectius pròpiament formatius o docents, orientades a l'adquisició estructurada de coneixements dins d'un marc curricular o professionalitzador, i les que tenen una clara vocació de divulgació del coneixement, en què la prioritat és fer accessibles continguts acadèmics a públics no especialitzats mitjançant formats oberts, contextualitzats i clarament adaptats.

Aquesta distinció no sempre és estricta ni, per tant, senzilla, ja que alguns cursos poden incorporar elements d'ambdues dimensions. No obstant això, als efectes d'aquest marc, es consideren activitats de divulgació les propostes formatives que, independentment del format, prioritzen l'accessibilitat, l'obertura a públics diversos i la voluntat explícita de fer comprensible el coneixement més enllà de l'àmbit acadèmic especialitzat, per sobre de l'assoliment d'objectius curriculars o acreditatius. Per poder ser considerades activitats de divulgació han de ser, per tant, accessibles a públic no especialitzat, no han d'estar orientades principalment a l'acreditació curricular, han de presentar una adaptació pedagògica explícita, i han de prioritzar la comprensió i transferència social del coneixement per sobre de l'avaluació.

Aquesta mirada permet reconèixer el paper d'aquests programes com a espais potencials de divulgació, alhora que manté la distinció necessària entre docència, formació continuada i divulgació dins del conjunt de les funcions universitàries.

4.7. Monografies acadèmiques i alta divulgació

Els formats extensos de transmissió del coneixement, com ara llibres o treballs monogràfics, poden adoptar naturaleses diferents en funció de l'objectiu comunicatiu i del públic al qual s'adrecen. En aquest cas, cal distingir entre la monografia acadèmica o universitària i el llibre o assaig de divulgació.

Una monografia universitària és una obra orientada a desenvolupar de manera sistemàtica i rigorosa un tema específic dins d'un marc acadèmic. Es caracteritza per una elevada precisió conceptual, un ús intensiu de fonts i una estructura argumentativa que pressuposa un lector amb formació prèvia prou àmplia en el camp. La funció principal que té és contribuir a l'organització i avenç del coneixement dins d'una disciplina específica del coneixement.

En canvi, un llibre de divulgació té com a objectiu fer accessible aquest coneixement a públics no especialitzats, malgrat que també pugui ser útil als públics especialitzats o amb un cert grau d'especialització. Això implica una transformació profunda del discurs, tant en el llenguatge com en l'estructura narrativa, amb una clara voluntat pedagògica i d'adaptació al lector. El rigor es manté, però es reformula per afavorir la comprensió, la contextualització i la connexió amb l'experiència del públic.

En aquest marc es pot identificar també una categoria intermèdia, sovint anomenada *alta divulgació*, que inclou obres que, tot i mantenir un cert grau d'exigència conceptual, tenen una clara vocació d'obrir el

coneixement més enllà de la comunitat acadèmica. Aquestes obres poden compartir trets formals amb la monografia, però se'n diferencien per la intencionalitat comunicativa més generalista i pel tipus de relació que estableixen amb el lector.

Així, la diferència principal no rau en el format o l'extensió, sinó en la funció: la monografia aprofundeix en el coneixement dins del sistema acadèmic, mentre que la divulgació el fa accessible i socialment compartible.

4.8. Resum: quan es considera que una activitat és de divulgació?

Considerant totes les definicions anteriors, per poder considerar que una activitat és de divulgació, cal:

- Que estigui dissenyada de manera expressa per fer accessible el coneixement a públics no experts.
- Que adapti de manera explícita idees, conceptes o resultats complexos a un llenguatge comprensible, en funció del públic objectiu, mantenint el rigor però assumint que sovint cal sacrificar part de la precisió terminològica.
- Que tingui com a objectiu primordial augmentar la cultura de la ciutadania, estimular l'interès pel coneixement i facilitar una comprensió més informada del món.

5. COM S'IDENTIFICA SI UNA ACTIVITAT O UN TREBALL ÉS DE DIVULGACIÓ

Per determinar si una activitat o un treball és de divulgació, es proposen sis ítems operatius, una rúbrica d'autodiagnosi i una llista de verificació ràpida (Dahlstrom, 2014; Illingworth i Allen, 2016; Gértrudix i Rajas, 2021).

5.1. Ítems operatius

L'establiment de criteris per identificar activitats de divulgació s'inspira en la literatura sobre comunicació científica i avaluació de la transferència del coneixement, que destaca la importància de factors com el públic destinatari, l'adaptació del llenguatge i la finalitat comunicativa (Bucchi i Trench, 2021; Fischhoff, 2013).

- Públic destinatari: s'adreça a públic general no especialitzat, sense necessitat de coneixements previs.
- Nivell i tipus de llenguatge: empru un llenguatge clar, planer i pedagògic, i explica explícitament els tecnicismes, quan n'inclou.
- Tractament del contingut: adapta conceptes complexos, simplifica i prioritza la comprensió global, fins i tot si es perden matisos tècnics.
- Finalitat principal: fa accessible el coneixement i augmenta la cultura científica de la ciutadania a partir de l'àrea d'expertesa de la divulgadora o divulgador, o d'àrees o disciplines afins.

- **Nivell d'actualitat:** no se circumscriu necessàriament a novetats recents i incorpora un context més ampli.
- **Grau d'adaptació pedagògica:** incorpora una clara voluntat didàctica, amb exemples, analogies, recursos visuals, narratius o interactius.

5.2. Rúbrica d'autodiagnosi

A partir dels ítems anteriors es proposa la rúbrica següent per a l'autodiagnosi.

#	Ítem	Comunicació	Híbrid	Divulgació
1	Públic destinatari	Públic especialitzat.	Públic ampli amb certa base.	Públic general.
2	Llenguatge	Tècnic o especialitzat.	Mixt, sense explicacions.	Clar i planer, amb explicació del vocabulari tècnic.
3	Tractament del contingut	Detall tècnic elevat.	Equilibrat.	Simplificat i explicatiu.
4	Finalitat	Informar o fer circular coneixement.	Explicar.	Fer accessible el coneixement i educar.
5	Actualitat	Centrat en novetats recents.	Inclou algun context.	Independent de la novetat, context ampli.
6	Pedagogia	Sense didàctica explícita.	Certa adaptació.	Alta vocació didàctica (exemples, analogies...).

5.3. Llista de verificació ràpida

Per a una autodiagnosi ràpida, es pot emprar la llista de verificació següent, amb sis preguntes.

Preguntes
És comprensible per a públic no expert?
El llenguatge és clar i accessible?
Inclou exemples o recursos didàctics?
Prioritza la comprensió per sobre del detall tècnic?
Es pot entendre sense coneixements previs?
No depèn exclusivament d'una novetat recent?

6. FORMATS I ESTRATÈGIES DE DIVULGACIÓ

Aquest apartat defineix principis d'accessibilitat lingüística i de formats aplicables a la divulgació del coneixement, a més d'establir criteris mínims a què s'ha d'ajustar les activitats divulgatives per garantir-ne la qualitat, el rigor i l'adequació als diferents públics.

6.1. Accessibilitat de llenguatge i formats

La divulgació té com a objectiu fer accessible el coneixement a públics diversos, sovint no especialitzats. Això implica adaptar tant el llenguatge com els formats i canals de comunicació. Cal fer servir un vocabulari clar i precís, evitar tecnicismes innecessaris i, quan siguin imprescindibles o quan es consideri que s'han d'anar incorporant al vocabulari ciutadà, explicar-los adequadament. Pot orientar-se específicament a infants, adolescents, joves, persones adultes i gent gran; professorat, professionals i responsables polítics; col·lectius vulnerabilitzats, o comunitats locals, entre molts d'altres. Cada públic requereix estratègies narratives, llenguatges i formats propis. Adaptar el llenguatge no implica només simplificar-lo, sinó reinterpretar-lo en funció del context comunicatiu i del públic, tal com assenyalava la literatura en comunicació científica (Gértrudix i Rajas, 2021).

En el context lingüístic actual, és rellevant remarcar el compromís de la UB a promoure el català com a llengua universitària de prestigi i enfortir-lo en el conjunt del sistema universitari i en tots els àmbits socials i culturals. La divulgació del coneixement és un entorn especialment valuós en què aquest compromís s'ha de fer patent. La promoció del multilingüisme i la diversitat lingüística en el conjunt de les universitats europees passa, doncs, per una projecció internacional que faci visible la divulgació en català i permeti l'accessibilitat multilingüe, quan sigui pertinent.

L'accessibilitat va més enllà del llenguatge. Inclou la diversitat de formats i canals (xerrades, articles, vídeos, pòdcasts, exposicions, xarxes socials, etc.), i la consideració d'aspectes com ara subtítols en continguts audiovisuals, adaptació per a persones amb diversitat funcional o cognitiva, o la diversitat de competències culturals i lingüístiques. Fer accessible el coneixement no significa només simplificar-lo, sinó fer-lo rellevant per al públic objectiu, connectant-lo amb experiències, interessos i contextos propers.

6.2. Formats en divulgació

Aquesta diversitat de formats s'alinea amb les tendències actuals en divulgació, que apunten cap a una multiplicació de canals i llenguatges en l'entorn digital, així com a una adaptació més gran als diferents públics i contextos (Scheufele et al., 2021). Es reconeix la divulgació del coneixement com una activitat plural que es materialitza en formats diversos, tant escrits com audiovisuals, digitals o presencials. Aquesta diversitat respon a la voluntat d'adaptar-se a diferents públics, contextos i canals, mantenint sempre el rigor, la claredat i la vocació de servei públic.

Per garantir una certa homogeneïtat en el reconeixement institucional, s'estableixen uns criteris mínims orientatius per a cada format, que tenen en compte la naturalesa i dinàmiques pròpies. Aquests criteris no pretenen limitar la creativitat ni la innovació, que han de ser també els pilars de la divulgació, sinó garantir que les activitats reconegudes com a divulgació incorporen un grau suficient d'elaboració, intencionalitat comunicativa i valor informatiu.

En aquest sentit, la valoració de les activitats ha de tenir en compte els aspectes tant quantitatius —com la durada o extensió— com qualitatius —especialment, la claredat expositiva, el rigor dels continguts i l'adequació al públic destinatari. La llista següent és orientativa i no exhaustiva, i s'ha d'interpretar amb flexibilitat, tenint en compte la diversitat de contextos i pràctiques disciplinàries.

Audiovisuals i multimèdia

- Articles en mitjans especialitzats no acadèmics
- Blogs personals o institucionals
- Butlletins divulgatius
- Materials educatius per a educació no universitària
- Entrades en enciclopèdies obertes (per exemple, Viquipèdia)
- Documentals o peces audiovisuals llargues
- Microvídeos (Reels, TikTok, Shorts)
- Seminaris web i directes en línia
- Cursos oberts en línia (MOOC) amb vocació divulgativa
- Infografies i peces gràfiques digitals

Participatius i experiencials

- Activitats en museus o centres culturals
- Rutes o itineraris comentats

- Hackatons o datatons amb dimensió pública
- Projectes participatius més enllà de la ciència ciutadana estricta

Mediàtics

- Entrevistes en mitjans (ràdio, televisió, premsa)
- Col·laboracions com a experts en programes divulgatius
- Articles d'opinió amb una base experta

6.3. Criteris orientatius mínims

Per evitar tant una flexibilitat excessiva com una rigidesa innecessària, s'estableixen uns criteris mínims orientatius, de caràcter quantitatiu, per als diferents formats, en una llista necessàriament oberta, atesa la rapidesa amb què poden aparèixer nous formats o plataformes. Cal tenir en compte que, perquè es puguin aplicar, aquestes accions han de tenir les característiques pròpies de la divulgació que s'han establert en els apartats anteriors. Per tant, en queden excloses de manera explícita les activitats que tinguin altres objectius, com ara la docència, la recerca, la comunicació institucional i entre iguals, la captació directa d'estudiantat, la promoció de la imatge personal o institucional, etc. A més, als efectes del reconeixement institucional, només es consideren les accions o activitats divulgatives en què la UB aparegui esmentada de manera explícita com a afiliació o institució vinculada.

Format	Tipologia	Criteri mínim orientatiu	Observacions
Llibre o assaig	Escrit	≥ 25.000 paraules (òptimament, ≥ 40.000 paraules)	Contingut original, adaptat al públic general. Inclou l'alta divulgació, sempre que també estigui orientada a públic no especialitzat.
Assaig o llibre breu	Escrit	Entre 15.000 i 25.000 paraules	Contingut original, adaptat a públic general. Inclou l'alta divulgació, sempre que també estigui orientada a públic no especialitzat.
Quadern	Escrit	Entre 5.000 i 15.000 paraules	Contingut original, adaptat al públic general. Inclou l'alta divulgació, sempre que també estigui orientada a públic no especialitzat.
Article divulgatiu	Escrit	≥ 600-800 paraules	Contingut original, adaptat al públic general. Inclou l'alta divulgació, sempre que també estigui orientada a públic no especialitzat.

Format	Tipologia	Criteri mínim orientatiu	Observacions
Blog o butlletí	Escrit	≥ 400-600 paraules	Periodicitat mínima: una publicació per quadrimestre (tres cada any).
Fil de text en xarxes socials	Xarxes socials	≥ 5-7 piulades connectades	Ha de tenir coherència narrativa i un fil conductor.
Publicació en xarxes socials	Xarxes socials	≥ 150-200 paraules o equivalent	No es consideren només enllaços sense context.
Carrusel (Instagram o d'altres)	Xarxes socials	≥ 4-5 diapositives amb contingut elaborat	Ha d'explicar un concepte o relat complet.
Reel, TikTok o Short	Vídeo breu	≥ 1 minut	Contingut explicatiu, no només promocional.
Pòdcast	Àudio	≥ 10-15 minuts	Contingut propi o participació substancial.
Vídeo divulgatiu curt	Audiovisual	≥ 1 minut	Format breu amb contingut estructurat.
Vídeo divulgatiu llarg	Audiovisual	≥ 5 minuts	Explicació més desenvolupada.
Seminari web, directe, o conferències o cursos oberts (MOOC)	En línia	≥ 20-30 minuts	Ha d'incloure una estructura i contingut clar.
Cursos oberts de formació (IL3, Els Juliols o programes similars)	Presencial	≥ 3-5 hores totals o equivalent en mòduls	Formatiu o docent amb vocació divulgativa.
Xerrada	Presencial	≥ 20 minuts	Adaptada a públic no especialitzat.
Taula rodona	Presencial / en línia / híbrid	≥ 30-45 minuts ≥ 2-3 ponents + moderació	Debat estructurat sobre un tema, amb intervencions de diverses persones expertes i moderació. Ha d'incloure un component explicatiu i,

Format	Tipologia	Criteri mínim orientatiu	Observacions
	Participatiu (debat)		preferentment, interacció amb el públic.
Taller	Presencial participatiu	≥ 20-30 minuts	Amb un component interactiu.
Exposició	Presencial / museístic	Relat estructurat	Amb materials interpretatius (textos, guies, etc.).
Materials educatius	Educatiu	Estructura pedagògica definida	Objectius, continguts i seqüenciació clars (no materials universitaris, que han de ser valorats com a innovació docent).
Entrevista en mitjans	Mediàtic	≥ 5 minuts o equivalent	Participació amb contingut divulgatiu rellevant (no exclusivament biogràfic o d'opinió).
Participació com a especialista en peces periodístiques	Mediàtic	≥ 2-3 citacions rellevants o un bloc explicatiu clar atribuït a l'expert o experta; o ≥ 10-15 % del contingut atribuïble a l'expert o experta, o una secció clara amb explicació científica	Aportació de dades, resultats, explicacions o contextualització que no siguin trivials, amb un desenvolupament mínim (no només opinions). Citat de manera explícita i directa.
Col·laboració en mitjans	Mediàtic	Participació recurrent o peça elaborada	No només intervencions puntuals molt breus.
Activitats participatives	Participatiu	Disseny i execució documentats	Inclou ciència ciutadana, hackatons, presentacions de llibres, participació en clubs de lectura de publicacions de divulgació o universitàries, etc.
Hackató	Presencial / en línia / híbrid	≥ 6 hores ≥ 20 % del temps amb continguts explicatius	Cal que tingui un objectiu educatiu o de transferència de coneixement, ha de ser de participació oberta o inclusiva, i ha de tenir un component explicatiu o formatiu clar.

Format	Tipologia	Criteri mínim orientatiu	Observacions
		≥ 15-20 participants	
Cafè científic	Presencial / en línia Participatiu	≥ 45-60 minuts totals ≥ 10-15 participants	Espai de diàleg amb participació activa del públic.

7. BONS PRINCIPIS I VALORS EN DIVULGACIÓ

La divulgació ha d'incorporar i tenir presents aspectes bàsics de principis i valors. La manera com se selecciona, es construeix i es transmet la informació té implicacions en la percepció pública del coneixement, la confiança en les institucions i la qualitat del debat social. Per això, és imprescindible que les activitats de divulgació es desenvolupin sobre una base sòlida de rigor, accessibilitat i responsabilitat ètica.

7.1. Rigor i transparència

El rigor és un dels pilars fonamentals de la divulgació. Adaptar el registre i simplificar determinats continguts no pot comportar distorsions, omissions rellevants ni interpretacions incorrectes dels resultats científics o acadèmics. Divulgar no és banalitzar, sinó traduir el coneixement mantenint-ne l'essència i la coherència, un principi reconegut àmpliament en la literatura sobre comunicació, divulgació i periodisme científic (De Semir, 2015). Aquesta exigència és especialment rellevant en el context mediàtic contemporani, en què la rapidesa i la simplificació poden entrar en tensió amb el rigor científic. En la pràctica, implica basar les activitats en fonts fiables i actualitzades; explicitar el grau d'evidència disponible quan sigui pertinent; reconèixer els límits del coneixement; no presentar resultats com a definitius quan no ho són, i diferenciar clarament entre dades, interpretacions i opinions.

També implica explicar adequadament la incertesa inherent al coneixement acadèmic i científic. En tots els àmbits, els resultats poden ser provisionals, probabilístics o subjectes a revisió (National Academies, 2017). La divulgació responsable ha d'explicar de manera comprensible aquestes limitacions, i diferenciar clarament entre evidència consolidada, hipòtesis, interpretacions i especulacions (De Semir, 2015). En entorns digitals i xarxes socials és especialment important contextualitzar la informació i evitar dinàmiques que afavoreixin simplificacions excessives, alarmisme o polarització.

El rigor inclou també la responsabilitat de contextualitzar la informació, especialment en àmbits sensibles o amb implicacions socials rellevants. El coneixement científic no es construeix a partir de l'opinió o del consens social, sinó sobre la base de l'evidència, la contrastació empírica i la revisió crítica per part de la comunitat experta. Tot i que la divulgació ha de fomentar el diàleg i la participació, no totes les opinions tenen el mateix valor epistemològic. La funció de la divulgació no és sotmetre els fets a votació, sinó fer-los comprensibles i explicar com s'han construït.

7.2. Ètica i respecte a les audiències, les diversitats i els col·lectius vulnerabilitzats

La divulgació comporta una responsabilitat ètica que va més enllà del contingut que es transmet. Cal tenir cura de com es representen les persones, els col·lectius i les realitats socials, per evitar estereotips, simplificacions o discursos que puguin resultar excloents, discriminatoris o estigmatitzants (Stilgoe, Owen i Macnaghten, 2013; European Commission, 2013). Aquestes qüestions s'inscriuen en el marc més ampli de la recerca i innovació responsables (*responsible research and innovation*), que promou una ciència socialment sensible, inclusiva i oberta a la societat (European Commission, 2013).

Això requereix una mirada conscient i respectuosa respecte a la diversitat cultural, social, ètnica, lingüística, de gènere i funcional, i un compromís amb l'ús d'un llenguatge inclusiu. En contextos en què es tracten temes sensibles, com poden ser la salut, les desigualtats socials o els conflictes culturals, entre molts d'altres, és especialment important actuar amb prudència, empatia i responsabilitat, evitant l'alarmisme, la desinformació o les interpretacions simplistes.

L'ètica en divulgació també implica reconèixer l'autoria i les fonts, respectar la propietat intel·lectual i actuar amb honestedat en la representació del coneixement. En conjunt, aquests principis contribueixen a consolidar una pràctica divulgativa que sigui alhora efectiva i responsable, que afavoreixi l'avenç social empoderat a través del coneixement i que potencii la confiança de la societat en la universitat, la recerca que s'hi fa i la docència que s'hi imparteix.

8. SUPORT I RECONeixEMENT INSTITUCIONALS

La consolidació d'una cultura de divulgació dins la Universitat requereix un entorn institucional que la faciliti, la valori i la integri de manera efectiva en les dinàmiques acadèmiques. El suport institucional és un element clau per garantir que la divulgació es desenvolupi amb qualitat, continuïtat i impacte, i que no depengui únicament d'iniciatives puntuals o voluntaristes.

8.1. Sistemes de suport: formació, recursos i serveis de comunicació

En el marc d'aquest document, es considera que el desenvolupament de la divulgació a la UB requereix la consolidació progressiva d'un sistema de suport específic, que inclogui formació, recursos i serveis especialitzats.

Un dels pilars fonamentals d'aquest sistema ha de ser la formació. La divulgació efectiva implica competències específiques, com ara la capacitat de sintetitzar informació complexa, adaptar el llenguatge, treballar amb formats diversos o interactuar amb públics heterogenis, les quals, tradicionalment, no han format part de la formació acadèmica convencional. Així mateix, també requereix competències comunicatives i divulgatives, com, per exemple, pel que fa a la narrativa escrita, parlada o audiovisual (*storytelling*); la visualització de dades; la comunicació del risc; la participació pública; la relació amb els mitjans de comunicació, o l'ús responsable de les xarxes socials i altres eines digitals.

En aquest sentit, es proposa avançar cap a una oferta de programes de formació continuada en divulgació, que incloguin tallers pràctics, seminaris o recursos en línia, així com formacions reconegudes institucionalment; per exemple, a través de l'Institut de Desenvolupament Professional (IDP). Aquestes iniciatives contribuirien a capacitar el PDI i a consolidar una cultura divulgativa més estructurada.

La divulgació es configura sovint com una activitat interdisciplinària, que es pot beneficiar de la col·laboració entre personal investigador i professionals d'àmbits com la comunicació, el periodisme científic, el disseny gràfic, la producció audiovisual, la museografia o l'educació. En aquest sentit, es considera convenient fomentar i facilitar aquestes col·laboracions, generant espais i mecanismes que afavoreixin el treball conjunt.

Així mateix, també seria desitjable avançar en la disponibilitat per accedir a recursos materials i tècnics que donin suport a la divulgació, com ara serveis d'edició de textos, producció audiovisual, disseny gràfic o gestió de xarxes socials, així com facilitar l'accés a plataformes institucionals de difusió i afavorir la col·laboració amb plataformes externes especialitzades en divulgació, que permetin ampliar l'abast i la transferència del coneixement cap a la societat.

En el context actual de la UB, el suport en els àmbits de la comunicació i la divulgació es troba parcialment estructurat en diferents unitats, que operen amb funcions complementàries: la Direcció de Comunicació, àrea dependent del Rectorat, que té un paper central en la comunicació institucional i la projecció pública de la recerca; la Unitat de Cultura Científica i d'Innovació (UCC+I), que depèn de la Vicegerència de Recerca, Transferència i Innovació, orientada específicament a impulsar activitats de divulgació i donar-hi suport, i Edicions de la Universitat de Barcelona, que contribueix a la difusió del coneixement mitjançant la publicació d'obres acadèmiques i de divulgació adreçades a diversos públics.

També cal comptar amb els recursos que ja ofereixen els Serveis Lingüístics, com ara els següents:

- *Llibre d'estil de la Universitat de Barcelona.*
- Verificador LanguageTool adaptat al *Llibre d'estil de la UB: Alba*.
- Portal de recursos per a la divulgació: *Divulga-ho bé!*
- Portal de vocabularis i diccionaris terminològics: *UBTERM*.
- Portal de cerca en obres de referència: *Multicercadors*.
- Repositori de consultes lingüístiques: *Sens dubte*.
- Blog de recursos i estratègies sobre edició, redacció i traducció de textos: *Retrucs*.
- Butlletí sobre llengua: *La llengua al dia*.
- Servei de correccions i traduccions.

A aquests eixos s'hi afegeixen, amb intensitats variables, serveis de comunicació i iniciatives pròpies en facultats, centres i instituts de recerca, així com altres unitats amb capacitats rellevants en àmbits com la documentació, la formació o la innovació docent. Cal destacar també els serveis de les biblioteques o les unitats de suport a la docència i innovació (Centre de Recursos per a l'Aprenentatge i la Investigació, CRAI), els quals poden contribuir indirectament a la divulgació en funció de les seves competències.

Des d'una perspectiva estratègica, es planteja avançar cap a la consolidació progressiva d'un sistema institucional més articulat i coherent de suport a la divulgació, que integri aquests diferents actors, clarifiqui rols i competències, i faciliti itineraris de suport més accessibles per a tota la comunitat universitària. Aquest sistema hauria de permetre optimitzar els recursos existents, reforçar la complementarietat entre unitats, establir canals de col·laboració més estables per facilitar la identificació d'oportunitats i la planificació d'estratègies compartides, i generar una capacitat institucional més robusta en matèria de comunicació i divulgació del coneixement.

Finalment, en relació amb les convocatòries de recerca que incorporen components de comunicació o impacte social, es recomana que el personal investigador valori la possibilitat de contactar amb aquests

serveis i equips tècnics amb l'objectiu d'integrar de manera més sòlida i professionalitzada els aspectes de divulgació en els projectes.

8.2. Reconeixement en avaluacions internes

La divulgació requereix temps, dedicació i competències específiques. Per això és important que la UB promogui mecanismes que evitin que aquestes activitats recaiguin exclusivament en esforços voluntaristes individuals o col·lectius. Perquè la divulgació es consolidi com una pràctica estructural, alineada amb la missió de la universitat contemporània i el seu encaix i implicació social, ha de ser reconeguda en els sistemes d'avaluació del PDI com a mèrit específic en processos d'acreditació, promoció o avaluació interna, i dins de plans d'activitat acadèmica o memòries de recerca, proporcionalment als indicadors vinculats a la recerca, com publicacions i projectes competitius; a la docència i la qualitat docent; a la gestió, i a la innovació docent (Spaapen i van Drooge, 2011; Bornmann, 2013; Wursten i Cortassa, 2023).

Cal tenir en compte, a més, que la dedicació a la divulgació pot variar segons el perfil, l'etapa professional i les responsabilitats del PDI i altre personal acadèmic, i que, en conseqüència, no es pot esperar un mateix nivell d'intensitat en totes les trajectòries. Per això, la valoració s'ha de ponderar en funció del pes real que aquesta activitat tingui en el conjunt de funcions desenvolupades, en equilibri amb la docència, la recerca, la innovació docent i la gestió. També és necessari emfasitzar que, als efectes del reconeixement institucional, només es poden considerar activitats o accions de divulgació aquelles en què la UB aparegui esmentada de manera explícita, com a afiliació o institució vinculada. A més, per ser considerades activitats de divulgació amb efectes acadèmics, les accions han d'estar vinculades a l'àmbit d'expertesa de la persona que n'és autora, o a àrees afins, i s'entenen com a tals aquelles en què disposi d'activitat investigadora o docent o de transferència acreditable.

En el cas del PTGAS i l'estudiantat, la participació en activitats de divulgació també pot ser objecte de reconeixement institucional, d'acord amb les seves funcions i trajectòries específiques. En aquests col·lectius, la valoració s'ha de vincular especialment a la contribució a projectes, al suport tècnic o organitzatiu, a la participació activa en iniciatives institucionals o a la creació de continguts, i s'ha d'articular a través de mecanismes adequats als seus sistemes de desenvolupament professional o formatiu, com ara reconeixements interns, certificacions, mèrits en l'expedient acadèmic o acreditacions de competències.

El reconeixement institucional té també una dimensió simbòlica, que és fer visible i posar en valor les bones pràctiques a través de distincions, convocatòries específiques o espais de difusió institucional, que contribueixin a legitimar la divulgació i a incentivar la participació de la comunitat acadèmica. D'aquesta manera, la divulgació deixa de ser percebuda com una tasca accessòria per esdevenir una part integrant i reconeguda de la identitat universitària.

Tanmateix, l'avaluació de la divulgació és complexa, atesa la gran diversitat de formats, la idiosincràsia pròpia de cada àmbit de coneixement, i la necessitat de valorar l'impacte social i la transferència que tenen, ja que manquen indicadors equivalents als de la recerca. Aquesta dificultat és àmpliament reconeguda en la literatura sobre l'avaluació de la recerca i la transferència del coneixement (Spaapen i van Drooge, 2011; Bornmann, 2013; Benneworth, 2013). Aquest reconeixement planteja, per tant, el repte d'avaluar la qualitat i l'impacte de les activitats divulgatives. Més enllà d'indicadors quantitatius, com ara el nombre d'activitats o l'abast de l'audiència, seria important considerar també aspectes qualitatius, com ara la rellevància i l'impacte social dels continguts, l'adequació als públics, la capacitat de generar interacció, la reutilització educativa o l'impacte en la comprensió. Poden ser útils instruments com informes reflexius, reculls d'evidències o estudis de cas.

En aquest context, i amb la voluntat d'avançar cap a sistemes de reconeixement ponderats que siguin més equitatius, consistents i comparables, es pot considerar una gradació en els nivells d'implicació i trajectòria en divulgació, definida a partir de criteris com la continuïtat en el temps, el volum d'activitat, la diversitat de formats utilitzats i el grau d'integració de la divulgació en la pràctica acadèmica. Aquesta gradació permet identificar perfils diferenciats basats en la intensitat de l'activitat divulgadora i l'excepcionalitat dels perfils de divulgació.

- En un primer nivell se situen les trajectòries en què la divulgació és inexistent o molt esporàdica, limitada a iniciatives puntuals i sense continuïtat sostinguda.
- En un segon nivell es troben les trajectòries en què la divulgació es desenvolupa de manera ocasional, amb participació periòdica però no estructural, i amb una incorporació intermitent dins l'activitat acadèmica.
- En un tercer nivell s'identifiquen perfils en què la divulgació esdevé una activitat regular i consistent, integrada en la pràctica docent i investigadora, amb una presència recurrent al llarg del temps i una producció sostinguda en diversos formats.
- Finalment, en un quart nivell es reconeixen trajectòries de dedicació especialment elevada en intensitat, extensió i impacte social, en què la divulgació constitueix una dimensió destacada de l'activitat professional, amb un alt grau de continuïtat, diversificació de canals i formats, i una capacitat significativa d'impacte i projecció pública.

Aquesta aproximació permet avançar cap a models de reconeixement i avaluació més ajustats a la realitat de la divulgació, en què es combinin dimensions quantitatives i qualitatives, i es reconegui tant el volum d'activitat com la coherència i l'evolució de la trajectòria. Així mateix, facilita la integració de la divulgació en els sistemes d'avaluació acadèmica com un indicador rellevant de transferència i impacte social del coneixement.



9. REFERÈNCIES

- Bauer, Martin W.; Bucchi, Massimiano. (ed.). (2008). *Journalism, science and society: Science communication between news and public relations* (vol. 7). Routledge.
- Benneworth, Paul. (ed.). (2013). *University engagement with socially excluded communities*. Springer.
- Bornmann, Lutz. (2013). What is societal impact of research and how can it be assessed? A literature survey. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(2), 217-233.
- Borowiecki, Martin; Guimon, Jose; Paunov, Caroline; Planes-Satorra, Sandra. (2019). *University-industry collaboration: New evidence and policy options*. OECD Publishing.
- Bucchi, Massimiano; Trench, Brian. (2021). *Routledge Handbook of public communication of science and technology*. 3a ed. Routledge.
- Burke, Amy; Okrent, Abigail; Hale, Katherine; Gough, Nancy. (2022). *The state of U.S. science & engineering 2022. National Science Board: science & engineering indicators. NSB-2022-1*. National Science Foundation.
- Burns, Terry W.; O'Connor, D. John; Stockmayer, Susan M. (2003). Science communication: A contemporary definition. *Public Understanding of Science*, 12(2), 183-202.
- Dahlstrom, Michael F. (2014). Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. *Proceedings of the national academy of sciences*, 111 (supl. 4), 13614-13620.
- De Semir, Vladimir. (2015). *Decir la ciencia. Divulgación y periodismo científico de Galileo a Twitter*. Edicions de la Universitat [de](#) Barcelona.
- Etzkowitz, Henry; Leydesdorff, Loet. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123.
- European Commission. (2013). *Options for strengthening responsible research and innovation*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Commission, Research Executive Agency. (s.d.). *Dissemination and exploitation*. rea.ec.europa.eu/dissemination-and-exploitation_en
- Espanya. (2023). *Llei orgànica 2/2023, de 22 de març, del sistema universitari*. Butlletí Oficial de l'Estat, 70, 23 de març de 2023.
- Fischhoff, Baruch. (2013). The sciences of science communication. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 110 (supl. 3), 14033-14039.
- Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). (2024). *Libro blanco de las Unidades de Cultura Científica y de la Innovación (UCC+i)*. FECYT.
- Géertrúdíx Barrio, Manuel; Rajas Fernández, Mario. (2021). *Comunicar la ciencia*. Gedisa.



- Gibbons, Michael; Limoges, Camille; Scott, Peter; Schwartzman, Simon; Nowotny, Helga. (1994). *The new production of knowledge: The dynamics of science and research in contemporary societies*. Sage.
- Illingworth, Sam; Allen, Grant. (2016). *Effective Science Communication: A practical guide to surviving as a scientist*. IOP Publishing.
- Lewandowsky, Stephan; Ecker, Ullrich. K. H.; Cook, John. (2017). Beyond misinformation: Understanding and Coping with the "Post-Truth" Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369.
- Miller, Jon D. (2004). Public understanding of, and attitudes toward, scientific research: What we know and what we need to know. *Public Understanding of Science*, 13(3), 273-294.
- National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine; Committee on the Science of Science Communication: A Research Agenda; Division of Behavioral and Social Sciences and Education. (2017). *Communicating science effectively: A research agenda*. The National Academies Press.
- Nowotny, Helga; Scott, Peter; Gibbons, Michael. (2001). *Re-thinking science: Knowledge and the public in an age of uncertainty*. Polity Press.
- Scheufele, Dietram A.; Hoffman, Andrew J.; Neeley, Liz; Reid, Czerne M. (2021). Misinformation about science in the public sphere. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(15), e2104068118.
- Spaapen, Jack; Van Drooge, Leonie. (2011). Introducing "productive interactions" in social impact assessment. *Research Evaluation*, 20(3), 211-218.
- Stilgoe, Jack; Lock, Simon J.; Wilsdon, James. (2014). Why should we promote public engagement with science? *Public Understanding of Science*, 23(1), 4-15.
- Stilgoe, Jack; Owen, Richard; Macnaghten, Phil. (2020). Developing a framework for responsible innovation. A Andrew Maynard i Jack Stilgou (ed.), *The ethics of nanotechnology, geoengineering, and clean energy* (p. 347-359). Routledge.
- Trench, Brian. (2008). Towards an analytical framework of science communication models. A Donghong Cheng, Michel Claessens, Toss Gascoigne, Jenni Metcalfe, Bernard Schiele i Shunke Shi (ed.), *Communicating science in social contexts: New models, new practices* (p. 119-135). Springer.
- UNESCO. (2021). *An introduction to the UNESCO Recommendation on Open Science*. Canadian Commission for UNESCO.
- Universitat de Barcelona. (2025). *II Pla de dinamització lingüística de la Universitat de Barcelona*. Universitat de Barcelona.
- Universitat de Barcelona, Serveis Lingüístics. (2026). *Recursos per a la garantia de la qualitat lingüística*. ub.edu/llengua-assessorament
- Van der Linden, Sander; Leiserowitz, Anthony; Rosenthal, Seth; Maibach, Edward. (2017). Inoculating the public against misinformation about climate change. *Global Challenges*, 1(2), 1600008.



Vicente-Saez, Ruben; Martinez-Fuentes, Clara (2018). Open Science now: A systematic literature review for an integrated definition. *Journal of Business Research*, 88, 428-436.

Wilsdon, James; Willis, Rebecca. (2004). *See-through science: Why public engagement needs to move upstream*. Demos.

Wursten, Andrés G.; Cortassa, Carina. (2023). Comunicar las ciencias en las universidades. *Campo Universitario*, 4(8), 77-101.

Xarxa Vives d'Universitats. (2023). *Carta universitària de la llengua*. Xarxa Vives d'Universitats.