

INVESTIGAR PARA EDUCAR

Visões sem fronteiras

Eds.
Eurico Wongo Gungula
Wendolin Suárez
Wileidys Artigas



Autoridades Reitorais

Eurico Wongo Gungula
Reitor

Carla Olívia de Lima Sousa Barbosa
Vice Reitora para os Assuntos Acadêmicos e Pedagógicos

Arnaldo Faustino
Vice Reitor para os Assuntos Científicos e Extensão Universitária

Comitê Científico

Iliana Artiles Olivera
Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Cuba

Héctor Varas
Universidad Arturo Prat, Chile

Paulo Fossatti
Universidad La Salle Canoas, Brasil

Federico Sandoval Hernández
Universidad Autónoma de Guerrero, Mexico

Jose Luis Cisneros
Universidad Autónoma Metropolitana, Mexico

Josefina Castillero Velásquez
Universidade Óscar Ribas, Angola

José Luis Estrada
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Mexico

Arnaldo Faustino
Universidade Óscar Ribas, Angola

Domingas Gunza
Universidade Óscar Ribas, Angola

José Katito
Universidade Óscar Ribas, Angola

Gungula, Eurico Wongo; Suárez, Wendolin y Artigas, Wileidys (2020).
Investigar para Educar: Visões sem fronteiras. Luanda, Universidade Óscar
Ribas/High Rate Consulting. 279p. ISBN 978-989-54845-0-8
DOI: <https://doi.org/10.38202/Inv.educ>

Investigar para educar: Visões sem fronteiras

Primeira edição, Julho 2020.

Compiladores/Editores: Eurico Wongo Gungula; Wendolin Suarez y Wileidys Artigas
Desenho da capa: Ronald Morillo
Cuidado de desenho e edição: Equipa de desenho High Rate Consulting Co
ISBN: 978-989-54845-0-8
Depósito legal: 9494/2020



Este livro foi revisado por especialistas externos da área.
Este libro fue arbitrado por pares externos ciegos expertos en el área.

Luis Ernesto Paz Enrique; Eduardo Alejandro Hernández Alfonso
y Anieley Padrón López

Principios para socializar y promocionar la lectura de textos académicos y científicos para la docencia

Principles to socialize
and promote the
reading of academic
and scientific texts for
teaching / Principios para
socializar e promover
a leitura de textos
acadêmicos e científicos
para a docência

Como citar:

Paz Enrique, Luis Ernesto; Hernández Alfonso Eduardo Alejandro; Padrón López, Anieley (2020) **Principios para socializar y promocionar la lectura de textos académicos y científicos para la docencia**. Em Gungula, Eurico Wongo; Suarez, Wendolin y Artigas, Wileidys (eds). Investigar para Educar: Visões sem fronteiras. Universidade Óscar Ribas/High Rate Consulting. Angola.

DOI: <https://doi.org/10.38202/Inv.educ.5>

RESUMEN

Los textos académicos y científicos para la docencia son aquellos que se emplean para la realización de experimentos, en actividades docentes y para la obtención de resultados de investigación. La socialización de los mismos debe realizarse en medios tradicionales y digitales. Por lo general los textos académicos y científicos para la docencia se elaboran desde los centros de educación superior debido a que dichas instituciones son las beneficiarias de los mismos. En la literatura científica publicada se evidencia una carencia de publicaciones que fundamente los medios y formas que permitan realizar una correcta socialización y promoción de lectura para textos académicos y científicos para la docencia. El presente estudio tiene como objetivo establecer los principios para la socialización y promoción de lectura de textos académicos y científicos para la docencia. La investigación clasifica como descriptiva con aporte teórico. Para la obtención de resultados se emplearon métodos en los niveles teórico y empírico, fundamentalmente el análisis documental. Los principales autores consultados fueron Trelles (2005), Correia y Sauerwein (2017) y Álvarez (2020). En el estudio se identificaron como formas de promoción de textos científicos la presencial, a través de un intermediario y por medio de la citación. Los medios tradicionales más empleados para la promoción son los eventos especializados y en las ferias de ventas y exposición de libros. En la Web se recomienda el uso de las redes sociales y académicas, los sitios Web profesionales y los repositorios. Se plantean los presupuestos para la realización de una promoción de lectura de textos académicos y científicos para la docencia tanto de forma presencial directa como indirecta. Se identifican los principales espacios de socialización de material científico.

Palabras clave: literatura científico técnica; promoción de lectura; socialización de la ciencia; medios de socialización.

ABSTRACT

The academic and scientific texts for teaching are those that are used to carry out experiments, in teaching activities and to obtain research results. Their socialization must be carried out in traditional and digital media. In general, academic and scientific texts for teaching are produced by higher education centers because these institutions are the beneficiaries of the same. In the published scientific literature there is a lack of publications that support the means and forms that allow a correct socialization and promotion of reading for academic and scientific texts for teaching. This study aims to establish the principles for the socialization and promotion of reading academic and scientific texts for teaching. The research classifies as descriptive with theoretical contribution. To obtain results, methods were used at the theoretical and empirical levels, mainly documentary analysis. The main authors consulted were Trelles (2005), Correia and Sauerwein (2017) and Álvarez (2020). In the study, face-to-face, through an intermediary, and through citation were identified as ways of promoting scientific texts. The traditional means most used for promotion are specialized events and at book fairs and sales. The use of social and academic networks, professional websites and repositories is recommended on the Web. The budgets for the promotion of reading academic and scientific texts for teaching are presented both directly and indirectly. The main spaces for the socialization of scientific material are identified.

Keywords: scientific technical literature; reading promotion; socialization of science; means of socialization.

RESUMO

Os textos acadêmicos e científicos para a docência são aqueles que se utilizam para a realização de experimentos, em actividades docentes e para a obtenção de resultados de investigação. A socialização dos mesmos deve realizar-se em meios tradicionais e digitais. De modo geral os textos académicos e científicos para a docência se elaboram a partir dos centros de educação superior devido a que ditas instituições são as beneficiárias dos mesmos. Na literatura científica publicada se evidencia uma carência de publicações que fundamente os meios e formas que permitam realizar uma correcta socialização e promoção de leitura para textos académicos e científicos para a docência. O presente estudo tem como objectivo estabelecer os princípios para a socialização e promoção de leitura de textos académicos e científicos para a docência. A investigação classifica-se como descritiva e com contribuição teórica. Para a obtenção de resultados se utilizaram métodos de níveis teórico e empírico, fundamentalmente a análise documental. Os principais autores consultados foram Trelles (2005), Correia e Sauerwein (2017) e Álvarez (2020). No estudo identificaram-se como formas de promoção de textos científicos a presencial, através de um intermediário e por meio de citação. Os meios tradicionais mais utilizados para a promoção são os eventos especializados e nas feiras de vendas e exposição de livros. Na Web recomenda-se o uso das redes sociais e académicas, os sitios Web profissionais e os repositórios. Aprenderam-se os pressupostos para a realização de uma promoção de leitura de textos académicos e científicos para a docência, tanto de forma presencial directa como indirecta. Identificam-se os principais espaços de socialização de material científico.

Palavras chave: literatura científico-técnica; promoção de leitura; socialização da ciência; meios de socialização.

Introducción

Generalmente el medio de socialización de la ciencia tiene un público definido, la percepción del mismo depende de las áreas de interés y de la especialización profesional. Los textos académicos y científicos para la docencia son aquellos que se emplean para la realización de experimentos, en actividades docentes y para la obtención de resultados de investigación. No es una práctica común plasmar los primeros resultados obtenidos por un investigador en libros. Por lo general los primeros resultados de procesos investigativos se publican paulatinamente en forma artículos de revista.

Los textos académicos y científicos para la docencia son documentos que actualmente muchas editoriales están contactado a pares profesionales para que sus contenidos sean revisados. Su extensión permite tener en una misma fuente gran cantidad de contenidos sobre uno o varios tópicos. Los investigadores pueden localizar varios aspectos de una misma temática en una única fuente sin tener que descargar numerosos artículos para luego valorar si les son o no útiles. Son la tipología documental para la docencia, permitiendo a los estudiantes contar con un material donde se localice la información necesaria para su formación y la forma de adquirir el conocimiento.

A diferencia de los textos o libros científico técnicos destinados a comunidades científicas específicas, los textos académicos y científicos para la docencia pueden ser de rápida elaboración, socialización y distribución. Lo anterior es reflejado en los estudios de Chartier (2018) y Domínguez, Ruiz, Bárcenas, Tolosa y Reyes (2019), donde además se exponen los aspectos

que determinan la tendencia a consultar libros electrónicos por parte de los estudiantes. La edición en múltiples formatos ha hecho posible que se socialicen los libros primero en formato digital y luego (una vez terminado el proceso de impresión) en formato impreso.

Por lo general los textos académicos y científicos para la docencia se crean en el seno de las universidades, fundamentalmente para las asignaturas del currículo optativo que carecen de un cubrimiento bibliográfico. Lo anterior no permite a los estudiantes contar con un material especializado que facilite el aprendizaje. Por el contrario, la construcción de un texto académico y científico con fines docentes puede ser un proceso largo. La publicación de los mismos amerita que posteriormente sea socializado y promocionado en todos los medios al que el o los autores tengan alcance. Se ha identificado que existen pocas fuentes que refieran los aspectos que deben ser considerados para la promoción de lectura para textos académicos y científicos para la docencia. El presente estudio tiene como objetivo: establecer los principios que deben regir la socialización y promoción de lectura de textos académicos y científicos para la docencia.

Los libros académicos y científicos, tal como los conocemos hoy, tuvieron su antecedente en el desarrollo de las universidades durante los siglos XVII y XVIII (Nassi, 2018). El desarrollo de la academia y la ciencia condujo a la creación de bibliotecas universitarias y especializadas según el área del conocimiento que abordaban. Actualmente la elaboración de libros académicos está relegada a un segundo plano. Lo anterior está determinado en gran medida por el amplio reconocimiento que tiene la publicación de artículos científicos actualmente. La distinción fundamental de los libros académicos es que deben ser arbitrados o revisados por pares (Elsevier, 2018).

En el presente estudio se abordan los aspectos que influyen en la divulgación y socialización de la ciencia. Se exponen los criterios en torno a la promoción de lectura científica, estableciendo las formas en que la misma se realiza. Se exponen las relaciones entre espacios y formas de promoción de lectura. Por último se muestran los beneficios de la promoción de lectura de textos académicos y científicos para la docencia en la Web.

La divulgación y socialización de la ciencia

La divulgación, evaluación y descripción de la ciencia ha sido un aspecto esencial en la sociedad moderna. La socialización de la ciencia cuenta con medios en los que cada día se trata de certificar más el prestigio y la validez de los mismos. El acto de divulgar la ciencia y la tecnología es hacer el conocimiento público a través de canales y medios para destinatarios de dicho conocimiento. Socializar el conocimiento legitima el contenido que

se divulga. A criterio de Tonda (2005) y Zamarrón (2005): divulgar la ciencia responde a la demanda pública por conocer lo que se realizan en instituciones con actividad científica y obedece a la socialización global del conocimiento. “Es un componente orgánico de la producción científica y tecnológica” (Moreno, 2005, p. 63).

La relevancia de socializar la ciencia es identificada por los investigadores Garza (2005) y Giusti y Schulz (2005); quienes establecen que la vía idónea para hacerlo es la publicación. La socialización a criterio de Marín y López (2005) solo se logra “tanto por la publicación en revistas especializadas, como por contribuir a la riqueza social mediante la respuesta a cuestiones planteadas (...) para mejorar la vida de los ciudadanos” (p. 130). La investigación científica parte de un problema social y por lo tanto su solución o los hallazgos en esta búsqueda, deben ser devueltos a la sociedad o a los grupos interesados en este conocimiento. En la actualidad existen multiplicidad de medios y herramientas para la socialización de la ciencia y la técnica.

Existen problemas sociales en torno la ciencia y la divulgación de conocimientos. Las publicaciones científicas que no son de acceso abierto no permiten la consulta de los resultados científicos que se publiquen, por otra parte “las llamadas bases de datos de impacto (...) no son de libre acceso y su consulta resulta muy costosa para cualquier investigador e institución” (Paz, Peralta y Hernández, 2016, p. 8). Pero muchas revistas aun siendo de acceso abierto aspiran ser indizadas por estas bases de datos.

Los investigadores para consultar resultados de investigación deben acceder al resto de los grupos (dos y tres). Destaca en el grupo dos la base de datos SciELO (Scientific Electronic Library Online). La misma es considerada la más importante de acceso abierto en Latinoamérica y una la tercera más relevante a nivel global. Desde su fundación el proyecto SciELO declara como su primera prioridad “hacer visible en el panorama internacional, eminentemente anglosajón, la producción científica de los países de América Latina y el Caribe” (Repiso, Jiménez y Aguaded, 2017, p. 3). En el año 2014 la Web Of Science creó un índice específico para SciELO por el impacto que generaban las revistas ubicadas en la base de datos. SciELO Citation Index (SSCI) es una base de datos regional cuya propiedad no es de Thomson Reuters.

La sociedad actual ha sido denominada por la UNESCO (2005) y por varios investigadores como la sociedad del conocimiento, entre ellos se destacan Trelles (2005), Mateo (2006), Jurado y Sánchez (2014), Gros (2015) y Ramírez (2015). En contraposición a esta denominación el investigador Núñez (2011) la ha denominado sociedad del aprendizaje y otros como sociedad de la información (Dorfsman, 2015) y (Guajardo y Rivera, 2015). El criterio

predominante para la denominación de sociedad del conocimiento ha sido la supuesta inter-conectividad universal globalizada.

La denominación anterior no sería la correcta teniendo en cuenta que muchas personas no tienen acceso a las fuentes más importantes de divulgación del conocimiento científico. Se añade al criterio anterior que el desarrollo tecnológico no es homogéneo y que es a menudo costoso. Las transformaciones tecnológicas han traído un cambio positivo para la socialización de investigaciones en una parte, pero por la otra ha aumentado diferencias sociales relacionadas con el acceso a las fuentes. Para el logro de una verdadera sociedad del conocimiento, este debe democratizarse. A criterio de Chavarro (2011): “el acceso a la ciencia y al conocimiento es un derecho de todas las personas” (p. 93).

Múltiples universidades y centros de educación actualmente se han pronunciado a favor de la formulación de una política pública que democratice los medios de divulgación del conocimiento. La creación de una política pública en relación con el acceso libre al conocimiento debe ser potenciada desde los sujetos que componen la comunidad científica. Las políticas públicas sobre ciencia y técnica por lo general se realizan desde ministerios e instituciones de carácter gubernamental en cada nación. Estas políticas rigen la producción y divulgación de la ciencia y la tecnología y establecen canales y medios donde esta se puede socializar. Sin embargo, existen determinantes externas a las nacionales que condicionan la producción de conocimiento. Los congresos gremiales que se celebran a nivel internacional son determinantes que condicionan las políticas particulares de cada nación. El pronunciamiento de organizaciones no gubernamentales determinan por ejemplo el estilo bibliográfico que debe regir al gremio, además de acuerdos sobre el copyright, creative commons, acceso abierto y líneas para la investigación.

Los destinatarios de las políticas editoriales de tipo científico son aquellos profesionales que están involucrados dentro de la actividad científica y que organizan en instituciones. Estos profesionales tienen a cargo la producción de conocimiento científico para lo cual reciben o deben recibir beneficios como prestigio social o poder adquisitivo de bienes materiales. Los profesionales involucrados en la actividad científica necesitan publicar sus resultados. Las publicaciones son muestra de su actividad. Las instituciones y organizaciones también se consideran destinatarios de las políticas editoriales. La producción científica institucional se emplea para la elaboración de rankings y para la certificación de las mismas atendiendo a la cantidad de publicaciones que estas tengan.

Espacios y formas de promoción de lectura científica

Una vez que el docente e investigador ha publicado un libro necesita promocionarlo para alcanzar mayor visibilidad y potencialmente impacto. En la literatura científica publicada en torno a la promoción de lectura científica, no se evidencia una clasificación de las formas en que esta puede realizarse. A partir de la consulta de los autores Solaz (2010), Correira y Sauerwein (2017), Artunduaga (2018) y Álvarez (2020) se pudieron establecer las siguientes formas de promoción de lectura en textos científicos:

1. Presencial: donde el autor promociona su propio texto en diversos espacios, la misma puede clasificarse de dos formas:

- Presencial directa: donde el autor interactúa con el público potencialmente consumidor de la obra
- Presencial indirecta: donde el autor no interactúa cara a cara con el público, pero realiza acciones de promoción por sí mismo

2. A través de un intermediario: donde otros investigadores, la casa editorial o la institución de procedencia del autor promociona el texto

3. A través de la citación: donde durante el proceso investigativo otros autores reconocen la relevancia de libro y es citado. El alto número de citas es un criterio de medida de la calidad del texto, por lo que es probable que otros investigadores presten interés en el libro

Antes de realizar cualquier actividad de promoción de lectura deben identificarse los espacios para los que se diseñan dichas actividades. La relación entre las formas de promoción de textos académicos y científicos para la docencia y los espacios se muestra en la Tabla 1.

Se reconoce la forma de promoción de lectura presencial directa como la más relevante y efectiva (Reale, 2010; Vaganov y Samsonov, 2015). El autor durante el proceso de promoción de su libro interactúa con un público especializado, potencialmente consumidor de su obra. Una vez concluida la promoción se puede realizar un intercambio entre público y autores para aclarar dudas o debatir en torno a aspectos que desde el ámbito científico aborda el libro. Los textos académicos y científicos para la docencia se crean para comunidades científicas especializadas.

Tabla 1. Formas y espacios para la promoción de textos académicos y científicos para la docencia

Formas de promoción de textos académicos y científicos para la docencia		Espacios para la promoción de lectura
Presencial	Directa	Eventos especializados Encuentros de editoriales académicas Ferias de venta y exposición de libros
	Indirecta	Trabajos publicados por el autor (a partir del fenómeno de la autocitación ¹) Redes sociales Redes sociales y académicas Sitios Web profesionales Sitios Web de asociaciones profesionales Sitios Web de instituciones docentes Listas de correo de comunidades profesionales
A través de un intermediario		Eventos especializados Encuentros de editoriales académicas Ferias de venta y exposición de libros Reseñas de libros en revistas científicas Redes sociales Sitios Web profesionales Sitios Web de asociaciones profesionales Sitios Web de instituciones docentes Listas de correo de comunidades profesionales
A través de la citación		Artículos científicos Monografías Libros Memorias de eventos Ensayos Documentos grises (tesis de grado, maestría y doctorado, tesinas, trabajos finales para la culminación de asignaturas) Redes sociales y académicas

Fuente: elaboración propia

¹ La autocitación es el reconocimiento del autor hacia su propia obra, la cual cita en los trabajos que elabora como forma de que la misma obtenga mayor impacto. Los investigadores Orduna, Martín y Delgado (2017), Gristi (2018) y Domínguez (2019) concuerdan que la autocitación no es una práctica ética, por lo que en el análisis de producción científica tienden a eliminar las autocitas de autores y revistas científicas.

Las comunidades científicas se constituyen por características e intereses comunes en el ámbito de la investigación, publicación o la asociación a proyectos. Su definición parte de la agrupación física o semántica de científicos provenientes de diferentes disciplinas (Regina y Gaia, 2017). Las comunidades científicas están compuestas por miembros con formación similar. Dichos miembros se ven a sí mismos como los responsables de la investigación de todo un conjunto de objetivos comunes, que incluyen la preparación de sus propios sucesores (Torres, Ruiz y Delgado, 2009). Señala Kuhn (1962) que el sujeto de la ciencia no es el científico por sí solo, sino el conjunto de científicos que comparten un paradigma: una comunidad científica (Lucas, Castelló, Sixto y González, 2018).

El autor debe reconocer las comunidades científicas que pudieran estar interesadas en su texto para iniciar las acciones de promoción de lectura. A partir de la consulta de los autores Zanolello y Monteiro (2013), Correira y Sauerwein (2017) se identificaron algunos aspectos que debe poseer una adecuada promoción de lectura. Aunque existe una carencia de fuentes especializadas en la temática, la práctica de quienes fungen como autores del presente estudio también permitió establecer los criterios necesarios en la promoción de lectura presencial directa. La actividad siempre deberá contar con un moderador que presentará al autor y hará mención al libro. Los elementos que debe contener una promoción de lectura de textos académicos y científicos para la docencia de forma presencial son:

- Auto presentación del autor: además de los datos relacionados con la identidad como nombre y apellidos, el autor debe mencionar su categoría docente, científica y académica. El autor debe referenciar la institución a la que pertenece y la actividad que realiza. En dependencia a la comunidad científica la que se presente el libro se podrían mencionar si dirige instituciones, proyectos de investigación, premios y reconocimientos obtenidos, etc. El abuso del aspecto anterior pudiera resultar ofensivo y petulante para el público. Si el autor ostenta muchos títulos académicos y premios, deberá solicitarse al moderador que los mencione para así evitar una mala imagen para el autor. Si el libro fue creado por más de un autor es responsabilidad de la persona que realiza la promoción de lectura presentar a sus colegas profesionales.
- Menciones de responsabilidad: cuando se elabora un libro científico y académico siempre hay instituciones relacionadas con el mismo. El autor como forma de dar valor al texto debe mencionar si el mismo fue creado para una asignatura de una carrera en particular, si se emplea en el postgrado, si es resultado de un proyecto de investigación, si responde a una línea de investigación institucional, etc.

- Casa editorial: la mención de la editorial puede añadir o disminuir el prestigio de un libro. En el caso de textos académicos y científicos para la docencia la institución editora debe ser de tipo académico – científico, en caso de no serlo el autor pudiera valorar si hace énfasis en este aspecto. Las editoriales científicas que cuentan con gran prestigio elevan considerablemente el reconocimiento y valor del libro que se presenta. El autor debe mencionar aspectos relativos a la editorial como premios, reconocimientos, posicionamiento, etc.
- Objetivos del libro: cuando se crea un libro científico o docente el mismo parte de problemáticas en el orden teórico, metodológico y práctico. El establecimiento y mención de los objetivos dirige la presentación del libro a partir de los principales hallazgos y resultados que contiene el mismo.
- Valor científico del libro: antes de presentar los contenidos específicos del texto el autor debe precisar aquellos aspectos que cubre su texto y que no son abordados en otros similares. Es la forma de establecer los contenidos que son de interés para el público para el que se hace la promoción de lectura. Si el libro contiene un prólogo el autor puede citar un fragmento del prólogo que generalmente eleva el valor de los libros.
- Estructura capitular y contenidos: el autor debe mencionar la cantidad de capítulos o la forma en que se presentan los contenidos. Por cada apartado del libro el autor debe resumir los principales contenidos y hallazgos científicos obtenidos. Se deben exponer los aportes del texto, esencialmente aquellos que son más sensibles para el público que se promociona.
- Elementos formales del texto: incluye el número de páginas, dimensiones, la mención de editores, correctores, diagramadores, profesional que elabora el prólogo (y que puede añadirle considerablemente valor al texto), diseñador de cubierta e imprenta.
- Premios y nominaciones del libro: el autor debe informar a la audiencia si el texto ha recibido premios o nominaciones. Lo anterior eleva el valor del libro a partir de que el mismo ha sido reconocido en otros espacios y por otras comunidades científicas.
- Precio: en caso de que el libro no sea de acceso abierto, la promoción de lectura presencial constituye un incentivo para comprar el libro. El autor con su intervención puede resumir aquellos aspectos que le será útiles al público que asiste a la pre-

sentación. Una vez terminada la presentación el autor puede autografiar los textos adquiridos por el público. La mención del precio prepara a los participantes para tomar la decisión de la compra del texto en la presentación o posteriormente en otros lugares donde el mismo esté disponible. En caso de que el autor considere que el precio de su texto sea alto, puede pedir al moderador que una vez concluida la presentación mencione el monto para adquirir el libro y los lugares donde está disponible el mismo.

- Lugar de adquisición: incluye librerías, repositorios, redes sociales y académicas, sitios Web profesionales, etc.

Cuando se realiza una promoción de lectura de textos académicos y científicos para la docencia de forma presencial directa, el autor pudiera elaborar una presentación visual de su libro. La presentación debe constituir un apoyo a su discurso y no una forma de leer constantemente fragmentos y textos relativos a su obra. La presentación debe ser sencilla, con un número reducido de diapositivas y con la menos cantidad de texto posible. Debe servir para ilustrar el discurso del autor, el cual debe hacer gala de un discurso bien estructurado y fluido. La imagen que proyecte el autor en la presentación será la imagen que el público tomará del libro que se promociona.

Se debe elaborar una diapositiva con la portada del libro para que el público posteriormente sean capaces de identificarlo en los diversos espacios donde este el texto. La imagen de portada debe estar presente mientras el autor se presenta y realiza las menciones de responsabilidad. Otra diapositiva (en el caso de ser oportuno) pudiera contener el identificador de la casa editorial que elaboró el libro. En caso de que se decida no mencionar la editorial, entonces se mantendría la imagen de la portada mientras el autor refiere los objetivos y el valor científico del libro. Posteriormente se deben elaborar diapositivas con la estructura capitular, lo anterior permitirá al autor mencionar en el mismo orden que aparece en el texto los contenidos del mismo. Pudiera valorarse la inclusión de una diapositiva con los elementos formales del texto y por último otra de cortesía y agradecimiento.

Las casas editoriales, instituciones de procedencia del autor o profesionales de la información también pudieran hacer promoción de lectura del libro en eventos especializados, encuentros de editoriales académicas, ferias de venta y exposición de libros. En el caso descrito con anterioridad también deben elaborarse presentaciones. Al no contarse con la presencia del autor en la promoción del libro, deberá evidenciarse mayor presencia de diapositivas, ilustraciones y gráficos como forma de incentivar la adquisición e interés por el texto.

Dentro de los espacios de promoción de lectura presencial indirecta y a través de un intermediario se destacan las listas de correo de comunidades profesionales. Cuando la lista es creada por el autor, por lo general va dirigida a sus colegas profesionales más cercanos. Es la forma en que el autor recomienda su producción a aquellos investigadores que él reconoce como pares profesionales. Cuando se emplean las listas de correo por parte de un intermediario esta se dirige a una comunidad científica más amplia. Es un indicio de que el texto puede ser de gran interés para comunidades científicas específicas.

Otra de las formas de promoción de lectura a través de un intermediario son las reseñas de libros en revistas científicas o segundos prólogos. Las revistas científicas son el principal medio para la socialización de los resultados de investigación. Por lo general los investigadores consultan los últimos números de las revistas como forma de actualización profesional. La publicación de una reseña de libro en una revista significa que potencialmente hay una alta probabilidad de que la comunidad científica conozca la existencia del libro.

Generalmente las reseñas son elaboradas por colegas que tienen una relación directa con el autor. Se redacta exaltando los valores y actualidad del libro. Contiene valoraciones personales y críticas. En la elaboración de una reseña no debe faltar la presentación del o los autores, la mención de los elementos formales del libro, la tabla de contenidos y los principales valores a nivel científico – técnico.

A través de la citación la promoción se constituye a partir del uso de la obra del autor. Las citas son el reconocimiento formal de un autor a otros o a fuentes que permitieron realizar su investigación, por lo que reporta impacto. Existe una tendencia de los autores a citar a otros de su mismo país, región e inclusive institución. Lo anterior está dado en gran medida por el acceso a las fuentes.

La visibilidad científica está constituida por los sitios, plataformas y espacios en los que se difunde una investigación y sus autores. Está estrechamente ligado al posicionamiento debido a que es proporcional al mismo. A mayor posicionamiento, mayor visibilidad. El posicionamiento es por tanto la medida de posición en las que los autores e investigaciones se encuentran con respecto a otros. Lo anterior es medido a través de rankings. El impacto se mide por la cantidad de citas recibidas. Mayor visibilidad no necesariamente significa mayor impacto, sino que haya mayor probabilidad de que los estudios y autores sean citados.

Promoción de lectura de textos académicos y científicos para la docencia en la Web

La Web actualmente constituye un aspecto esencial para divulgar y socializar los resultados de investigación. El aumento de usuarios en las redes sociales debe tenerse en cuenta para una efectiva promoción de textos académicos y científicos para la docencia. Facebook es una de las principales redes sociales a nivel global. En Facebook las comunidades científicas promocionan eventos y se organizan a partir de la creación de grupos. El autor debe identificar aquellos que pudieran estar interesados en su libro y hacer una pequeña promoción del mismo. Si el libro estuviese en formato electrónico se deberá publicar el url del mismo para su posible adquisición.

Youtube es otra de las redes sociales más empleadas para la promoción de textos académicos y científicos para la docencia. En Youtube se evidencia un creciente aumento de canales para la divulgación de aspectos científico – técnico como la producción de libros. Existen canales especializados en la red social denominados bibliotubers y booktubers que promocionan esencialmente libros de diversa índole. El autor pudiera contactar con el administrador de un canal y facilitarle datos de su texto para que el mismo sea promocionado. Una vez realizada la promoción audiovisual, la misma pudiera ser empleada en otros espacios (Castillo, 2018).

Una de las formas de aumentar la visibilidad de las investigaciones es el empleo de las redes sociales académicas. Dentro de las más reconocidas se encuentran: Mendeley, LinkedIn, ResearchGate, Academia.edu, Google Académico (Google Scholar Citations), entre otras. Las redes sociales académicas potencian las relaciones de colaboración entre investigadores. Permiten el intercambio y difusión de la actividad científica con alcance a grupos e investigadores que comparten los mismos intereses en el ámbito académico (Garaicoa, 2015), (Londoño y Ospina, 2018).

Google Scholar Citations es un buscador especializado en bibliografía dirigido a la comunidad científico-académica. El rastreador de Google Scholar toma sus registros de sitios donde la información se encuentra en libre acceso o de bases de datos comerciales que son procesados bajo la aprobación de los editores. Está orientado a la búsqueda de literatura científica y académica. Los resultados pueden variar de tipología, es posible encontrar citas, revistas, ponencias, entre otras. El ranking del autor es uno de los métodos de organización de esta plataforma al mostrar sus resultados. Actualmente la mayor parte de los investigadores tienen perfiles en Google Scholar. La plataforma muestra métricas por

los artículos más citados, el índice h, cantidad de artículos y citas por años. Los autores de libros deben realizar su inclusión en la plataforma como forma de otórgale mayor visibilidad (Bravo y León, 2018).

LinkedIn es una red profesional orientada a hacer conexiones profesionales y de negocios. Permite publicar datos como experiencia, educación, páginas Web y recomendaciones, además de que permite establecer contacto con otros miembros enfocados a un ámbito profesional específico. El principal objetivo de LinkedIn es fomentar lo que llaman conexiones profesionales. La red social es considerada un curriculum online profesional. Los autores pueden utilizar la plataforma para comunicar su libro científico o docente (LinkedIn, 2018).

ResearchGate es una red social científica para científicos e investigadores cuya misión es conectar a investigadores y facilitarles compartir y acceder a sus publicaciones, conocimientos y experiencia. Es de acceso gratuito. Las publicaciones pueden ser agregadas por título, autor o DOI (digital object identifier). Los perfiles pueden seguir a otros perfiles y estos a su vez ser seguidos. Permite compartir publicaciones y ganar visibilidad, por lo que debe subirse el libro a la red social académica en acceso abierto o sin el texto completo en caso de que el mismo se esté comercializando.

Mendeley es un gestor de referencias gratuito y una red social académica que puede ayudar a organizar la investigación, colaborar con otros en línea y descubrir las últimas investigaciones. Es una aplicación Web libre de costo que permite gestionar y compartir publicaciones y referencias. Los autores pueden subir su producción científica a la red social y compartirla con otros mismos con el mismo interés profesional (Santamaría, 2014). Lo anterior identifica a Mendeley como una forma de promocionar la adquisición de textos académicos y científicos para la docencia.

Los repositorios, también conocidos como repositorios digitales, están constituidos por un conjunto de archivos digitales en representación de productos científicos y académicos que pueden ser accedidos por los usuarios. Su principal objetivo es recopilar, catalogar, gestionar, difundir, preservar y acceder a la información de forma sencilla. Un porcentaje alto de los repositorios están fundamentados en los ideales y objetivos del Open Access (Acceso Abierto). Pueden estar agrupados en directorios de repositorios. Los repositorios de acceso abierto a nivel global permiten a los investigadores la inclusión de sus libros en los mismos, aspectos que le otorgan mayor visibilidad (Royo, 2018).

La promoción en sitios Web de instituciones y asociaciones profesionales y docentes, es una de las formas idóneas para la obtención de resultados en materia de promoción de

lectura. El autor por su actividad profesional conoce las instituciones y asociaciones profesionales asociadas al libro que produjo. Contactar con colegas de las instituciones para la inclusión de reseñas y noticias otorgará mayor interés a los usuarios y clientes potenciales del libro. La publicación de notas en Web docentes y profesionales reconoce formalmente la obra en términos de calidad.

Los aspectos mencionados anteriormente se revierten en beneficios para la imagen digital de los investigadores. Aumentan su presencia en la Web, por lo que posee mayor visibilidad en las comunidades científicas y académicas. Las reseñas realizadas a los textos publicados por el investigador también pueden compartirse en las redes sociales donde tiene presencia, aumentando su prestigio como investigador.

Conclusiones

Los textos académicos y científicos para la docencia son indispensables en los procesos formativos. Tienen como objetivos contribuir a la formación de habilidades profesionales y favorecer la adquisición de conocimientos por parte de los estudiantes a los que están dirigidos. La socialización y promoción de los textos académicos y científicos para la docencia puede realizarse a partir de tres formas: presencial, a través de un intermediario y por medio de la citación.

La socialización de textos académicos y científicos para la docencia debe realizarse tanto en medios tradicionales como digitales. Los medios tradicionales más empleados para la promoción y socialización de los textos académicos y científicos para la docencia son los eventos especializados y en las ferias de ventas y exposición de libros. La Web es un medio indispensable para divulgar las publicaciones digitales, se recomienda el uso de redes sociales y académicas, los sitios Web profesionales y los repositorios.

Se plantearon los presupuestos para la realización de una promoción de lectura de textos académicos y científicos para la docencia tanto de forma presencial directa como indirecta. Se identifican los principales espacios de socialización de material científico y se enuncian las formas para la realización de la socialización de los libros de forma óptima.

Referencias bibliográficas

Álvarez, L. (2020). Libros divulgativos en la enseñanza de la física universitaria: comparación de metodologías (2007-2017). *Educación y Sociedad*, 18(1), 1-15.

- Artunduaga, R. (2018). Para una Historia de los Tratados y Manuales Técnicos. *Letras ConCiencia TecnoLógica*, 2(2018), 47-59.
- Bravo, D. & León, J. L. (2018). Divulgación de la investigación científica en el siglo XXI. *Universidad y Sociedad*, 10(3), 88-97.
- Castillo, A. (2018). Actitudes hacia la divulgación de la ciencia en la investigación académica. *Revista Reflexiones*, 97(1), 11-25.
- Chartier, R. (2018). Libros y lecturas. Los desafíos del mundo digital. *Revista de Estudios Sociales*, 64(6), 12-23.
- Chavarro, D. A. (2011). Revistas de acceso abierto: ¿cómo están contribuyendo a la diseminación del conocimiento científico? *Revista de la Universidad Odontológica*, 30(65), 89-96.
- Correira, D., & Sauerwein, I. (2017). As leituras de textos de divulgação científica feitas por licenciadas no estágio supervisionado em física. *Revista Brasileira de Ensino de Física*, 2(2017), 1-16.
- Dominguez, C. (2019). El reto de la Gestión Editorial de revistas Científicas, la “Endogamia” Editorial, y autoral. *Revista Científica de Ciencias Médicas*, 22(1), 1-2.
- Domínguez, J., Ruiz, E., Bárcenas, J., Tolosa, J., & Reyes, A. (2019). El libro electrónico en el entorno universitario: Problemática para su adopción. *Revista Internacional de Ciencias Humanas*, 8(1), 23-31.
- Dorfsman, M. I. (2015). La profesión docente en contextos de cambio: el docente global en la sociedad de la información. *Revista de Educación a Distancia*, 6(2), 2-23.
- Elsevier (2018). La revisión por pares de textos académicos. Recuperado de: http://elsevier.com/peer_review.html
- Garaicoa, E. (2015). Presencia Online: Definición. Recuperado de: <http://leccionesweb.com/presencia-online-definicion/>
- Garza, G. B. (2005). *La dimensión social y humana de la divulgación La comunicación de la ciencia y la tecnología. Una visión universitaria*. La Habana: Ministerio de Educación Superior de Cuba.
- Giusti, G., & Schulz, A. (2005). *Cultura científica, preparación profesional y formación integral de los estudiantes universitarios: debates en torno a un ideal de universidad y una posible contribución de educadores y comunicadores para la superación de un modelo en crisis*. La Habana: Ministerio de Educación Superior de Cuba.
- Griscti, S. (2018). Difusión del conocimiento científico: ¿acceso o endogamia? *Revista Enfermería y Cuidados Humanizados*, 7 (1), 14-26.
- Gros, B. (2015). La caída de los muros del conocimiento en la sociedad digital y las pedagogías emergentes. *E K S*, 16(1), 58-72.
- Guajardo, G., & Rivera, C. (2015). *Violencias contra las mujeres. Desafíos y aprendizajes en la Cooperación Sur-Sur en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Ediciones FLACSO-Chile.
- Jurado, A. A., y Sánchez, J. J. (2014). Adolescentes y las nuevas formas de relacionarse en la sociedad del conocimiento. *TEXTOS. Revista Interna-*

cional de Aprendizaje y Cibersociedad, 18(2), 1-14.

Kuhn, T. S. (1962). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.

LinkedIn. (2018). LinkedIn. Recuperado de: <https://www.linkedin.com>

Londoño, D. A., y Ospina, M. (2018). Comprensión y producción de textos escritos en instituciones de Educación Superior. *Revista Trilogía*, 10(18), 183-202.

Lucas, R., Castelló, L., Sixto, A., & González, J. (2018). Bibliometría e indicadores de actividad científica (VII). Indicadores cienciométricos en Web of Science. Funciones «Analyze results» y «Create citation report». *Acta Pediátrica Española*, 2(3), 34-45.

Marín, A., & López, L. (2005). *Divulgación para la democratización de la ciencia. El caso de la Universidad de Granada*. La Habana: Ministerio de Educación Superior de Cuba.

Mateo, J. L. (2006). Sociedad del conocimiento. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 182(718), 145-151.

Moreno, J. (2005). *Aproximación teórica a las bases epistemológicas de la comunicación de la ciencia y la tecnología*. La Habana: Ministerio de Educación Superior de Cuba.

Nassi, L. (2018). Radiografía de la publicación académica en acceso abierto y sus indicadores bibliométricos. Recuperado de: <https://blog.scielo.org/es/2018/02/09/radiografia-de-la-publicacion-academica-en-acceso-abierto-y-sus-indicadores-bibliometricos/#.Wx7ZZ25L3IU>

Núñez, J. (2011). El conocimiento entre nosotros: reflexiones desde lo social. *Temas*, 65(2011), 94-104.

Orduna, E., Martín, A. & Delgado, E. (2017). Google Scholar as a source for scholarly evaluation: a bibliographic review of database errors. *Revista Española de Documentación Científica*, 40(4), 176-185.

Paz, L. E., Peralta, M. J., & Hernández, E. A. (2016). Estudio bibliométrico de la Revista Centro Agrícola, Cuba. *e-Ciencias de la Información*, 6(2), 1-22.

Ramírez, M. S. (2015). Acceso abierto y su repercusión en la Sociedad del Conocimiento: Reflexiones de casos prácticos en Latinoamérica. *E K S*, 16(1), 103-126.

Reale, A. (2010). *El taller de lectura y escritura en el inicio de los estudios superiores*. Buenos Aires: Proyecto Editorial.

Regina, D., & Gaia, M. (2017). Participação social nos serviços públicos: caracterização do estado da arte por meio da bibliometria e da revisão sistemática. *REGE-Revista de Gestão*, 24(4), 12-25.

Repiso, R., Jiménez, E., & Aguaded, I. (2017). Revistas Iberoamericanas de Educación en SciELO Citation Index y Emerging Source Citation Index. *Revista Española de Documentación Científica*, 40(4), 1-13.

Royo, R. (2018). Las licencias Creative Commons como modelo normativo alternativo de protección de la propiedad intelectual: descripción y

análisis de su integración en el Derecho español. *Estudios Mercantiles*, 50(4), 14-22.

Santamaría, E. (2014). ¿Qué es Mendeley? Recuperado de: <http://www.cobdc.net/gics/?p=1057>

Solaz, J. (2010). La Naturaleza de la ciencia y los libros de texto de ciencias: Una revisión. *Educación XX1*, 13(1), 1-16.

Tonda, J. (2005). *¿Qué es la divulgación de la ciencia?* La Habana: Ministerio de Educación Superior de Cuba.

Trelles, I. (2005). *La comunicación de la ciencia y la tecnología. Una visión universitaria*. La Habana: Ministerio de Educación Superior de Cuba.

UNESCO. (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. Nueva York: UNESCO.

Torres, D., Ruiz, R., & Delgado, E. (2009). Google Scholar como herramienta para la evaluación científica. *El Profesional de la Información*, 18(2009), 114-127.

Vaganov, A., & Samsonov, A. (2015). Top 100 libros de divulgación científica de todos los tiempos en ruso. Recuperado de: <http://www.ecolife.ru/exlibris/41856/>

Zamarrón, G. (2005). *Posibles significados de divulgar la ciencia*. La Habana: Ministerio de Educación Superior de Cuba.

Zanotello, M., & Monteiro, M. (2013). Leitura de um texto de divulgação científica em uma disciplina de física básica na educação superior. *Revista Ensaio*, 15(3), 113-130.

Investigar para educar: Visões sem fronteiras

High Rate Consulting Co
www.highrateco.com



HIGH
RATE
CONSULTING