

Las redes sociales virtuales, también para la divulgación de la actividad científica

Autora de la reseña: Tania Lucía Cobos Cobos

Datos bibliográficos de la obra reseñada:
 Título completo: *Cómo divulgar ciencia a través de las redes sociales*
 Autor: Javi Polinario Montesinos
 Ciudad de publicación: El Ejido, Almería
 Editorial: Editorial Círculo Rojo
 Año: 2016
 Número de páginas: 494
 ISBN: 978-84-9140-413-2



Reseñado por: Tania Lucía Cobos Cobos. Doctora en Comunicación y Periodismo por la Universitat Autònoma de Barcelona. Docente de los programas de Comunicación Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar (Cartagena de Indias) y de la Universidad de la Costa (Barranquilla). E-mail: tcobos@utb.edu.co

Nos encontramos ante una obra didáctica escrita por un periodista especializado en redes sociales y comunicación digital que trabaja como responsable de la estrategia de comunicación 2.0 de una conocida universidad catalana, y cuyas experiencias y reflexiones en el área las deposita en este manual.

El libro consta de diez capítulos distribuidos a lo largo de 494 páginas que complementa con imágenes de ejemplo, otros recursos (Ej: El Apunte del/la Experto/a), y una generosa bibliografía. Utiliza un lenguaje sencillo y coloquial que facilita la comprensión del tema, especialmente para aquellos que no están relacionados en absoluto con el desarrollo de estrategias de comunicación y divulgación de la ciencia en ambientes digitales.

Su objetivo se enfoca en sentar las primeras bases para que los PDI o personal docente investigador, sean ellos mismos o a través de un equipo destinado para tal fin, visualicen el potencial y el impacto que puede tener la divulgación de su obra científica en estos espacios, tanto generalistas (Ej: Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram), como propios, un blog, sin dejar de lado las redes sociales específicas (Ej: ResearchGate, Academia.edu, Mendeley), planificando para ello una estrategia de publicaciones (texto, fotografías, imágenes, infografías, podcasts y vídeos) y de interacciones de diferente naturaleza con la audiencia.

Si bien, tal como destaca el autor, esta gestión demanda una dedicación de tiempo dentro del ya ajustado horario de los investigadores, además de que requiere una curva de aprendizaje y, tal vez, una inversión de dinero, y que, además, la exposición pública implica un riesgo, consi-

dera que las ventajas, beneficios y resultados positivos que pueden obtenerse superan a los mencionados riesgos. Algunos de ellos, por ejemplo, la obtención de recursos financieros a través de campañas de micromecenazgo o crowdfunding, networking con colegas geográficamente dispersos, y retroalimentaciones de otros investigadores o del ciudadano común que pueden tener utilidad.

La obra es sobre todo informativa en cuanto a qué es y cómo funciona cada una de estas redes sociales en internet, qué prácticas son recomendadas y qué comportamientos deben evitarse, cómo identificar a la audiencia, menciona herramientas y recursos de gestión, e incluso hace sugerencias de experimentación como impartición de clases vía Twitter o acciones atípicas en la academia como concursos. Al final, todo enfocado a la construcción y gestión de la llamada marca personal.

Entrando en sus aspectos débiles, un amplio interlineado y espaciado, así como una amplia sangría al margen izquierdo incrementan artificialmente el número de páginas. También hay presencia de algunos errores ortográficos (Ej: cuál), de digitación (Ej: aletas en vez de alertas) y de manejo de marca (Ej: Iphone en vez de iPhone). La forma de citar las fuentes no es la más adecuada teniendo en cuenta al público al que está dirigida la obra, un público que cita colocando los apellidos de los autores y el año de publicación del texto citado (Ej: Segado-Boj, Chaparro y Berlanga (UNIR), en vez de Segado-Boj, Chaparro y Berlanga (2014) de la UNIR), y finalmente, las secciones "Apuntes de el/la Experto/a" que aportan información complementaria, al estar estructurados como entrevistas e insertados al interior de los capítulos rompen el ritmo de la lectura.

En conclusión, la obra carece del "look and feel" de una edición profesional y requiere una labor editorial para darle mejor forma a su estructura y contenidos, aun así, para los PDI que por primera vez se acercan al tema, encontrarán información suficiente para hacer sus primeras experimentaciones.