

ARTICULO DE INVESTIGACIÓN ORIGINAL

Fecha de presentación: 05-01-2020 Fecha de aceptación: 18-02-2020 Fecha de publicación: 10-03-2020

PRINCIPIOS PARA SOCIALIZAR Y PROMOCIONAR LA LECTURA DE LIBROS CIENTÍFICOS CON FINES DOCENTES

PRINCIPLES FOR SOCIALIZING AND PROMOTING THE READING OF SCIENTIFIC BOOKS FOR EDUCATIONAL PURPOSES

Luis Ernesto Paz-Enrique¹, Eduardo Alejandro Hernández-Alfonso², Anieley Padrón-López³

¹Profesor adjunto del Departamento de Ciencias de la Información. Doctorando en Ciencias Sociológicas. Dirección de Información Científico Técnica. Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, Cuba. Correo: luisernestope@uclv.cu ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9214-3057>; ²Profesor adjunto del Departamento de Ciencias de la Información. Doctorando en Ciencias Sociológicas. Departamento de Extensión Universitaria. Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, Cuba. Correo: ealejandro@uclv.cu. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6446-1653>; ³Licenciada en Ciencias de la Información. Departamento de Ciencias de la Información. Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, Cuba. Correo: anpadron@uclv.cu ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2603-4263>

¿Cómo citar este artículo?

Paz Enrique, L. E., Hernández Alfonso, E. A. y Padrón López, A. (marzo-junio, 2020). Principios para socializar y promocionar la lectura de libros científicos y docentes. *Pedagogía y Sociedad*, 23 (57), 241-259. Recuperado de <http://revistas.uniss.edu.cu/index.php/pedagogia-y-sociedad/article/view/1045>

RESUMEN

Introducción: los Libros científicos con fines docentes o para el aprendizaje, muestran resultados de investigación, experimentos y contenidos que permiten a los estudiantes adquirir conocimientos. 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 científicos y docentes.

Objetivo: establecer los principios que deben regir la socialización y promoción de lectura de textos científicos con fines docentes.

Métodos: el presente estudio clasifica como descriptivo con aporte práctico. Para la obtención de resultados se emplearon métodos en los niveles teórico y empírico. En el nivel teórico se emplean los métodos analítico-sintético, histórico-lógico, inductivo-deductivo y sistémico-estructural. En el nivel empírico se emplea el análisis documental clásico.

Resultados: se plantean las formas y medios para la realización de una socialización y promoción de lectura de textos científicos con fines docentes tanto en el ámbito tradicional como en la web.

Conclusiones: la socialización de los libros científicos y docentes debe realizarse en los medios tradicionales como en los digitales. La socialización puede realizarse a partir de tres formas: presencial, a través de un intermediario y por medio de la citación. Los medios tradicionales más empleados para la promoción y socialización de los libros científicos para la docencia son los eventos especializados. En la web se recomienda el uso de las redes sociales y académicas, los sitios web profesionales y los repositorios.

Palabras clave: socialización de la ciencia; socialización del

conocimiento; promoción de lectura; libro científico; libro docente; documentación científica

ABSTRACT

Introduction: Scientific books for educational purposes show results of research, experiments and contents in general, which allow students to acquire knowledge. In the published scientific literature, there is a lack of papers explaining the means and ways which facilitate a correct socialization and reading promotion of scientific and teaching texts.

Objective: to establish the principles that should rule the socialization and reading promotion of scientific texts for educational purposes.

Methods: this study follows a descriptive approach with a practical input. Some methods from the theoretical and empirical levels were used. As an illustration, from the former: the analytical-synthetic, historical-logical, inductive-deductive and systemic-structural methods were adopted; and from the latter: the classical documentary analysis was implemented.

Results: the ways and means for the socialization and reading promotion of scientific texts for educational

purposes in both, the traditional and digital context are expounded.

Conclusions: the socialization of scientific books for educational purposes must be done in the traditional and digital media. Socialization can manifest in three ways: face-to-face, through an intermediary and through citation. The most used traditional means for the promotion and socialization of scientific books for educational purposes are the specialized events. While on the Web, the use of social and academic networks, professional websites and repositories is recommended.

Keywords: scientific socialization; knowledge socialization; reading promotion; scientific book; teaching book; scientific documentation

INTRODUCCIÓN

Generalmente los medios 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 libros científicos y docentes 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 libros científicos y docentes 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 libros científico-técnicos destinados a comunidades científicas específicas, los libros con fines docentes pueden ser de rápida

elaboración, socialización y distribución. Lo anterior es reflejado en los estudios de Chartier (2018) y Domínguez, et al. (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 libros científicos con fines docentes se crean en el seno de las universidades, fundamentalmente para las asignaturas del currículo optativo que carecen de un cubrimiento bibliográfico. Lo anterior no permita a los estudiantes que puedan contar con un material especializado que facilite el aprendizaje. La construcción de un libro 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. 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 científicos y docentes. El presente estudio está enfocado en establecer los principios que deben regir la socialización y promoción de lectura de textos científicos con fines docentes.

MARCO TEÓRICO O REFERENTES CONCEPTUALES

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 identificado por los investigadores Garza (2005) y Giusti y Schulz (2005). 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 posicionadas en grupo uno 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 que no ofrecen acceso libre al conocimiento. La sociedad actual ha sido denominada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 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. Esta denominación 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).

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.

METODOLOGÍA EMPLEADA

El presente estudio clasifica como descriptivo con aporte práctico. Se enfoca en identificar los presupuestos necesarios que permitan realizar una promoción de textos científicos y docentes tanto en el ámbito tradicional como en la web. La investigación examina las posibles formas que permiten socializar los resultados de investigación una vez publicados. Para la obtención de resultados se aplican métodos en los niveles teórico y empírico.

En el nivel teórico se emplean los métodos analítico-sintético, histórico-lógico, inductivo-deductivo y sistémico-estructural. En el nivel empírico se emplea el análisis documental clásico a partir de la consulta de fuentes y bases de datos especializadas sobre las temáticas que se abordan. La técnica empleada fue la revisión de documentos. Esta facilita la localización de referentes teóricos sobre la temática en cuestión a partir de un exhaustivo análisis documental.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

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. La promoción puede realizarse de tres formas:

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 libros científicos y académicos y los espacios se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1: Formas de promoción de libros científicos y académicos

Formas de promoción de libros científicos y académicos		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

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. Varios investigadores 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.

		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

Se reconoce la forma de promoción de lectura presencial directa como la más relevante y efectiva. 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 libros científicos y docentes se crean para comunidades científicas especializadas.

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). El sujeto de la ciencia no es el científico por sí solo, sino el conjunto de científicos que comparten un paradigma: una comunidad científica

(Torres, 1962 como se citó en 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. La promoción presencial directa 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 libros científicos y docentes 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 libros científicos y docentes 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 presentación. 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 de 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 científicos y docentes 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 menor cantidad de texto posible. Debe servir para ilustrar e 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 ligada 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 libros científicos y docentes 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 libros científicos y docentes. 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 libros científicos y docentes. En Youtube se evidencia un creciente aumento de canales para la

divulgación de aspectos científico-técnicos 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.

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).

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.

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.

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 libros científicos y académicos.

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.

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.

CONCLUSIONES

Los libros científicos y docentes 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 los medios tradicionales como en los digitales. La socialización y promoción de los libros científicos con fines docentes puede realizarse a partir de tres formas: presencial, a través de un intermediario y por medio de la citación.

Los medios tradicionales más empleados para la promoción y socialización de los libros científicos para la docencia 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 plantearon los presupuestos para la realización de una promoción de lectura de libros con fines docentes 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

- 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.
- Chartier, R. (2018). Libros y lecturas. Los desafíos del mundo digital. *Revista de Estudios Sociales*, 64(6), 12-23.
- Domínguez, J., Ruiz-Velasco, E., Bárcenas, J., Tolosa, J., y 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.
- 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, Cuba: Ministerio de Educación Superior de Cuba.
- Giusti, G., y 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, Cuba: Ministerio de Educación Superior de Cuba.
- 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., y 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 Internacional de Aprendizaje y Cibersociedad*, 18(2), 1-14.
- Lucas, R., Castelló, L., Sixto, A., y González, J. (2018). Bibliometría e indicadores de actividad científica (VII). Indicadores cuantitativos en Web of Science. Funciones «Analyze results» y «Create citation report». *Acta Pediátrica Española*, 2(3), 34-45.
- Marín, A. y López, L. (2005). *Divulgación para la democratización de la ciencia. El caso de la Universidad de Granada*. La Habana, Cuba: Ministerio de Educación Superior de Cuba.
- Mateo, J. L. (2006). Sociedad del conocimiento. *ARBOR Ciencia*,

- Pensamiento y Cultura*, Regina, D. y Gaia, M. (2017). 182(718), 145-151.
- Moreno, J. (2005). *Aproximación teórica a las bases epistemológicas de la comunicación de la ciencia y la tecnología*. La Habana, Cuba: Ministerio de Educación Superior de Cuba.
- Núñez, J. (2011). El conocimiento entre nosotros: reflexiones desde lo social. *Temas*, 65, 94-104.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. Nueva York: Autor
- Paz, L. E., Peralta, M. J. y Hernández, E. A. (2016). Estudio bibliométrico de la Revista Centro Agrícola, Cuba. *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.
- 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.
- Santamaría, E. (2014). *¿Qué es Mendeley?* Recuperado de <http://www.cobdc.net/gics/?p=1057>
- Tonda, J. (2005). *¿Qué es la divulgación de la ciencia?* La Habana, Cuba: Ministerio de Educación Superior de Cuba.
- Trelles, I. (2005). *La comunicación de la ciencia y la tecnología. Una visión universitaria*. La Habana, Cuba: Ministerio de Educación Superior de Cuba.
- Zamarrón, G. (2005). *Posibles significados de divulgar la ciencia*. La Habana: Ministerio de Educación Superior de Cuba.
- Torres, D., Ruiz, R., y Delgado, E. (2009). Google Scholar como herramienta para la evaluación científica. *El Profesional de la Información*, 18, 114-127.

Pedagogía y Sociedad publica sus artículos bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

