

## Los científicos y los medios sociales

Los medios sociales, como Facebook y Twitter, pueden facilitar la comunicación directa entre los expertos y el público más que los medios tradicionales permitieron en el pasado.

Kate Kahle et al. 2016

*Footprints of Fascination: Digital Traces of Public Engagement with Particle Physics on CERN's Social Media Platforms*

Mientras que los medios sociales mantienen hipnotizada al común de la gente, quien los utiliza en simplezas absurdas hasta en cosas complejas, y a menudo la impulsa a servirse de ellos para cosas prácticas de impacto como la movilización de ayuda en casos de desastre o el monitoreo de cultivos en campos agrícolas, en la comunidad científica ocurre lo opuesto: persiste la desconfianza y la idea de que los medios sociales son un ocioso e inútil pasatiempo. Algunos investigadores piensan que las redes sociales especializadas –como academia.com o researchgate.net, entre otras– para uso exclusivo de la comunidad científica, bastan para cubrir sus necesidades. Pero las redes sociales de uso común son muy diferentes a las redes sociales que utilizan los científicos, y tienen muchísimo más alcance. En México, de acuerdo al artículo “*El uso de los Medios Sociales en Ciencia por los Científicos Mexicanos*” que se presenta en este número, sólo el 38% de los miembros del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) de una muestra observada, tiene una o más cuentas, pero sólo el 4% utiliza sus cuentas –ya sean Facebook, Twitter, LinkedIn, sitios web o blogs–, de manera profesional. La mayoría de los que tienen una o más cuentas las utilizan para asuntos personales o de plano no las han movido en años. Quizá también sea que el modo formal de comunicación que se aprende en la ciencia los inhibe a usar los medios sociales para establecer una comunicación con audiencias no científicas. Entre tanto, como señalan Daly & Haney en “*55 interesantes maneras de comunicar tu investigación*” (2014), la comunicación de la ciencia por quienes la producen, comunicación tanto adentro como afuera de la academia, ahora tiene que agarrarse de los medios sociales; de otra forma, los investigadores que no los aceptan y/o no aprendan a utilizarlos corren el riesgo de que las nuevas generaciones los dejen al margen a la vuelta de la siguiente década.

*Victoriano Garza Almanza*