

Reflexiones sobre cómo “llegar a esos ‘otros’”

Manuela Triviño-Monar¹ 

<https://doi.org/10.18046/rece.i40.5947>

Diego A. Garzón-Forero; María Elvira Jaramillo-Cabanzo; Santiago Aparicio-Camacho (eds.) (2021). *Llegar a esos “otros”. Negociando los chistes internos de la academia*. Bogotá: Universidad del Rosario, 290 págs.

Llegar a esos “otros”. Negociando los chistes internos de la academia es un libro que, en palabras concisas, se cuestiona la forma y los modelos en los que se transmite el conocimiento a públicos no académicos. Para esto, presenta ejemplos de formatos, narrativas, herramientas y reflexiones útiles en la comunicación y divulgación del conocimiento, con el fin de que, quienes lean, puedan no solo evidenciar que se requieren otras formas de comunicar los resultados de investigación, sino que, además, exploren y diferencien, desde las experiencias de los y las autoras, nuevas herramientas para la difusión de lo que se produce en el ámbito académico.

El libro fue editado por Diego A. Garzón-Forero, María Elvira Jaramillo-Cabanzo y Santiago Aparicio-Camacho, y se encuentra dividido en tres apartados, cada uno compuesto por tres capítulos. El primer apartado se titula “Enseñar y practicar para divulgar, comunicar e investigar”, y en este se presenta el caso de *Antropovoces*, un pódcast y programa radial que nació en el semillero de Antropología y Medios de la Universidad del Rosario, como un intento de explorar otros canales de difusión y apropiación del contenido antropológico. Los autores narran la experiencia de construir estos espacios desde los ejercicios de adaptación y traducción de temas, propios de las ciencias sociales, sumando las experiencias de profesionales, estudiantes y comunidades.

Para esto, reflexionan sobre la importancia de repensar las formas de divulgar el conocimiento, partiendo de que el mundo académico se ha valido especialmente de los textos, pero la integración de fotos, videos, pódcast, entre otros, permite complementar y aportar al entendimiento social.

1. Universidad Icesi, Cali, Colombia.

En el siguiente capítulo, Marisol Cano Busquets y Maryluz Vallejo Mejía pretenden contribuir a la democratización del conocimiento científico desde la academia, trayendo a colación las similitudes que existen entre los periodistas y los científicos, como el hábito de hacerse preguntas, la curiosidad, la búsqueda de posibles verdades, asuntos que dan sentido a la nueva Maestría de Periodismo Científico de la Pontificia Universidad Javeriana.

A lo largo del capítulo presentan sinergias, corrientes de periodismo que se acercan a la ciencia, así como metodologías y campos de acción del periodismo científico. De igual forma, las autoras dialogan con las tensiones, producto del escepticismo con el que algunos científicos miran el periodismo, con el fin de generar interacciones que sean amistosas y razonables entre ambas partes.

“En propia voz. Otras formas de expresión del conocimiento antropológico”, Julio Zino narra tres experiencias: dMagaZines, relatos digitales personales y pódcast, que se enmarcan en dos asignaturas de contenido antropológico en la Universidad de Barcelona. El autor plantea una serie de cuestionamientos que lo lleva a orientar su práctica docente con un enfoque que, en sus palabras, busca conectar la experiencia personal con la teoría, a la vez que rompe fórmulas institucionalizadas en las que la transferencia de conocimiento se presenta de forma unidireccional docente-estudiante.

El segundo apartado “Formatos, canales y narrativas: diferentes formas de divulgar”, inicia con el capítulo “De 80 estudiantes por semestre a más de 144 000. MOOC sexualidad... mucho más que sexo”. En este, Ángela Rojas sumerge al lector en el mundo de los Massive Open Online Course (MOOC), partiendo de su historia y respondiendo qué son, cuál es su importancia, las claves para su realización, sus alcances, retos y limitaciones; a partir del análisis de la experiencia del MOOC Sexualidad... mucho más que sexo, diseñado por el grupo Familia y Sexualidad, del Departamento de Psicología de la Universidad de los Andes.

Aquí, el lector podrá encontrar la estructura general para crear un MOOC, y respuestas clave a por qué la necesidad de un MOOC sobre este tema, cómo desarrollar uno, por qué divulgar el conocimiento a través de esta herramienta, sumado a reflexiones importantes sobre las limitaciones y los retos que tiene para aportar a cerrar brechas del conocimiento, especialmente en Colombia.

El segundo capítulo narra las reflexiones y preguntas que llevaron a Giselle Figueroa a pensarse formas alternativas para divulgar el conocimiento antropológico, con el objetivo principal de aumentar el impacto y la aplicabilidad de esta disciplina en la transformación social. A lo largo del capítulo, la autora cuenta las razones que la llevaron a crear el Laboratorio de Antropología Abierta (LAAB), una organización sin ánimo de lucro que busca popularizar y democratizar la antropología. Asimismo, acerca al lector a los proyectos que ha desarrollado el

LAAB, los resultados encontrados, sus procesos, propuestas y cuestionamientos. Dialoga alrededor de la experiencia, el trabajo y el pensamiento antropológico, sobre los retos de pensarse una antropología abierta, digital, que permita la libre circulación de la producción académica, la generación de transformaciones sociales y la exploración de públicos infantiles para la antropología.

Mark Hau y Júlia Reig, por su parte, se enfocan en el uso del blog como medio de difusión del conocimiento antropológico, para esto, cuentan la experiencia de su propio blog: *Antropocon* (Antropología contemporánea), una idea que nació con la intención de facilitar la discusión y colaboración sobre la antropología aplicada y cómo ser antropólogo en el mercado laboral.

Hau y Reig pretenden, a través de este blog, construir puentes entre la antropología académica y la aplicada, para mostrar que es posible conseguir trabajo como antropólogos y crear un espacio de colaboración. *Antropocon* les ha permitido explorar formatos y otras redes como formas de publicidad, repensarse ideas, reflexionar sobre cómo se comunica la antropología con su audiencia, y alrededor del contenido y el futuro que quieren construir.

El tercer y último apartado se titula “El papel activo del divulgador”, e inicia con el capítulo de Juana Silva, en el que se resalta el papel de la traducción en el siglo XXI, como parte de una sociedad cada vez más globalizada. Aquí, Silva se sumerge en la traducción de la literatura infantil y juvenil, dando un contexto histórico y narrando cuáles son las tensiones y las negociaciones que debe hacer el traductor en su rol como mediador para, finalmente, brindar las estrategias de traducción de este tipo de literatura.

En el segundo capítulo, Rafael Nieto hace algunas reflexiones sobre las dificultades que ha logrado identificar para la divulgación del conocimiento científico y para la promoción de las publicaciones académicas. En esta línea, el autor destaca la evolución que han tenido las oficinas de mercadeo en las editoriales universitarias latinoamericanas que, en muchos casos, han replanteado su forma de dar a conocer la producción científica y académica.

Desde su experiencia en la Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Nieto describe las estrategias que han desarrollado, unas más exitosas que otras, para llevar sus publicaciones a un público más amplio y diverso. La incursión en redes sociales; la creación de catálogos electrónicos, programas de radio universitaria, pódcast, video en YouTube; y la participación en las diferentes ferias regionales del libro, son algunas de las experiencias que aquí se narran.

Finalmente, Adolfo Abadía propone una serie de reflexiones, incluso recomendaciones, para la edición de una revista científica. El autor parte de su experiencia y sus aprendizajes como editor, miembro de comités de revistas y como asistente editorial de algunas publicaciones periódicas, para brindar al lector

algunas claves para iniciar la edición de una revista, y aportar en la consecución de artículos y editores invitados, para alcanzar un impacto en el mediano plazo.

Construir un plan de acción, considerar números abiertos temáticamente, la entrega de comentarios profundos y detallados en las declinaciones de los artículos, son algunas de las estrategias que brinda Abadía a sus lectores, advirtiéndolo, de primera mano, que el rol de editor no es fácil y, por ello, busca que quienes editan no mueran en el intento.

Manuela Triviño-Monar

Correo electrónico: manueela.t@gmail.com