

Universidad de Granada acercó su ciencia a más de 1.550 millones de personas

La Universidad de Granada ha emitido este año más noticias científicas que nunca, información con la que ha superado una audiencia de 1.550 millones de personas según un informe que cifra el impacto económico de esta divulgación en más de 20 millones de euros en términos publicitarios.

La institución académica ha publicado en 2020 cerca de 200 noticias científicas relacionadas con investigaciones llevadas a cabo en la institución, una cifra que supera los registros anteriores y que ha supuesto un impacto económico de casi 20 millones de euros en términos publicitarios equivalentes para la institución.

Además, solo en España estas noticias científicas han tenido una audiencia bruta de más de 1.550 millones de personas que han conocido el trabajo de los científicos de la institución académica gracias a esta labor de divulgación, según ha informado la Universidad en un comunicado.

Todos estos datos se extraen de un informe elaborado por la Oficina de Gestión de la Comunicación y la Unidad de Cultura Científica, que ha analizado todas las notas de prensa sobre resultados científicos hasta este lunes.

Según este informe, se han duplicado la audiencia bruta (pasando de 612 millones de personas a 1.550) y el impacto económico en términos publicitarios, que pasa de 8,3 millones de euros a 19,9.

Según los datos facilitados por la agencia de medición de audiencias Kantar Media, en este período de tiempo las investigaciones difundidas por la Universidad de Granada aparecieron en 758 medios de comunicación impresos, en medio centenar de piezas informativas en radio y otras tantas de televisión .

Además, las noticias científicas aparecieron en 3.189 portales web durante este año, y en más de 13.000 perfiles de redes sociales, principalmente Twitter y Facebook.

Durante este año, la noticia científica con mayor difusión fue un estudio sobre los contactos que se podrían dar en los colegios cuando comenzara el curso escolar durante la pandemia, que tuvo una audiencia bruta de 89,7 millones de personas.

En lo que a difusión internacional se refiere, la Universidad apareció en medios de comunicación de todo el mundo, destacando la difusión en países como Estados Unidos, Reino Unido o Brasil.

Estas noticias científicas se divulgan, en sus versiones en inglés y español, a través de importantes agencias internacionales de comunicación.

Una de las noticias que más impacto mediático ha tenido en el extranjero durante este año ha sido un estudio que señalaba que hace casi 4.000 años ya existían trabajos especializados por sexos y algunas tareas solo las realizaban las mujeres.