



Las noticias científicas de la UGR alcanzan en un año una audiencia de más de 612 millones de personas

18/11/2016

Un informe elaborado por la Oficina de Gestión de la Comunicación revela que la difusión de los resultados de las investigaciones de la UGR durante el curso 2015/2016 reportó a la institución un impacto económico de más de 8,3 millones de euros en términos publicitarios equivalentes

El avance científico que más repercusión mediática tuvo fue la patente de un nuevo fármaco eficaz frente al cáncer de mama, colon y melanoma de los profesores Juan Antonio Marchal y Joaquín Campos**

La **Universidad de Granada (UGR)** ha generado en solo un año un total de 108 noticias científicas relacionadas con investigaciones llevadas a cabo en la institución, que reportaron a la misma un impacto económico de más de 8,3 millones de euros en términos publicitarios equivalentes.

Así, la **UGR** envió a los medios de comunicación una media de 2 noticias científicas a la semana que, solo en España, tuvieron una audiencia bruta de más de 612 millones de personas, que conocieron el trabajo de los científicos de la institución académica gracias a esta labor de divulgación.

Son algunos de los datos que se extraen de un informe elaborado por la Oficina de Gestión de la Comunicación y la Unidad de Cultura Científica de la **UGR**, en el que se han analizado todas las notas de prensa sobre resultados científicos que generó la propia institución durante el curso académico 2015-2016.

Según los datos facilitados por la agencia de medición de audiencias Kantar Media, en este período de tiempo los científicos de la **UGR** aparecieron en 721 medios de



comunicación impresos, en 79 piezas informativas en radio y en 77 de televisión (emisoras autonómicas y nacionales, sin incluir las locales).

Además, las noticias científicas de la **UGR** aparecieron más de 4300 veces en medios de comunicación digital durante el curso pasado, y más de 6500 en perfiles de redes sociales. En este último apartado, más de 32 millones de personas conocieron los últimos avances científicos de la **Universidad de Granada** a través de Facebook y Twitter, según Kantar Media.

Las noticias científicas del año

Durante el curso académico 2015/2016, el avance científico llevado a cabo en la **UGR** que más repercusión mediática tuvo fue la patente de un nuevo fármaco eficaz frente al cáncer de mama, colon y melanoma, llevada a cabo por los profesores Juan Antonio Marchal y Joaquín Campos. Esta noticia, en sus distintas versiones, tuvo una audiencia de más de 77 millones de personas solo en nuestro país, y generó un impacto económico en términos publicitarios de más de 1,4 millones de euros.

Las otras investigaciones de la **UGR** que más difusión mediática alcanzaron durante el curso 2015/2016 fueron el primer trasplante de piel creada con células del propio paciente, en el que participaron los catedráticos de Histología Miguel Alaminos y Antonio Campos (la noticia tuvo una audiencia de 29,2 millones de personas), y el desarrollo de un método objetivo basado en la termografía para saber si una persona está o no enamorada, llevado a cabo por científicos del Centro de Investigación Mente, Cerebro y Comportamiento (con una audiencia de 10 millones de personas).

En lo que a difusión internacional se refiere, las investigaciones de la **UGR** aparecieron en medios de comunicación de todo el mundo, destacando, por este orden, la difusión en países como Estados Unidos, Reino Unido, Brasil y Australia. Estas noticias científicas se divulgan, en sus versiones en inglés y francés, a través de importantes agencias internacionales de comunicación.

Correr descalzo

Una de las noticias que más impacto mediático tuvo en el extranjero durante el curso 2015/2016 fue un estudio que demuestra que correr descalzo ayuda a optimizar la técnica y reduce el riesgo de lesiones, realizado por investigadores del departamento de Educación Física y Deportiva de la **UGR**.

La información de esta noticia publicada por la Oficina de Gestión de la Comunicación (OGC) de la **UGR** apareció en casi un centenar de medios de todo el mundo.

<http://secretariageneral.ugr.es/>

El director de Comunicación de la **UGR**, José Ángel Ibáñez, destaca la importancia de la difusión mediática lograda por la institución en los últimos años, “fruto de la firme apuesta por la investigación y por la divulgación científica que nuestra universidad viene realizando”.

Por su parte, el periodista Carlos Centeno, responsable de las noticias de divulgación científica de la **UGR**, afirma que la difusión a través de los medios de comunicación de las investigaciones que se realizan en la institución “nos ayuda a acercar el trabajo de los investigadores a la sociedad, y a generar imagen de marca de la **Universidad de Granada** en todo el mundo”.

Contacto:

José Ángel Ibáñez Zapata

Director de la Oficina de Gestión de la Comunicación de la **UGR**

Teléfono: 958 240 970

Correo electrónico: LINK: --LOGIN--95949e03f7b37c1f97dcb28eb7d8c47eugr[dot]es -
> --LOGIN--95949e03f7b37c1f97dcb28eb7d8c47eugr%5Bdot%5Des

Carlos Centeno Cuadros

Oficina de Gestión de la Comunicación – Unidad de Cultura Científica de la **UGR**

Teléfono: 958 24 42 78

Correo electrónico: LINK: --LOGIN--c6eea96f0c4fb5dc90e6ad5cd6d326d3ugr[dot]es -
> --LOGIN--c6eea96f0c4fb5dc90e6ad5cd6d326d3ugr%5Bdot%5Des