



# ¿A quién le interesa



**Mara Brugés Polo**

*Periodista científica.*

*Dirección de Investigación  
e Innovación. Universidad  
del Rosario*

Una selección de artículos científicos elaborados en la Universidad del Rosario y publicados en un reconocido medio de comunicación nacional permitió establecer que, en principio, la gente sí lee sobre ciencia.



# LA CIENCIA?

Un ejercicio de divulgación científica realizado por la Universidad del Rosario infirió, que a los colombianos sí les interesan los temas de ciencia, lo cual rompe un poco antiguos paradigmas como que la ciencia es aburrida, no se entiende y es un tema solo para expertos, frases ampliamente conocidas, sobre todo, entre finales y principios del nuevo siglo.

Ahora parece que todo es diferente. Durante cuatro meses, la Oficina de Prensa y la Dirección de Investigación e Innovación de la Universidad del Rosario se dieron a la tarea de coordinar la construcción de nuevos contenidos de divulgación que explicaran temas de interés para la sociedad, pero partiendo de resultados de investigación.

Con este objetivo, salieron a la luz pública ocho informes especiales, concebidos bajo la estrategia de divulgación *Universidad, ciencia y desarrollo*. Cada uno de estos contó con varias piezas periodísticas, entre artículos, videos, programas radiales e infografías que, además de ser publicados en la web de la institución, fueron registrados parcialmente entre los contenidos de [eltiempo.com](http://eltiempo.com).

Un detallado seguimiento a estas ocho publicaciones nos devuelve la esperanza, porque, pese a todas las vicisitudes que vive la ciencia en Colombia, con recortes en el presupuesto o falta de reconocimiento o apoyo estatal, todavía hay quienes piensan que el conocimiento científico sí importa, y no son necesariamente investigadores o miembros de la academia.

## Las variables a favor de la ciencia

Existen muchas alternativas para adelantar estudios de percepción pública de la ciencia; sin embargo, en su mayoría requieren el análisis de variables que, a su vez, implican tiempo y un trabajo minucioso para disponer de suficiente información.

Ese no fue el alcance de esta actividad, pero sí lo era determinar, en primera instancia, si un contenido podía ser importante o no para la audiencia de un medio de comunicación. En ese sentido, se analizaron tres variables (número de lectores, tiempo de lectura y artículos compartidos), que permitieron establecer una aproximación de los intereses de los lectores a partir de un ejercicio temporal de divulgación científica.

El número de lectores que en promedio visita un artículo de *eltiempo.com* está entre los 2000 y 2500. ¿Qué pasa si estos números aumentan? ¿Se podría decir que el interés en el tema sobrepasó las expectativas? Los artículos publicados por la Universidad del Rosario fueron leídos, en promedio, por 5538 personas, cifra que dobla el número aportado por el medio. ¿Dónde está la clave, entonces? Probablemente en los contenidos: noticias frescas, atractivas, cercanas a la gente y explicadas por expertos.

La segunda variable, tiempo de lectura, hace referencia a los minutos que un lector puede tardar en revisar un artículo. Dos minutos y medio es un buen tiempo que, según el periódico, puede dedicar una persona. En las publicaciones realizadas por la institución educativa

el promedio de lectura se ubicó en algo más de cuatro minutos —nuevamente por encima del promedio general— y podría pensarse entonces que la gente sí consultó toda la información.

La última variable, artículos compartidos, esto es, la “viralidad” de un artículo, se determina por el número de veces que es compartido en las redes sociales. Entre 90 y 150 veces se puede decir que es un tema medianamente relevante, y entre 200 y 300 veces es coyuntural y “del interés de la audiencia”. Los temas de *Universidad, ciencia y desarrollo* alcanzaron más de 400 compartidos; de hecho, la publicación sobre zika tuvo una cifra de 1049 veces, algo que, sin duda, resultó ser novedoso para el público objetivo.

Este ejercicio de divulgación científica deja grandes enseñanzas, entre ellas que la ciencia podría dejar de ser la “cenicienta de los medios” y volver a ocupar un lugar destacado dentro de las noticias, como alguna vez sucedió cuando varios medios de comunicación nacionales y regionales tenían un espacio permanente para este tipo de información. La excusa de que la “ciencia no vende” o “no es interesante para el público” podría reevaluarse con temas bien tratados, con información rigurosa y en formatos amigables que le permitan al receptor entender el porqué y el para qué de la ciencia, que no es otro que mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos a partir de la constancia y la investigación desde distintas áreas del conocimiento. El reto sigue siendo compartido: periodistas, investigadores y medios deben retomar el diálogo y ¡publicar!



Tema	Cantidad de lectores	Tiempo de lectura	Compartidos
Pensiones	3727	3,70	92
Discriminación de mujeres	3234	2,80	528
Leishmaniasis	7497	3,51	591
Farc	6005	5,21	554
Zika y Guillain-Barré	5058	5,12	1049
Asesinos y violadores en serie	8296	6,07	90
Derecho del mar	8477	4,65	No disponible
Pedagogías para la paz	2007	3,50	89
<b>Total</b>	<b>44.301</b>	<b>34,56</b>	<b>2993</b>
<b>Promedio</b>	<b>5538</b>	<b>4,32</b>	<b>427</b>

