



El papel de HIPÓTESIS magazine en la divulgación científica universitaria y análisis de impacto

The role of HIPÓTESIS magazine in academic popular science and an analysis of its impact

Eric C. González Torres (alu0100898074@ull.edu.es)

Tutorizado por Néstor V. Torres Darias, Juan José Martín

La divulgación científica es cada vez más importante en las sociedades modernas donde abundan las pseudociencias y las conspiraciones. Es deber de las comunidades científica y periodística combatir este problema tarea en la que las universidades tienen un papel que desempeñar. Consciente de ello, el año 2018, la Universidad de La Laguna puso en marcha un proyecto de divulgación, el magazine HIPÓTESIS, que pretende ser algo más que una revista digital al uso, al servicio de la transmisión al público en general de la ciencia y la investigación (sin distinguir entre disciplinas e incluyendo a las humanidades) que se hace dentro y fuera de la institución y con un especial interés por la diseminación del pensamiento crítico. En este trabajo se aborda el análisis de las características generales de revistas similares que junto con la evaluación del impacto público que ha tenido HIPÓTESIS en su público, servirá de base para evaluar la posición que ocupa en el panorama nacional de la divulgación universitaria de la Ciencia y las posibles estrategias que podría adoptar de cara a consolidarla y mejorarla.

Resumen

Popular science has proved to be very important nowadays in our society, where conspiracies and pseudo-sciences are very common. Scientific and periodistic communities have the duty to combat these problems and the role of the University on this matter has been discussed already. Recently in 2018, the University of La Laguna put on the line a divulgation project. HIPÓTESIS pretends to be more than a digital magazine, conveying Science and Investigation (without frontiers between specialties, including the Humanities) to the major public. By the analysis similar magazines along with the assessment of HIPÓTESIS' public impact. We will have a basis to evaluate the current situation of the project on the universities Science divulgation national scene and propose a few strategies the magazine could take in the future to be better and consolidate itself.

Abstract

Palabras clave

HIPÓTESIS,
Divulgación científica,
DAFO

Key words

HIPÓTESIS
Divulgation
SWOT
Scientific communication

Índice

1. Introducción.....	1
2. Objetivos.....	3
3. Material y Métodos.....	4
3.1. Revisión de las publicaciones universitarias de divulgación científica de España.....	4
3.2. Encuesta sobre el impacto público de HIPÓTESIS.....	4
Primer bloque. Características sociodemográficas.....	4
Segundo bloque. Nivel de interés en divulgación científica.....	5
Tercer bloque. Preguntas sobre HIPÓTESIS.....	5
3.3. Análisis DAFO de HIPÓTESIS Magazine.....	5
4. Resultados.....	6
4.1. Revisión de las revistas universitarias de divulgación científica españolas.....	6
4.2. Encuesta sobre el impacto de HIPÓTESIS.....	10
Primer bloque. Características sociodemográficas.....	11
Segundo bloque. Nivel de interés en divulgación científica.....	13
Tercer bloque. Preguntas sobre HIPÓTESIS.....	15
5. Discusión y conclusiones.....	18
5.1. Matriz DAFO de HIPÓTESIS.....	18
Fortalezas.....	18
Debilidades.....	19
Oportunidades.....	19
Amenazas.....	20
5.2. Estrategias para el éxito de HIPÓTESIS.....	20
Primera estrategia. Igualar la oferta para navegadores web.....	20
Segunda estrategia. Campaña promocional.....	21
Tercera estrategia. Reclutamiento de colaboradores.....	21
5.3. Conclusiones Finales.....	22
6. Referencias bibliográficas.....	23

1. Introducción

Una de las mejores definiciones sobre la divulgación científica que se han elaborado viene dada por F. De Lionnais en la Asociación de Escritores Científicos de Francia, en el año 1958:

“Lo que entendemos por Divulgación Científica es precisamente esto: toda actividad de explicación y difusión de los conocimientos, la cultura y el pensamiento científico y técnico, bajo dos condiciones, con dos reservas: la primera es que estas explicaciones y esa difusión del pensamiento científico y técnico sean hechas fuera de la enseñanza oficial o de enseñanzas equivalentes... . La segunda reserva es que estas explicaciones extraescolares no tengan por fin formar especialistas, ni tampoco perfeccionarlos en su propia especialidad, ya que, por el contrario, reivindicamos completar la cultura de los especialistas fuera de su especialidad” ([M.BelenguerJané,2003](#)).

Este planteamiento refleja el hecho de que la divulgación científica debe estar dirigida a todo el mundo sin importar el nivel de formación que tengan. Ya que aunque la divulgación, para que sea efectiva, conlleva necesariamente un cierto grado de formación en su público, su finalidad no es ocupar el lugar de la formación básica en Ciencias, sino nutrir la cultura y la curiosidad de sus lectores por temas que no necesariamente conocían. Por esto mismo, la divulgación científica no debe limitarse a retransmitir información sobre determinadas áreas del conocimiento científico al público, ni trivializar o esquematizar en exceso los fundamentos de la información que pretende transmitir.

Una de las claves del periodismo especializado consiste en comunicar conocimientos que de otra manera no serían entendibles para el lector promedio, sin dejar de lado los criterios de claridad y concisión comunes a todo tipo de periodismo ([C. Herrero Aguado, 1997](#)). Esto resulta especialmente importante en el caso de la divulgación científica ya que, con frecuencia, los temas que aborda requieren de explicaciones para que el gran público pueda entenderlas.

En la actualidad, uno de los mayores problemas que afronta nuestra sociedad es el distanciamiento intelectual de gran parte de la población con respecto a los avances en el mundo de la ciencia. Algunos ejemplos servirán para ilustrar esta afirmación. Es el caso del auge de movimientos como el terraplanismo, los antivacunas o los defensores de pseudociencias como la homeopatía, entre tantas otras. Citando a Manuel Toharia:

Introducción

“La misión tradicional de la Universidad se ejerce a través de dos tareas esenciales: la docencia y la investigación. Pero pocas veces se habla de una tercera función quizá tan importante como aquéllas y, en estos momentos, quizá aún más importante: la comunicación pública de los saberes que vamos acumulando. Muy especialmente, en el campo de lo que solemos llamar «ciencia», que incluye no sólo los conceptos teóricos y prácticos, cuyo número sigue creciendo aceleradamente, sino también los productos finales que llegan a la sociedad en forma de avances tecnológicos de cualquier orden. Nunca como ahora fuimos tan dependientes de la ciencia y la tecnología; nunca como ahora fuimos más ignorantes respecto a aquello que nos hace la vida mejor y más prolongada que nunca.”

Su reflexión ahonda en el papel que debe tener la Universidad en el proceso educativo a gran escala, cada vez más necesario, clave para combatir el rechazo que está surgiendo en ciertos sectores de la sociedad hacia la ciencia, reabriendo debates que la comunidad científica creía superados hace mucho. Si bien la Universidad como institución siempre ha estado orientada a la formación de la élite cultural, no debe de resistirse a los cambios sociales que ha traído la democratización de la sociedad a todos los niveles y asumir el lugar que le corresponde en la culturización de las masas ([M. Toharia, 2010](#)).

HIPÓTESIS, con lema o motto “Ciencia+emoción”, nació precisamente con el objetivo de transmitir al mayor público posible el pensamiento científico. En estrecha relación con ciencia@ull en la Universidad de la Laguna, esta apoyada y sostenida por el Vicerrectorado de Investigación y Transferencia de la Universidad de La Laguna. Ya desde la [presentación de la revista](#) quedó claro que entre sus objetivos, estaba “ser combativos contra las pseudociencias” según las palabras del su Director, Néstor Torres. Esta afirmación se puede extender a toda la problemática que se ha resaltado anteriormente, pero además HIPÓTESIS se propone otros objetivos.

Como explicó el Jefe de Redacción de la revista, Juan José Martín, HIPÓTESIS no se concibió para ser un documento destinado a ser colgado en la red en formato pdf, como suele ocurrir con las revistas electrónicas en la actualidad, sino que aprovecharía al máximo las posibilidades tecnológicas y de diseño para hacer de sus números experiencias emocionantes e interactivas, incorporando para ello con ilustraciones, cómics y animaciones.. Existe poco material relacionado con el estudio de la oferta que presentan las universidades en el ámbito de la divulgación científica y el impacto que éstas tienen en el público general. Este hecho es el que nos ha impulsado a realizar un análisis de las revistas publicadas, con especial atención al ámbito univesitario, y valorar la posición en este panorama de HIPÓTESIS.

2. Objetivos

En este trabajo se analizará el contexto y el desempeño de HIPÓTESIS magazine como revista de divulgación científica. Para ello se evaluará el contexto en que se desarrolla, su impacto en el público y realizará un análisis de sus factores internos y externos.

La evaluación del contexto se basará en el estudio de varias revistas con un perfil similar al de HIPÓTESIS. Se seleccionarán publicaciones o proyectos enmarcados dentro del formato de revista/magazine de divulgación científica y que, o bien estén editados por las universidades o bien que tengan un papel importante en su desarrollo. Se pretende así elaborar un retrato de la divulgación de la ciencia en diferentes universidades de habla española y establecer una comparativa entre HIPÓTESIS y otros similares.

En cuanto al análisis del impacto se realizará un cuestionario en línea donde se recopilará información sobre el interés de los encuestados por la divulgación, el perfil de los lectores de la revista y la valoración que tengan sobre HIPÓTESIS.

Finalmente, se evaluará la situación del proyecto mediante un análisis DAFO para valorar los factores intrínsecos y externos que tengan influencia en el desempeño del proyecto de cara al futuro.

Para la consecución de estos objetivos, se abordarán las siguientes tareas específicas:

1. Realizar un sondeo de los proyectos llevados a cabo por diversas universidades de habla hispana en el campo de la divulgación científica.
2. Llevar a cabo una encuesta en línea para valorar el impacto de HIPÓTESIS magazine en el público general.
3. Realizar un análisis DAFO de HIPÓTESIS.

3. Material y Métodos

3.1. Revisión de las publicaciones universitarias de divulgación científica de España

Partiendo de estudios similares como el de [Lorena Santos Maestre \(2014\)](#) se revisarán los portales de las 50 universidades públicas españolas para detectar las revistas de divulgación científica editadas o patrocinadas por estas. Se indagará también en la base de datos Dialnet. Se seleccionaron las publicaciones que se ajustaban al perfil de “revista de divulgación científica universitaria”. Entre la información registrada empleada están: longevidad, periodicidad, extensión de sus números, formato de edición y público al que están dirigidas, la evolución y cambios experimentados.

3.2. Encuesta sobre el impacto público de HIPÓTESIS

Para valorar de primera mano el impacto de la revista en el público se ha elaborado un cuestionario en línea de 26 preguntas que se ha difundido por redes sociales y sistemas de mensajería con la intención de llegar al mayor público posible.

Las preguntas del cuestionario se agrupan en tres bloques que, en conjunto, pretenden mostrar el perfil del lector de HIPÓTESIS y su percepción de la revista. Dado que la encuesta se dirigió a un público muy amplio, al presentar los resultados en las tablas se compararán con el número de lectores de HIPÓTESIS encuestados. Los bloques de preguntas son los siguientes:

Primer bloque. Características sociodemográficas

Las preguntas de este bloque están enfocadas a elaborar un perfil de los encuestados que pueda servir para sectorizar al público de la revista, lo que facilitará la elaboración del perfil del lector/a de HIPÓTESIS. Recoge información sobre el sexo, la edad, el lugar de residencia, el nivel de estudios, la situación laboral, si forma parte de la comunidad universitaria, universidad en su caso y área de especialización. El lugar de residencia y la universidad de la que forma parte son datos relevantes ya que permitirá determinar la diseminación de la revista, así como su capacidad para permear a un público ajeno a la comunidad universitaria.

Segundo bloque. Nivel de interés en divulgación científica

Con este bloque se pretende evaluar el nivel de interés (preguntas 14 y 15) que muestran los encuestados/as por distintas temáticas científicas. Las preguntas de esta sección indagarán sobre si se consume material divulgativo, de qué forma se hace y los temas de interés preferente para, finalmente, presentar algunas de las revistas, universitarias o no, de divulgación científica e indagar sobre el conocimiento general que se tiene de ellas. Se parte de la premisa de que cuantas más se conozcan mayor será el interés por la ciencia.

Tercer bloque. Preguntas sobre HIPÓTESIS

En este último bloque se aborda la relación del encuestado/a con HIPÓTESIS, así como la impresión que ha dejado la revista en éste. Se indaga sobre el conocimiento de HIPÓTESIS, cómo se supo de su existencia, la frecuencia de lectura, el dispositivo que se usó y la plataforma de acceso, así como si ha experimentado algún problema técnico. También se investiga sobre el diseño de la revista, el interés de los temas tratados, la accesibilidad del lenguaje y a la extensión de los artículos. Se concluye con una pregunta abierta sobre propuestas de mejora.

3.3. Análisis DAFO de HIPÓTESIS Magazine

Las conclusiones se apoyarán en un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) realizado con la herramienta del [Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España](#), a partir de la información recabada. Para desarrollar la matriz DAFO se identificarán los factores económicos, sociales y culturales que pueden favorecer, o poner en riesgo el cumplimiento de la misión de los objetivos, la Misión y la Visión de HIPÓTESIS. Para su desarrollo, hemos hecho uso de la consulta con expertos y de la técnica denominada tormenta de ideas.

Las oportunidades y amenazas corresponden a factores externos a la revista, las fortalezas y las debilidades al ámbito interno. La correcta identificación de dichos factores permitirá la construcción de escenarios anticipados para rectificar las desviaciones respecto a los objetivos de la empresa. Para la confección de la matriz se seleccionan aquellos elementos que presentan mayor incidencia sobre los objetivos y se ordenan y enumeran comenzando por los que suponen mayor impacto. Los resultados de este análisis se incluirán dentro de las conclusiones del trabajo, dada la naturaleza subjetiva del proceso de selección de variables y de su evaluación.

4. Resultados

4.1. Revisión de las revistas universitarias de divulgación científica españolas

De entre las publicaciones encontradas se seleccionaron 5 como las que más se ajustaban al perfil buscado: conCIENCIAS, Eubacteria, Mètode, Uciencia y UMH Sapiens.

conCIENCIAS. Se trata de una revista digital semestral, editada por la Facultad de Ciencias de la Universidad de Zaragoza desde 2008 hasta la actualidad (su último número es de mayo de 2020). Su orientación divulgativa se manifiesta en la presentación de su web: “...su objetivo es hacer llegar el conocimiento científico a la sociedad de una manera sencilla y atractiva, pero con el rigor que requiere la transmisión del conocimiento”.

Es accesible desde las plataformas de universidad; la totalidad de sus números se encuentran disponibles para su descarga en formato pdf de manera gratuita desde su página web.



Imagen 1: Portada y fragmentos extraídos de la revista conCIENCIAS n°25.

Eubacteria. Revista de divulgación científica centrada en temas propios de la ciencias de la vida, de la Universidad de Murcia. Si bien sus orígenes se remontan a 1999 a raíz de la celebración de la XII Semana de Biología (Dirección de Eubacteria, 2016), la publicación

Resultados

digital data del 2003, con la publicación del nº 11. Desde entonces ha mantenido una periodicidad semestral hasta el último número publicado, el 38, en le 2018. Los números publicados digitalmente se encuentran disponibles en su página [web](#), que permite la lectura o descarga gratuita en formato pdf. Por otra parte, la edición física no registra actividad desde 2010.

Las entregas de Eubacteria giran en torno a trabajos de investigación tanto de profesionales de la propia universidad como de otros centros de investigación. La revista tiene una orientación educativa, como se manifiesta en la portada del primer número de la revista en donde se hace referencia que va dirigida a: “*Estudiantes Universitarios de Biología Asociados Contra Toda Enseñanza Retrograda, Intransigente y Autoritaria*”.



Imagen 3: A la derecha del texto: Portada de Eubacteria n°1, extraída de Eubacteria n°36, pg. 67. Bajo el texto: Portada y fragmentos de los ejemplares de Eubacteria n°38 (arriba) y n°37 (debajo).

Resultados

Mètode. Nacida en 1992, editada por la Universidad de Valencia tanto en catalán como en español. Es la revista universitaria de divulgación científica más antigua de España, considerada un referente en el campo de la divulgación con 105 números a sus espaldas. Mètode es la única de las revistas seleccionadas que no es gratuita, al menos no completamente, ya que pone un mayor énfasis en su versión impresa, que se distribuye en un ámbito nacional por un precio de 33€ al año. La suscripción incluye, por tanto, los 4 números que se publiquen durante ese año ya que la revista tiene una periodicidad trimestral. Por otro lado, en su [web](#) se encuentra contenido disponible, como artículos de actualidad o fragmentos de las revistas. Como el propio equipo de Mètode explica en su portal web, “*sus objetivos se centran en la práctica de la difusión científica y en el análisis de los mejores mecanismos para llevarla a cabo*”, posicionándose como un nexo entre ciencias y humanidades con este fin.



Imagen 4: Portadas de Mètode, números del 105 al 100.

Resultados

Uciencia. La Universidad de Málaga editó esta revista, tanto en formato digital como en papel desde el 2009 hasta el 2013, periodo en el que publicaron 11 números. A partir de esta fecha, el proyecto siguió vivo en forma de portal de noticias que se actualiza frecuentemente. Organizan su contenido en las categorías de Ciencia, Tecnología, Salud, Humanidades, Ciencias Sociales, Innovación y Cultura Científica. Los once números publicados se encuentran disponibles para su descarga en pdf desde su [web](#).



Imagen 5: Portada y fragmentos de los nº11 (arriba) y nº10 (debajo) de Uciencia.

UMH Sapiens. Editada por la Oficina de Comunicación de la Universidad Miguel Hernández de Elche. Se trata del proyecto más joven de los cinco, ya que comenzó en 2013 y sigue en marcha, habiéndose publicado su número más reciente, el 27, en mayo de 2020. Se puede acceder a los números en línea en formato Issuu o descargarse como pdf. Actualmente, además de la revista, en su [portal](#) publican contenidos en forma de vídeos, podcasts y artículos de actualidad. En todos los post de su web facilitan un contador de visitas totales y del día, las cuales varían en el rango de 50-300 visitas aproximadamente.



Imagen 6: Portada y fragmentos de UMH Sapiens n°27 (arriba) y n°26 (abajo).

4.2. Encuesta sobre el impacto de HIPÓTESIS

El número de participantes en el estudio fue de 321, de las cuales 64 afirmaron no consumir ningún tipo de material de divulgación científica y 257 que sí lo hacían. De entre estos últimos 46 conocían HIPÓTESIS (14,33% de la muestra original; 17,90% de los que afirman consumir material de divulgación científica).

¿Consumes material de divulgación científica?	¿Conoce HIPÓTESIS?	Frecuencia	Porcentaje (total)	Porcentaje (consumidores de divulgación)
Total No		64	19,94%	
Sí	No	211	65,73%	82,10%
	Sí	46	14,33%	17,90%
Total Sí		257	80,06%	100,00%
Suma total		321	100,00%	

Tabla 1. Frecuencias y porcentajes de consumidores de divulgación científica en general y de conocedores de la revista HIPÓTESIS.

Resultados

Primer bloque. Características sociodemográficas

Este bloque de preguntas permite conocer el perfil de los encuestados/as.

1.1. Sexo

Sobre el total de encuestados, predominan las lectoras (61,06%) frente a los lectores. Pero cuando nos referimos al grupo que conoce la revista, el resultado se equilibra (22 hombres frente a 23 mujeres).

Género	Total de la muestra		Conocedores de HIPÓTESIS magazine	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	123	38,32%	22	47,83%
Mujer	196	61,06%	23	50,00%
No binario	1	0,31%	-	-
Prefiero no decirlo	1	0,31%	1	2,17%
Suma total	321	100,00%	46	100,00%

Tabla 2. Género de los encuestados, frecuencias y porcentajes totales; y de la fracción conocedora de HIPÓTESIS.

1.2. Edad.

Entre los encuestados en torno a un 50% se encontraban en la franja de edad de los 18 a los 24 años. Y si bien esta superioridad numérica se mantiene entre los conocedores de la revista la diferencia es menos acusada ya que sólo representan un 34,78%. Grupos de menor tamaño como el de personas entre 41 y 50 años o entre 51 y 60 años representan el 19,57% de los conocedores de HIPÓTESIS.

Edad:	Total de la muestra		Conocedores de HIPÓTESIS magazine	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18 y 24 años	161	50,16%	16	34,78%
Entre 25 y 30 años	27	8,41%	2	4,35%
Entre 31 y 40 años	43	13,40%	6	13,04%
Entre 41 y 50 años	31	9,66%	9	19,57%
Entre 51 y 60 años	38	11,84%	9	19,57%
Mayor de 60 años	14	4,36%	4	8,70%
Menor de 18 años	7	2,18%	-	-
Suma total	321	100,00%	46	100,00%

Tabla 3. Frecuencia y porcentaje de las franjas de edad de los encuestados totales y de los que conocen HIPÓTESIS.

Resultados

1.3. Residencia. Del total de encuestados, 9 residían fuera de España, pero ninguno conocía la revista. De los encuestados residentes en España que conocen la revista la mayoría viven en Santa Cruz de Tenerife, seguidos por Madrid y Las Palmas de Gran Canaria.

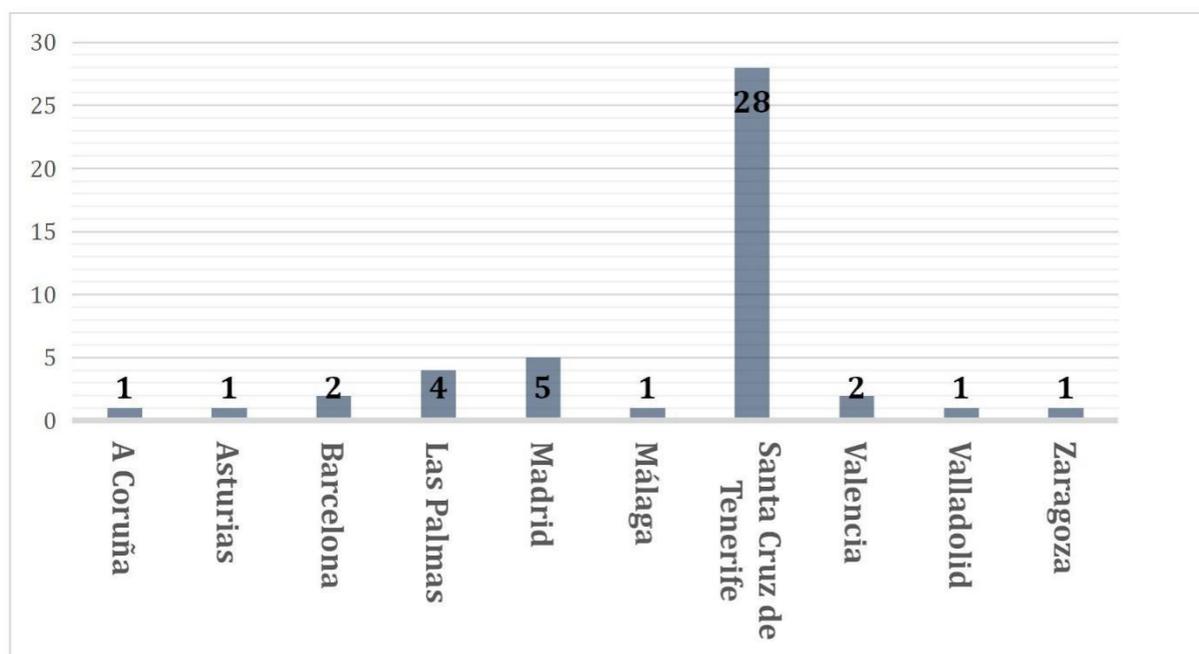


Gráfico 1. Distribución por provincias de los encuestados que conocen HIPÓTESIS magazine.

1.4. Nivel de formación. Entre los que conocen HIPÓTESIS no predomina ningún grupo en términos de su nivel de formación, tan sólo levemente los que tienen un Grado universitario (28%). El resto, salvando los Ciclos Formativos (4,35%) y la secundaria obligatoria (4,35%) se encuentran entorno al 20%.

Nivel de estudios	Frecuencia	Porcentaje
Bachiller o similar	10	21,74%
Ciclo Formativo de grado superior	2	4,35%
Doctorado	8	17,39%
Grado	13	28,26%
Máster	11	23,91%
Secundaria obligatoria	2	4,35%
Suma total	46	100,00%

Tabla 4. Nivel de formación de los encuestados que conocen la revista expresado en frecuencias y porcentajes.

Resultados

1.5. Cercanía a la comunidad universitaria. En relación con su pertenencia a la comunidad universitaria, y en su caso su dedicación dentro de esta los resultados obtenidos son homogéneos entre los pertenecientes a la comunidad universitaria y los que no. Como era esperable, la mayoría de los universitarios/as que conocen la revista pertenecen a la Universidad de La Laguna (68,18%) en casi su totalidad al ámbito de las Ciencias. El resto de la muestra universitaria son de las universidades Autónoma de Barcelona, Autónoma de Madrid, de Oviedo, de Santiago de Compostela, Rey Juan Carlos y de València.

¿Forma parte de la comunidad universitaria?	Frecuencia	Porcentaje
No	24	52,17%
Sí	22	47,83%
Suma total	46	100,00%

Tabla 5. Frecuencias y porcentajes de respuesta a a pregunta: "¿Forma parte de la comunidad universitaria?" entre encuestados que conocen la revista.

Segundo bloque. Nivel de interés en divulgación científica

Del grupo personas que afirmaron consumir divulgación científica nos interesamos por tres aspectos: Qué revistas de divulgación científica comerciales conocen; qué revistas universitarias de divulgación científica conocen y cómo acceden a estas publicaciones.

2.1. Conocimiento de revistas de divulgación científica. En el caso de las revistas comerciales, la inmensa mayoría de los que afirmaron consumir divulgación científica conocían al menos una de estas revistas: National Geographic, Muy Interesante y en menor medida Quo y Principia, siendo esta última el proyecto más joven y el más parecido a HIPÓTESIS que se encontró durante la elaboración del trabajo.

Resultados

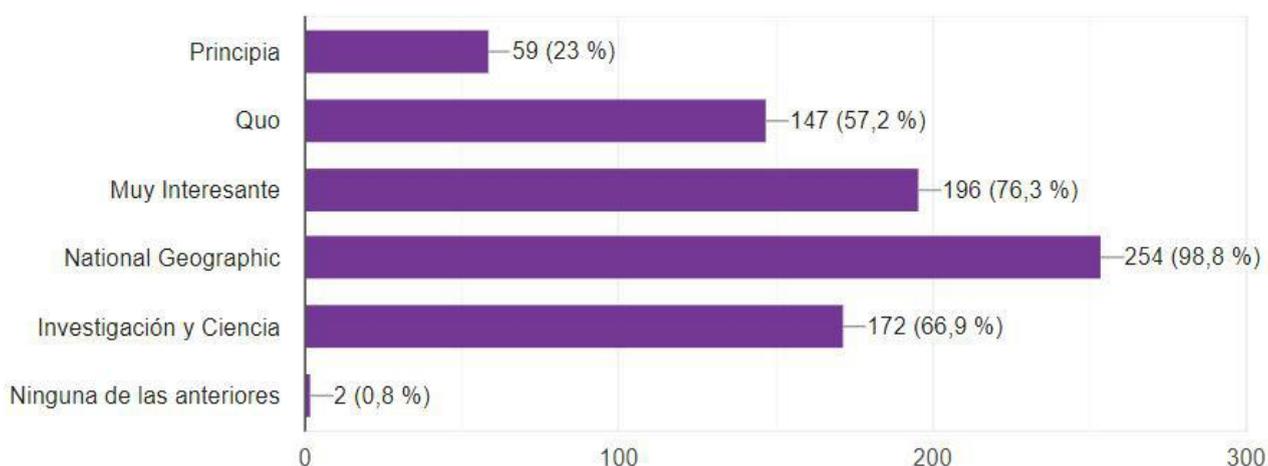


Gráfico 2. Revistas conocidas por los encuestados, frecuencia de selección y porcentaje en base al total de personas que respondieron.

En cuanto a las revistas universitarias, el nivel de conocimiento es mucho menor, lo que es razonable considerando las limitaciones en los presupuestos de publicidad y promoción. Destaca *Mètode*, con resultados parecidos a los de las revistas comerciales menos conocidas; seguida por *conCiencias*, que fue seleccionada aproximadamente la mitad de veces que *Mètode*.

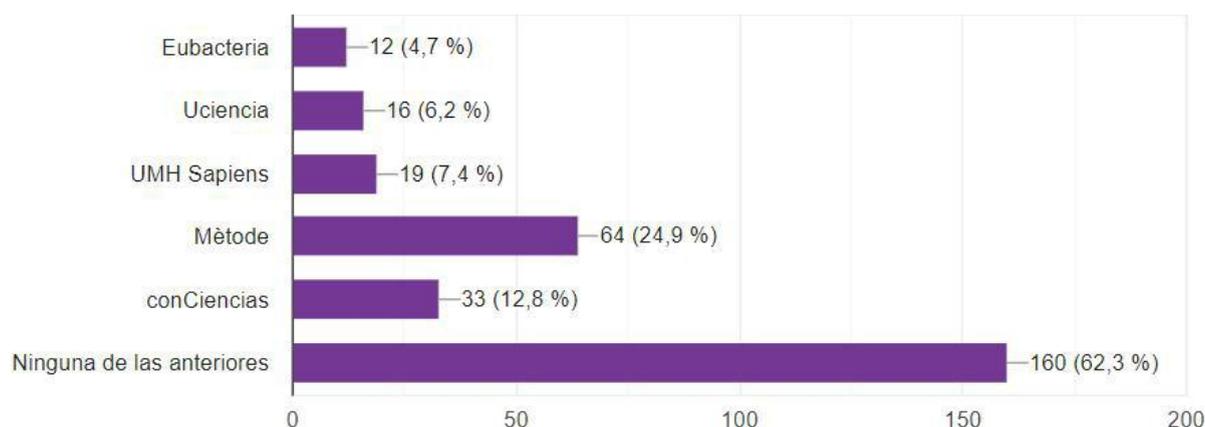


Gráfico 3. Revistas conocidas por los encuestados, frecuencia de selección y porcentaje en base al total de personas que respondieron.

2.2. Vía para el consumo de divulgación científica. Se preguntó a los encuestados de qué formas suelen consultar material de divulgación científica. Las tres opciones más frecuentes fueron: páginas web (90,7%), seguida por el visionado de vídeos en plataformas como YouTube (75,5%) y las revistas en formato clásico (46,3%). Otras vías fueron la televisión

Resultados

(35,8%), los podcasts (35,8%), las redes sociales (4,67%), libros (3,11%) y actividades como charlas, conferencias, debates, etc (1,17%).

Tercer bloque. Preguntas sobre HIPÓTESIS

El bloque de preguntas está dirigido a los que conocen HIPÓTESIS.

3.1. Cómo se ha conocido HIPÓTESIS. Encontramos que los dos vectores más importantes para el crecimiento de la revista son el boca a boca (47,83%) y las redes sociales (30,43%).

¿Cómo conoció HIPÓTESIS?	Frecuencia	Porcentaje
A través de un conocido	22	47,83%
Correo electrónico de profesores	1	2,17%
Directamente del responsable	1	2,17%
en la lista de socios de la AECC	1	2,17%
Leyendo sobre ella en algún portal online	2	4,35%
Por correo electrónico de la Universidad	1	2,17%
Por redes sociales	14	30,43%
Por un profesor	1	2,17%
Por un tablón informativo	2	4,35%
Publicidad de propia ULL	1	2,17%
Suma total	46	100,00%

Tabla 6. Tabla de frecuencias y porcentajes en las respuestas a cómo conocieron HIPÓTESIS.

3.2. Lectura y accesibilidad de la revista. De los que afirman conocer la revista un 54,3% de ellos la ha leído al menos una vez. De estos el 48,39% la lee ocasionalmente, el 25.80% frecuentemente y el 6.45% lee cada número que sale al completo.

Resultados

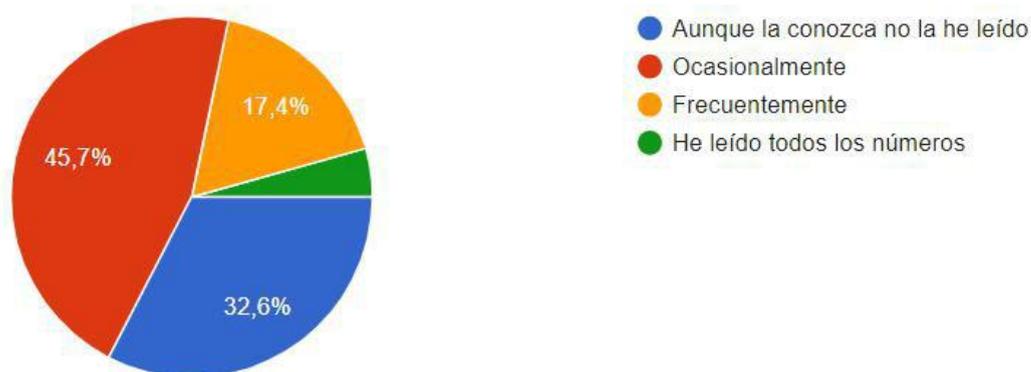


Gráfico 4. Gráfico de sectores de la frecuencia de lectura de las personas que conocen la revista.

Los lectores acceden a HIPÓTESIS mayoritariamente desde dispositivos móviles (64,5%). El 48,4% a través del navegador web, el 29% a través de la aplicación para Android y el 22,6% a través de la aplicación para iOS. La mayoría de los usuarios no ha experimentado problemas técnicos durante el uso de ninguna de las versiones de la revista.

3.3. Evaluación de HIPÓTESIS por los lectores. En las últimas preguntas los encuestados puntuaron algunas las características de la revista mediante respuestas en escala tipo Likert. Se consideraron aspectos como el atractivo visual de la revista, el interés que de los temas, el tipo de lenguaje (dificultad de comprensión para no especialistas) y la extensión de cada número (facilidad de lectura). Los resultados han sido positivos con medias por encima de 4, siendo 5 el valor de máxima satisfacción.

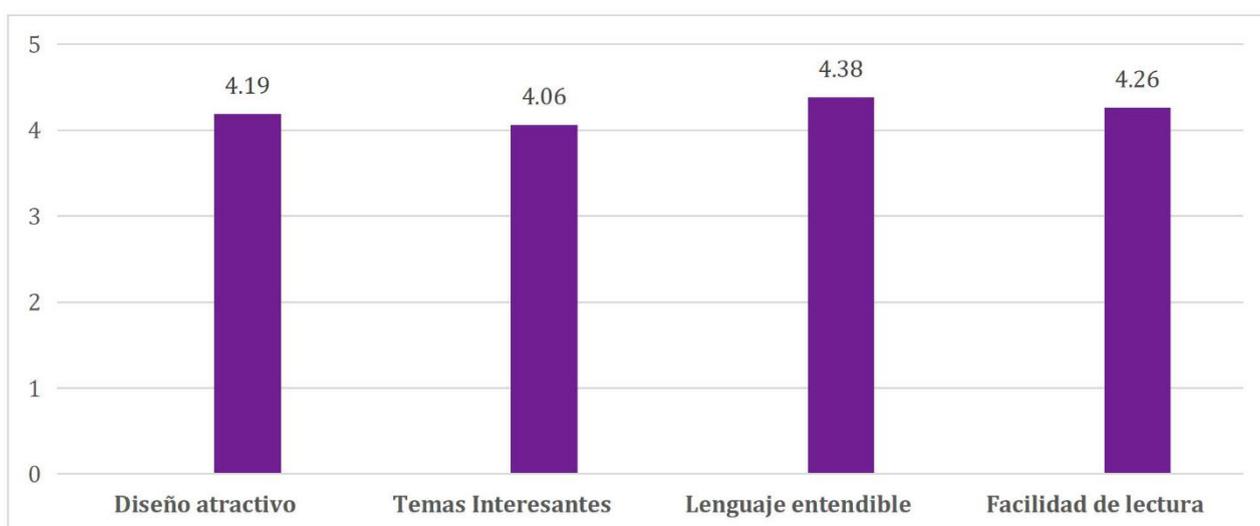


Gráfico 5. Medias de las respuestas a la encuesta de satisfacción de HIPÓTESIS.

Resultados

A la cuestión sobre cómo mejorarían los lectores, se respondió con varias sugerencias, siendo las más comunes una mayor frecuencia de publicación, la mejora de la accesibilidad y un aumento en la cantidad de artículos por número.

5. *Discusión y conclusiones*

Los resultados obtenidos reflejan que HIPÓTESIS presenta niveles destacados de calidad en relación con las revistas universitarias de divulgación científica examinadas (con la excepción de Mètode). Sin embargo, actualmente el proyecto no es suficientemente conocido dentro de la propia Universidad de La Laguna, siendo su implantación menor fuera de esta. A continuación se desglosarán algunas de estas ideas apoyadas por una matriz DAFO (O FODA).

5.1. *Matriz DAFO de HIPÓTESIS*

La matriz DAFO no solo servirá para valorar la situación de HIPÓTESIS sino que además permitirá plantear estrategias de cara a abordar los principales problemas detectados.

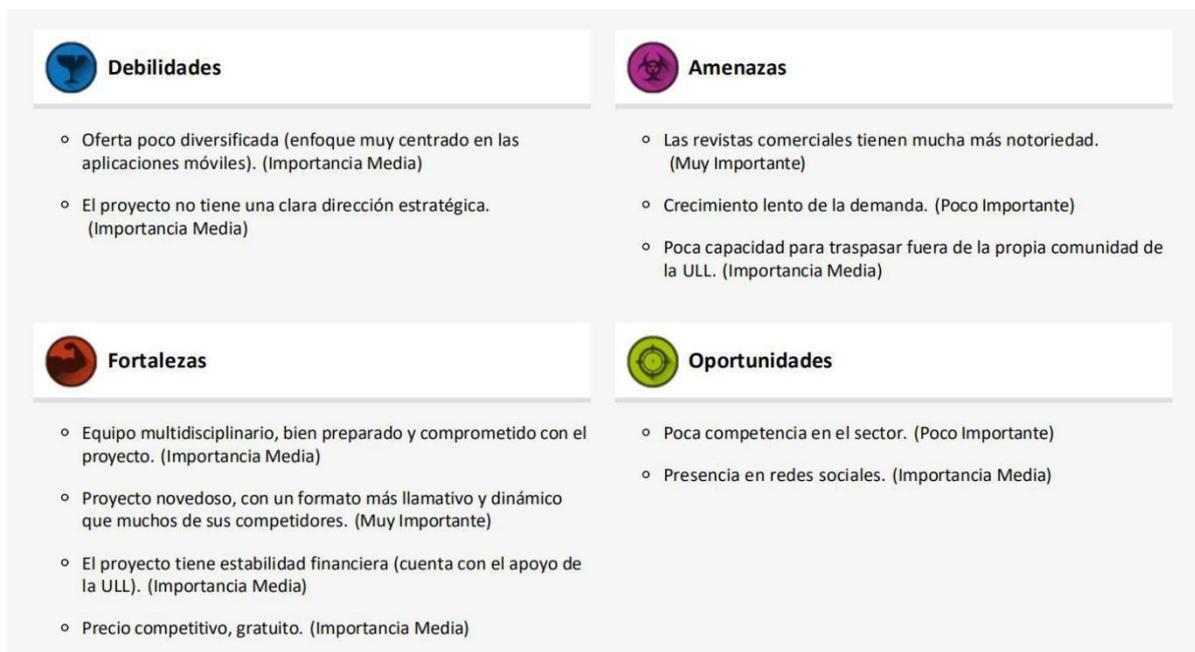


Gráfico 6. Matriz DAFO para HIPÓTESIS magazine.

Fortalezas.

Las fortalezas son los recursos y destrezas clave que posee un determinado proyecto. Durante la elaboración del proyecto tuve la oportunidad de mantener contacto con Néstor V.

Discusión y conclusiones

Torres Darias, Director de HIPÓTESIS; y Juanjo Martín Suárez, Responsable de Redacción de la revista. El equipo está compuesto por especialistas de diferentes campos así como de colaboradores ocasionales y desinteresados, en general muy comprometidos y motivados con el proyecto. Que además cuenta con el apoyo de la Universidad de La Laguna. Esto constituye dos de las grandes fortalezas de HIPÓTESIS, que se unen al fuerte enfoque emocional de sus números con formatos muy atractivos y en ocasiones interactivos. Este último punto se considera la mayor fortaleza del proyecto y el que le da más carácter propio en comparación con otros proyectos similares, como son los casos de UMH Sapiens o Uciencia . El último factor que se tuvo en cuenta como fortaleza es el hecho de que sea gratuita, lo que permite llegar a un público mayor.

Debilidades.

Las debilidades son los factores internos que influye desfavorablemente al éxito del proyecto. El primero es el hecho de la oferta, está centrada en las aplicaciones móviles, quedando relegada a un segundo plano la versión web. Ésta actúa más como un portal de entrada al proyecto en sí ya que no es posible visionar todo el contenido de la revista sino fragmentos de esta. Esto es particularmente a la vista de los resultados de la encuesta, que muestran que un 48,4% de los lectores aseguran acceder a HIPÓTESIS usando su navegador en lugar de las aplicaciones de Android o iOS. El segundo factor en este apartado es la falta de una dirección estratégica clara. Por el momento, según los responsables, el equipo no tiene una idea clara de hacia dónde quiere encaminar el proyecto más allá de ofrecer un producto de calidad.

Oportunidades.

Las oportunidades están constituidas por los factores externos al proyecto en sí que pueden favorecer a su éxito como son la situación del sector o la captación de nuevos lectores. Un factor a considerar aquí es que existen pocos competidores directos a HIPÓTESIS; las revistas universitarias de divulgación científica que existen en España actualmente no son numerosas y ninguna presenta un enfoque similar al de HIPÓTESIS, lo que sin duda puede jugar en su favor a la hora de captar lectores. El otro factor considerado es la presencia del proyecto en las redes sociales, las cuales demostraron ser la vía principal para captar nuevos lectores por detrás del “boca a boca” en la encuesta (30,43%).

Amenazas.

Se consideran amenazas los factores que pueden poner en peligro la supervivencia o éxito del proyecto. El factor más destacado en este apartado es la notoriedad de las revistas de divulgación científica comerciales. Esto puede parecer contradictorio con la oportunidad descrita como “Poca competencia en el sector”, pero no es así. La escasez de revistas universitarias de un perfil similar es favorable al proyecto, pero considerando que el éxito de la revista pasa por alcanzar a el mayor público posible, no es posible ignorar que el proyecto está lejos de alcanzar las cotas de notoriedad de revistas comerciales como National Geographic, Muy interesante o Principia. Esta última, representa el proyecto español comercial más cercano al enfoque de de HIPÓTESIS. Este factor enlaza directamente con el siguiente, que es el lento crecimiento de la demanda, desde su lanzamiento en 2018, la comunidad de lectores de HIPÓTESIS ha ido creciendo de manera estable pero a un ritmo lento. Si el proyecto contara con una menor estabilidad financiera esto podría ser un problema, pero no es el caso. La última amenaza identificada es la dificultad de HIPÓTESIS para permear al público ajeno a la propia Universidad de La Laguna. Y aunque esto no tiene por qué ser un problema en sí de momento, si puede llegar a serlo en la medida que es una aspiración del proyecto llevar la pasión por la ciencia al mayor público posible.

5.2. Estrategias para el éxito de HIPÓTESIS

Analizando estos factores y la forma en que podrían interrelacionarse y aprovecharse para el proyecto se proponen 3 estrategias.

Igualar la oferta para navegadores web

Se trata de una acción adaptativa, sugerida directamente por una de las debilidades detectadas en la encuesta. Actualmente el proyecto apuesta fuertemente por la oferta en aplicaciones móviles, pero la encuesta muestra que gran parte de su público acude a su versión para navegadores para leer los artículos que allí se publican. Sería positivo para el proyecto tratar de equiparar la oferta, añadiendo la posibilidad de acceder a los números completos desde el navegador web.

Discusión y conclusiones

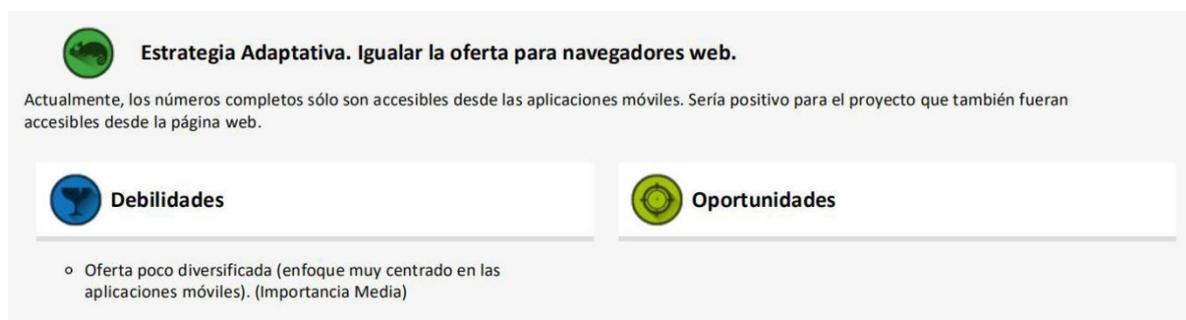


Gráfico 8. Esquema resumen de la primera estrategia.

Campaña promocional.

Esta medida tiene, a diferencia de la anterior carácter ofensivo; destinada a que el proyecto crezca y capte nuevos lectores. Basándonos en que el proyecto posee estabilidad financiera, es gratuita y tiene un estándar de calidad muy alto según sus propios lectores. La estrategia consistiría en aprovechar, por un lado, los recursos con los que cuenta para tener un mayor impacto dentro de la Universidad de La Laguna, ya sea con cartelería y promoción directa o mediante la organización de eventos, presentaciones en eventos tales como congresos de estudiantes ferias de divulgación, etc. Y por otro lado, reforzando su influencia en redes sociales, con más presencia y buscando la colaboración o la difusión influencers especializados en la divulgación científica.



Gráfico 9. Esquema resumen de la segunda estrategia.

Reclutamiento de colaboradores

En este caso lo que se propone, coincide en cierta medida con la segunda, con la diferencia de que aquí la acción se centraría en establecer vías de comunicación efectivas con el alumnado de la Universidad de La Laguna. Esto se puede hacer en actos y eventos como charlas o seminarios a los que el alumnado pudiera acudir y conocer más sobre el proyecto, Servirían además para dar a conocer la divulgación científica como una salida profesional

Discusión y conclusiones

en los Grados en ciencias, en los que pocas veces se les presenta como tal.. Esto podría suponer un mayor número de artículos en cada número y convertir HIPÓTESIS en una plataforma para que el alumnado de la Universidad de La Laguna con interés en la divulgación dieran sus primeros pasos dentro del sector.



Gráfico 10. Esquema resumen de la tercera estrategia.

5.3. Conclusiones Finales

Hemos podido constatar que actualmente la divulgación científica universitaria es escasa. Por otra parte, en los últimos años, la implantación de las tecnologías la comunicación en los medios de comunicación escritos ha provocado cambios importantes que se han afectado a las revistas de divulgación científica; estas o se han sabido adaptar a este nuevo modelo o han desaparecido. HIPÓTESIS se presenta como una propuesta de este tipo, que opta por la simbiosis del arte, la animación digital, las ciencias y las humanidades empleando un lenguaje accesible con presentaciones vistosas y atractivas. Por ello considero que es importante para las universidades de este país y los que las integramos, apoyar esta clase de proyectos.

6. Referencias Bibliográficas

Aguado, C. (1997). Tratamiento y estilos del periodismo especializado. Estudios sobre información periodística especializada, pp. 71-82.

Belenguer Jané, M. (2003). Información y divulgación científica: dos conceptos paralelos y complementarios en el periodismo científico. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 9, 43–53. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2003.v9.13505

Dirección de Eubacteria (2016). Algunos recuerdos desde Eubacteria. Revista Eubacteria. Mario Honrubia, trayectoria de un biólogo, nº36, p. 67.

Elduque Palomo A. I. ¿Qué es conCIENCIAS? Zaragoza, España: conCiencias.digital. Consultado en línea de http://divulgacionciencias.unizar.es/conciencias/?page_id=185Herrero

Fundación Dialnet (2001-2020). Uciencia, revista de divulgación científica de la Universidad de Málaga. Dialnet. Consultado en línea de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=16051>

Fundación Dialnet (2001-2020).UMH Sapiens divulgación científica. Dialnet. Consultado en línea de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=20135>

Fundación Dialnet (2001-2020).ConCIENCIAS.digital revista de divulgación científica de las Facultad de Ciencias de Zaragoza. Dialnet. Consultado en línea de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=23773>

Información sobre Mètode. Valencia: Mètode Universitat de València. Consultado en línea de: <https://metode.es/informacion/sobre-metode-2.html>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Herramienta DAFO. Madrid, España. Consultado en línea de <https://dafo.ipyme.org/Home>

Santos, L. (2014). Radiografía de las revistas universitarias de divulgación científica en España: análisis de los temas y las fuentes. Miguel Hernández Communication Journal, 5(58), 263 – 291.

Toharia, M. (2010). Políticas de comunicación universitaria y divulgación científica. La Cuestión Universitaria, 0(6), 95–102.

Referencias bibliográficas

Torres Darias N., Martín J., Garrido C. [ULLmedia - Universidad de La Laguna]. (29 may. 2018). Presentación de la publicación digital HIPÓTESIS [archivo de vídeo]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=1312&v=hV47ayMcEG8&feature=emb_title

UMH Sapiens. Quiénes somos. Elche, España: UMH Sapiens. Consultado en línea de <https://umhsapiens.com/quienes-somos/>

Uciencia. Revista Uciencia. Málaga, España: Uciencia. Consultado en línea de <http://uciencia.uma.es/Revista-Uciencia>

Vara, D. (2017). ¿Qué es y cómo utilizar un DAFO para mi proyecto?. Blueindic blog. Consultado en línea de https://www.blueindic.com/blog/que_es_y_como_utilizar_un_dafo/