

¿Cómo comunicar ciencia en tiempos de crisis?

Una guía fácil para periodistas



Índice

Definiciones para empezar: crisis, complejidad, incertidumbre y riesgo	4
Pre-crisis. Prepararse	8
Crisis inminente. Empezar con buen pie	11
Crisis en tiempo real. La montaña rusa de la comunicación científica	14
Post-crisis. Seguimiento y prácticas reflexivas	18
Cómo encontrar ayuda en el Centro Europeo de Competencia para la Comunicación Científica	22

Los terremotos, los incendios forestales, las sequías, las inundaciones y otros desastres naturales, junto con los impactos sociales de la IA y otras tecnologías emergentes, ya no son dominio exclusivo de los periodistas científicos. En tiempos de crisis, todos los periodistas, incluidos los no especializados en ciencia y tecnología, están llamados a informar con rapidez y precisión, a menudo bajo presión y con acceso limitado a información verificada.

La forma en que los periodistas enmarcan una historia, los expertos que eligen entrevistar y los mensajes que destacan pueden influir significativamente en cómo el público entiende una crisis y cómo responde a ella.

Comunicar durante emergencias presenta varios desafíos. Uno de los primeros es comprender la complejidad del conocimiento científico involucrado, empezando por el significado de “riesgo” en términos científicos, que a menudo difiere de su uso cotidiano. Los periodistas también necesitan comprender los múltiples intereses y perspectivas en juego y ser capaces de navegar por ellos con cuidado y ética. Otro desafío clave es identificar y dar voz a una gama diversa de expertos creíbles e independientes, evitando al mismo tiempo a aquellos con agendas ocultas o conflictos de intereses.

Al mismo tiempo, los periodistas deben lidiar con las intensas emociones de las comunidades y audiencias afectadas, así como con la dimensión política de la crisis, que incluye cada vez más la polarización, la desinformación y una desconfianza generalizada hacia todo lo que no esté abiertamente alineado con una posición particular.

Todo esto se vuelve aún más complejo cuando los reporteros enfrentan restricciones dentro de sus redacciones o trabajan como freelancers, con apoyo institucional limitado y escasos recursos.

Esta guía no pretende resolver las dificultades estructurales de la profesión. Sin embargo, ofrece un conjunto de reflexiones y sugerencias prácticas para ayudar a periodistas de cualquier background a abordar la comunicación científica en tiempos de crisis de manera más efectiva. En la sección final, también encontrará sugerencias sobre cómo buscar apoyo en el Centro Europeo de Competencia para la Comunicación Científica, impulsado por el proyecto COALESCE.

01

Definiciones para empezar: crisis, complejidad, incertidumbre y riesgo

Crisis

Una crisis es una situación amplia, a menudo prolongada, que causa una interrupción significativa e implica desafíos complejos que no pueden resolverse de inmediato. Puede desarrollarse gradualmente o surgir de una emergencia mal gestionada. En contraste, una emergencia es un evento inmediato, a menudo repentino, que representa una amenaza directa para la vida, la salud, el medio ambiente o la propiedad. Los terremotos, las erupciones volcánicas o los tornados son todas emergencias, que varían en escala e impacto, y que requieren una respuesta urgente.

Si se gestionan de manera efectiva, las emergencias pueden mitigarse o resolverse antes de que se intensifiquen, y se están realizando esfuerzos internacionales, como Alertas Tempranas para Todos, para reforzar los sistemas coordinados de alerta temprana. Sin embargo, sin una respuesta y coordinación adecuadas, una emergencia puede evolucionar hasta convertirse en una crisis en toda regla con consecuencias a largo plazo.

En una emergencia, los periodistas se encuentran entre los primeros en estar activamente involucrados. Su papel es fundamental: ayudar al público a comprender lo que está sucediendo, proporcionar información clara y oportuna, y actuar como puente de difusión y comunicación entre instituciones y ciudadanos. Sin embargo, su trabajo va más allá del momento inmediato. La

1) <https://wmo.int/activities/early-warnings-all>

forma en que los periodistas cubren las emergencias puede moldear cómo las crisis futuras son percibidas, entendidas y gestionadas, tanto por los responsables de la toma de decisiones como por el público.

El cambio climático es un claro ejemplo de un problema a largo plazo que afecta a múltiples sectores de la economía y la sociedad. Sin embargo, solo fue ampliamente reconocido como una crisis una vez que sus impactos se hicieron tangibles y visibles para el público en general.

Ante las emergencias y las crisis, las personas buscan información clara, fiable e inequívoca. Pero tal claridad no siempre es posible. Muchos

de los problemas involucrados son altamente complejos, su evolución es difícil de predecir y la ciencia detrás de ellos es inherentemente incierta.

La ciencia puede ayudar a analizar y evaluar los riesgos, pero no puede ofrecer respuestas definitivas ni eliminar la incertidumbre.

Para los periodistas, esto presenta un desafío de comunicación significativo: traducir el conocimiento científico complejo y en evolución en

información comprensible, sin simplificar en exceso ni ofrecer falsas seguridades. Para las audiencias, a menudo significa enfrentarse a verdades difíciles, aceptar la ambigüedad y navegar por decisiones sin respuestas claras.



Complejidad e incertidumbre

El término complejidad se refiere a la naturaleza intrincada e interconectada de muchos problemas, donde múltiples factores interactúan de maneras difíciles de predecir o comprender completamente. La ciencia es inherentemente compleja e incierta ya que el conocimiento científico está en constante evolución, siempre es parcial y está abierto a refinamientos. Siempre hay algo que sabemos y algo que todavía queda por explorar o aclarar.

Las crisis a menudo amplifican esta incertidumbre. Tienden a desarrollarse a través de múltiples dominios (social, económico, ambiental y geopolítico) durante un período de tiempo prolongado, e implican información incompleta o que cambia rápidamente. Esta falta de claridad se debe a menudo a la propia naturaleza del fenómeno, lo que lleva a un cierto grado de imprevisibilidad, e incluso los científicos y otros expertos no pueden prever todos los resultados.

Las crisis a menudo amplifican esta incertidumbre. Tienden a desarrollarse a través de múltiples dominios (social, económico, ambiental y geopolítico) durante un período de tiempo prolongado, e implican información incompleta o que cambia rápidamente. Esta falta de claridad se debe a menudo a la propia naturaleza del fenómeno, lo que lleva a un cierto grado de imprevisibilidad, e incluso los científicos y otros expertos no pueden prever todos los resultados.

A diferencia de las opiniones o afirmaciones no verificadas, la ciencia se basa en la revisión por pares, la reproducibilidad, la integridad y la transparencia. Estos principios básicos ayudan a minimizar el sesgo y el error.

Riesgo

La incertidumbre no significa que no se pueda decir nada. La ciencia no siempre puede ofrecer predicciones exactas, pero sí puede estimar la probabilidad de que algo suceda, y esto puede y debe comunicarse. Un ejemplo claro son los huracanes: los meteorólogos no pueden predecir con certeza si una tormenta golpeará un lugar específico, pero pueden pronosticar su trayectoria probable, intensidad y momento basándose en modelos y datos disponibles. Esto permite a las autoridades emitir advertencias y da tiempo a la gente para prepararse, evacuar si es necesario y reducir el impacto.

La gestión de crisis debe ir de la mano de la comunicación de riesgos. Las autoridades y los expertos tienen la responsabilidad de compartir la información disponible con las comunidades afectadas de manera abierta y transparente, permitiendo a las personas tomar decisiones informadas.

Comprender el riesgo requiere una distinción fundamental: riesgo no es lo mismo que peligro. Un peligro es un fenómeno que puede causar daño potencialmente, como un huracán, una inundación o un derrame tóxico. Los peligros varían en magnitud según las consecuencias potenciales: cuántas personas están expuestas, cuán intenso puede ser el impacto y cuán dura-

deros serán los efectos.

Pero el riesgo también depende de la probabilidad. Dos áreas pueden enfrentar el mismo peligro, pero si una es golpeada por grandes tormentas cada cinco años y la otra cada cincuenta, el riesgo es claramente diferente. De manera similar, un huracán que toca tierra en una ciudad costera densamente poblada conlleva un riesgo mucho mayor que la misma tormenta que golpea un tramo de costa deshabitado.

En resumen, los peligros de la misma magnitud no siempre representan el mismo nivel de riesgo.

La estimación del riesgo se basa en datos: registros históricos, monitoreo ambiental, niveles de exposición y vulnerabilidad de las personas y la infraestructura. Cuando los datos son escasos o incompletos, las estimaciones de riesgo se vuelven menos precisas. Este es un aspecto esencial que los periodistas deben comunicar claramente durante una crisis, ayudando a las audiencias a comprender tanto lo que se sabe como lo que sigue siendo incierto.



02

Pre-crisis. La preparación



Una buena libreta de direcciones y red de contactos

Las crisis siempre ocurrirán, a veces como emergencias repentinas que impactan gravemente a las comunidades en poco tiempo, otras veces como desafíos a largo plazo que se intensifican gradualmente hasta convertirse en riesgos sociales importantes. Lo que los periodistas hacen entre crisis es tan importante como lo que hacen durante ellas. Los períodos de relativa calma ofrecen una oportunidad crucial para prepararse para futuras emergencias.

Una de las herramientas más valiosas que puede tener un periodista es una libreta de direcciones bien organizada. La fragmentación y especialización del conocimiento científico significan que incluso los propios científicos rara vez tienen una visión completa de todas las disciplinas relevantes para una crisis determinada. Para los periodistas, mantenerse al día con los rápidos avances científicos es aún más desafiante.

Por eso es esencial construir relaciones con una red amplia y bien elegida de expertos. Encontrar al experto adecuado para la pregunta correcta, alguien con la especialización apropiada y habilidades de comunicación, es clave para producir informes precisos y fiables. Para apoyar este esfuerzo, la plataforma virtual del Centro Europeo de Competencia para la Comunicación Científica integra una herramienta de emparejamiento en línea para ayudar a

los periodistas a identificar expertos, organizaciones adecuadas y construir una red amplia.

Una buena libreta de direcciones no es solo una lista de nombres individuales, ni debería serlo. La ciencia no es un esfuerzo individual: el conocimiento se produce colectivamente, dentro de institutos de investigación, universidades, organizaciones gubernamentales e intergubernamentales. Estas instituciones son fuentes esenciales de información especializada y basada en la evidencia, y pueden ayudar a los periodistas a navegar temas complejos con mayor precisión. En lugar de depender únicamente de científicos conocidos o amigos de los medios, los periodistas también deberían hacer uso de las oficinas de prensa institucionales. Estos equipos de comunicación pueden ayudar a identificar a los expertos más adecuados para un tema dado, individuos con la experiencia relevante, la investigación más actual y la capacidad de explicarla claramente. Este enfoque podría ayudar a evitar la sobreexposición de unas pocas figuras de alto perfil y contribuir a una cobertura más diversa, equilibrada en cuanto al género y fiable.

También es importante recordar que los expertos no son actores neutrales. Están afiliados a instituciones, centros de investigación o empresas privadas; dependen de financiación pública o privada; y muchos se benefician de la visibilidad pública. En resumen, los expertos también son partes interesadas (stakeholders), y como cualquier otro, pueden tener intereses que influyan en su perspectiva.

Los periodistas deben acercarse a los científicos con la misma combinación de respeto y distancia crítica que aplican a cualquier otra fuente. La experiencia merece reconocimiento, pero nunca debe estar exenta de escrutinio. Los posibles conflictos de interés, como afiliaciones institucionales o lazos de financiación, no son necesariamente señales de mala fe, pero deben ser identificados, verificados y claramente divulgados cuando sean relevantes. Nadie es verdaderamente neutral, y el periodismo debe ser transparente al respecto. Pero ser transparente no significa amplificar el conflicto o alimentar la desconfianza. Por el contrario, el periodismo responsable implica reconocer diferentes posiciones sin convertirlas en frentes opuestos. Esto es especialmente importante cuando se trata de expertos e instituciones de investigación, ya que socavar la confianza en ellos puede, en última instancia, dañar a las mismas comunidades que los periodistas pretenden informar. Practicar la debida diligencia con las fuentes científicas, como hacer preguntas, verificar antecedentes y ser transparente, permite a las audiencias

evaluar la información de manera crítica y en contexto. Este enfoque no solo refuerza la credibilidad del periodismo, sino que también fortalece la confianza pública en la ciencia.

Dar voz a las diferencias, construir confianza

Nadie es verdaderamente neutral, y el periodismo debe ser transparente al respecto. Pero ser transparente no significa amplificar el conflicto o alimentar la desconfianza. Por el contrario, el periodismo responsable implica reconocer diferentes posiciones sin convertirlas en frentes opuestos. Esto es especialmente importante cuando se trata de expertos e instituciones de investigación, ya que socavar la confianza en ellos puede, en última instancia, dañar a las mismas comunidades que los periodistas pretenden informar. Los periodistas tienen el poder y el deber de abrir espacios para el diálogo entre investigadores, responsables políticos y ciudadanos, donde se puedan escuchar y comprender diferentes prioridades, valores y puntos de vista. Al dar voz a estas diferencias desde el principio, el periodismo puede ayudar a reducir el riesgo de polarización y tensión social cuando ocurren emergencias.

Los formatos dialógicos como debates públicos, paneles de ciudadanos o programas de radio con llamadas, pueden apoyar el entendimiento mutuo. Permiten a las personas dar sentido a situaciones complejas juntas y reflexionar sobre el conocimiento disponible. La comunicación en una crisis no se trata solo de transmitir hechos urgentes. También se trata de cultivar una base común para la respuesta colectiva. Los formatos participativos y dialógicos ayudan a reforzar los valores democráticos y sirven como antídoto al tono cada vez más polarizado y agresivo del discurso público global.

Cuando la confianza se cultiva por adelantado, los científicos y expertos están más dispuestos a colaborar con los periodistas durante una crisis, conscientes del papel crucial de una comunicación pública precisa e independiente. Por el contrario, la comunicación improvisada o descuidada puede dañar tanto la relación con los expertos, muchos de los cuales desconfían de cómo los medios manejan los temas científicos, como el acceso del público a información clara y fiable en los momentos más críticos.

03

Crisis inminente. Empezar con buen pie

No todas las historias son buenas historias: el encuadre (framing) y sus consecuencias

Cómo se narra una crisis, las palabras y expresiones utilizadas, el tono adoptado, las metáforas elegidas, moldea cómo las audiencias la interpretan y responden a ella. Este proceso se conoce como encuadre (framing), y juega un papel central en el sentido (sensemaking), o cómo las personas entienden lo que sucede a su alrededor. Algunos encuadres ayudan a clarificar la complejidad y fomentan la acción constructiva; otros pueden distorsionar la realidad, provocar miedo o anular la participación pública. Los periodistas deben ser conscientes de los encuadres que adoptan y estar listos para cuestionar, ajustar o rechazar los encuadres propuestos por otros cuando esas narrativas corren el riesgo de reforzar el malentendido o causar daño.

Se debe tener sumo cuidado con el lenguaje utilizado durante las crisis. Términos como “crisis”, “emergencia” y “urgente” son a veces necesarios para transmitir la gravedad de una situación, pero cuando se usan en exceso, pueden resultar contraproducentes. El lenguaje alarmista repetido puede desensibilizar al público o provocar pánico y decisiones irracionales. Peor aún, tal encuadre puede ocultar causas subyacentes, como la desigualdad estructural o la negligencia política, que hicieron que la situación fuera tan grave en primer lugar.

Un ejemplo notable de encuadre problemático en la cobertura ambiental es el uso frecuente de lenguaje apocalíptico: frases como “el planeta está muriendo”, “colapso irreversible” o “el fin del mundo”. Si bien estas expre-

siones tienen como objetivo transmitir urgencia, a menudo abruman a las audiencias y pueden llevar a la desvinculación o al fatalismo. Cuando a las personas se les dice que el desastre es inevitable, muchas se sienten impotentes y dejan de prestar atención: “Si ya es demasiado tarde, ¿qué sentido tiene?” Otros pueden recurrir a la negación, sospechando manipulación o exageración. Además, este tipo de encuadre puede contribuir al agotamiento emocional o a la eco-ansiedad, especialmente entre las generaciones más jóvenes. Es esencial informar sobre la gravedad de las amenazas ambientales, pero es igualmente importante centrarse en enfoques constructivos, destacar posibles respuestas, la capacidad de acción colectiva y las historias de adaptación y resiliencia. La urgencia sin esperanza corre el riesgo de silenciar la acción misma que busca inspirar.

Otro ejemplo clásico es el encuadre de la investigación médica como una “guerra”, como la “guerra contra el cáncer”. Si bien puede sonar poderoso, esta metáfora establece expectativas poco realistas: implica una batalla final y una victoria total, cuando en realidad, el cáncer es un grupo diverso de enfermedades, que afectan a los individuos de maneras muy diferentes. La investigación está logrando un progreso constante, permitiendo que muchas personas vivan vidas más largas y mejores, incluso cuando la remisión completa es imposible. Enmarcar el cáncer como una guerra puede llevar a la frustración, el miedo o la falsa creencia de que la ciencia está fallando, cuando ocurre lo contrario.

Estos ejemplos muestran cómo los encuadres específicos pueden distorsionar realidades complejas o llevar a la fatiga emocional, la confusión o la desvinculación. Los periodistas deben ser conscientes de que la forma en que cuentan una historia puede influir no solo en cómo se siente la gente, sino también en lo que creen que pueden hacer. Siempre que sea posible, la cobertura debe dejar espacio para la acción informada, no solo para la alarma. Ayudar a las audiencias a



comprender dónde se encuentran y qué está en juego es esencial, pero también lo es darles la sensación de que las respuestas son posibles, que existen soluciones y que los individuos, las instituciones y las comunidades tienen un papel que desempeñar.

La dimensión política

Cuando una crisis tiene fuertes dimensiones políticas, el debate público a menudo termina oscureciendo la complejidad científica y tecnológica del problema, su interpretación, las posibles soluciones y la formulación de políticas que le sigue. La polarización política puede reducir las discusiones matizadas y basadas en la evidencia a oposiciones binarias. Esto se vio claramente durante la pandemia de COVID-19, con feroces debates sobre el uso de mascarillas, vacunas y confinamientos. El resultado es una conversación dura, polarizada y, a menudo, improductiva.

Los periodistas tienen la responsabilidad de investigar e informar sobre la dinámica política de una crisis. Pero también tienen un papel crucial en hacer visible la dimensión científica. Esto significa explicar claramente lo que sabe la comunidad científica, cómo se produce ese conocimiento y qué grado de certeza o incertidumbre lo rodea. Especialmente en situaciones de rápida evolución donde el conocimiento aún se está construyendo, como en el caso de la COVID, el periodismo ayuda al público a distinguir entre lo que está establecido y lo que todavía está en debate.

Las instituciones públicas no siempre están preparadas o dispuestas a comunicar la incertidumbre. En algunos casos, pueden evitar reconocerla por miedo a perder autoridad. En otros, su comunicación puede ser moldeada o restringida por presiones políticas. Esto hace que el periodismo sea aún más esencial. Los periodistas deben ser capaces de resaltar las contradicciones, aclarar qué información se basa en evidencia sólida y explicar qué sigue siendo desconocido o incierto. Hacerlo ayuda a preservar la distinción entre ciencia y política, dando al público las herramientas para comprender ambas.

04

Crisis en tiempo real. La montaña rusa de la comunicación

Valores y emociones

En tiempos de crisis o al abordar desafíos sociales urgentes, los valores y las emociones juegan un papel central. Todas las partes interesadas, incluidos científicos, periodistas e instituciones, deben ser conscientes de sus propias respuestas emocionales y las de los demás, y deben considerarlas cuidadosamente al comunicarse. Entre los profesionales, los periodistas suelen ser los más hábiles para leer el sentimiento público, y desempeñan un papel crucial en establecer el tono de la conversación más amplia en torno a una crisis. Las emociones no solo son inevitables. Son informativas. Pueden revelar los valores subyacentes en juego y ayudar a explicar la intensidad de la preocupación pública. Dar espacio a las emociones y los valores en la comunicación puede hacerla más cercana y convincente, permitiendo a los periodistas conectar con las audiencias y, en algunos casos, impulsar la acción.

Al mismo tiempo, los periodistas deben lograr un equilibrio: usar la emoción para transmitir significado y urgencia, sin contribuir al ruido de la infodemia o permitir que el encuadre emocional ahogue los hechos y la evidencia. Una emoción que merece especial atención es la confianza: ¿en quién se confía, por quién y por qué? ¿Y hasta qué punto pueden los periodistas desempeñar un papel para ayudar al público a confiar en aquellos que son dignos de esa confianza? Durante una crisis, distinguir entre competencia y autoridad se vuelve esencial. La autoridad puede ser institucional, otorgada por gobiernos, universidades u organismos de investigación, mientras que la competencia está ligada al conocimiento y la experiencia. Las dos no siempre coinciden. La fama y la confianza tampoco van necesariamente de la mano.

Autoridades, embajadores, modelos a seguir e influencers

During Durante una crisis, distinguir entre competencia y autoridad se vuelve esencial. La autoridad puede ser institucional, otorgada por gobiernos, universidades u organismos de investigación, mientras que la competencia está ligada al conocimiento y la experiencia. Las dos no siempre coinciden. La fama y la confianza tampoco van necesariamente de la mano.

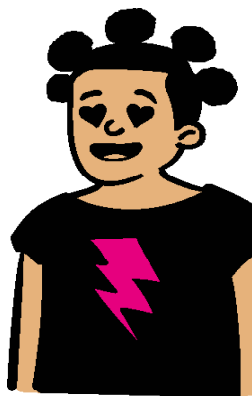
La pandemia de COVID-19 ofreció claros ejemplos de esta dinámica. Algunos científicos se convirtieron en estrellas mediáticas, invitados frecuentemente a comentar mucho más allá de su área de expertise. Al mismo tiempo, figuras públicas e influencers sin formación científica ganaron visibilidad como supuestas autoridades en complejos temas de salud y política. Mientras tanto, la información anecdótica que circulaba a través de redes personales (típicamente “un amigo de un amigo dijo...”), a menudo demostró ser más influyente que los canales oficiales, especialmente entre ciertos grupos sociales. Esto resalta uno de los principios centrales de la comunicación de crisis: la confianza tiende a seguir a la proximidad. Cuanto más cercana sentimos una fuente, más probable es que la creamos.

Por estas razones, los periodistas deben ser especialmente cuidadosos al elegir a qué figuras públicas dar plataforma. Es esencial evitar promover la incompetencia solo porque alguien es visible o cercano. Una buena comprensión de quién es fiable en un dominio determinado facilita la identificación de embajadores adecuados, personas que pueden traducir el conocimiento complejo de manera precisa y responsable.

Al mismo tiempo, los periodistas deben evitar convertir a expertos competentes en personalidades mediáticas de propósito general. Cuando los científicos comentan sobre todo, desde epidemiología hasta política educativa o geopolítica, corren el riesgo de difuminar los límites de su propia autoridad. Esto, en última instancia, debilita la comprensión pública de cómo funciona la ciencia y lo que puede (y no puede) ofrecer.

Desinformación, información errónea y noticias falsas (fake news)

Las crisis son un terreno fértil para la propagación de infor-



mación falsa o engañosa. El término “noticias falsas” (fake news) se utiliza a menudo de forma amplia, pero abarca una amplia gama de contenido e intención. La información errónea (misinformation) se refiere a información incorrecta compartida sin intención maliciosa, a menudo debido a un error o malentendido. La desinformación (disinformation) es información falsa creada deliberadamente para engañar.

Abordar estos fenómenos es complejo. La velocidad de intercambio en las plataformas digitales, las respuestas emocionales provocadas por las crisis y la baja visibilidad de las fuentes fiables contribuyen a la propagación de contenido falso. Si bien la información errónea siempre ha existido, las redes sociales amplifican su alcance e impacto exponencialmente.

Los titulares de clic fácil (clickbait) y el contenido sensacionalista distorsionan aún más el panorama, y los propios medios de comunicación no son inmunes. En la carrera por la visibilidad y la participación, algunos medios priorizan el tráfico sobre la precisión, especialmente durante las emergencias, cuando las emociones se intensifican y el miedo se propaga rápidamente. Los periodistas deben ser conscientes de que el clickbait y las afirmaciones no verificadas son particularmente peligrosos en tiempos de crisis, ya que pueden alimentar la confusión, el pánico o la negación, complicando en última instancia la respuesta a la crisis.

En los últimos años, la IA generativa ha surgido como una nueva fuente de riesgo. Aunque la desinformación generada por IA sigue siendo una pequeña fracción del contenido falso total detectado en la UE, su crecimiento es significativo. Imágenes, videos, audio y texto falsos generados por herramientas de IA circulan ahora ampliamente, especialmente durante eventos delicados como conflictos, desastres o elecciones. Los periodistas deben mantenerse a la vanguardia de esta tendencia, desarrollando tanto conciencia como capacidad técnica para verificar el contenido y evitar su amplificación. Afortunadamente, hay recursos crecientes para apoyar este esfuerzo. Las plataformas de verificación de hechos (fact-checking) y las herramientas de verificación pueden ayudar a evaluar la fiabilidad del contenido, rastrear sus orígenes y evaluar los datos de apoyo. Más importante aún, los periodistas pueden pasar de la desacreditación (debunking) a la prevención (prebunking): identificar y exponer proactivamente narrativas manipuladoras antes de que ganen tracción.

El falso equilibrio

Una de las prácticas periodísticas más problemáticas y engañosas, especialmente en la cobertura de ciencia y crisis, es el llamado falso equilibrio. Esto ocurre cuando se presentan dos puntos de vista opuestos como igualmente creíbles, incluso cuando la mayoría de la evidencia apoya solo a un lado. Si bien el principio de escuchar a todas las partes es una piedra angular de la ética y deontología periodísticas, aplicarlo sin contexto puede hacer más daño que bien.

En casos como el cambio climático, la seguridad de las vacunas o el origen de un virus, el falso equilibrio da una visibilidad indebida a opiniones marginales o sin fundamento, haciendo que un tema parezca mucho más controvertido de lo que realmente es. Esto distorsiona la comprensión pública y crea confusión en un momento en que la claridad es crucial. El resultado es una falsa sensación de debate donde, de hecho, existe un fuerte consenso científico. El falso equilibrio es perjudicial porque tergiversa la realidad y evita que las audiencias accedan a información clara y basada en la evidencia. En momentos de crisis, esto puede ralentizar la respuesta pública, socavar la confianza en las instituciones y profundizar las divisiones. En lugar de buscar una simetría artificial, los periodistas deben centrarse en el peso de la evidencia, reflejando el estado del consenso científico mientras siguen reconociendo la incertidumbre genuina o los puntos de vista minoritarios sin exagerar su importancia.

El falso equilibrio persiste en parte porque la controversia vende. Los debates polarizados atraen la atención, generan clics y crean la impresión de un espacio mediático activo y comprometido. Sin embargo, la visibilidad a corto plazo no es lo mismo que la credibilidad a largo plazo. Los medios de comunicación y los periodistas que se mantienen fieles a su misión principal, que es servir al interés público con informes precisos y honestos, pueden no ser recompensados inmediatamente en términos de métricas de audiencia, pero con el tiempo, es más probable que sean vistos como fiables, independientes y dignos de apoyo. Esta relación de confianza entre los medios creíbles y su audiencia puede así convertirse en una base para la sostenibilidad financiera. Los lectores, oyentes o espectadores que reconocen el valor y la fiabilidad de una fuente de noticias son más propensos a apoyarla, a veces directamente, a través de suscripciones, donaciones o membresías. En este sentido, la credibilidad no es solo un principio periodístico, sino también una inversión a largo plazo.

05

Post-crisis. Seguimiento y prácticas reflexivas

Informar sobre el final de una crisis

Cuando una emergencia se desvanece de los titulares, a menudo desaparece del discurso público, sin embargo, sus consecuencias están lejos de terminar. Las secuelas y los efectos a largo plazo de una crisis pueden ser tan significativos como el evento en sí. Las emergencias sanitarias, los desastres ambientales y los conflictos sociales rara vez terminan con la resolución del problema inmediato. Dejan atrás consecuencias que afectan a comunidades, políticas, economías e instituciones.

Los periodistas tienen la responsabilidad de hacer un seguimiento. Continuar cubriendo una crisis después de su pico permite un enfoque más medido y en profundidad que fomenta una mejor comprensión pública y una mayor preparación para el futuro. También ayuda a la audiencia a comprender el alcance total de la historia: cómo progresa la recuperación, qué lecciones se han aprendido y cómo se están adaptando las personas y los sistemas.

La cobertura a largo plazo es también una forma de hacer que las instituciones rindan cuentas. Dar seguimiento a las promesas hechas durante una crisis, ya sea por gobiernos nacionales o locales, organizaciones internacionales o actores privados, es clave para garantizar la transparencia y la confianza pública. Investigar si esos compromisos se han cumplido no es solo el dominio del periodismo de investigación: es una función necesaria del periodismo de interés público.

Además, la cobertura sostenida puede desafiar la percepción de que cada emergencia es un evento aislado. Muchas crisis son parte de problemas sistémicos más amplios: los desastres climáticos, por ejemplo, a menudo están vinculados a la degradación ambiental en curso. Al conectar estos

puntos, los periodistas ayudan a las comunidades a comprender los riesgos en contexto, anticipar futuras emergencias y exigir soluciones a largo plazo.

Reflexionar sobre los éxitos y los fracasos

El período posterior a una crisis también puede ofrecer una valiosa oportunidad para la reflexión: sobre lo que funcionó, lo que no y cómo se podría mejorar la comunicación la próxima vez. En algunos campos de la comunicación científica, como museos o centros científicos, la práctica reflexiva es una herramienta establecida. Gracias a los datos recopilados en estudios de evaluación, pero también basados en observaciones informales, el personal evalúa regularmente la efectividad de las exposiciones o programas. Luego, estos insights se utilizan para refinar futuras iniciativas y satisfacer mejor las necesidades de la audiencia.

Si bien el periodismo no ha adoptado tradicionalmente este tipo de reflexión estructurada, los medios de comunicación de hoy en día están cada vez más impulsados por los datos y las métricas de participación. La retroalimentación de la audiencia, más allá de los clics, las vistas y las veces compartido, se está convirtiendo en un activo crucial, particularmente para los medios que dependen de suscripciones, membresías o donaciones. En estos modelos, la confianza a largo plazo y las relaciones significativas con los lectores son clave para la supervivencia.

El compromiso (engagement) se está volviendo clave en el periodismo, particularmente para aquellos medios que dependen cada vez más de sus audiencias para su supervivencia económica, como aquellos cuyo modelo de negocio se basa firmemente en la suscripción, membresía, donaciones de lectores y otras fuentes de ingresos.

Pero el compromiso real no se trata de contenido viral o picos de atención. Significa cultivar un diálogo continuo con el público, a través de boletines informativos, encuestas, eventos comunitarios, interacciones en vivo en redes sociales o espacios solo para suscriptores. Una sala de prensa que conoce a su audiencia y escucha regularmente está mucho mejor posicionada para responder de manera efectiva en tiempos de crisis. Puede ajustar su lenguaje, formatos y prioridades para servir mejor las necesidades de las comunidades a las que informa.

La práctica reflexiva no siempre es fácil o económicamente factible. Muchas salas de prensa carecen del tiempo y los recursos para analizar sistemáticamente su trabajo. Pero eso no significa que no sea posible o

valioso.

Las asociaciones de periodistas, los consejos de prensa, las escuelas de periodismo y las iniciativas europeas pueden ayudar a crear espacios y herramientas para la reflexión, el intercambio y el aprendizaje entre pares. Promover estos momentos de revisión colectiva no es un lujo: es parte de la construcción de un periodismo más receptivo, resiliente y fiable.



Dar también mensajes positivo

Journalism El periodismo se ha centrado durante mucho tiempo en lo que sale mal, las malas noticias, los desastres y los fracasos. Este énfasis está profundamente arraigado en el papel de la profesión como vigilante. Sin embargo, en los últimos años, varios estudios han demostrado que las audiencias no solo son sensibles a la negatividad constante. También quieren cobertura que incluya progreso, soluciones y esperanza.

Después de una crisis, las historias sobre irregularidades y rendición de cuentas siguen siendo cruciales. Pero también lo son aquellas que destacan nuevas estrategias, cambios de política, innovaciones o respuestas comunitarias destinadas a prevenir riesgos futuros. Estos no son temas suaves o secundarios: son fundamentales para comprender cómo las sociedades aprenden, se adaptan y reconstruyen.

Algunas organizaciones de medios han adoptado claramente la idea de que el periodismo no solo informa sobre el mundo. También ayuda a moldearlo.

Informar sobre el potencial y la innovación, cuando se hace de manera rigurosa y crítica, puede ayudar a difundir las mejores prácticas, inspirar el debate público y mostrar cómo es posible el cambio. Es una forma poderosa para que el periodismo tenga un impacto en el mundo real.

Este es el pensamiento detrás de dos enfoques emergentes: el periodismo constructivo y el periodismo de soluciones.

El periodismo constructivo tiene como objetivo proporcionar una visión más equilibrada y precisa del mundo al evitar la sobrerrepresentación de noticias negativas. No endulza la realidad, sino que reencuadra las historias para incluir contexto, progreso y posibles caminos a seguir. El objetivo no es ofrecer contenido agradable, sino contar la historia completa.

El periodismo de soluciones lleva esto un paso más allá. Se centra específicamente en las respuestas a problemas sociales, ambientales y tecnológicos apremiantes. Investiga lo que funciona, bajo qué condiciones y por qué. Las historias de soluciones están basadas en la evidencia y son transparentes sobre sus limitaciones: muestran que una respuesta puede no servir para todos, pero algunas respuestas marcan la diferencia y pueden adaptarse en otros lugares.

El periodismo de soluciones lleva esto un paso más allá. Se centra específicamente en las respuestas a problemas sociales, ambientales y tecnológicos apremiantes. Investiga lo que funciona, bajo qué condiciones y por qué. Las historias de soluciones están basadas en la evidencia y son transparentes sobre sus limitaciones: muestran que una respuesta puede no servir para todos, pero algunas respuestas marcan la diferencia y pueden adaptarse en otros lugares.

Destacar las intervenciones exitosas, ya sean políticas públicas, iniciativas de base o innovaciones científicas, no solo informa mejores tomas de decisiones, sino que también apoya los esfuerzos de recuperación y prepara a las sociedades para futuros desafíos. Quizás lo más importante, ayuda a contrarrestar la sensación generalizada de impotencia que puede seguir a una crisis.

El periodismo que reconoce la capacidad de acción de las personas (people's agency), su capacidad para actuar, adaptarse y construir, no solo es más preciso, sino más empoderador. Este cambio de perspectiva aún está ganando terreno, pero su potencial para fortalecer la resiliencia pública y el compromiso democrático ya es claro.

06

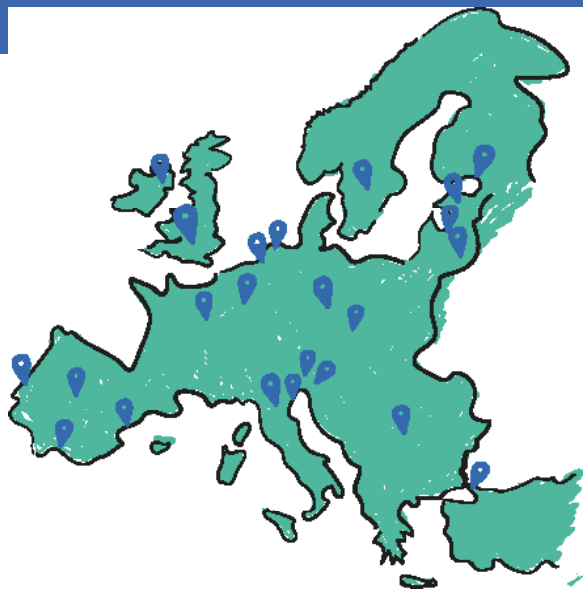
Cómo encontrar ayuda en el Centro Europeo de Competencia para la Comunicación

El Centro Europeo de Competencia para la Comunicación Científica es una plataforma en línea, conectada a una red de centros nacionales y regionales – los Hubs COALESCE, que ofrece recursos, servicios y formación para mejorar los programas y proyectos de comunicación científica en todos los ámbitos y contextos.

En la plataforma, puede encontrar una herramienta de emparejamiento para conectar con expertos y organizaciones, una caja de

herramientas de comunicación científica (scicomm toolbox) con recursos de comunicación científica validados por su calidad, colecciones curadas de comunicación científica sobre temas variados, una conexión con el Observatorio ENJOI, que examina el panorama de los medios europeos con un enfoque en el periodismo científico, entre otros.

Visita scicommcentre.eu



Lectura adicional:

Esta guía amigable es una versión amigable de las “Guidelines for non science journalists in times of crisis”. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14016521>

El Crisis Navigator es una guía interactiva para apoyar a los profesionales de la comunicación científica a imaginar y anticipar mejor los desafíos, basada en la pregunta guía: ¿Cómo contribuir cuando surge una crisis? <https://doi.org/10.5281/zenodo.11446975>

Estrategias para abordar desafíos críticos para las relaciones efectivas entre ciencia y sociedad, incluidos los enfoques de información errónea y confianza. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14826013>

Cómo citar este documento:

Rodari, P., Urbani, S., & Tola, E. (2025). ¿Cómo comunicar ciencia en tiempos de crisis? Una guía fácil para periodistas. Zenodo. . Doi:10.5281/zenodo.18368435

Traducción: Juan Romero Luis



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Agency. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Co-creating the EU Competence Centre for
Science Communication

Follow us on



visit our website

coalesceproject.eu

scicommcentre.eu



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Agency. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.