

Cómo los periodistas pueden abordar la desconfianza en la cobertura de la pandemia y ayudar a "aplanar la curva" - Resumen por Federico Kukso

Resumen por Federico Kukso

La autora destaca que solo el 50 por ciento de los estadounidenses confía en la información que escuchan sobre el coronavirus en los medios de comunicación.

Entre las recomendaciones para ganar la confianza de las audiencias enumera:

Repetir mensajes claros simples a menudo: "Susan Joy Hassol, directora de Comunicación Climática, quien ha investigado y enseñado comunicación científica efectiva durante 30 años, dijo que el secreto son mensajes simples y claros, repetidos a menudo, por una variedad de fuentes confiables".

Crear gráficos y visualizaciones que pueden ser más potentes que el texto: "Si las palabras no llegan al lector, una imagen puede resultar más poderosa. Se ha demostrado que los gráficos son más persuasivos que el texto para contrarrestar la desinformación".

Anticiparse a la "aversión a la solución": "las personas rechazarán la evidencia científica si está vinculada a una solución que no les gusta".

La autora recuerda también citar mensajeros confiables, como profesionales de la salud y la ciencia, así como revelar su proceso periodístico a los lectores para abordar la desconfianza pública: "los lectores confían más en una fuente de noticias cuando ven una barra lateral al lado de un artículo que explica el proceso periodístico".