



Divulgación periodística y reconexión con las audiencias: un estudio exploratorio del periodismo explicativo para combatir la huida de las noticias

Ana-Isabel Rodríguez-Vázquez

José Casás-García

Alba Silva-Rodríguez

CODI 2026



Comunicación científica

Modera: **Manuel Gértrudix Barrio**,
Universidad Rey Juan Carlos

“¿Qué es transferencia? Una perspectiva investigadora”

Raúl Liébana Liébana y Nadia McGowan,
Universidad Internacional de La Rioja

“La comunicación científica en la era digital: estrategias y desafíos para la transferencia del conocimiento”

Jennifer García Carrizo, *Universidad Rey Juan Carlos*

“Divulgación periodística y reconexión con las audiencias: un estudio exploratorio del periodismo explicativo para combatir la huida de las noticias”

Ana-Isabel Rodríguez-Vázquez, José Casás-García y Alba Silva-Rodríguez,
Universidade da Santiago de Compostela



AUDIENCE FIRST / AUDIENCE TURN AUDIENCE SUBSCRIPTION

Reforzar la conexión entre el periodismo (oportunidad para los medios) y la divulgación científica (oportunidad para la transferencia) como activo estratégico en la necesidad de reconectar con las audiencias desde el periodismo de calidad con el fin de combatir la huida de las noticias (*news avoidance*), frenar el impacto negativo de la IA en las redacciones y fomentar la alfabetización

Irene Costera Meijer (2020) Understanding the Audience Turn in Journalism: From Quality Discourse to Innovation Discourse as Anchoring Practices 1995–2020, *Journalism Studies*, 21:16, 2326–2342, DOI: 10.1080/1461670X.2020.1847681

Joëlle Swart, Tim Groot Kormelink, Irene Costera Meijer & Marcel Broersma (2022) Advancing a Radical Audience Turn in Journalism. Fundamental Dilemmas for Journalism Studies, *Digital Journalism*, 10:1, 8–22, DOI: 10.1080/21670811.2021.2024764



Contar mejor las noticias (un momento de reflexión)

“La IA puede dar miedo, pero temo, sobre todo, a la inteligencia humana superficial. La humanidad padece una crisis de pensamiento y de conocimiento”: Edgar Morin, La Vanguardia 21/01/2026).

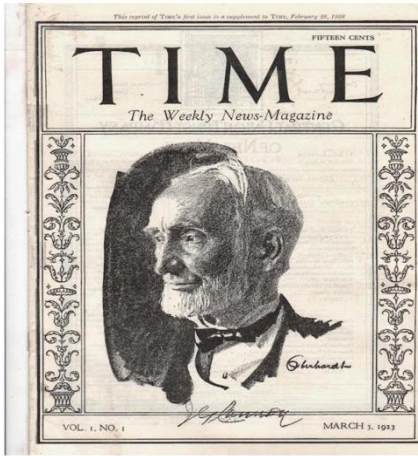
**“La mejor noticia no es siempre la que se da primero, sino muchas veces la que se da mejor”
(Gabriel García Márquez: *El mejor oficio del mundo* -1996-)**

La pérdida de confianza en los medios y la creciente desconexión de las audiencias (especialmente jóvenes) son desafíos centrales para el periodismo contemporáneo (Newman et al., 2025). Entre las causas de esta desconexión destaca la falta de credibilidad de los medios de comunicación, mayor incluso que la que atribuyen a los periodistas (Díaz-Noci, 2023).

El debate en la comunidad científica pasa por asumir que no basta con publicar en revistas especializadas, sino que es necesario comunicar, explicar y dialogar con la sociedad y, además, medir cómo ese esfuerzo impacta realmente en términos sociales, culturales y democráticos

Buscar un espacio común para el periodismo y la divulgación científica más allá de los nichos de la especialización periodística y de las revistas científicas: Abrir más ventanas en los medios generalistas para el Periodismo explicativo - Periodismo en profundidad - Periodismo constructivo - Periodismo positivo - Periodismo colaborativo y participativo ¿pueden ser eficaces? Oportunidad de equipos de trabajo entre las redacciones y las unidades de investigación para lograr un objetivo de doble dirección con la audiencia en el centro. La ciencia que no se comunica, no existe; y el periodismo que no explica, no informa.

Periodismo explicativo (un 'pellizco' de autocritica)



1923. Publicación de la revista Time, precursora de los medios de tipo interpretativo.



1931. The New York Sun crea una revista de noticias que aparece los sábados, donde profundiza las noticias de la semana.

21/04/2015

NUEVOS MEDIOS POTENCIAN ESTE GÉNERO

El auge del periodismo explicativo en Estados Unidos

ESCRITO POR CRISTINA F. PEREDA



Nuevos medios relanzan este género compartiendo el objetivo de descifrar las informaciones de actualidad más complejas, sin que su éxito dependa de exclusivas ni de noticias de última hora. También atesoran las mismas armas: periodismo de datos, la mejor narrativa *online* y un diseño exquisito, realizados por equipos de periodistas experimentados combinados con nativos digitales, diseñadores gráficos e ingenieros de datos.

Periodismo Explicativo: Se centra en el "por qué" y el "cómo" de las noticias. No solo dice que hubo un terremoto, sino que explica el fenómeno de las placas tectónicas, etc.

Divulgación Científica: Emplea el método y los hallazgos científicos para integrarlos en la cultura general.

Periodismo explicativo-Divulgación científica: un ADN compartido (claridad) y 3 puentes para conectar (curaduría de datos y narrativa –*storytelling*- y visualización-)

La divulgación científica encaja en la lógica del periodismo explicativo: La investigación científica ofrece contexto, profundidad y evidencia, justo lo que demandan los formatos explicativos. El periodismo explicativo puede convertirse en vehículo de transferencia, traduciendo la investigación en conocimiento socialmente útil. Aporta: temas de interés público, respaldo empírico y la posibilidad de explicar procesos y no solo resultados. Contribuye a la contextualización: o solo informar qué pasó, sino situar el evento en su contexto histórico, social o político. Ayuda en el análisis desglosando temas complejos (ciencia, economía, política) para hacerlos comprensibles. Apoya las explicaciones en datos concretos y verificables para aumentar la credibilidad. Explica las consecuencias: muestra el impacto a largo plazo de los eventos y decisiones. Presenta la información de manera clara y comprensible para la audiencia en general.



PERIODISMO EXPLICATIVO

- Trasciende el "qué" para centrarse en el "**por qué**" y el "**cómo**"
- Modelo de producción periodística que sitúa la **necesidad cognitiva del usuario** en el centro del proceso editorial. No se limita a narrar qué ha sucedido, sino que desglosa los sistemas, contextos y dinámicas que subyacen a la noticia para eliminar la brecha de comprensión del público.
- Objetivo: proporcionar contexto, antecedentes y análisis pedagógico para que el receptor pueda comprender la complejidad de un fenómeno
- **Referentes:** Jay Rosen (New York University) y Kevin Delaney (impulsó este modelo en *Quartz* y *Vox*)
- **Concepto clave:** *Sense-making* (dotar de sentido)
- En la estrategia *audience-first*, el periodismo explicativo es la respuesta al "**ruido informativo**".

Frente a la evasión informativa y la desconfianza mediática como problemas estructurales, los *explainers* conectados con la divulgación y la transferencia científica permiten:

- Mejorar la comprensión de temas complejos. La Ciencia actúa como contexto. La divulgación científica aporta el marco teórico que el periodismo explicativo usa para que la audiencia entienda la actualidad.
- Reforzar la transparencia editorial. Al explicar "cómo sabemos lo que sabemos" se educa a la audiencia en el método científico, lo que genera una relación de confianza más sólida que el simple titular sensacionalista.
- Aumentar el *engagement* cualitativo. En el actual contexto del 'Periodismo medible', tan importante como divulgar es medir el impacto social de esa divulgación: indicadores para evaluar la circulación académica y el consumo de medios. Es importante ver si el refuerzo de esta colaboración es rentable para justificar el valor de la transferencia de la investigación a través de los medios y del espacio que dedican al periodismo explicativo apoyado en la divulgación científica, y comprobar el impacto real que tiene esta alianza en el empoderamiento de la sociedad contribuyendo al debate público informado y al aumento de la confianza y la credibilidad en el periodismo.
- Alfabetización. Ayuda a cumplir el objetivo social de la universidad: elevar el nivel de conocimiento de la población. Una ciudadanía que entiende la ciencia detrás de un problema es una ciudadanía con mayor capacidad crítica ante los mensajes de los medios. Esto ayuda a las personas a desarrollar un enfoque más crítico y saludable hacia el consumo de información.



PERIODISMO CONSTRUCTIVO

Procura ofrecer una visión más equilibrada de la realidad, evitando el sensacionalismo y la negatividad.

En la lógica 'audience first', es una respuesta directa al fenómeno de la evitación de las noticias. De una audiencia abrumada e impotente a una audiencia informada y capacitada. Reduce el estrés del usuario y aumenta el tiempo de permanencia.

Frente al conflicto para lograr 'clicks' promueve el valor emocional y la utilidad para ganar suscriptores y una profunda fidelidad. Se centra en el diálogo y la resolución de problemas en lugar del ataque y la polarización.

Divulgación científica: es el marco ideal para la transferencia del conocimiento: integrarla en este periodismo permite que los resultados científicos se perciban como hallazgos de progreso social

Instituto
**PERIODISMO
CONSTRUCTIVO**



PERIODISMO DE SOLUCIONES

Explora los patrones, las tendencias y trata de dar una perspectiva completa al problema y sus consecuencias. Práctica periodística rigurosa basada en la evidencia y se enfoca en las respuestas a los problemas sociales.

Respuesta a la demanda de utilidad del periodismo por la audiencia.

Transforma al medio en un conector de recursos y en una herramienta de aprendizaje, desplazando el sensacionalismo por el impacto.

En la estrategia audience-first, el periodismo de soluciones es el motor más fuerte de conversión y retención de suscriptores.

Comunidades de interés (verticales): suscriptores interactúan y aumenta el sentimiento de pertenencia.

Divulgación científica: También es ideal para la transferencia.



PERIODISMO COLABORATIVO Y PARTICIPATIVO

Periodismo colaborativo: modelo de producción de contenidos por parte de varios medios o entidades que investigan un tema que supera las capacidades individuales.

En la estrategia *audience first*, la colaboración cubre los puntos ciegos de la audiencia, optimiza recursos y ofrece una realidad más completa y verificada. Valores: aumenta la confianza, diversidad de perspectivas, sostenibilidad y eficiencia (suscripciones).

Divulgación científica: Universidad (nodo de datos) - medio (nodo narrativo) - audiencia (nodo de *feedback*). Resultado: producto informativo único, útil y de servicio público.

Periodismo participativo: preguntas de la audiencia que guían explainers, comunidades de suscriptores y espacios de cocreación entre periodistas-científicos y públicos.





METODOLOGÍA



OBJETIVOS

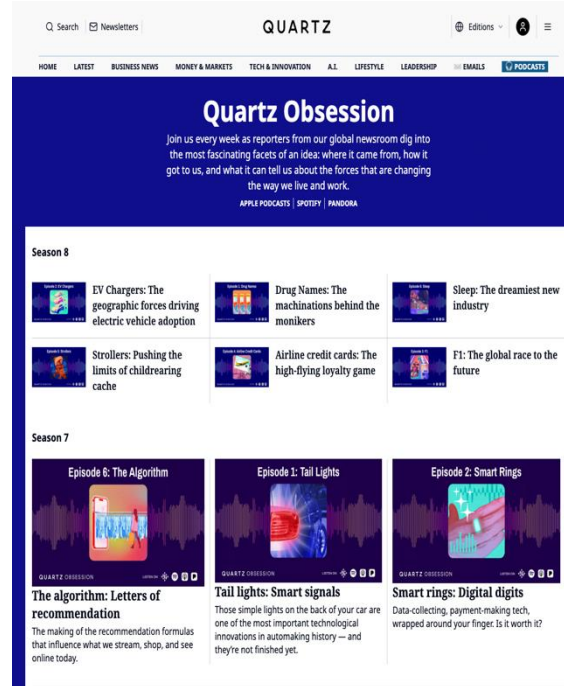
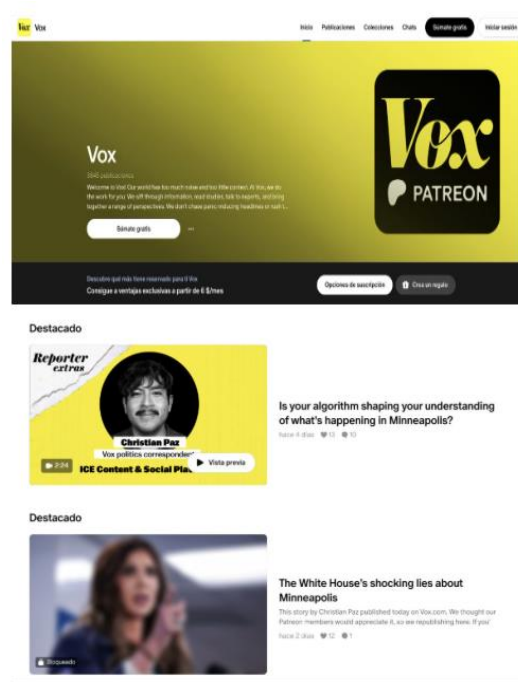
- O1: análisis exploratorio para identificar las distintas modalidades de periodismo explicativo, constructivo, de soluciones, colaborativo y participativo en una muestra de medios del contexto europeo (España, Francia, Italia, Portugal y Reino Unido), Estados Unidos y Latinoamérica (México, Brasil, Argentina y Chile). Investigación ampliable al análisis de influencers al margen de las marcas periodísticas: partiendo de experiencias ya recogidas desde 2015, se mapea la situación actual -2026- para ver la evolución, tendencias y posibilidades futuras.
- O2: Análisis de una selección de ejemplos identificados en la fase exploratoria para conocer fortalezas y debilidades en la conexión de la divulgación científica en el contexto periodístico actual condicionado por la estrategia *audience first / suscription first* (2026).
- O3: Valoración de resultados de las experiencias analizadas e Identificación de nuevas oportunidades para reforzar la conexión de la divulgación científica con el periodismo explicativo (2026-2027).

METODOLOGÍA

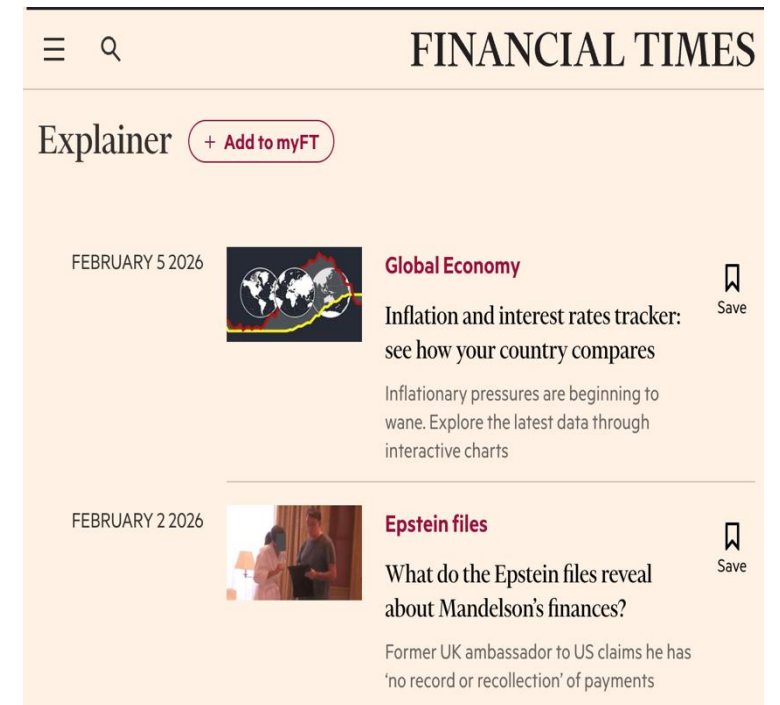
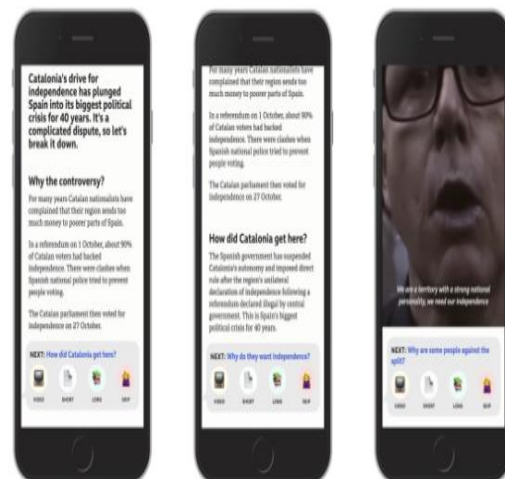
- O1: Geolocalización de prácticas periodísticas explicativas en los mercados citados, seleccionados entre las marcas más confiables. La muestra quedó conformada por un total de 174 medios de 10 países (entre 16 y 19 medios por cada país), recogiendo el Top 15 medios/país del *Ranking Brand Trust Scores* de *Digital News Report 2025* (excluyendo etiquetas generales como TV News ou Regional/Local newspaper) y el Top 10 medios de SCImago (filtros: All content/All languages/All media/Countries/2025 Winter Edition). A la muestra de medios por países, según ambas fuentes, se añaden otros ejemplos representativos de las distintas corrientes como los proyectos de Vox, Quartz o Financial Times, entre otros.
- O2: Estudio de casos aplicando el análisis de contenido y análisis métricos para valorar el impacto social de los productos periodísticos de divulgación científica seleccionados en el marco de la estrategia *audience first* en web y redes sociales.
- O3: Entrevistas con periodistas, investigadorxs y oficinas de divulgación científica para identificar oportunidades de colaboración entre las prácticas del periodismo explicativo y la transferencia de conocimiento. Grupos de discusión para “testear” productos.

RESULTADOS

Identificación de ejemplos de periodismo explicativo, constructivo, de soluciones, colaborativo y participativo en los medios: identificación de escenarios donde reforzar la presencia de la divulgación científica en el contexto *audience first/audience suscription*



Research & Development





El bioquímico Mariano Barbacid, en marzo de 2024. PABLO MONGE

La verdadera historia detrás de “la primera terapia efectiva contra el cáncer de páncreas” de Barbacid

MANUEL ANSEDE | Madrid

La empresa del bioquímico, Vega Oncotargets, ha rebajado su eslogan después de las falsas expectativas generadas por el anuncio de un prometedor experimento con 45 ratones ‘curados’

OelDiario.es



Juan Luis Sánchez
6 de febrero de 2026 · 08:30 h · 2

SEGUIR AL AUTOR

Artículos sobre
Divulgación científica

15 de enero de 2026

¿Podemos frenar el envejecimiento?

María Ángeles Cáliz Molina / Alejandro Martín- Montalvo



M Maldita.es

Maldita Ciencia

mundos/estudio/2025/01/27/057877311c6b286798b4581.html

EL MUNDO

OFRECIDO POR PROYECTO IGUALDAD DE MERCADO (ASPROCAN)

Frutas importadas con sustancias prohibidas en la UE, ¿están autorizadas en tu supermercado?

Sorprendente pero la respuesta es sí. Porque la norma para tratar los cultivos en España y Europa no se aplica a las frutas importadas de otros países como, por ejemplo, la banana.



La fruta, tanto importada como de producción europea, debe cumplir las mismas normas de la UE sobre restos de pesticidas: su presencia debe ser menor a los límites máximos establecidos

! ALERTA



Correo sí deseado. Historias positivas para mejorar tu semana. Noticias que nos acercan soluciones y nos ponen de buen humor



La Voz de Galicia

hogar para lo que están negociando su financiación por parte de la Seguridad Social



¿Qué hace la medicina nuclear? «Nuestros medicamentos salvan muchas vidas»

LUCÍA CANCELA

La Voz visita la unidad dirigida por la doctora Virginia Pubul, ubicada en el Complejo Hospitalario Universitario de Santiago, quien explica cómo funciona



JUSTIFICAR

- Este trabajo entiende que el periodismo explicativo puede funcionar como un puente eficaz entre la investigación universitaria, los medios de comunicación y la ciudadanía. Relevancia estratégica.
- Contribuir a la alfabetización (audiencias críticas) y a la lucha contra la desinformación.
- Los contenidos divulgativos y explicativos pueden funcionar como estrategias de *(re)engagement* en un contexto marcado por la *news avoidance* y la pérdida de confianza en los medios. Se abre una oportunidad clara para la ciencia porque ofrece contexto, profundidad y evidencia.
- La divulgación y la transferencia de la ciencia no son actividades accesorias, sino componentes centrales del ecosistema científico contemporáneo. El periodismo explicativo emerge como un espacio privilegiado para: transferir conocimiento, reforzar la confianza en los medios, reconectar con audiencias alejadas y mejorar el impacto social de la ciencia.

ACTUAR

- Este congreso ofrece un espacio idóneo para avanzar hacia una comprensión más profunda de cómo ciencia, medios y sociedad pueden colaborar para afrontar los desafíos éticos, sociales y democráticos del progreso científico. Reforzar las oportunidades del periodismo y de la divulgación científica colocando al ciudadano en el epicentro de sus estrategias (*audience first* / ciencia ciudadana).
- Un periodista que entiende la metodología científica y un científico que sabe comunicar con claridad forman un equipo imbatible para explicar crisis climáticas o pandemias. Laboratorios de co-creación.
- Profesionalización de la fase de transferencia: Incorporar a comunicadores de forma transversal en los proyectos de investigación o financiar elaboración y ejecución de planes de comunicación con expertxs. Relaciones periodistas/medios y oficinas de divulgación de las universidades.

Plan de comunicación: la transferencia y divulgación de resultados de investigaciones científicas

Communication plan: transfer and dissemination of scientific research results

Anna Tous-Rovirosa

Cómo citar este artículo:

Tous-Rovirosa, Anna (2024). "Plan de comunicación: la transferencia y divulgación de resultados de investigaciones científicas [Communication plan: transfer and dissemination of scientific research results]". *Infonomy*, 2(3) e24037.

<https://doi.org/10.3145/infonomy.24.037>



Anna Tous-Rovirosa
<https://orcid.org/0000-0003-4519-3793>
<https://directorioexit.info/ficha4427>
 Universitat Autònoma de Barcelona
 Facultat de Ciències de la Comunicació
 Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació
 Vinya, s/n. Campus UAB
 08193 Bellaterra (Barcelona), España
anna.tous@uab.cat