

Cómo reforzar cada dimensión de la confianza en base en los criterios de calidad del público.

DIMENSIONES DE CONFIANZA	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN → CRITERIOS DE CALIDAD
Capacidad	• Investiga tu contenido y preséntalo con rigor. → Corrección • Distingue entre hechos y opiniones y enlaza a fuentes originales cuando sea posible. → Objetividad • Analiza y contextualiza la información, incluyendo escenarios alternativos, limitaciones e incertidumbre. → Crítica • Explica el razonamiento para que sea fácil de seguir; incluye ejemplos o metáforas. → Comprensibilidad • Apoya tus explicaciones en el formato (estructura, diseño, esquemas...). → Presentación • Ancla el contenido en lo que está pasando y explica por qué es importante. → Relevancia y actualidad • Incorpora fuentes que aporten diferentes perspectivas de forma equilibrada. → Diversidad
Integridad	• Comunica los mecanismos de control del proceso científico para reforzar la percepción de honestidad, credibilidad e independencia. → Credibilidad • Incluye análisis sobre qué podría estar mal y por qué. → Crítica • Refuerza la independencia y la transparencia del mensaje (sin sesgos ni intereses ocultos). → Neutralidad • Cuida la accesibilidad del contenido (estructura, lenguaje, elementos visuales). → Presentación • Considera las preocupaciones del público e incluye fuentes diversas que refuercen independencia y equidad. → Respeto y diversidad
Benevolencia	• Destaca los beneficios, daños y mitigaciones del tema. → Relevancia social • Subraya aplicaciones concretas para la vida cotidiana y para la toma de decisiones. → Aplicabilidad • Cuida el tono y evita la condescendencia. → Respeto • Demuestra el impacto social incorporando perspectivas diversas de la comunidad. → Diversidad • Haz preguntas, reflexiona y reconoce preocupaciones de forma explícita. → Diálogo • Produce contenido interesante e inspirador que mantenga la atención sin trivializar. → Entretenimiento y disfrute
Transparencia	• Explica de manera clara lo que se sabe y lo que no se sabe. → Comprensibilidad • Distingue hechos de opiniones y deja claro qué es evidencia y qué es interpretación. → Objetividad • Incluye un análisis de limitaciones y criterios de actualización (qué podría cambiar y cuándo). → Crítica • Si las cifras ayudan, apóyate en elementos visuales/estructura para comunicar rangos y supuestos. → Presentación • Explica por qué importa el contexto y qué ha cambiado, para que se entiendan las posibles actualizaciones. → Relevancia y actualidad • Menciona limitaciones con ejemplos de sus implicaciones prácticas, manteniendo claridad y credibilidad. → Aplicabilidad y credibilidad
Diálogo	• Pregunta, escucha y responde las dudas de la audiencia. → Diálogo • Mantén una interacción respetuosa y enfocada en necesidades reales de la audiencia. → Respeto y aplicabilidad • Guía la conversación con preguntas: “¿qué significa?”, “¿para qué sirve?”, “¿cómo lo sabemos?”, “¿qué cambia?”. → Comprensibilidad y relevancia • Abre espacios de co-creación para incorporar perspectivas diversas. → Diversidad • Diseña la participación para que sea una experiencia inspiradora y satisfactoria. → Disfrute