



**Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación**

**Universidad de La Laguna**

**Periodismo constructivo para  
informar sobre el cambio climático:  
el poder de las historias resolutivas**

**Trabajo Fin de Grado**

**Autora:** Fátima María Kenair Álvarez

**Tutora:** Dra. Jenny del Pino García Sánchez

**Santa Cruz de Tenerife, 2023**

*“Volvamos a la línea de salida: contar –y explicar– es la base del periodismo. Y cuando más preguntas se hacen los ciudadanos, más respuestas hay que buscar para responderles” – José María Izquierdo*

A las personas que me quieren, gracias  
por creer en mis sueños tanto como yo.

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	2
<b>2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA</b> .....	3
<b>3. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	4
<b>3.1 Hipótesis</b> .....	4
<b>3.2 Objetivos</b> .....	4
<b>3.3 Metodología</b> .....	5
<b>3.3.1 Revisión bibliográfica</b> .....	6
<b>3.3.2 Experimento</b> .....	6
<b>3.3.3 Entrevistas</b> .....	12
<b>4. MARCO TEÓRICO</b> .....	13
<b>4.1 Origen del periodismo constructivo</b> .....	13
<b>4.1.1 Valores del periodismo</b> .....	13
<b>4.1.2 Debilitación de la función social</b> .....	15
<b>4.1.3 Periodismo social</b> .....	19
<b>4.1.4 Periodismo constructivo</b> .....	23
<b>4.1.4.1 Periodismo de soluciones</b> .....	29
<b>4.1.5 Características del periodismo constructivo</b> .....	30
<b>4.2 Cobertura del cambio climático</b> .....	33
<b>4.2.1 Periodismo ambiental</b> .....	33
<b>4.2.2 Periodismo sostenible</b> .....	37
<b>4.2.3 Periodismo en transición</b> .....	38
<b>4.2.4 Periodismo constructivo y cambio climático</b> .....	40
<b>5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	43
<b>5.1 Experimento</b> .....	43
<b>5.2 Entrevistas a medios de comunicación</b> .....	60
<b>5.3 Entrevistas a personas expertas</b> .....	66
<b>6. DISCUSIÓN</b> .....	71
<b>7. CONCLUSIONES</b> .....	76
<b>8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	78

## RESUMEN

El periodismo constructivo utiliza las técnicas de la psicología positiva para llegar a las personas de una forma efectiva. El objetivo de este estudio es comprobar si este modo de desarrollar el discurso informativo motiva a la ciudadanía a contribuir en la lucha contra el cambio climático y favorece la recuperación de su confianza hacia los medios de comunicación. Se ha elaborado una noticia constructiva sobre la emergencia hídrica en Canarias a partir de una pieza tradicional para someter a una muestra poblacional a la lectura de ambas propuestas y extraer datos sobre sus preferencias mediante una encuesta. También se ha entrevistado a *La Provincia*, *Diario de Avisos* y la revista *Climática* con el interés de conocer su tratamiento del contenido medioambiental, así como al director del Instituto de Periodismo Constructivo, Alfredo Casares, y a la *Solution Journalism Network*. Este trabajo se alinea con diversos Objetivos de Desarrollo Sostenible, pero destaca el número trece: Acción por el clima.

**Palabras clave:** Medios de comunicación, Periodismo constructivo, Periodismo de soluciones, Información ambiental, Cambio climático

## ABSTRACT

*Constructive journalism uses the techniques of positive psychology to reach people in an effective way. The aim of this study is to check whether this way of developing the informative discourse motivates citizens to contribute to the fight against climate change and favors the recovery of their trust in the media. A constructive news item on the water emergency in the Canary Islands has been elaborated from a traditional piece in order to submit a sample of the population to the reading of both proposals and to extract data on their preferences through a survey. Interviews have also been carried out with *La Provincia*, *Diario de Avisos* and the magazine *Climática* to know the treatment of the environmental content, as well as with the director of the Institute of Constructive Journalism, Alfredo Casares, and the *Solution Journalism Network*. This work is aligned with several Sustainable Development Goals, but the thirteenth one stands out: Climate Action.*

**Keywords:** *Mass media, Constructive journalism, Solution journalism, Environmental information, Climate change*

# 1. INTRODUCCIÓN

El cambio climático es uno de los problemas más complejos a los que se enfrenta el mundo. La comunidad científica ha manifestado en múltiples ocasiones la necesidad de modificar la conducta humana para asentar prácticas más sostenibles, pero el habitual discurso catastrofista que gira en torno al fenómeno ha mermado el interés de las personas.

En este estudio se pretende profundizar en el uso del periodismo constructivo para activar la responsabilidad individual y colectiva de la población en la lucha contra el cambio climático y en la recuperación de su confianza en los medios de comunicación. Los organismos públicos y privados son quienes suelen poder actuar a gran escala implementando políticas eficientes y respetuosas con el medioambiente, pero la ciudadanía también debe ser plenamente consciente de la realidad que le rodea y de su gran capacidad para modificar el entorno si aúna esfuerzos.

El documento hace un recorrido en orden cronológico por la vertiente deontológica de la disciplina periodística, profundiza en la dificultad de desempeñar la función social de la profesión en el contexto actual, analiza el origen del periodismo social como antecedente próximo del periodismo constructivo y describe las características de este modo de desarrollar el discurso informativo. Por otra parte, se ahonda en el origen del periodismo ambiental, en la cobertura del cambio climático y en las iniciativas que se han llevado a cabo para producir información utilizando este enfoque emergente.

Cathrine Gyldensted y Karen McIntyre (2017), precursoras del periodismo constructivo en Europa y autoras de uno de los artículos más relevantes sobre la materia, indican que es necesario seguir realizando avances teóricos a través de pruebas prácticas. En este Trabajo de Fin de Grado se pretende aportar en este sentido con el objetivo de mejorar la calidad y productividad de las informaciones futuras.

Resulta interesante poner el foco en Canarias porque es la única región ultraperiférica de España y, por tanto, la más vulnerable ante la emergencia climática (IPCC, 2022). Dada la leve presencia de estudios y uso de las técnicas del periodismo constructivo a nivel regional, esta investigación contribuye en un campo poco explorado en el ámbito profesional y en el académico.

## 2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

El imperioso avance del cambio climático ha originado numerosos desastres naturales y desplazamientos durante los últimos años. El Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) advierte en su último informe de la necesidad de actuar para frenar las consecuencias del fenómeno y garantizar un futuro habitable (2023). Sitúa a la humanidad como responsable de la alteración de los patrones climáticos con la quema de combustibles fósiles desde el siglo XIX y el uso poco sostenible de las tierras.

La Agenda 2030, “un plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad” (Naciones Unidas, 2015), incluye la acción por el clima en el puesto trece de la lista de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Con esto se pretende convertir la problemática en una prioridad para los países y sensibilizar a la población mundial. Si son las personas las que han acelerado el deterioro del planeta con sus actuaciones, son estas las que deben ser conscientes del desafío al que se enfrentan y de su capacidad para revertir la situación. En este aspecto, el periodismo constructivo puede servir como guía.

Hasta ahora, la gran mayoría de la cobertura informativa sobre el cambio climático ha tenido un enfoque orientado a los problemas y la desesperanza. Los estudios consultados demuestran que esta manera negativa de informar aleja a la audiencia y frustra su motivación para contribuir al sentirse rodeada de causas perdidas. El periodismo constructivo nace como complemento del periodismo tradicional para equilibrar la balanza. Desde esta óptica no se pretende suavizar la gravedad de los acontecimientos, sino ofrecer información de utilidad sobre posibles soluciones y generar un impacto social positivo con el soporte de la psicología positiva.

Algunos medios de comunicación ya han empezado a utilizarlo. La revista *Haz* cuenta con una sección fija de periodismo de soluciones, una de las ramas del constructivo, y *El País*, incluso, ofrece un taller en línea. Además, en 2019 inauguró la sección “Clima y Medioambiente” para aumentar su compromiso con la emergencia climática y le otorgó la misma prioridad que a otras históricamente posicionadas, como “Economía”.

Esta investigación se centra en Canarias por una cuestión de cercanía. El lema “piensa global, actúa local” resalta la importancia de llevar a cabo acciones en el entorno más

próximo y cotidiano para impulsar grandes transformaciones. Conocer cómo puede impactar en la comunidad autónoma el contenido periodístico constructivo que versa sobre cuestiones medioambientales, además de cómo lo valoran los medios de comunicación del territorio, permite obtener una aproximación de su efectividad para lograr mejoras en la lucha contra el cambio climático. El periodismo tiene la oportunidad de reflejar su compromiso con el bienestar de la sociedad trabajando en fortalecer la responsabilidad individual y colectiva de la población.

### 3. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Hipótesis

1. El periodismo constructivo motiva a la ciudadanía a contribuir en la lucha contra el cambio climático.
2. El periodismo constructivo hace que la audiencia recupere la confianza en los medios de comunicación.

#### 3.2 Objetivos

<b>TABLA DE OBJETIVOS</b>			
	<b>Objetivos generales</b>		<b>Objetivos específicos</b>
<b>O.G.1</b>	Comprobar si el periodismo constructivo, aplicado en el ámbito local, puede motivar a la ciudadanía a contribuir en la lucha contra el cambio climático.	<b>O.E.1</b>	Elaborar una pieza informativa con un enfoque constructivo a partir de otra con un enfoque tradicional.
		<b>O.E.2</b>	Compartir las piezas con una muestra y realizar una encuesta para saber cómo han impactado.

<b>O.G.2</b>	Profundizar en la realidad de los medios canarios a través de entrevistas directas.	<b>O.E.3</b>	Conocer cuál es la relevancia de la sección de medioambiente en cada uno.
		<b>O.E.4</b>	Conocer cuáles son sus pautas habituales para informar sobre el cambio climático.
		<b>O.E.5</b>	Conocer lo que saben sobre periodismo constructivo y los efectos de su aplicación.
<b>O.G.3</b>	Entrevistar a personas expertas en periodismo constructivo acerca de su aplicación en el ámbito local para informar sobre el cambio climático.	<b>O.E.6</b>	Detallar cuáles podrían ser los beneficios de informar sobre el cambio climático con un enfoque constructivo.
		<b>O.E.7</b>	Abordar la importancia de hacerlo desde el ámbito local.

### 3.3 Metodología

Para desarrollar la presente investigación se han llevado a cabo distintos procedimientos con el fin de alcanzar los objetivos planteados de una forma óptima. La combinación de métodos cuantitativos y cualitativos es frecuente en áreas como la educación, la sociología y la comunicación debido a su efectividad. Por eso se ha decidido utilizar una metodología híbrida que consta de una exhaustiva revisión bibliográfica, una encuesta a una muestra de población determinada que permite confirmar o refutar las hipótesis planteadas y entrevistas a medios de comunicación y a personas expertas en la materia que aquí se trata.



### 3.3.1 Revisión bibliográfica

Se han analizado numerosos artículos académicos y otros documentos para comprender la raíz del periodismo o enfoque constructivo. La narrativa sigue un orden cronológico que pasa por la base deontológica que sustenta el ejercicio periodístico, su aplicación en el contexto actual y el periodismo social como antecedente. Además, se detallan con precisión las características de este modo de desarrollar el discurso informativo para poder aplicarlo adecuadamente en la siguiente fase. Es esencial la teoría desarrollada por la *Solution Journalism Network* (SJN) y la de Alfredo Casares, fundador y director del instituto de Periodismo Constructivo de España, en su libro *La hora del periodismo constructivo: El poder transformador de la información orientada al futuro y a las soluciones*, que basa una parte importante de su contenido en los estudios de Cathrine Gyldensted y Karen McIntyre.

Acto seguido se profundiza en el origen del periodismo ambiental. Diversos artículos revelan que comenzó siendo una arista más del movimiento ecologista y que luego se desvinculó para ser una vertiente periodística independiente que ha evolucionado en función de las alteraciones que ha sufrido el medioambiente. La urgencia de concienciar a la población sobre el cambio climático ha puesto de manifiesto la necesidad de buscar nuevas maneras de llegar a la audiencia, y es en este punto donde cobra protagonismo el enfoque constructivo. Diferentes organizaciones hablan sobre la efectividad de unir ambas cosas y en el ámbito académico, además, ya se han registrado cambios positivos en el pensamiento y la conducta de las personas en relación con el fenómeno.

### 3.3.2 Experimento

Para validar o refutar las hipótesis planteadas se ha llevado a cabo un experimento similar al propuesto por Kathryn Miller en su investigación *How Solutions Journalism Shapes Support for Collective Climate Change Adaptation*. A partir de una pieza con un enfoque tradicional publicada en el periódico canario *La Provincia* el 07/04/2023, la cual aborda la escasez de agua en Fuerteventura, se ha elaborado una noticia constructiva. Para ello se han utilizado los criterios promovidos por la *Solution Journalism Network* (SJN) y Alfredo Casares.

Por otro lado, se ha determinado una muestra de doce personas para medir la efectividad de la pieza creada y estimar la capacidad del enfoque constructivo para motivar a la ciudadanía a llevar a cabo acciones en favor del medioambiente, además de favorecer la recuperación de la confianza en los medios. Miller extrajo resultados positivos en este sentido, aunque la muestra de su experimento estuvo formada por estudiantes de universidad.

En este estudio está compuesta por cuatro personas jóvenes, cuatro adultas y cuatro de edad avanzada. Según la Organización Mundial de la Salud la juventud está presente entre los 14 y los 26 años, la adultez entre los 27 y los 59 y la vejez de 60 en adelante. Además, en cada subgrupo hay un mismo número de hombres y de mujeres. Los perfiles son variados para alcanzar la mayor representatividad posible pese a la pequeñez de la muestra en comparación con la población, que no resulta un inconveniente porque se pretende establecer aproximaciones.

La actividad experimental consta de dos fases. En la primera, la muestra lee la noticia constructiva y responde a un cuestionario para valorar su impacto; en la segunda, lee la noticia original y responde a otro cuestionario con algunas preguntas del primero y varias comparativas. De esta forma se puede apreciar el efecto que tienen el enfoque constructivo y el tradicional. A excepción de las preguntas comparativas, que son de elección, y de otras donde se pide especificar el porqué de la respuesta, la mayoría se contestan con el método de Osgood porque es la forma idónea para medir actitudes, preferencias y sentimientos (Guix, 2005). De esta manera, las personas encuestadas se posicionan entre dos conceptos contrarios: poco y mucho. Para llevar a cabo la actividad se ha utilizado *Formularios de Google* por la familiaridad que puede transmitir.

A continuación, se expone la pieza constructiva que se ha elaborado para desarrollar esta parte de la investigación. Seguidamente, se expone la pieza original y las preguntas que forman parte de los cuestionarios que la muestra ha respondido.

## CONSTRUCTIVA

# LA SEQUÍA EN CANARIAS, FÓRMULAS PARA MITIGARLA

*La comunidad científica asegura que las acciones cotidianas de la ciudadanía, junto a las impulsadas por los gobiernos, son fundamentales para evitar la escasez de agua.*

Los efectos del cambio climático están afectando a todas las regiones del mundo. En Canarias se manifiestan, principalmente, con el aumento progresivo de las temperaturas y la disminución de las precipitaciones.

El Hierro fue la primera isla en declarar la emergencia hídrica en mayo del año pasado. Unas semanas después le siguieron La Gomera y Fuerteventura.

Para paliar la escasez de agua, los Cabildos de cada isla pusieron en marcha medidas extraordinarias, como la fijación de turnos de riego dentro de la comunidad de regantes y el levantamiento de infraestructuras hidráulicas.

La implantación de desaladoras de agua de mar y depuradoras ha sido la acción más recurrente de los equipos de gobierno.

Joselin Rodríguez, ingeniera civil con especialidad en Hidrología e investigadora en la Universidad de La Laguna, apunta que se trata de soluciones a largo plazo para sobrevivir a la sequía, pero también son construcciones muy caras que consumen una cantidad alta de recursos energéticos.

Para satisfacer la demanda de agua en Canarias también se pueden usar otros métodos que han tenido éxito en otras partes del mundo.

### CADA ISLA QUIERE SU MEDIDA

Rodríguez destaca “la recolección y almacenamiento de agua de lluvia, la recarga artificial de acuíferos mediante técnicas de infiltración controlada o el uso de técnicas de recolección y almacenamiento de agua en tierras agrícolas”.



Captación de lluvia desde un techo y almacenamiento en un estanque. Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Esas técnicas aún no se aplican con asiduidad y, además, cada isla tiene sus peculiaridades. En el caso de Fuerteventura la capacidad para almacenar agua es limitada porque apenas existen espacios naturales o artificiales para su acumulación.

El mal estado de los canales de distribución produce cortes continuos en los suministros y en algunas zonas se han visto en la obligación de actuar con cubas para poder acceder al agua potable.

Las circunstancias sugieren más inversión en infraestructuras de forma urgente, la construcción de embalses y la actualización de los conductos por los que viaja el agua hasta las viviendas y zonas de riego.

Entre las pautas que se establecen en los planes hidrológicos de cada isla para mejorar la gestión del agua se contempla profundizar en esos aspectos y otros específicos que atañen a cada una.

### PROYECTO NATALIE

La comunidad científica no para. Son múltiples las investigaciones que se centran en descubrir nuevos métodos para mejorar en la gestión de los recursos.

El proyecto europeo de investigación NATALIE aborda el aceleramiento e integración de soluciones basadas en la naturaleza (NBS) para mejorar la resiliencia al cambio climático en diversas regiones biogeográficas europeas.

“En el contexto de emergencia hídrica actual, las NBS pueden incluir la restauración de cuencas hidrográficas, la protección y restauración de humedales, la reforestación, la implementación de prácticas agrícolas sostenibles y la promoción de tecnologías de recolección y almacenamiento de agua”, explica Rodríguez.



## LA SEQUÍA EN CANARIAS, FÓRMULAS PARA MITIGARLA



Todas las plantas necesitan agua para vivir, pero las suculentas la almacenan en su interior y demandan menos riego. Fuente: Pixabay.

El Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) advierte en su último informe de la necesidad de actuar para frenar las consecuencias del fenómeno y garantizar un futuro habitable.

Sitúa a la humanidad como responsable de la alteración de los patrones climáticos con la quema de combustibles fósiles desde el siglo XIX y el uso poco sostenible de las tierras.

Aunque las organizaciones gubernamentales ya han establecido planes a largo plazo para implementar prácticas sostenibles, la comunidad experta resalta que las acciones de las personas son fundamentales para frenar los efectos.

### ¿CÓMO PUEDE CONTRIBUIR LA CIUDADANÍA?

- 1** Arreglar inmediatamente las **fugas de agua** en su hogar, como grifos o inodoros que gotean.
- 2** Utilizar tecnologías de ahorro de agua, como **cabezales de ducha de bajo flujo, inodoros de doble descarga y electrodomésticos más eficientes** en su consumo de agua.
- 3** **Recoger agua de lluvia** y reutilizarla para tareas no potables como regar plantas o limpiar suelos.
- 4** Realizar una **jardinería sostenible**, usar plantas nativas o tolerantes a la sequía y evitar regar en exceso.
- 5** Cuando se use una **lavadora o lavavajillas**, prestar atención al consumo de agua y utilizarlos **completamente llenos**, no a media carga.
- 6** Participar en **programas locales de conservación de agua y educarse** sobre su importancia.

A los equipos de gobierno, entre otras cosas, les invita a desarrollar políticas más sólidas en materia de gestión del agua, fortalecer la concienciación de la población acerca de la relevancia de cuidar este recurso esencial y el cambio climático e incrementar la cooperación entre los sectores público, privado y científico para enfrentar los retos actuales en unidad hallando y aplicando soluciones innovadoras. La investigadora asegura que “solo a través de un enfoque holístico y colaborativo podremos abordar los desafíos del agua y lograr un futuro más próspero y sostenible para las Islas Canarias”.

## TRADICIONAL

# LA FALTA DE AGUA EN UNA ISLA CANARIA YA ES "DE ESPECIAL GRAVEDAD": ACTÚAN CON CUBAS EN ALGUNAS ZONAS

*El Cabildo toma medidas para garantizar el abastecimiento como actuar con cubas en algunas zonas.*

El Cabildo de Fuerteventura garantiza el abastecimiento de agua potable ante la situación de "especial gravedad" que vive esta isla canaria. En un comunicado oficial, la Institución insular informa que están en marcha medidas complementarias con las que se pretende hacer frente a los problemas detectados en diferentes puntos del norte y del sur.

El presidente del Cabildo de Fuerteventura, Sergio Lloret, junto al vicepresidente, Juan Nicolás Cabrera, han mantenido una reunión de trabajo con técnicos del Consorcio de Abastecimiento de Aguas de Fuerteventura (CAAF), del Consorcio Insular de Agua de Fuerteventura (CIAF) y de los servicios jurídicos de la corporación para analizar la situación.

Se han adoptado medidas complementarias con el fin de hacer frente al problema de suministro de agua, que ya han comenzado a tener efecto tanto en el norte, en la zona de Tindaya, como en el sur.

En el último caso, se ha puesto en funcionamiento la planta del Oasis Wildlife de La Lajita, así como la planta del barranco de Gran Tarajal, lo que ha permitido conseguir restablecer el suministro. Se están ultimando los trámites administrativos correspondientes con el fin de agilizar el desarrollo de las infraestructuras necesarias para mejorar la red de abastecimiento.

El Cabildo sigue manteniendo la ayuda en emergencia a través de cubas en aquellas zonas en las que aún no se puede restablecer el suministro. Por lo tanto, el Cabildo de Fuerteventura está haciendo todo lo posible para garantizar el suministro de agua potable en la isla.



La falta de agua en Fuerteventura ya es "de especial gravedad": actúan con cubas en algunas zonas

La situación actual del abastecimiento de agua en Fuerteventura y las medidas que el Cabildo está tomando para garantizar el acceso a agua potable para sus ciudadanos son motivo de preocupación para la población de esta isla canaria.

### SITUACIÓN DE EMERGENCIA HÍDRICA EN ESTA ISLA CANARIA

La situación del abastecimiento de agua en Fuerteventura se ha vuelto crítica en los últimos años debido a la falta de precipitaciones. La isla tiene una capacidad limitada para almacenar agua, por lo que la sequía afecta directamente al suministro de agua potable.

El problema se agrava en el sur de la isla, donde la falta de infraestructuras de abastecimiento de agua ha dejado a algunas zonas sin acceso a agua potable durante días. Además, la población de la isla ha aumentado en los últimos años, lo que ha hecho que la demanda de agua potable sea cada vez mayor.

### MEDIDAS TOMADAS POR EL CABILDO DE FUERTEVENTURA ANTE LA FALTA DE AGUA EN ESTA ISLA CANARIA

Ante la situación de especial gravedad que vive la isla, el Cabildo de Fuerteventura ha tomado medidas para garantizar el acceso a agua potable. Se han puesto en funcionamiento plantas de tratamiento de agua en el sur de la isla, lo que ha permitido restablecer el suministro de agua en algunas zonas.

Además, se está trabajando en la mejora de la red de abastecimiento de agua de la isla. Se están llevando a cabo diferentes actuaciones para mejorar las infraestructuras necesarias para el suministro de agua potable. El objetivo es garantizar el acceso a agua potable a toda la población de la isla.

## **PRIMERA FASE**

### **Bloque 1**

1. ¿La primera noticia que ha leído le parece útil?
2. ¿Ha aumentado su interés por cuidar el agua?
3. ¿Le ha ayudado a saber cómo se puede resolver la emergencia hídrica en Canarias?
4. ¿Llevaría a cabo las acciones descritas para cuidar el medioambiente y mejorar su entorno?
5. ¿Valora que las noticias le informen de lo que se puede hacer para luchar contra el cambio climático?
6. ¿La noticia le hace sentir que es posible suavizar los efectos negativos del cambio climático?
7. ¿Por qué?

### **Bloque 2**

1. ¿Cuánta confianza hacia los medios de comunicación le despierta la primera noticia?
2. ¿El contenido le produce agotamiento?
3. ¿Siente que ha adquirido un mayor conocimiento sobre el asunto tratado?
4. ¿Le gustaría haber seguido leyendo?
5. ¿Qué características destaca de esta noticia a diferencia de otras sobre el cambio climático que lee en la prensa normalmente?

## **SEGUNDA FASE**

### **Bloque 1:**

1. ¿La segunda noticia que ha leído le parece útil?
2. ¿Ha aumentado su interés por cuidar el agua?
3. ¿Le ha ayudado a saber cómo se puede resolver la emergencia hídrica en Canarias?



4. ¿La noticia le hace sentir que es posible suavizar los efectos negativos del cambio climático?
5. ¿Por qué?

### **Bloque 2:**

1. ¿Cuánta confianza hacia los medios de comunicación le despierta la segunda noticia?
2. ¿El contenido de la noticia le produce agotamiento?
3. ¿Siente que ha adquirido un mayor conocimiento sobre el asunto tratado?
4. ¿Le gustaría haber seguido leyendo?

### **Bloque 3:**

1. ¿Qué noticia le ha ayudado más a aumentar su conciencia sobre el cambio climático y la emergencia hídrica en Canarias? *Marque solo una opción.*
2. ¿Con qué noticia ha aprendido más? *Marque solo una opción.*
3. ¿Qué noticia le ha motivado más a llevar a cabo acciones para contribuir en la lucha contra el cambio climático? *Marque solo una opción.*
4. ¿Con qué noticia ha percibido que es posible suavizar los efectos negativos del cambio climático en mayor medida? *Marque solo una opción.*
5. ¿Cómo prefiere que le informen sobre el cambio climático? *Marque solo una opción.*
6. ¿Por qué?

Se eligió formular estas preguntas, orientadas a la aceptación o refutación de las hipótesis planteadas, con el objetivo de comparar los bloques 1 y 2 referidos a cada una de las piezas periodísticas y contar con un bloque extra donde sea la propia muestra la que haga las comparaciones en función de lo establecido.

### **3.3.3 Entrevistas**

Se ha elaborado un cuestionario para conocer la realidad de algunos periódicos canarios sobre la sección de medioambiente, el tratamiento de la información sobre el cambio climático y el empleo del enfoque constructivo. Los medios elegidos son *Diario de*

*Avisos*, en representación de la provincia de Tenerife, y *La Provincia*, en representación de Las Palmas, por el impacto que tienen en Canarias. También se ha querido contar con la revista *Climática* por ser el primer medio español especializado en la emergencia climática. Resulta interesante comparar sus respuestas con la de los medios generalistas, además de analizar cada caso por separado. Las preguntas las han recibido los directores de los diarios y el coordinador de la revista.

Del mismo modo, se ha preparado un cuestionario para Alfredo Casares que, como se ha indicado anteriormente, dirige el Instituto de Periodismo Constructivo de España. El propósito es conocer el impacto que ha tenido el periodismo constructivo en los medios y profesionales de la información que han participado en los talleres y cursos impartidos por el Instituto. Conocer su punto de vista como experto es esencial para ahondar en los beneficios de utilizar esta narrativa en la producción de informaciones sobre el cambio climático y otras cuestiones de sumo interés. También se realiza una entrevista a la *Solution Journalism Network*, la organización más relevante de EE. UU. que aboga por el enfoque de soluciones, con el objetivo de contar con otra fuente de calidad y percibir diferencias o similitudes en la visión de este modo de hacer periodismo que se tiene en América y Europa.

## **4. MARCO TEÓRICO**

### **4.1 Origen del periodismo constructivo**

#### **4.1.1 Valores del periodismo**

La actividad periodística surge de la necesidad de visibilizar los acontecimientos que conforman la realidad. En las sociedades democráticas se considera un servicio público porque garantiza el derecho a la información y favorece la libertad de expresión. Se trata de una práctica que influye en la construcción de la identidad de los pueblos y ayuda a concebir un futuro mejor. Acercar la noticia a las personas fortalece su capacidad para discernir y tomar decisiones (Ortega, et al., 2023).

Existe una interdependencia aguda entre el periodismo y la democracia. La periodista y autora del libro *Periodismo social: Una nueva disciplina*, Alicia Cytrynblum, afirma que



para ejercer la profesión de forma plena se necesita un sistema político democrático que la avale; este, para asegurar su permanencia, requiere la independencia de los medios de comunicación (2004). La supervivencia de una de las partes está condicionada por la otra.

La autora sostiene que para confirmar lo anterior solo es preciso observar el panorama mundial, el cual revela que únicamente se halla periodismo de calidad en lugares donde la democracia se desarrolla con relativo éxito. En España, el artículo 20 de la Constitución recoge el derecho a la información y posibilita su difusión con la condición de que sea veraz. Todas las personas tienen la libertad para hacerlo, pero el gremio periodístico cuenta con la cualificación necesaria. Este colectivo profesional goza de un estatus determinado, actúa por delegación tácita de la ciudadanía y, por tanto, se espera que garantice la autenticidad de la información y su interés público (Belmar, 2015).

Las características del lugar donde se desarrolla la actividad periodística son de suma importancia, pero el compromiso y la unión de los sujetos profesionales es imprescindible para velar por los principios democráticos y cumplir con la función social inherente a la disciplina. El Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Prensa (FAPE), aprobado en 1993 y actualizado en 2017, lo expone de la siguiente manera:

En el marco de las libertades civiles consagradas en la Constitución, que constituyen la referencia necesaria para una sociedad plenamente democrática, el ejercicio profesional del Periodismo representa un importante compromiso social, para que se haga realidad para la ciudadanía el libre y eficaz desarrollo de los derechos fundamentales sobre la libre información y expresión de las ideas. [...] Periodistas reconocen y garantizan que su ejercicio profesional es el cauce de manifestación de una opinión pública libre dentro del pluralismo de un Estado democrático y social de Derecho. (2017, parr. 1 y 2)

La teoría sobre el buen hacer periodístico siempre ha estado encima de la mesa. Los principios éticos de Benjamín Harris, que datan de 1690, constituyen la primera exhibición deontológica vinculada a la profesión (Bilbeny, 2012). Como editor de *Publick Occurrences Both Forreign and Domestick*, el primer periódico impreso norteamericano, decide arrancar con la presentación de un breve código. Son tan altos sus ideales que,

incluso, notifica su intención de exponer los nombres de quienes propaguen chismes o informes falsos en el caso de que lograra identificarlos (Paltsits, 1949).

Para Barroso (2011), los principios éticos de Harris tienen numerosas similitudes con los aceptados en la actualidad: “Enfatiza la recogida de noticias y su difusión con verdad, objetividad, exactitud y de forma completa [...] Promete la corrección de errores cuando estos tengan lugar” (p. 211). En su análisis cronológico de códigos de deontología periodística destaca otros posteriores, como el código de Suecia, que es el primero en ser reflejado en papel durante el siglo XX, la *Carta de la Conducta* de Francia, el *Código de Conducta Profesional* de Reino Unido y muchos más asociados a países democráticos.

La importancia de las normas morales en el periodismo y la comunicación audiovisual radica, entre otras cosas, en su utilidad para proteger los derechos de la audiencia y el trabajo del conjunto de profesionales. También para delimitar las responsabilidades de terceros y evitar ilegalidades que se justifican con la libertad de información (Belmar, 2015). Si no existiera esta forma de autorregulación, los gobiernos impondrían sus preceptos y el gremio periodístico perdería su capacidad para tomar decisiones (Barroso, 1991). Ahora bien, en España no existe ningún órgano que se encargue de comprobar que se actúa dentro de los parámetros éticos, una vez más todo depende de la responsabilidad de cada profesional.

Hoy en día son numerosas las normativas vigentes, pero colisionan con el estilo de vida asentado. La tecnología ha transformado a la humanidad y su modo de hacer las cosas hasta el punto de llevarla a vivir una nueva revolución industrial (Rueda-López, 2007), buena o mala dependiendo de la óptica con la que se analice. En lo que atañe al periodismo, el nuevo paradigma comunicativo ha acelerado la transmisión de la información e incrementado su alcance, pero la degradación de su función social es una de las consecuencias más adversas.

#### **4.1.2 Debilitación de la función social**

La noticia ha dejado de considerarse un bien social por factores como la globalización y la concentración de medios. Estos comenzaron a manifestarse al inicio del siglo XX con la llegada de internet, la posibilidad de trasladarse para informar desde cualquier parte del mundo y el estado de la política mundial (Llobet, 2006). Los investigadores Toledano y

Ardévol (2013) afirman que el potencial comercial de la distribución de información ha puesto el punto de mira en otras cuestiones que se alejan de los valores fundamentales. Asimismo, apuntan que en la escala de prioridades la cantidad y la rapidez ocupan puestos más altos que la calidad debido al interés del tejido empresarial en obtener el máximo rédito económico.

Weaver (1998) asegura que influyen el ritmo frenético que ha adoptado la humanidad y su necesidad de permanecer en constante actualización. Aun así, Toledano y Ardévol (2013) resaltan que bastantes profesionales de los medios han tomado un rumbo opuesto al de las empresas al anteponer su propia percepción de la ética y guiarse por lo que Kovach y Rosenstiel definen como “cultura de la honradez” (2012, p. 256). Aseveran que el mayor desafío de quienes producen noticias es aceptar que su bienestar a largo plazo depende de la calidad de su trabajo.

Toledano y Ardévol, por otro lado, destacan los problemas que genera la desvalorización de la función social en el tratamiento de informaciones sobre catástrofes y crisis humanitarias, las cuales afectan hoy a millones de personas que huyen de guerras o desastres ocasionados por el cambio climático. Esto confirma la necesidad de insistir en su importancia y hallar formas más eficientes de abordar este tipo de sucesos y otros con un fuerte componente social, en concordancia con el objeto de estudio del presente trabajo.

Con este interés, los investigadores proponen “no fomentar el conflicto en aras de un interés informativo, evitar la presentación prejuiciosa de los hechos y/o sus protagonistas y romper el paradigma de la neutralidad, involucrándose siempre del lado de los valores democráticos y el completo respeto a los derechos humanos” (Toledano y Ardévol, 2013, p. 209 y 210).

La innovación tecnológica no solo ha generado grandes modificaciones en cómo se hacen las cosas, sino en quién. Las empresas tradicionales de periodismo ya no encabezan el monopolio porque la audiencia también tiene acceso a las herramientas que un día fueron exclusivas de los medios de comunicación (Herrero, et al., 2014). Cualquier persona puede contactar con fuentes, producir informaciones y difundirlas sin atender a los

criterios de calidad que establece la disciplina periodística, algo que ha impulsado el tráfico de una enorme cantidad de dudosa veracidad.

Atendiendo a las circunstancias y de acuerdo con Sánchez y Fuente, es esencial que las personas que ejercen el periodismo se esfuercen en ofrecer productos excelentes para destacar entre el ruido informativo: “Cuentan con la formación y con los conocimientos, las técnicas, el dominio de los lenguajes narrativos y las rutinas profesionales de verificación idóneas para diferenciarse cualitativamente en ese nuevo escenario y aportar un valor añadido” (2020, p. 13). El deber de superarse constantemente y sobrevivir es una oportunidad para sacar la mejor versión de la profesión. Citando a Mark Briggs a través de Sánchez y Fuente: “Un mar en calma nunca hizo buenos marineros” (2020, p. 13).

Cabe destacar que, aunque cada vez existen más métodos de verificación de noticias manipuladas, no se pronostican escenarios menos contaminados en el futuro. El desarrollo de la inteligencia artificial (IA) ha supuesto la creación de algoritmos que permiten detectar las que son falsas, pero también la invención de otros que empeoran la situación. En unos minutos la IA puede generar la misma cantidad de piezas fraudulentas que una persona en un año dedicando ocho horas al día (García-Milà, 2023).

Es poco el control que se tiene en el acusado panorama de desinformación actual. La audiencia nunca está segura de lo que es verdad o mentira, así que se muestra escéptica la mayoría del tiempo. La confianza hacia los medios de comunicación se ha visto gravemente perjudicada a causa de la infoxicación. El último informe realizado por la Comisión Europea para analizar la opinión pública sobre estas cuestiones en España y la Unión Europea comparte datos relevantes, como que el 30 % de las personas encuestadas en el territorio español tiende a confiar y el 70 % lo contrario.

### Figura 1

#### Nivel de confianza hacia los medios de comunicación en la Unión Europea

QA6.1 How much trust do you have in certain institutions? For each of the following institutions, do you tend to trust it or tend not to trust it?  
The media (%)

		EU27	HR	IT	DK	IE	LV	BG	AT	LU	NL	BE	DE	EL	CY	EE	ES	HU	PT	SE	CZ	FR	PL	LT	RO	FI	MT	SI	SK
Tend to trust	Jan/Feb 2023	38	33	45	62	46	47	39	46	43	58	47	43	19	32	41	27	30	55	59	41	21	37	37	36	73	39	25	31
	Δ Jun/Jul 2022	=	▲7	▲7	▲5	▲5	▲4	▲3	▲3	▲2	▲2	▲1	▲1	▲1	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼4	▼4	▼4	▼5	▼5	▼5
Tend not to trust	Jan/Feb 2023	58	65	53	35	50	46	55	50	51	38	51	52	80	65	54	70	68	41	37	57	76	58	60	59	22	57	71	64
	Δ Jun/Jul 2022	▼1	▼7	▼5	▼6	▼4	▼6	▼3	▼4	▼3	▼2	▼2	▼1	▼1	▲1	▲1	▲1	▲1	=	▼3	▲2	▲1	▲3	▲3	▲3	▲1	▲4	▲3	▲1
Don't know	Jan/Feb 2023	4	2	2	3	4	7	6	4	6	4	2	5	1	3	5	3	2	4	4	2	3	4	3	5	5	4	4	5
	Δ Jun/Jul 2022	▲1	=	▼2	▲1	▼1	▲2	=	▲1	▲1	▲1	▲1	▲1	=	▲1	=	=	=	▲1	▲4	=	▲1	=	▲1	▲1	▲3	▲1	▲2	▲4

*Nota:* El gráfico representa la tendencia a confiar y desconfiar de los medios de comunicación de los distintos países de la Unión Europea. Tomado de *Media use in the European Union* (p. 29), Standard Eurobarometer 98.

La figura 1 representa el nivel de confianza hacia los medios de comunicación en la Unión Europea (UE). Como muestra el gráfico, España ocupa el tercer puesto en la clasificación de países donde más desconfianza existe. Solo un 53 % afirma que los medios brindan información fidedigna. En relación con el formato, la comunidad europea coloca a la televisión en el primer puesto, un 93 % utiliza el televisor o internet al menos una vez a la semana con el fin de consumir contenido televisivo. Sin embargo, el informe que corresponde al periodo 2021-2022 reveló que es el medio del que más se desconfía, tanto en la UE como en España. En el último estudio no se recogen datos concretos sobre este asunto.

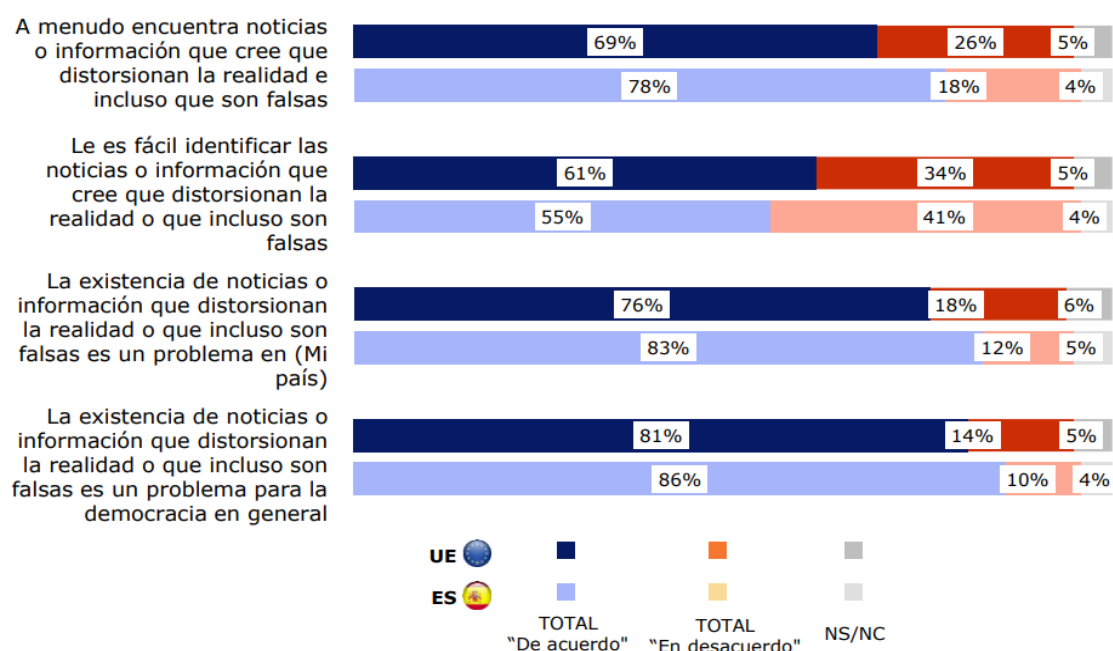
Por si fuera poco, para resistir ante la manipulación informativa y evitar normalizarla no solo es necesario una exquisita ejecución de la actividad periodística, sino fortalecer el discernimiento de la ciudadanía a través de campañas educativas y de sensibilización, algo a lo que le resta dificultad que se reconozca la existencia del problema, como muestran los gráficos (Valverde, et al., 2022). De ahí que en los últimos años se hayan puesto en marcha iniciativas como la celebración de la Semana Mundial de la Alfabetización Mediática e Informativa, organizada por la Unesco. No obstante, sigue resultando complejo desarrollar la función social del periodismo en circunstancias que mejoran a una velocidad de crucero.

Como se ha apuntado anteriormente, la industria periodística y la sociedad dependen la una de la otra para mantenerse sanas y perdurar. Debe darse una buena relación entre ambas para colaborar en la construcción de una realidad donde prime el diálogo y encontrar formas fructíferas de enfrentar los desafíos de las sociedades modernas. Una retroalimentación eficiente es la clave para crecer y generar cambios positivos.

## Figura 2

### La desinformación en España y la UE

**QF8. Para cada una de las frases siguientes, ¿podría por favor decirme si está totalmente de acuerdo, más bien de acuerdo, más bien en desacuerdo o totalmente en desacuerdo?**



*Nota:* El gráfico compara el impacto de la desinformación en una muestra poblacional española y europea. Tomado de *Opinión pública en la Unión Europea* (p. 14), Standard Eurobarometer 98.

La figura 2 refleja cómo afecta la desinformación en España y la UE y el nivel de consciencia aproximado que existe sobre la problemática. El 81 % de las personas españolas expone que es capaz de distinguir las noticias falsas o que distorsionan la realidad y el 54 % que se trata de algo sencillo.

Por otra parte, el 82 % considera que el contenido fraudulento afecta negativamente a la democracia, al igual que el 81 % de la muestra europea. En general, las respuestas de la UE son más optimistas, tanto en la confianza hacia los medios de comunicación como en su percepción de la desinformación.

### 4.1.3 Periodismo social

En este contexto de debilitamiento de la función social, las bases del periodismo social sirven como flotador. Esta variante surgió en los años noventa con el fin de convertirse

en “protagonista de los procesos sociales, reflexionar sobre su responsabilidad en los mismos y hacer que la comunicación sirva para generar un mejor diálogo entre los distintos actores de la sociedad” (Cytrynblum, 2002, p. 51).

Gallego y Luengo (2014) señalan que se trata de un concepto ambiguo y que no existe una definición apta para la totalidad de personas que investigan en esta rama del conocimiento. Lo atribuyen a la escasez de literatura, destacando la investigación de Cytrynblum, que presenta el periodismo social como una nueva disciplina, y su propio estudio, donde sientan las bases de lo que debe entenderse sobre esta vertiente de la profesión. En consecuencia, este apartado del presente trabajo se basará en las obras mencionadas, las más completas sobre la cuestión.

Con el objetivo de evitar cualquier confusión, las autoras puntualizan que el periodismo social no tiene nada que ver con la estratificación de las sociedades contemporáneas. Hasta el asentamiento de la democracia, en la década de los setenta, lo relativo a la “sociedad” tenía un carácter elitista, se basaba en la segregación y la glorificación de la “clase alta”, todo lo contrario a los valores que persigue este tipo de periodismo. La información que hace referencia a este porcentaje privilegiado de la ciudadanía coincide con lo que hoy promueve la denominada “prensa del corazón” (2014, p. 40).

Cytrynblum propone los siguientes instrumentos para su desarrollo: “Colocar al eje social en igualdad de importancia con el tándem político-económico, brindar una visión más abarcativa de la sociedad con la incorporación de nuevas fuentes e investigar en la búsqueda de soluciones” (2002 p. 52). La autora no solo busca poner el foco en las personas e informar sobre los dilemas sociales, sino aportar en su resolución. Es preciso remarcarlo porque este es el origen del objeto de estudio del presente trabajo, en el que se ahondará más adelante. Además, aboga por un lenguaje inclusivo y extremadamente cuidadoso cuando se trata de víctimas y evitar incurrir en datos personales, como la orientación sexual, si no son relevantes.

Hay quienes afirman que el periodismo es una actividad social en su totalidad porque todos los contenidos están directamente relacionados con la sociedad y también quienes prefieren hablar de un ámbito informativo concreto, un área del periodismo especializado (Gallego y Luengo, 2014). Las más tradicionales siempre han sido política, economía,

cultura, deportes y sociedad, pero la última no comparte demasiadas similitudes con el resto. Características como la falta de seguimiento informativo, el número de protagonistas ilimitado, su aparición no continuada y, en ocasiones, voluntaria o la imprevisibilidad de las informaciones posibilitan hablar de una gran macroárea donde todo es posible (Gallego y Luengo, 2014). Tanto es así que muchas piezas que no encajan en otro lugar acaban clasificadas en esta “área baúl”.

El estudio de Gallego y Luengo recoge que la denominación “Sociedad” es de creación reciente y de origen español, ya que en otros países a la casa de los temas sociales se le ha conferido otros nombres como “chronique de faits divers”, en Francia, y “cronaca”, en Italia. El periódico *El País* fue el primer medio que la incorporó desde su nacimiento, en 1976. Luego lo hicieron *El Periódico de Catalunya*, *La Vanguardia* y muchos otros. El contenido ha evolucionado mucho desde entonces, aunque nunca ha sido fácil concretar qué debe incluirse debido a su amplitud natural. Al fin y al cabo, cualquier suceso ocurre “en sociedad”. Se podría decir que se trata del espacio donde confluyen los grandes intereses de la ciudadanía, y las autoras dan un paso más al clasificar la sección en subáreas: salud y sanidad, educación, medioambiente, justicia y tribunales, consumo, comunicación, ciencia y tecnología, urbanismo e infraestructuras, religiones, moda, decoración y gastronomía.

El gremio periodístico es responsable de la manera en la que llegan los mensajes a las personas e instituciones. Principalmente, como apuntan Gallego y Luengo (2014), cuando se trata de temas muy concretos que son susceptibles de ser objeto de discusión pública, ya que en estos casos la ciudadanía recibe casi toda la información a través de los medios de comunicación. Las autoras determinan cuatro funciones que debe llevar a cabo el conjunto de profesionales que cubre ámbitos especializados:

- 1. Función de mediadores entre la sociedad civil y la administración.** Los medios actúan como enlace entre las dos partes, que no siempre están de acuerdo: “Es crucial para debatir y encauzar las actuaciones de ambas esferas, así como propiciar el entendimiento entre estos dos polos. Son ellos los que pueden ayudar a limar asperezas” (2014, p. 91).



- 2. Función detectora de problemas.** Los medios deben detectar inconvenientes antes de que se manifiesten, siempre partiendo de informaciones contrastadas y evitando la alarma social cuando no es necesaria:

El periodista especializado en ámbitos de interés social más que en hechos puntuales —que también—, debe atender a lo que hemos denominado *proceso*, y por tanto prestar menos atención a lo espectacular y más a la información y seguimiento cotidiano de los diferentes problemas sociales. (...) Realizar un periodismo más prospectivo y preventivo. (2014, p. 92)

- 3. Función de concienciación de la sociedad.** Ayudar a concienciar sobre los problemas que se detectan es fundamental para fomentar la participación y el civismo:

Otro papel importante es el de ayudar a concienciar a la sociedad de los problemas planteados, favoreciendo una cultura de “lo común” en detrimento de una cultura de “lo propio”. (...) Hoy en día es muy fácil reconocerse en la cultura de la queja, pero resulta mucho más difícil propiciar la cultura de la responsabilidad individual y colectiva en la buena marcha de la sociedad. (2014, p. 92)

- 4. Función fiscalizadora de la administración.** El periodismo funciona como medida de presión y vigilancia ante las acciones gubernamentales:

Deben realizar también un seguimiento riguroso de las políticas de la administración, poniendo de relieve los incumplimientos, las promesas realizadas, los deberes para con la ciudadanía, las negligencias y las deficiencias en una administración que debe tender a conseguir cada vez un mejor servicio. (2014, p. 93)

Volviendo a la idea de que el periodismo social es periodismo especializado, aunque la base moral que le sustenta debe extenderse al resto de variantes, Gallego y Luengo (2014) señalan que cualquier periodista que desee realizar su labor en un ámbito específico debe conocer el marco legal y normativo correspondiente, las políticas desarrolladas en este

sentido, los temas más relevantes, las preocupaciones de las personas, la terminología propia del ámbito y la actualización constante de los conocimientos indispensables para controlarlo.

Cytrynblum añade que la persona que es, en concreto, periodista social debe estar comprometida con el mundo, percibir su capacidad de influir, aumentar el pluralismo informativo y ayudar en la construcción de una imagen de la realidad más diversa. Por otro lado, sugiere la incorporación de un perfil especializado en organizaciones sociales que asesore en las reuniones de contenido para garantizar la presencia de los actores sociales en las piezas que versan sobre política y economía. Esta es una de las aportaciones más destacadas de la autora. Establece que se debe contar con ellas siempre porque dotan de credibilidad a lo que se cuenta, sirven como fuentes al producir informes, estadísticas, etc., y proporcionan nuevos temas de interés para trasladar a la audiencia.

A pesar de que la mayoría de los medios destina una parcela para aglutinar las piezas de índole social, no priman en la agenda informativa. Además, suelen centrarse en “noticias blandas”, historias individuales o colectivas que no requieren de una difusión inmediata y que pueden vincularse al entretenimiento. Hace casi una década, periodistas que trabajaban o habían trabajado en la sección de “Sociedad” de los grandes diarios generalistas de España criticaban la desvalorización de los asuntos sociales (Gallego y Luengo, 2014). Hoy la situación no es muy distinta, aunque es cierto que los contextos de crisis económica, sanitaria, climática, etc. han favorecido que ocupen portadas o las aperturas de los informativos de radio y televisión (Barranquero, 2018).

#### **4.1.4 Periodismo constructivo**

Mientras el periodismo social se centra en factores destructivos o conflictivos, el periodismo constructivo pone de relieve los problemas centrándose en las posibles soluciones y en el aprendizaje. La periodista danesa Cthrine Gyldensted es pionera en la materia. En 2011 cursó un máster de psicología positiva en la Universidad de Pensilvania y desarrolló un trabajo de investigación titulado *Innovating News Journalism through Positive Psychology*, en el que concluyó que las noticias con elementos constructivos producen efectos fructíferos en la audiencia y en los propios medios de comunicación, además de ser una manera excelente de innovar en el contenido, ya que habitualmente

todos los esfuerzos se ponen en mejorar en el ámbito tecnológico (Gyldensted, 2011). El estudio invita a los equipos de periodistas y a las universidades a contar con esta vertiente para avanzar hacia escenarios más prósperos donde se palpe el compromiso profesional del que se habla al inicio de este trabajo.

En 2014 lanzó un manual de periodismo constructivo y en 2017 fundó la *Constructive Journalism Network* con el objetivo de conectar a periodistas alrededor del mundo, favorecer las colaboraciones e incrementar la práctica de esta vertiente periodística (Casares, 2021). Cabe destacar que la organización más veterana de Europa que trabaja en este sentido es *Reporters d'Espoirs* (Reporteros de Esperanza), que surgió en 2004 y desempeña una gran labor divulgativa en el territorio francés. En España, el periodista Alfredo Casares es un referente notable. En 2021 constituyó el Instituto de Periodismo Constructivo del país y publicó el libro *La hora del periodismo constructivo: El poder transformador de la información orientada al futuro y a las soluciones*. El investigador lo define de la siguiente manera:

El periodismo constructivo es un marco de trabajo, una perspectiva que conduce a ofrecer una imagen de la realidad más completa y equilibrada. De ninguna manera niega los problemas sociales, sino que los examina y los presenta desde una perspectiva más amplia, analizando con rigor las iniciativas que existen para solucionarlos y exponiendo sus resultados y aprendizajes. Tampoco pretende ser una alternativa, sino un complemento al periodismo más tradicional. Se trata de un periodismo comprometido con el futuro, que busca deliberadamente inspirar a los ciudadanos, hacerlos partícipes de los retos y forjar vínculos con ellos. (2021, p. 84)

En concordancia con Casares, Serrano-Puche (2020) especifica que con este modo de hacer periodismo no se busca eliminar el drama o el conflicto, pues eso sería tergiversar la actualidad informativa, sino elaborar piezas que incluyan elementos constructivos para dotarlas de exhaustividad y equilibrio, como defienden Kovach y Rosientel (2003). El investigador también cita a Haagerup, quien afirma que desde una óptica constructiva se “critica el periodismo tradicional de noticias donde solo se ve el mundo con un ojo. No se argumenta que es mejor verlo con el otro ojo. En cambio, el buen periodismo consiste en ver el mundo con ambos ojos” (2014, p. 111).

Para profundizar en el origen, Casares hace alusión a diversos estudios, como el que Gyldensted y Karen McIntyre, docente de periodismo multimedia en la Universidad de Virginia, publicaron en el año 2017 con el título *Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production*. En este explican que se trata de una forma emergente de periodismo que utiliza las técnicas de la psicología positiva para realizar coberturas productivas y atractivas respetando las bases del periodismo. También que tiene su origen en el periodismo cívico, ya que se demanda un rol más participativo del gremio para con la sociedad.

Cuando Gyldensted (2011) introdujo la relación entre la psicología positiva y la innovación en el periodismo se basó en el modelo de bienestar o Perma de Martin Seligman, quien estudiaba las condiciones adecuadas para vivir una vida plena. El gremio periodístico suele orientar sus actuaciones hacia el modelo de enfermedad, que se compone de elementos negativos como el conflicto, las malas relaciones y el estrés postraumático. Para la investigadora es más productivo generar contenido constructivo con la aplicación de los factores que componen el modelo Perma: *Positive Emotion, Engagement, Relationships, Meaning and purpose y Accomplishment*.

Respecto a las emociones positivas, Gyldensted y McIntyre (2017) hacen referencia a los estudios de Fredrickson a través de Seligman, los cuales indican que son esenciales para alcanzar el bienestar colectivo e individual y motivar a la audiencia. Incluso, afirman que pueden deshacer los efectos de las emociones negativas y que aportar un lado positivo dentro de la información habitual favorece las interacciones y permite cumplir con la función de vigilancia, una de las cuatro que puntualizan Gallego y Luengo (2014), sin daños colaterales.

En cuanto al resto de puntos, las investigadoras mencionan ideas del propio Seligman. Sobre el compromiso, el autor aconseja el empleo de fortalezas en el desarrollo de actividades, principalmente en las más complejas o en las que no se desea ejecutar; sobre las relaciones, centrarse en cómo las personas celebran en unidad y no en cómo se confrontan; sobre el significado, potenciar el sentido de pertenencia o de servicio a algo más grande y sobre los logros, hacer algo personal o que requiera de voluntad propia.

Los cinco factores descritos pueden aplicarse en las etapas del proceso de producción periodística. Gyldensted y McIntyre (2017), a modo de ejemplo, explican que alguien que considere el modelo Perma se centraría en publicar en qué está de acuerdo el sector político y cómo podrían cooperar potencialmente. De esa forma, al crear contenido basado en fortalezas, se invita al progreso y no se cae en la habitual desesperanza. Por otra parte, resaltan que para que no se trate de periodismo positivo “las historias deben tener una fuerte relevancia social y adherirse a las funciones centrales del periodismo: servir como un perro guardián, difundir información importante al público y retratar con precisión el mundo” (Gyldensted y McIntyre, 2017, p. 28).

Acerca de las entrevistas, las investigadoras afirman que son las personas que ejercen el periodismo las que eligen dónde poner el foco y que para la audiencia es crucial que se aborden aspectos positivos y negativos. Este es un ejemplo de entrevista a una mujer sin hogar que aporta Gyldensted (2011, p. 26):

P: ¿Cómo percibe la ayuda ofrecida en el refugio?

R: Ha sido buena, pero también mala.

P: ¿Qué quieres decir con "mala"?

R: (La fuente explica).

P: También dijiste que era bueno. ¿Qué ha sido bueno?

En una entrevista constructiva se intenta arrojar luz en áreas que normalmente no se priorizan. No se trata de ignorar las amenazas, sino de informar sin sesgos, sin condicionar a las fuentes y abandonando cualquier papel autoritario: “El periodismo constructivo exige que los reporteros actúen más como científicos o guías, lo que puede hacer que sean más comprensivos y abiertos a nuevas perspectivas” (Gyldensted y McIntyre, 2017, p. 29).

Las consecuencias del enfoque negativo de las noticias son diversas, pero llama la atención la disminución del comportamiento de ayuda y el aumento del índice de depresión e impotencia en la audiencia (McIntyre, 2015). Incluso, un estudio del Reuter Institute (2023) revela que un 36 % de las personas encuestadas a nivel global ha dejado de consumir información de forma consciente para evitar sentirse mal, algo que dificulta su implicación en causas como la guerra entre Ucrania y Rusia o el cambio climático. El

periodismo constructivo resulta útil para revertir los efectos nocivos de la conducta habitual que se han mencionado a lo largo de este marco teórico, como la desconfianza en los medios de comunicación y la evasión de noticias (Serrano-Puche, 2020).

El *Constructive Institute* danés, fundado en 2017 por el periodista de investigación Ulrik Haagerup, distingue el tipo constructivo con la atribución de las cualidades que aparecen en la siguiente tabla:

**Tabla 1**

*Características del periodismo de última hora, de investigación y constructivo*

	<b>Tiempo</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuestión</b>	<b>Estilo</b>	<b>Rol</b>	<b>Foco</b>
<b>Última hora</b>	Ahora	Buscar la primicia	¿Qué? ¿Cuándo?	Dramático	Policía	Drama y conflicto
<b>Investigación</b>	Ayer	Buscar una persona culpable	¿Quién? ¿Por qué?	Crítico	Juez	Delincuentes y víctimas
<b>Constructivo</b>	Mañana	Ofrecer un servicio útil e inspirar	¿Ahora qué? ¿Cómo?	Curioso	Facilitador	Soluciones y mejores prácticas

*Nota:* La tabla muestra las características que se le atribuye a cada vertiente periodística con el objetivo de apreciar las diferencias y similitudes. Tomado de *Constructive Institute*.

El periodismo constructivo bebe del periodismo de investigación, ya que utiliza las técnicas de este para profundizar en el entorno e informar con precisión. Casares (2021) subraya que una gran parte de quienes desarrollan su labor profesional en el apartado constructivo se dedicaron durante años a la investigación, hasta que un día decidieron utilizar las mismas habilidades para estudiar lo que la humanidad hace desde una perspectiva resolutive.

Gyldensted y McIntyre (2017) identifican cuatro ramas dentro del periodismo constructivo:

1. **Periodismo de soluciones.** Explica con detalle las iniciativas que se llevan a cabo para solventar problemas sociales, cómo está respondiendo la gente a las adversidades.
2. **Periodismo de paz.** Analiza su origen y qué se está haciendo para evitarlos. El enfoque no está en quién gana o pierde, sino en el desafío de crear oportunidades para que la sociedad valore respuestas no violentas al conflicto y en el progreso de la humanidad.
3. **Periodismo prospectivo.** Mira hacia el futuro prestando atención al impacto que puede tener una idea o acontecimiento a largo plazo y elabora estrategias para avanzar hacia una sociedad mejor. Constata que las decisiones que se toman hoy son sostenibles para las generaciones futuras.
4. **Periodismo transformador.** Atiende a los esfuerzos de recuperación, restauración y resiliencia que surgen durante conflictos o desastres de cualquier tipo y también cuando finalizan.

El estilo y los objetivos específicos de cada una son distintos, pero las cuatro utilizan técnicas de la psicología y favorecen “un clima público más saludable” (Gyldensted y McIntyre, 2017, p. 25). Además, pueden percibirse a la vez en una misma pieza periodística porque no son excluyentes. Por ejemplo, en una historia de soluciones se puede aplicar la prospección dirigiendo las conversaciones con las fuentes hacia el futuro (Gyldensted y McIntyre, 2017, p. 24).

El periodismo constructivo se ha consolidado como un movimiento. Casares explica en su obra que existe un gran desacuerdo en torno a su denominación, ya que también recibe otros nombres como periodismo de impacto o periodismo de contexto. El término “periodismo constructivo” lo expuso por primera vez McIntyre en su tesis doctoral, en 2015, y poco después comenzó a asentarse en Europa tras su colaboración con Gyldensted (Casares, 2021).

En América es muy habitual utilizar “periodismo de soluciones” como sinónimo y no como rama. Casares sostiene que se trata de una denominación “austera y práctica, centrada en mostrar con rigor las respuestas a los problemas sociales y compartir los aprendizajes de los promotores” (2021, p. 84), mientras que el periodismo constructivo es un concepto más amplio y comprometido con la búsqueda de avances sociales. McIntyre (2015) afirma que una noticia que incluye soluciones concretas es constructiva, pero una noticia constructiva no tiene por qué incluirlas. No obstante, es importante destacar que todas las historias constructivas tienen un carácter resolutivo por naturaleza.

#### **4.1.4.1 Periodismo de soluciones**

La bibliografía que gira en torno al periodismo de soluciones entendido como el periodismo constructivo de América revela que comparten la misma razón de ser. Esto hace que resulte relevante ahondar en su raíz. De hecho, en ambas zonas geográficas se establecen los mismos criterios para describir este modo de hacer periodismo, con algunas excepciones que se especifican más adelante.

Surge para contrarrestar el tradicional enfoque negativo de los medios de comunicación, que se basa en denunciar lo que va mal. Reivindica que las medidas que solventan los problemas sociales deben ser la noticia y no los contratiempos en sí. La descripción de estas, que habitualmente son respuestas que dan personas o administraciones, van acompañadas de un contexto preciso y riguroso. Este enfoque no debe confundirse con un intento de relatar los hechos de una forma más agradable o con el denominado periodismo de buenas noticias, ya que se basa en resultados y no en buenas intenciones (Gross, 2020). Informa sobre lo que funciona y detalla cómo lo hace.

Cytrynblum, en su obra cumbre, ya presentaba la búsqueda de soluciones como uno de los principales objetivos del periodismo social. Este apartado empieza a ser tratado de forma independiente durante la primera década del siglo XX, pero en 2010 cobra un especial protagonismo cuando Tina Rosenberg y David Bornstein, periodistas en el *New York Times*, crean *Fixes*, una columna donde se difunden posibles remedios para problemas sociales. La buena acogida hace que tres años más tarde, junto al también periodista Courtney Martin, funden la Red de Periodismo de Soluciones (SJN o SoJo Network en inglés), que tiene como misión lograr que el enfoque de soluciones sea



habitual en la práctica periodística cotidiana. La puesta en marcha del proyecto significa la materialización de un fuerte compromiso.

Mediante la impartición de talleres o la creación de un aula virtual titulada *Learning Lab* dotan al periodismo de soluciones de una teoría y promueven su ejecución efectiva, al igual que el *Constructive Institute* o el Instituto de Periodismo Constructivo en España. El espacio alberga tres bloques de contenido donde se exploran en profundidad todos los aspectos de esta variante. Así, quienes desean trabajar en esta dirección cuentan con una guía para entenderlos y aplicarlos. Rosenberg asegura en una entrevista concedida a la Fundación Gabo (2020) que se trata del periodismo más rentable y útil, ya que no solo visibiliza el problema, sino que plantea posibles opciones para solventarlo.

La Fundación Gabo, creada en 1995 por el periodista y premio nobel de literatura Gabriel García Márquez, es una de las instituciones que más contenido difunde en español sobre este método para desarrollar el discurso informativo. Su razón de ser sintoniza con los valores de este: “Hacer un periodismo independiente que busca investigar, descifrar y explicar la realidad de manera rigurosa, ética y creativa para que la ciudadanía esté mejor informada” (parr. 1). Por eso trabaja en alianza con la SJN traduciendo el contenido que esta desarrolla, genera material propio y realiza actividades para sensibilizar a las empresas informativas y a periodistas que pertenecen a la comunidad hispanohablante.

#### **4.1.5 Características del periodismo constructivo**

Volviendo a la amplitud conceptual del periodismo constructivo, para que una pieza sea contemplada como tal debe cumplir con unos criterios determinados. Casares, en su libro, los enumera de una forma concisa (2021, p. 101 y 102):

- **Puede emplear personajes como eje narrativo, pero otorga el protagonismo a su trabajo, a los proyectos y al cambio que producen.**
- **Se centra en los resultados obtenidos y los acredita con datos, no tiene en cuenta las buenas intenciones ni los planes.**
- **Indaga en las limitaciones de los proyectos, incorpora voces que los cuestionan.**
- **Extrae aprendizajes que otras personas pueden aprovechar.**
- **Es imparcial, no toma partido por una solución concreta.**

- **Es crítico y equilibrado.**
- **Busca tender puentes y evitar la polarización.**
- **Suma nuevas voces a la conversación sobre el asunto.**
- **Mira al futuro.**
- **El periodista asume un papel esencial como facilitador y dinamizador.**
- **Conecta a aquellas personas e instituciones que trabajan para solucionar un problema.**
- **Trata de incorporar a los ciudadanos y crear espacios de conversación con ellos.**
- **Busca lograr impacto social y trata de medirlo.**

Los que se especifican en el aula de la SJN y en los numerosos artículos de la Fundación Gabo se centran en el elemento principal de su actividad: las soluciones. Aunque estas son solo una parte de todo lo que engloba el periodismo constructivo, la esencia es la misma (Fundación Gabo, 2019):

- **Responde a un problema social.** Una pieza de periodismo de soluciones se enfoca en las respuestas que existen para acabar con un problema social. No sólo las presenta, sino que las verifica a través del análisis de casos de éxito y la obtención de pruebas objetivas. Con esta metodología se pueden cubrir temas de todo tipo, sin importar el grado de complejidad, desde crisis migratorias hasta la separación de los residuos en las viviendas.
- **Señala cómo funcionan las respuestas.** Es imprescindible ahondar en las soluciones describiendo con detalle sus características y también sus efectos si estas u otras similares ya han sido aplicadas en algún contexto. El eje narrativo de la historia es la resolución del problema y la tensión radica en los obstáculos que existen para lograrlo.
- **Se basa en evidencias.** Se habla de lo que funciona y de lo que no, mostrando datos, cifras y cualquier otra prueba objetiva. Como se apuntó anteriormente, se trata de plasmar información contrastada y de rigor que ayude en la mejora del entorno, no buenas intenciones. Cuando las ideas que se exponen se encuentran en una fase inicial y solo se sustentan con las afirmaciones de personas expertas

es mejor informar desde la posibilidad y no resaltar en exceso la efectividad de lo que se cuenta.

- **Genera conocimiento.** El periodismo de soluciones permite que la ciudadanía conozca cómo funciona el mundo y cómo se puede actuar ante las diferentes problemáticas. Los recursos y las herramientas que ofrecen las piezas elaboradas con este enfoque influyen en el pensamiento y en la toma de decisiones de la audiencia.
- **Describe las limitaciones.** No existe la medida perfecta para afrontar un problema social y que algo funcione en un lugar no significa que lo vaya a hacer en otro, ya que cada escenario tiene sus características propias. Por eso, no se excluyen los riesgos, advertencias y limitaciones de las medidas que se describen. Se cuenta lo mejor y lo peor porque prima dar información honesta.

El hecho de trasladar respuestas a problemas sociales que dan personas, instituciones gubernamentales, organizaciones privadas, etc. puede relacionarse con activismo o publicidad en su beneficio. Para evitarlo es conveniente atender a las siguientes cuestiones (Fundación Gabo, 2019 y 2020):

- **El lenguaje.** Debe ser neutro y preciso. Tanto que en las piezas es preferible utilizar “respuesta” o “medida” y no “solución” porque no suele existir “la solución” definitiva para algo. Tampoco se habla de predicciones de futuro, sino de lo que puede valer en el momento presente.
- **La narrativa.** Debe estar centrada en las soluciones, no en las personas, comunidades u organizaciones que las han impulsado. Informar a la audiencia de cómo funciona una respuesta a un problema es lo esencial, el resto forma parte del contexto. Por otro lado, se deben mantener buenos niveles de escepticismo y no presentarlas como la panacea.
- **Los casos de éxito.** Deben estar justificados para no incurrir en favoritismos. Si se está desarrollando una pieza sobre un tema y se menciona una iniciativa en concreto hay que especificar por qué se ha decidido destacar esa y citar otras que se hayan puesto en marcha en un contexto socioeconómico similar. No es lo mismo hablar de nuevos tratamientos para reducir el colesterol impulsados en

Países Bajos que en Venezuela porque no destinan los mismos recursos a la investigación.

Por último, Casares resalta algunas afirmaciones que hace el *Constructive Institute* sobre el periodismo constructivo: “No promueve una agenda política concreta, no es ingenuo, no oculta las críticas que se hacen a una posible solución, no es un ejercicio de activismo, no simplifica los problemas y no apoya una posible solución sobre otras” (Casares, 2021, p. 102). Seguidamente, destaca un artículo de Bornstein donde este habla de “impostores” de este modo de desarrollar el discurso informativo:

Los adoradores de héroes, que ponen la historia personal por encima de la idea y tienden a ensalzar a quienes dejan un trabajo muy bien pagado para salvar el mundo; la solución mágica que resolverá el problema para siempre; el favor a un amigo, cuya voz es la única que se expone; el periodismo de *think tank*, que propone lo que aún no existe; el apaño de tratar un problema y citar en la parte final algunas iniciativas sin profundizar en ellas; los recaudadores de fondos, que buscan que la audiencia done dinero para una causa; las historias conmovedoras, la pieza sobre un hombre que fabricó una silla de ruedas para un cerdito que nació sin las patas traseras es adorable, pero no es periodismo de soluciones. (2021, p. 103)

## **4.2 Cobertura del cambio climático**

### **4.2.1 Periodismo ambiental**

Durante la década de los setenta del siglo XX el contenido informativo sobre medioambiente comenzó a tener relevancia en el territorio español. De acuerdo con Benigno Varillas, fue en el ámbito académico y científico donde se iniciaron los debates sobre temas de interés vinculados al área. Pronto surgieron numerosas organizaciones conservacionistas como Greenpeace y Amigos de la Tierra, que se encargaron de hacer comprensible el mensaje de la comunidad científica para que la población estuviese al tanto de lo que esta explicaba.

El investigador destaca que durante esos años los medios de comunicación comenzaron a atender al movimiento ecologista, “lo que fue la clave para la expansión de las ideas y

propiciar el cambio de los valores de la sociedad referidos al medio natural” (Varillas, 2007, p. 2). En 1972 nace el primer órgano administrativo que incluye el término “medioambiente”: la Comisión Delegada del Gobierno para el Medio Ambiente y la Comisión Interministerial, las cuales debían “impulsar medidas de lucha contra la contaminación de la atmósfera y de las aguas, la defensa del paisaje y de los recursos naturales (...)” (R.D. 888/1972). En este punto aún no se habla de cambio climático, pero se percibe la necesidad de salvaguardar el entorno natural.

Con la aprobación de leyes en favor del medioambiente y el interés generalizado por la causa, las Administraciones públicas y las empresas dan el paso de difundir información para los medios de comunicación, en gran parte para cuidar su imagen. Estas no eran las fuentes que gozaban de mayor credibilidad, pero sí de más recursos en comparación con la comunidad científica o ecologista (Varillas, 2007).

El periodista Félix Rodríguez de la Fuente fue uno de los primeros referentes de la comunicación ambiental. Varillas (2007) resalta que al principio trataba temas vinculados con el mundo animal, pero a partir de 1970, con el programa de RNE “Planeta Azul”, puso el foco en asuntos como el empeoramiento de las aguas, la contaminación atmosférica o el estrés en las ciudades. El trabajo de Rodríguez de la Fuente caló en la sociedad española y motivó a más periodistas a cubrir los antecedentes del modelo de vida que se empezaba a asentar y que se extiende hasta hoy.

En 1976 nace el diario *El País*, y a los pocos meses inauguró la sección “Ecología” como el diario francés *Le Monde* (Fernández, 2004), con Benigno Varillas como redactor dedicado en exclusiva a la materia. De esa forma se estableció la especialidad de periodismo ambiental en España:

La labor realizada desde *El País* tenía la ventaja de que, al contrario que los programas de radio, los textos podían ser recortados y colocados encima de las mesas de los despachos de los dirigentes políticos, todos ellos inexpertos en aquella cosa nueva llamada democracia y que miraban para aquel diario como quien busca un faro en medio del oleaje y la bruma de una tempestad marina, intentando ver por donde salir del atolladero lleno de interrogantes que era la España de la transición. (Varillas, 2007, p. 3)

Otros diarios no tenían una sección especializada en medioambiente, pero realizaban piezas que versaban sobre la temática de igual forma. En 1981, Varillas y la periodista Teresa Vicetto fundan la revista participativa *Quercus* con el apoyo económico de naturalistas de varias asociaciones, la cual dirigía su contenido a especialistas en temas ambientales y personas militantes. En 1983, con su asesoría, aparece *Natura*, que se centraba en divulgar información más amena y buenas fotos para llamar la atención de las familias o personas aficionadas a la naturaleza (Varillas, 2007).

Poco a poco, la información sobre medioambiente fue llegando a numerosos medios de comunicación en todos los formatos con la producción de noticias, reportajes, documentales, etc. En 1994 nace la Asociación de Periodistas de Información Ambiental y también aumenta la popularidad de las revistas ambientales.

En Canarias no existe un acuerdo sobre el origen del ecologismo. El investigador Juan Manuel Brito Díaz (2015) aclara que siempre ha habido personas que han criticado las acciones perjudiciales para el entorno natural, como el monocultivo de la caña de azúcar, que acabó con las extensiones de laurisilva. También que a través de la prensa se realizaba una labor de concienciación y denuncia del estado de los montes canarios, la relevancia de la plantación de árboles, etc.

Como ejemplo, Rubén Naranjo (2014) explica que la idea de potenciar los Parques Nacionales del Archipiélago como atractivo turístico hizo que se colocara el teleférico en el Teide. Eso desató la dura crítica de José María Hernández-Rubio, que aseguraba que tal acción iba en contra de los valores del Parque. Años después, el periodista Gilberto Alemán hablaba de las consecuencias de la instalación y de la necesidad de solucionar los problemas existentes, situando a las medidas para solventar las contrariedades como un elemento importante. Y ese espíritu resolutivo es una de las características que describe al periodista ambiental (Fernández, 2004) y al periodista constructivo.

Lo mismo sucedió con la introducción de muflones en las cumbres de Tenerife y La Palma. Estudios posteriores confirmaron los daños en la flora y Arnoldo Santos alertaba de la peligrosidad de haberlo hecho en la Caldera de Taburiente. Con el paso del tiempo y la manifestación de nuevas amenazas crece el interés por el contenido ambiental:

Cuestiones como contaminación, hacinamiento y masificación, descontrol urbanístico, escasez de recursos, etc., se hacen cada vez más habituales. Todo ello

pues, tendrá su traslación a las páginas de los periódicos, a las ondas de la radio o las pantallas de televisión. (Naranjo, 2014, p. 40)

Como en el resto del país, las primeras asociaciones canarias se alzaron a la par que se fue imponiendo el desarrollo turístico, aunque los recursos del Archipiélago le conferían un especial atractivo que hizo que el nuevo modelo de vida se asentara con más fuerza. La Asociación Canaria de Amigos de la Naturaleza (ASCAN), que se constituyó en 1970, es “la segunda entidad legalizada más antigua en defensa de la naturaleza del estado español” (Reyes, 2004).

En 1978 se registró el momento más crítico de la primera gran crisis derivada del modelo, que originó movilizaciones y un índice elevado de conflictividad, marcando así un antes y después:

Con ello comenzó una nueva fase, en la que aparecieron nuevos actores y en la que progresivamente se fue extendiendo una respuesta ciudadana más amplia. Estábamos en los albores de una etapa en la que se sentaron las bases del ecologismo canario, no como un movimiento de tipo conservacionista sino esencialmente ecologista, es decir, de marcado carácter sociopolítico (...) Un movimiento que iría generando unas características propias, un discurso compartido y unos objetivos comunes definidos. (Brito, 2015, p. 5)

Brito (2015) indica que las Primeras Jornadas Ecologistas Canarias, que se celebraron en 1987, en la Universidad Laboral de Las Palmas, acogió a integrantes de muchas de las asociaciones que se habían constituido en todo el Archipiélago y a gente interesada en la iniciativa. Una de las conclusiones más relevantes fue la conveniencia de crear una entidad que las coordinara a todas, por eso nace la Asamblea del Movimiento Ecologista Canario (AMEC), que desarrolla esa actividad entre 1989 y 1990. Ya en 1991 se pone en marcha la Federación Ecologista Canaria Ben Magec, que sigue en activo con las modificaciones propias del paso del tiempo.

La discordia en materia de medioambiente ha tenido un carácter estructural por la profunda transformación a la que se vio sometido el territorio canario a causa de intereses empresariales, el apoyo institucional al modelo económico en entredicho, que sitúa al Gobierno en el punto de mira de las organizaciones ecologistas, y los límites burocráticos que impiden que estas puedan hacer llegar de forma efectiva sus demandas. Esto sugiere

que los problemas ambientales están relacionados con el deterioro de la calidad de la democracia (Brito, 2015). Preservarla está dentro de los objetivos principales del periodismo porque para ejercer la profesión de forma plena es imprescindible la protección constitucional de los derechos fundamentales.

A modo de síntesis, la historia del periodismo ambiental está claramente marcada por dos etapas. En la primera el conjunto de periodistas que trataba temas ambientales estaba ligado al movimiento ecologista; en la segunda se desvincula para dotar de una mayor profesionalidad a la información (Fernández, 2010). El periodismo ambiental se diferencia de lo ecológico porque esto último se vincula con ideología, militancia o dogma, y quienes desempeñan su labor profesional en esta área son personas instruidas para informar sobre la temática, no activistas (Fernández, 1995). Aunque es cierto que sigue existiendo un debate sobre la implicación que deben tener cuando se trata de determinadas cuestiones.

#### **4.2.2 Periodismo sostenible**

Joaquín Fernández (1995), en su libro *Periodismo Ambiental en España*, menciona las especializaciones que se incluyen dentro del concepto: periodismo ambientalista, periodismo conservacionista, periodismo tecnocientífico, periodismo energético y periodismo ecopolítico. Más tarde también añade el periodismo agrario, periodismo cinegético, periodismo forestalista y periodismo montañero.

El investigador Rogelio Fernández Reyes (2004) es un referente notable en la vertiente periodística que se analiza en el presente capítulo y expone que también se puede hablar de periodismo sostenible:

Si el periodismo ambiental trata la información generada en la interacción del hombre o los seres vivos con su entorno o del entorno en sí, el periodismo sostenible trataría la información preeminentemente ambiental, económica o social que afecte a la disponibilidad de los recursos de las generaciones futuras. (Fernández, 2004, p. 315)

En un estudio publicado unos años después, Fernández Reyes habla de “retocar” la definición del periodismo ambiental: “Ahora propondría ‘el ejercicio periodístico o periodismo especializado que atiende la información que genera la interacción del ser



humano o de los seres vivos con su entorno, o del entorno en sí, participando activamente en el logro de la sostenibilidad” (2010, p. 13). Y es que cuanto más pasa el tiempo, más compromiso con la sostenibilidad piden los comités de personas expertas que evalúan continuamente el estado del planeta. La evolución de las circunstancias medioambientales lo ha vuelto algo indispensable para garantizar la habitabilidad en el futuro.

La humanidad ha desarrollado las actividades que ha creído conveniente sin tener en cuenta el tiempo que necesita la Tierra para regenerarse y proveer. La sostenibilidad es la respuesta a los resultados negativos de la huella ecológica y el cambio climático, como precisa Fernández Reyes (2010), la más grave consecuencia y el impulsor principal del resto de los cambios que se viven a nivel global.

Las modificaciones del entorno influyen directamente en el periodismo generalista y en el ambiental. El investigador considera que esta vertiente de la profesión es una pieza clave en lo que respecta a la concienciación de la población, ya que con la difusión de información sobre el fenómeno se puede hacer comprender la realidad ambiental que acontece y la necesidad de apostar por la sostenibilidad. También subraya que los medios de comunicación validan modelos no sostenibles, sobre todo mediante el contenido publicitario, y que no pueden eludir su responsabilidad en este sentido debido a su gran alcance.

Teniendo en cuenta que para superar los retos actuales y venideros en este sentido se requiere tiempo y acciones diarias, el investigador insiste en la utilidad de otorgarle un reconocimiento propio al periodismo ambiental, aunque se conciba como una rama del periodismo científico. Además, explica que es necesario que se incluya en los planes formativos lo antes posible porque si está tardando tanto en abrirse paso en las aulas, la sostenibilidad aún más, y no hay tiempo que perder cuando se trata de la emergencia planetaria.

#### **4.2.3 Periodismo en transición**

Tres años después de fusionar el periodismo ambiental y el periodismo sostenible, Fernández Reyes va más allá y apuesta por lo que denomina “periodismo en transición”:

Se podría definir como la percepción teórica y el ejercicio periodístico que, ante el cambio global, y principalmente el cambio climático, opta por un cambio

cultural en el que se prioriza la sostenibilidad como eje. Se asume como una función social de los medios de comunicación y un requerimiento legítimo de la sociedad. Se justifica por el cuidado de la especie humana y de las generaciones futuras, y el cuidado del resto de las especies y los ecosistemas, considerando que las demás especies tienen un valor *per se* (...). Es una interpretación y a la vez una propuesta que parte de la consideración de que la situación de extralimitación del cambio climático requiere un cambio cultural, que a su vez reclama un cambio mediático. (Fernández, 2017, p. 4)

El investigador plantea esta forma más contundente de abordar la comunicación climática tras conocerse los resultados del V Informe del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) y el Acuerdo de París. En la actualidad, el fenómeno sigue siendo una prioridad en la agenda internacional y el informe del IPCC más reciente continúa recalcando la necesidad de actuar para frenar las consecuencias y garantizar un futuro habitable (2023).

El ejercicio periodístico es clave en la difusión de información en este sentido y cada vez son más los medios que priorizan este contenido. Por ejemplo, el diario *El País* lanzó en 2020 una sección digital denominada “Clima y Medio Ambiente” para fortalecer su compromiso en la lucha contra el cambio climático. En ese momento solo se hablaba de la crisis sanitaria causada por el coronavirus, así que el medio quiso poner el foco en otras emergencias que también pueden tener consecuencias devastadoras y conformar un equipo exclusivo para cubrir a fondo la temática (*El País*, 2020).

Se trata de algo destacable porque la mayoría de los medios ni siquiera tiene una sección especializada en medioambiente, sino cajones de sastre. En el caso de *Diario de Avisos* esta se encuentra dentro de “Sociedad”, el habitual cajón de sastre de los medios generalistas (Gallego y Luengo, 2014); en *La Provincia* se encuentra en la carpeta “Más”, en el último lugar. Aunque algunas de las piezas cuentan con elementos constructivos, en la mayoría de los casos el foco se pone en tragedias y curiosidades. Esto es contraproducente en general, pero especialmente cuando se trata del cambio climático.

Carvalho (2012) destaca las afirmaciones de O’neill y Nicholson-Cole sobre cómo el drama, sensacionalismo, inquietud o impacto pueden llamar la atención de las personas y conformar su percepción sobre el fenómeno, pero también desmotivar su compromiso y

originar un desbordamiento emocional que acaba provocando alejamiento, negación y apatía. Esto no quiere decir que no se pueda informar sobre los riesgos y peligros relacionados con el cambio climático, sino que apelar al miedo no es el mejor modo, y mucho menos si no se quiere favorecer a la inacción de la audiencia (Hulme, 2007).

Por otra parte, no es casualidad que el discurso catastrofista sobre el cambio climático se haya asentado. Carvalho (2012) explica que con el planteamiento de escenarios apocalípticos de destrucción y masacre se han fomentado “soluciones” de base capitalista en beneficio de quienes dicen promover una “economía verde”. También que los medios, en general, han contribuido en la promoción de esas medidas que activistas por el clima, movimientos sociales y medios alternativos rechazan porque entienden que las iniciativas sostenibles y resolutivas no pueden hallarse dentro del sistema actual. Esto coincide con lo que subraya Fernández Reyes (2017): es necesario un cambio cultural y mediático.

La priorización del contenido ambiental por parte de los medios de comunicación es el primer paso para divulgar información sobre la emergencia climática y aumentar el conocimiento de la audiencia, pero también es indispensable buscar nuevas fórmulas para llegar a las personas. El periodismo constructivo es una de las nuevas narrativas que puede cubrir esta demanda.

#### **4.2.4 Periodismo constructivo y cambio climático**

El periodismo ambiental es un “periodismo de investigación, una forma de hacer periodismo científico, un periodismo educativo y pedagógico, es consciente de cumplir una responsabilidad social específica y debe ejercerse con profesionalidad, objetividad y responsabilidad, sin confundirlo con la militancia ecologista” (Quiñonez, 2012, p. 191). Comparte la esencia del periodismo constructivo, pero no utiliza las mismas técnicas para crear piezas periodísticas porque recibe la influencia del enfoque negativo de la práctica tradicional, al igual que el resto de las ramas periodísticas.

Sin embargo, hay medios de comunicación que han ido integrando, poco a poco, las técnicas constructivas. Casares (2021) resalta que *El País* ha participado en varias ediciones del *Impact Journalism Day*, un evento que organiza la agencia de comunicación *Sparknews*. Un día del mes de junio cincuenta de los medios más relevantes del mundo publican historias de periodismo de soluciones para “destacar reportajes cargados de

ideas, innovaciones y soluciones para mejorar la vida de las personas” (*El País*, parr. 1). Las piezas no se centran en una temática en concreto, pero una de las últimas que se han elaborado versa sobre la plantación de olivos en Teruel.

Desde el Instituto de Periodismo Constructivo han impulsado talleres sobre el periodismo de soluciones y el cambio climático. Uno de ellos en colaboración con la Sociedad Pública de Gestión Ambiental del Gobierno Vasco y la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (Medium, 2021). *Reporters d’Espoirs* también relaciona el periodismo de soluciones y la cobertura del cambio climático en un espacio de su web titulado *Médias Climat*. Ahí explican por qué el clima es un tema mediático y cómo lo están abordando los medios, además de ofrecer consejos para mejorar la actividad periodística.

Asimismo, en la web de la SJN han habilitado un apartado destinado únicamente a las soluciones climáticas “para que todas las personas tengan acceso a noticias que les ayuden a imaginar y construir un mundo más equitativo y sostenible. Y ningún problema necesita más soluciones que el clima” (*Solution Journalism Network*, parr. 1). A raíz de esta consideración sobre la importancia del cambio climático, la SJN ha desarrollado iniciativas para capacitar a periodistas en la creación de piezas sobre soluciones climáticas y da visibilidad a muchas otras que han sido elaboradas en medios relevantes de América como el *New York Times* o *Moganby*.

Naciones Unidas (2022) también sitúa al periodismo de soluciones como una forma de generar confianza y combatir la desinformación sobre la emergencia climática, por eso cuenta con un espacio denominado *Climate Solution* para aglutinar contenido en este sentido. La iniciativa, como la inauguración de la sección “Clima y Medioambiente” de *El País*, se asienta tras la pandemia, ya que afirman haber percibido “las consecuencias de no haber progresado lo suficiente en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y en la aplicación del Acuerdo de París relativo al cambio climático. Estaríamos en una situación mejor si lo hubiéramos hecho” (Naciones Unidas, parr. 1).

Por otra parte, existe un decálogo de recomendaciones que ha puesto en marcha el Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático (OCCC) para informar adecuadamente sobre el fenómeno y contribuir en el cumplimiento de la función social del periodismo respecto a este. La última actualización se hizo en 2022 y las soluciones como elemento constructor tienen relevancia desde el punto dos:

## **2. Comunicar las causas, los impactos y especialmente las soluciones para favorecer una transición ecológica con perspectiva de futuro**

Abordar la situación de emergencia climática poniendo énfasis en los beneficios y las oportunidades que conlleva la transición ecológica, presentando las medidas para combatir la crisis climática como un motor para el cambio social. Es importante comunicar los *tipping points*, el destino y la ruta de esta transición para transmitir esperanza en el futuro (parr. 2).

En el ámbito académico, la periodista e investigadora Kathryn Miller ha profundizado en cómo impacta el contenido constructivo sobre el cambio climático. Explica que el gremio periodístico ha estado advirtiendo de las catástrofes relacionadas con el fenómeno durante mucho tiempo, y aun así no ha habido una respuesta generalizada de implicación por parte de la población. Eso le hizo pensar que, tal vez, es necesario mostrar que los cambios son posibles, que existen medidas que se pueden tomar para enfrentarlo y que la unión hace la fuerza (OPB, 2022).

En su estudio seleccionó una historia sobre la forma en que un pueblo de Connecticut hizo frente a las inundaciones y generó beneficios económicos, ya que la zona destruida acabó convirtiéndose en un parque al que la gente buscaba ir. Luego elaboró una versión que solo abordaba las partes problemáticas de las inundaciones provocadas por el clima, ajustándose al enfoque más tradicional. La muestra de conveniencia de estudiantes universitarios de EE. UU. se dividió en dos grupos y cada uno leyó una de las piezas.

Las personas que leyeron la constructiva, en la que se perciben varias de las ramas identificadas por Gyldensted y McIntyre (2017), se sintieron más convencidas de que se pueden tomar acciones efectivas para enfrentar el cambio climático. Eso, además, les llevó a apoyar la acción colectiva para luchar contra el fenómeno y a poner de relieve la importancia de informar de una manera distinta a la habitual:

Los hallazgos amplían nuestra comprensión de cómo la comunicación de riesgos afecta el apoyo a las políticas para la adaptación al cambio climático y sugieren que el periodismo de soluciones puede permitir a los periodistas comunicar el peligro del cambio climático sin deprimir el apoyo a la acción social para mitigar sus efectos. (Thier, 2022, p.1)

En lo que respecta a Canarias, los medios de comunicación no utilizan de forma consciente el método constructivo para informar sobre el cambio climático, pero el Instituto de Periodismo Constructivo ya ha comenzado a realizar su labor divulgativa en las aulas. Recientemente, la Universidad de La Laguna acogió la V Jornada de Innovación en el Periodismo, donde Alfredo Casares explicó al alumnado del tercer curso la importancia de desarrollar el discurso informativo con un enfoque constructivo y su capacidad transformadora (PULL, 2023). La acogida de este tipo de ponencias indica que las nuevas generaciones de periodistas van a estar más sensibilizadas en este aspecto, pero no el resto de periodistas que desempeñan su actividad profesional en el Archipiélago.

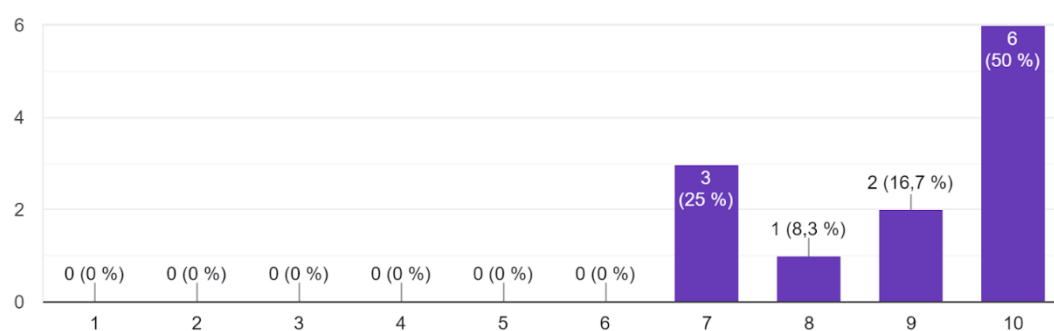
## 5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1 Experimento

**Figura 3**

¿La primera noticia que ha leído le parece útil?

12 respuestas



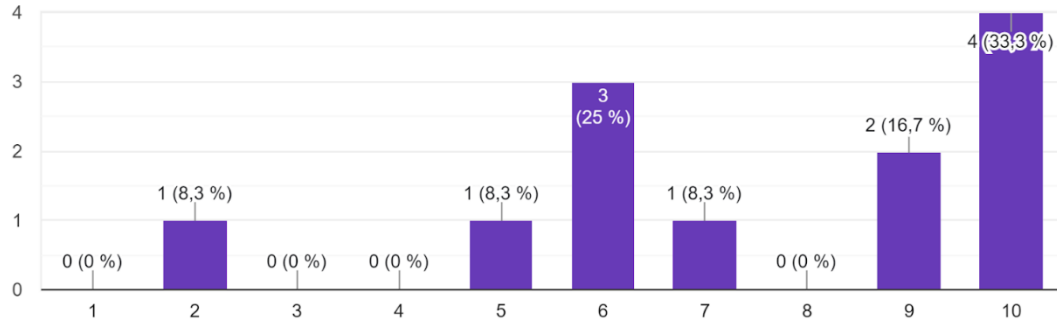
*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

En lo que respecta al **bloque 1** de la primera encuesta, seis personas de la muestra puntuaron con diez la utilidad de la noticia constructiva, dos con un nueve, una con un ocho y tres con un siete.

**Figura 4**

¿Ha aumentado su interés por cuidar el agua?

12 respuestas



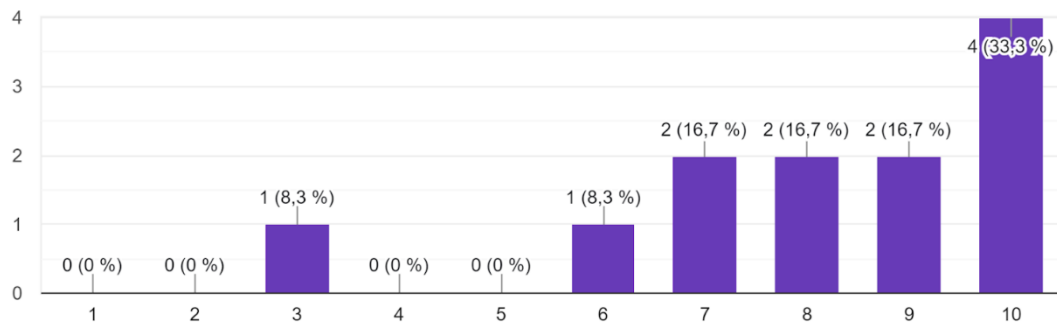
*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Por otra parte, cuatro personas puntuaron con un diez el aumento de su interés por cuidar el agua, dos con un nueve, una con un siete, tres con un seis, una con un cinco y una con un dos.

**Figura 5**

¿Le ha ayudado a saber cómo se puede resolver la emergencia hídrica en Canarias?

12 respuestas



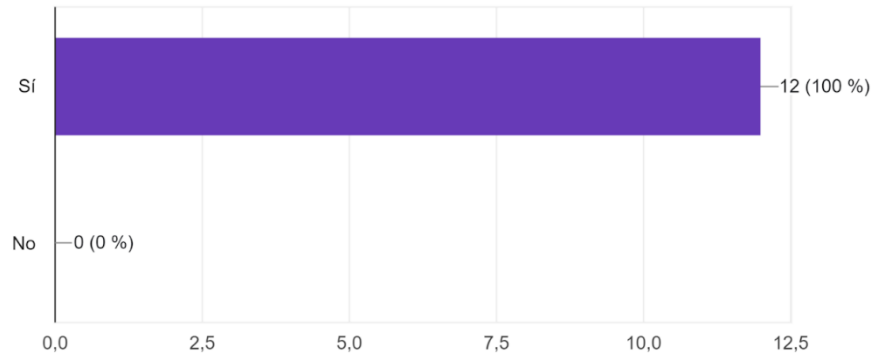
*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Sobre si la pieza ha ayudado a saber cómo se puede resolver la emergencia hídrica en Canarias, cuatro personas puntuaron con un diez, dos con un nueve, dos con un ocho, dos con un siete, una con un seis y una con un tres.

**Figura 6**

¿Llevaría a cabo las acciones descritas para cuidar el medioambiente y mejorar su entorno?

12 respuestas



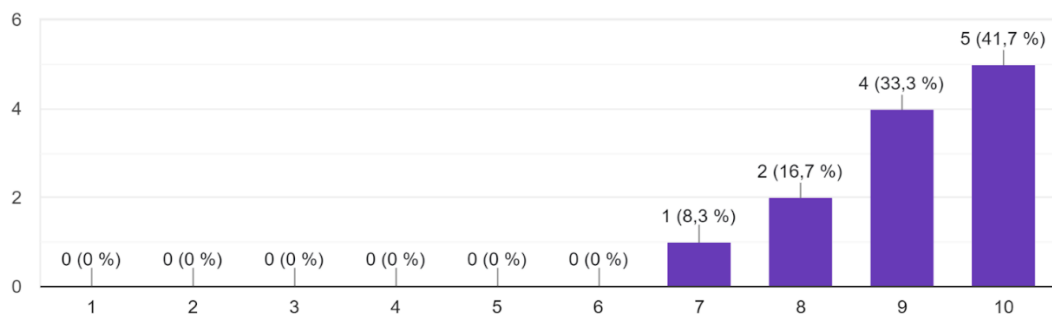
*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Las doce personas de la muestra llevarían a cabo las acciones descritas en la pieza constructiva para cuidar el medioambiente y mejorar su entorno.

**Figura 7**

¿Valora que las noticias le informen de lo que se puede hacer para luchar contra el cambio climático?

12 respuestas



*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

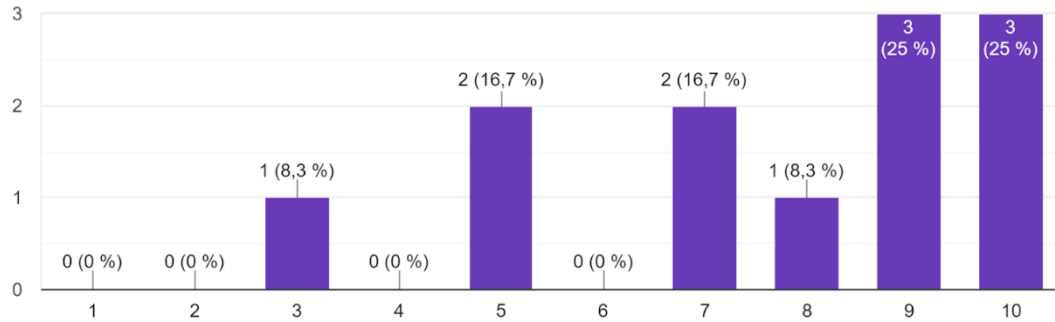
Cinco personas valoraron con un diez que las noticias informen de lo que se puede hacer para luchar contra el cambio climático, cuatro con un nueve, dos con un ocho y una con un siete.



**Figura 8**

¿La noticia le hace sentir que es posible suavizar los efectos negativos del cambio climático?

12 respuestas



*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: *Google*.

Acerca de si la noticia hace sentir que es posible suavizar los efectos negativos del cambio climático, tres personas puntuaron con un diez, tres con un nueve, una con un ocho, dos con un siete, dos con un cinco y una con un tres.

Cuando se les preguntó por qué piensan lo anterior especificaron lo siguiente:

### **GRUPO JOVEN**

#### **Mujeres:**

1. “Considero que la noticia hace sentir que es posible suavizar los efectos negativos del cambio climático porque no se centra solo en el problema, sino que nos da soluciones a dicho problema”.
2. “Creo que quienes realmente tienen en su mano frenar el cambio climático son las grandes empresas multinacionales”.

#### **Hombres:**

3. “Pienso que si todos nos concienciamos más sobre las atrocidades ambientales que estamos cometiendo y cómo eso se verá y ya se está viendo reflejado en nuestro planeta, nos replantearemos más el hecho de volver a cometer dichas atrocidades y empezaremos a preocuparnos por enmendar el problema”.

4. “Dado que aporta soluciones de distintas ramas del conocimiento natural y técnico con resultados contrastados en esta materia”.

## **GRUPO ADULTO**

### **Mujeres:**

1. “Da alternativas a reutilizar, por ejemplo, el agua de la lluvia”.
2. “Porque los consejos que da para los ciudadanos requieren de un compromiso personal y creo que, aunque todos los pudiéramos poner en marcha, es una mínima ayuda para contrarrestar los efectos negativos del cambio climático. Lo fundamental son las medidas, inversiones y políticas de las Administraciones, y en el artículo, por contra, me da la sensación de que, al ser más costosas, parece que casi lo dan por perdido y sueltan la pelota en el tejado de los ciudadanos”.

### **Hombres:**

3. “Como bien resalta la noticia, cada isla tiene sus peculiaridades, y no es lo mismo recoger agua en una isla como El Hierro que en una como Fuerteventura o Lanzarote. Por ello, considero que se debe especificar las maneras en las que podemos recoger agua en cada una de las islas con características similares. Por otra parte, los consejos sobre el ahorro personal de agua tienden a ser los mismos habitualmente, por lo que veo mayor necesidad en realizar un acto tal vez más agresivo, como una campaña visual de la grave situación climática que estamos viviendo a nivel global y local”.
4. “Es muy claro y fácil de comprender. Sin tantos tecnicismos”.

## **GRUPO MAYOR**

### **Mujeres:**

1. “La solución no está principalmente en el ciudadano, como explica la noticia. Las acciones individuales no tienen un impacto significativo sin políticas adecuadas a nivel más global. Hostelería intensiva, campos de golf, todo un modelo productivo que no se cuestiona. No es el vecino al que le gotea un grifo”.

2. “Cada persona puede aportar un granito de arena para conseguir cada propósito”.

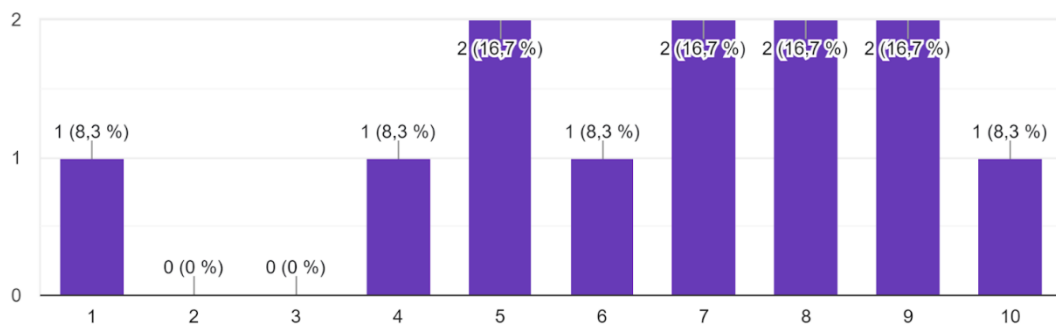
**Hombres:**

3. “Porque el beneficio comunal es responsabilidad compartida”.
4. “Porque suma la apuesta científica y la ciudadana”.

**Figura 9**

¿Cuánta confianza hacia los medios de comunicación le despierta la primera noticia?

12 respuestas



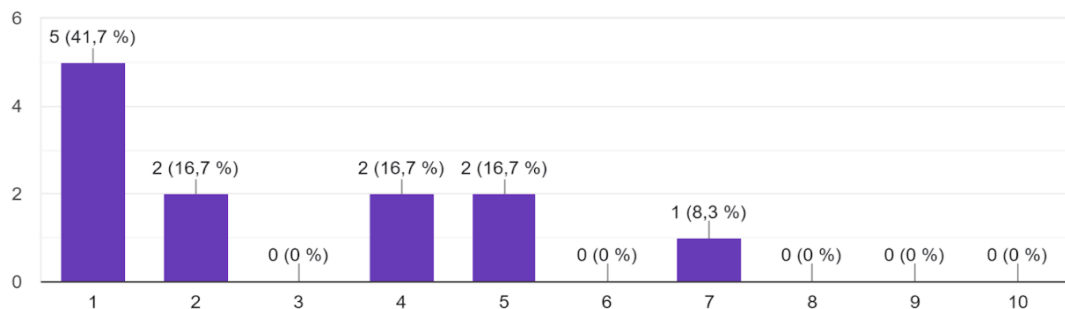
*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

En el **bloque 2** se pregunta por la confianza hacia los medios de comunicación que despierta la noticia constructiva. Más de la mitad se sitúa por encima del cinco.

**Figura 10**

¿El contenido de la noticia le produce agotamiento?

12 respuestas



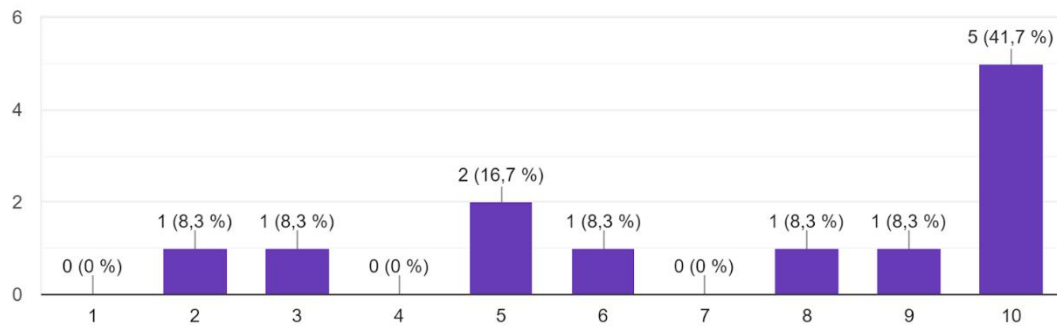
*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Sobre si el contenido produce agotamiento, cinco personas dan una puntuación de uno, el mínimo; dos puntúan con un dos, dos con un cuatro, dos con un cinco y una con un siete.

**Figura 11**

¿Siente que ha adquirido un mayor conocimiento sobre el asunto tratado?

12 respuestas



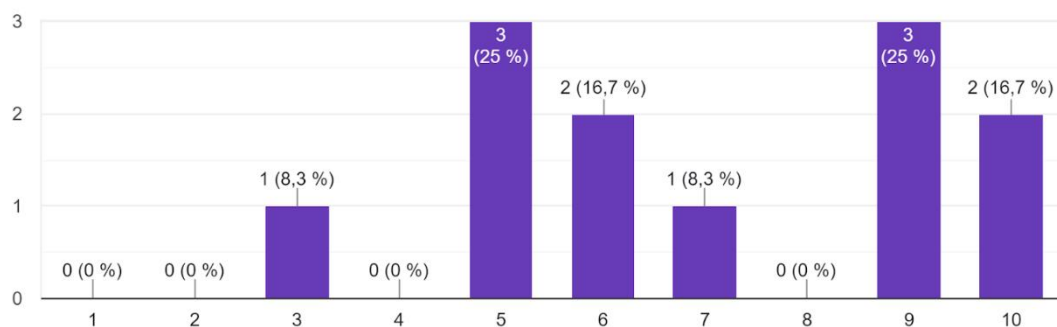
*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Cinco personas afirman con un diez haber adquirido un mayor conocimiento sobre el asunto tratado, una con un nueve, una con un ocho, una con un seis, dos con un cinco, una con un tres y una con un dos.

**Figura 12**

¿Le gustaría haber seguido leyendo?

12 respuestas



*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Dos personas puntúan con un diez su interés por haber seguido leyendo, tres con un nueve, una con un siete, dos con un seis, tres con un cinco y una con un tres.

Sobre las características que destacan de la noticia constructiva a diferencia de otras piezas que tratan el cambio climático especifican lo siguiente:

### **GRUPO JOVEN**

#### **Mujeres:**

1. “Cercanía geográfica”.
2. “Nos hace partícipe de la solución, por lo cual la noticia es más significativa para ti”.

#### **Hombres:**

3. “Sencilla, pero a la par informativa, muy clara y concisa”.
4. “La aportación de soluciones”.

### **GRUPO ADULTO**

#### **Mujeres:**

1. “Que da herramientas para aliviar el malgasto del agua al tiempo que informa de un problema común”.
2. “Qué implica a la ciudadanía y da pautas prácticas para un consumo responsable del agua”.

#### **Hombres:**

3. “Pocas, pues considero que es un artículo al uso del cambio climático, donde se añaden referencias de especialistas y se da en gran medida la misma información que se suele dar”.
4. “Claridad”.

## GRUPO MAYOR

### Mujeres:

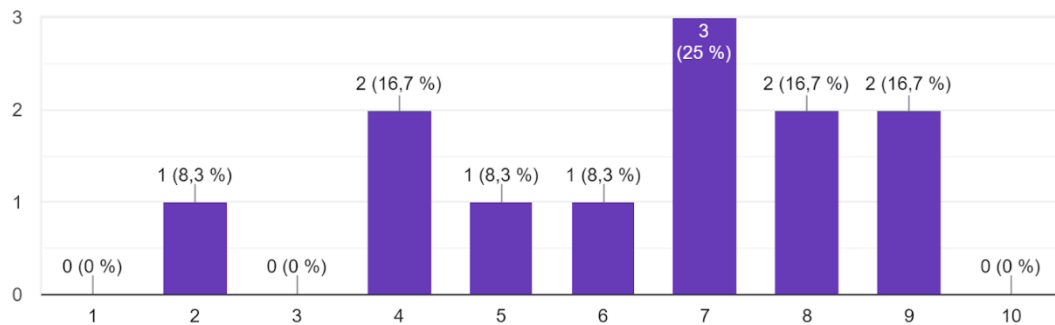
1. “Ninguna”.
2. “La comunidad científica”.

### Hombres:

3. “Está razonablemente bien escrita y documentada”.
4. “Aporta conocimiento y soluciones individuales que ayudan a combatir la escasez de agua”.

**Figura 13**

¿La segunda noticia que ha leído le parece útil?  
12 respuestas



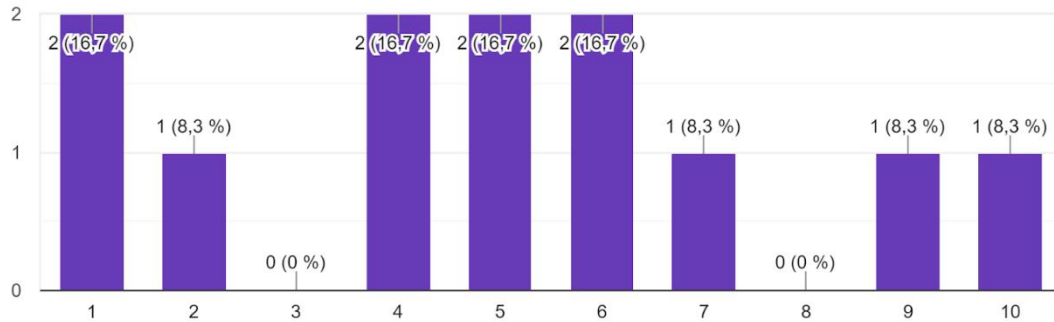
*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Dos personas puntuaron la utilidad de la noticia tradicional con un nueve, dos con un ocho, tres con un siete, una con un seis, una con un cinco, dos con un cuatro y una con un dos.

**Figura 14**

¿Ha aumentado su interés por cuidar el agua?

12 respuestas



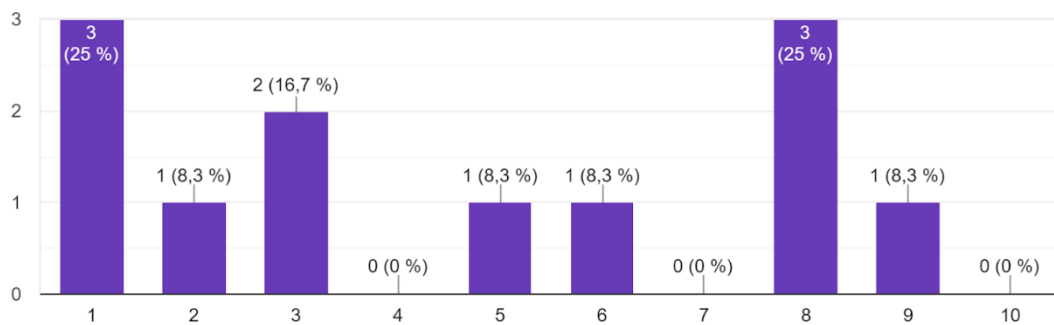
*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Sobre el aumento del interés por cuidar el agua, una persona puntuó con un diez, una con un nueve, una con un siete, dos con un seis, dos con un cinco, dos con un cuatro, una con un dos y dos con un uno.

**Figura 15**

¿Le ha ayudado a saber cómo se puede resolver la emergencia hídrica en Canarias?

12 respuestas

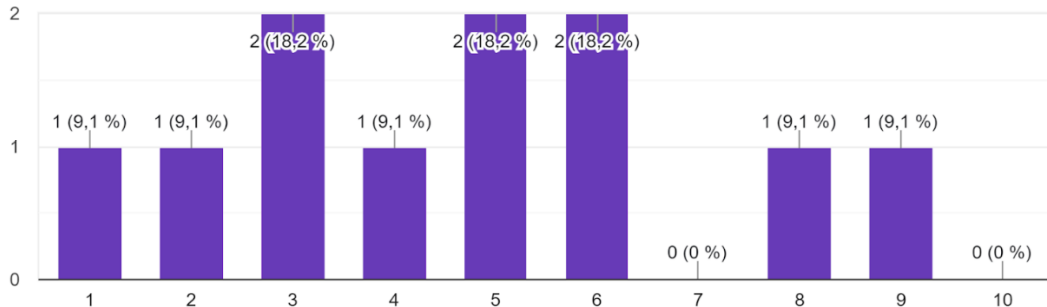


*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Por otro lado, una persona puntuó con un nueve la capacidad de la pieza para ayudar a saber cómo se puede resolver la emergencia hídrica en Canarias, tres con un ocho, una con un seis, una con un cinco, dos con un tres, una con un dos y tres con un uno.

**Figura 16**

¿La noticia le hace sentir que es posible suavizar los efectos negativos del cambio climático?  
11 respuestas



*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Acerca de si la pieza hace sentir que es posible suavizar los efectos negativos del cambio climático, una persona puntuó con un nueve, una con un ocho, dos con un seis, dos con un cinco, una con un cuatro, dos con un tres, una con un dos y una con un uno.

Cuando se les preguntó por qué opinan lo anterior especificaron lo siguiente:

### **GRUPO JOVEN**

#### **Mujeres:**

1. “Creo que son las grandes empresas quienes realmente tienen el poder de frenar el cambio climático”.
2. “No da soluciones al problema”.

#### **Hombres:**

3. “Plantea información sobre soluciones, pero más escuetas”.
4. “No es funcional”.

### **GRUPO ADULTO**

#### **Mujeres:**



1. “Porque despierta la sensibilización hacia la necesidad de tener agua potable para la población”.
2. “Porque no detalla las medidas que se están o pueden ejecutarse”.

**Hombres:**

3. “La noticia me muestra una manera que están llevando a cabo en una isla específica para sobrellevar los problemas asociados a la sequía que sufren. Entiendo que es una solución temporal, pues no es una manera cómoda de asegurar el abastecimiento de una población. Es un parche que está bien conocer por si se presenta esa situación en otro lugar, pero se debe buscar una solución duradera en el tiempo”.
4. “No parece tan clara y concisa”.

**GRUPO MAYOR**

**Mujeres:**

1. “No se va la raíz del problema, un modelo turístico insostenible. Tampoco se habla de la falta de mantenimiento en las redes de distribución que hace que se pierda mucha agua”.
2. “Desde mi punto de vista, la red de infraestructura tenía que estar terminada y funcionando, no se puede estar a estas alturas, cuando la carencia del agua potable es un hecho, con el tema burocrático. Siempre ocurre lo mismo, esperan a que exista un grave problema para la población. Tanto el Cabildo como la C. A. saben lo que puede ocurrir, pero mientras no ocurra la situación de alarma, no actúan. Esta noticia me entristece bastante, como muchas de las que hoy en día existen. Mi abuela murió con 95 años y tenía un estanque para regar sus huertas y un aljibe para el consumo potable. Las presas tomaron importancia en su momento, pero otras infraestructuras siempre se han realizado, desde los tiempos romanos...”.

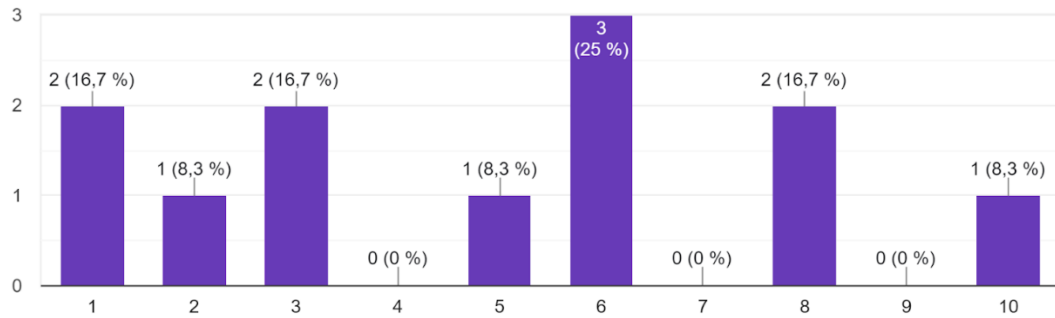
**Hombres:**

3. “El beneficio comunal es (debe ser) de responsabilidad compartida”.

4. “La noticia habla de la acción política inmediata, paliativa, y no de la política hidráulica que hay que realizar en esa isla para combatir la emergencia hídrica que está padeciendo y que, sin duda, padecerá con más vigor en el futuro próximo”.

**Figura 17**

¿Cuánta confianza hacia los medios de comunicación le despierta la segunda noticia?  
12 respuestas

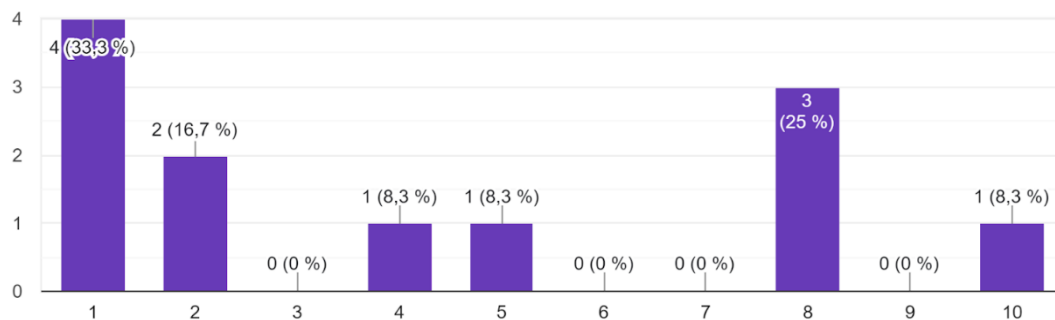


*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Sobre la confianza que despierta la pieza tradicional, casi el mismo número de personas se sitúa a cada lado de la gráfica, pero las valoraciones negativas son más extremas.

**Figura 18**

¿El contenido de la noticia le produce agotamiento?  
12 respuestas



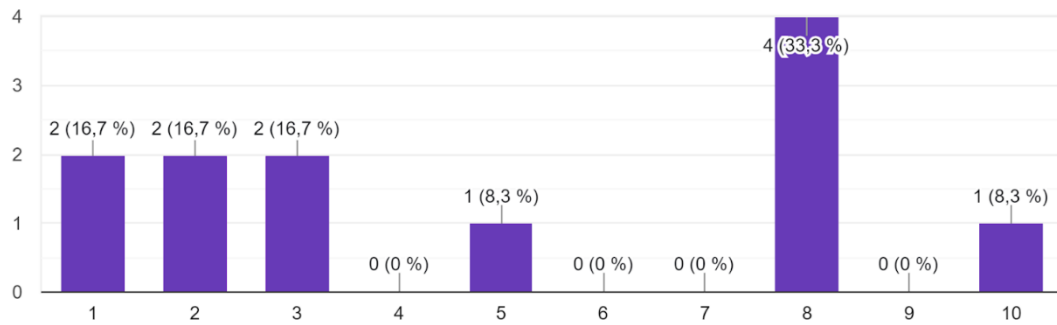
*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Por otro lado, una persona valoró con un diez el agotamiento que le produce la pieza, tres con un ocho, una con un cinco, una con un cuatro, tres con un dos y cuatro con un uno.

**Figura 19**

¿Siente que ha adquirido un mayor conocimiento sobre el asunto tratado?

12 respuestas



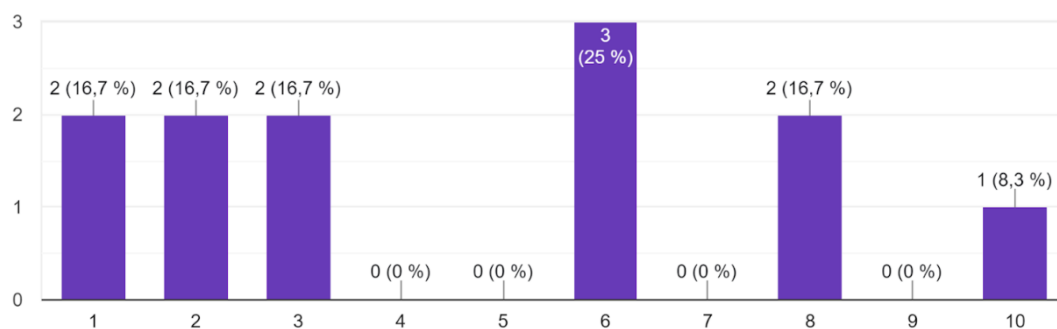
*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

Acerca del conocimiento adquirido sobre el asunto tratado, una persona puntuó con un diez, cuatro con un ocho, una con un cinco, dos con un tres, dos con un dos y dos con un uno.

**Figura 20**

¿Le gustaría haber seguido leyendo?

12 respuestas



*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: Google.

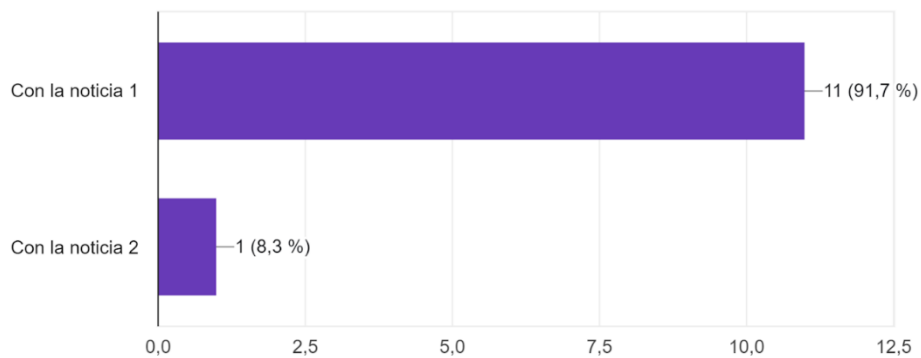
Una persona valoró con un diez la posibilidad de haber seguido leyendo, dos con un ocho, tres con un seis, dos con un tres, dos con un dos y dos con un uno.

El **bloque tres** es el más revelador a nivel visual porque la muestra elige entre una pieza y otra en función de la cuestión que se le plantea.

**Figura 21**

¿Con qué noticia ha aprendido más? Marque solo una opción.

12 respuestas

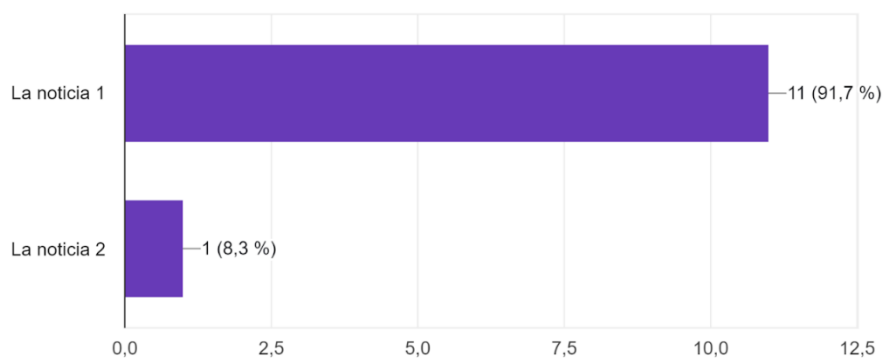


*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: *Google.*

**Figura 22**

¿Qué noticia le ha motivado más a llevar a cabo acciones para contribuir en la lucha contra el cambio climático? Marque solo una opción.

12 respuestas

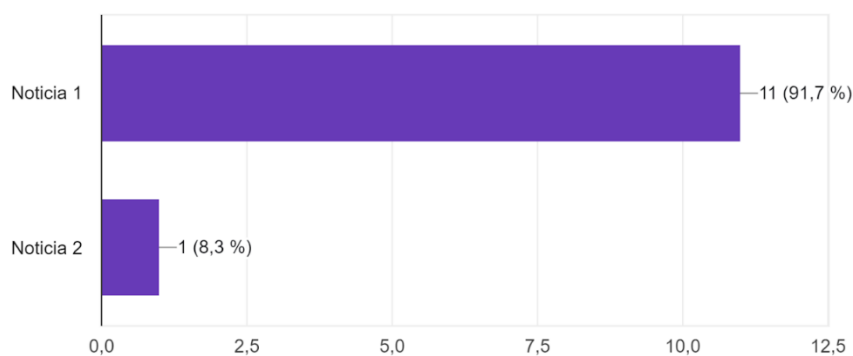


*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: *Google.*

**Figura 23**

¿Con qué noticia ha percibido que es posible suavizar los efectos negativos del cambio climático en mayor medida? Marque solo una opción.

12 respuestas



*Nota:* Elaboración propia a través de los resultados obtenidos en la investigación. Fuente: *Google.*

A la pregunta sobre cómo prefieren que se les informe sobre el cambio climático, diez personas eligieron la noticia constructiva y dos la noticia tradicional.

Cuando se les preguntó por qué especificaron lo siguiente:

### **GRUPO JOVEN**

#### **Mujeres:**

1. “Me ha parecido una noticia que se acerca más al lector como ciudadano que puede colaborar”.
2. “Porque para que las cosas salgan mejor y se tenga mayor motivación e implicación es mejor centrarse en las soluciones que únicamente en el problema”.

#### **Hombres:**

3. “A mayor información y detalle, mejor”.
4. “Resulta increíble ver cómo unas acciones tan nefastas nos han llevado al hecho de perjudicar al planeta y así perjudicarnos a nosotros”.

## **GRUPO ADULTO**

### **Mujeres:**

1. “Porque cuando dan herramientas a un problema no es tan tedioso, y despierta más el interés en poner solución”.
2. “Porque conociendo las medidas a adoptar para conseguir un consumo responsable, se pueden poner en práctica y se contribuye a mitigar los problemas”.

### **Hombres:**

3. “Es un tanto contradictorio, pero el hecho de ser informado a través de los problemas puede hacer que el lector se interese por conocer qué posibles soluciones puede encontrar. En el mundo de inmediatez en el que vivimos, resulta más llamativo una imagen de un problema que de una solución. Incluso en la noticia del problema se pueden añadir ciertos *tips* que pueden quedar mejor en la retina del lector”.
4. “En mi caso, ayuda mucho lo visual y la claridad de las soluciones”.

## **GRUPO MAYOR**

### **Mujeres:**

1. “Ninguna de las dos noticias motiva. Me parecen complacientes con la actual situación, ponen el foco en el individuo y no en el sistema y poco hacen en favor de suavizar los efectos del cambio climático o de la conciencia del problema”.
2. “Porque estoy muy cansada de leer y escuchar catástrofes, noticias negativas y de las buenas intenciones de los organismos locales y autonómicos, lo maravillosos que son, porque están ayudando en esos momentos. Cuando la realidad es que son ineptos, no invierten en futuro, no previenen las situaciones, esperan a que tengamos falta de agua potable, fuego en nuestros montes, que se rompan los vehículos con los enormes baches en la autopista y carreteras generales, emisarios submarinos... y un sinfín de problemas que no resuelven”.

## **Hombres:**

3. “Porque el impacto sobre la educación en la población es mejor y mayor”.
4. “Porque los problemas del agua, en general, ya los conocemos en Canarias, con independencia del cambio climático. Lo que hace falta es conocer las soluciones técnicas y de conducta ciudadana que ayuden a mitigarlos”.

## **5.2 Entrevistas a medios de comunicación**

Las entrevistas realizadas a los medios de comunicación canarios arrojan datos similares sobre el tratamiento de la sección de medioambiente y la aplicación de técnicas constructivas. Las preguntas que se formularon a *La Provincia* y *Diario de Avisos* son las siguientes:

1. ¿Qué criterios se utilizan para distribuir las secciones en la web? ¿Qué lugar ocupa la sección de medioambiente?
2. ¿Existen diferencias entre la sección de medioambiente en la versión impresa y en la versión digital?
3. De forma breve, ¿cómo diría que ha evolucionado la sección de medioambiente desde que comenzó hasta ahora? ¿En qué año se puso en marcha?
4. ¿Los redactores/as de la sección de medioambiente son periodistas ambientales o han recibido algún tipo de formación especializada vinculante? Si no es así, ¿cómo se aborda el contenido más complejo?
5. ¿Qué importancia tiene el contenido sobre el cambio climático en su medio? ¿Cuándo se publicó la primera pieza sobre el fenómeno?
6. ¿Se aplican pautas concretas para informar sobre el cambio climático? Si es así, ¿cuáles? (Por ejemplo, las que sugiere el decálogo del Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático).

7. El Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) sitúa a la humanidad como responsable del avance del cambio climático. Advierte de la necesidad de actuar para frenarlo y garantizar un planeta habitable.

Bajo su punto de vista, ¿el periodismo debe involucrarse en aumentar la conciencia de la población sobre esta cuestión? Por ejemplo, informando sobre prácticas diarias que se pueden llevar a cabo para no contaminar o sobre cómo se enfrenta en otros lugares la emergencia hídrica que sufre Canarias. En caso afirmativo, ¿cómo lo hace su medio?

8. ¿Conoce en qué consiste el periodismo constructivo?
9. La práctica periodística suele estar centrada en conflictos, culpables, problemas... y es esencial, pero el exceso ha provocado unos efectos claros en la ciudadanía: desconfianza hacia los medios, alejamiento, impotencia, malestar emocional y otros.

Para contrarrestar esta situación y que se siga consumiendo información, ¿cómo ve desarrollar piezas periodísticas que profundicen en soluciones para que las personas conozcan qué se puede hacer para solventar problemas e, incluso, qué acciones pueden tomar ellas mismas para contribuir?

10. ¿El equipo directivo de su medio estaría dispuesto a probar nuevas narrativas con el fin de orientar a la ciudadanía canaria en la crisis climática y en otras áreas informativas?

En *La Provincia* la sección de medioambiente siempre ha sido considerada una arista más de la sección de sociedad. En la versión digital tiene un espacio propio y en la impresa también, aunque no independiente. El director del medio, Antonio Cacereño, destaca que “se ha convertido en un contenido transversal que cruza la mayoría de las secciones” (A. Cacereño, comunicación personal, 20 de junio de 2023). No existen diferencias entre la subsección en ambos formatos, a excepción de que el digital cuenta con informaciones que produce varias veces por semana un/a periodista que tiene su especialidad en medioambiente. Este activo lo proporciona la redacción central digital del Grupo Prensa Ibérica, al que pertenece el diario.



Quienes abordan el contenido medioambiental más complejo son “periodistas con un importante nivel de conocimiento del periodismo y, en algunos casos, de la materia que nos ocupa”, asegura Cacereño. Su larga trayectoria, el contacto con especialistas y la formación a través de lecturas o cursos es lo que avala la calidad de la información sobre medioambiente que se publica. Por otra parte, declara que en el medio consideran que el cambio climático es una cuestión relevante, pero también que tienen “limitaciones” y que deben dar a conocer otros acontecimientos que son importantes para gran parte de la ciudadanía (A. Cacereño, comunicación personal, 20 de junio de 2023).

Para el director el periodismo está involucrado en aumentar la conciencia de la población sobre el cambio climático, pero que es necesario hacer más en lo que respecta a esa cuestión y a otras. Afirma que en *La Provincia* falta “un tipo de información más pedagógica que ayude a la ciudadanía a conocer más y mejor qué hacer para defender el medioambiente y la naturaleza” (A. Cacereño, comunicación personal, 20 de junio de 2023) y que es un camino en el que se debe profundizar.

Hasta el momento de la entrevista no conocía qué es el periodismo constructivo, pero desde hace tres años se contempla como objetivo el desarrollo de piezas informativas que ahonden en las soluciones de problemas para que la audiencia sepa qué se puede hacer para solventarlos y cómo colaborar. *La Provincia* manifiesta una disposición plena para probar nuevas narrativas y avanzar hacia un periodismo mejor.

El director de *Diario de Avisos* en funciones cuando se llevó a cabo la entrevista, Juan Carlos Mateu, cuenta que el medioambiente es una absoluta prioridad y que forma parte del ADN del medio. Además, resalta que se trata de la sección en la que más recursos se ha invertido para reforzarla. “Somos el único periódico de Canarias, y uno de los pocos de España, con una página dedicada específicamente a esta materia (Ecoactualidad) que se publica los 365 días del año y en la que predominan, sobre todo, las informaciones relativas al cambio climático, el gran desafío global del planeta”, explica. También señala que se considera relevante toda la información que afecta a la calidad de vida de la ciudadanía, “como vertidos al mar, estado de las playas, olas de calor o daños forestales” (J. C. Mateu, comunicación personal, 12 de junio de 2023).

En la versión impresa los contenidos se distribuyen según su importancia y el ámbito en el que se producen. En la web la magnitud del hecho y la inmediatez son los criterios

principales. El contenido que se publica en ambos formatos es el mismo y lo desarrollan periodistas no especializados, aunque se trata de profesionales que intentan documentarse con buenas fuentes y complementar las informaciones con las opiniones de personas expertas en cada cuestión.

Considera que herramientas como el decálogo del Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático tendrían que estar más presentes en las redacciones. Además, a la hora de informar sobre el cambio climático se presta una atención especial a las aportaciones de especialistas en este campo y entidades públicas y privadas. *Diario de Avisos* cuenta con “colaboraciones puntuales muy valiosas, como la de la joven tinerfeña Victoria Ballesteros, que ha participado como ponente en paneles sobre el calentamiento global de Naciones Unidas en dos ocasiones” (J. C. Mateu, comunicación personal, 12 de junio de 2023), subraya Mateu.

También resalta que *Diario de Avisos* aporta contenido pedagógico ofreciendo “recomendaciones aplicables en el día a día para una conducción menos contaminante, a través de la difusión de campañas para ahorrar agua y luz y apoyando iniciativas que fomentan el reciclaje, por poner varios ejemplos”. Por otro lado, se atiende especialmente la conservación del patrimonio natural de las Islas y desde la Fundación *Diario de Avisos* se apoya proyectos de alcance internacional como la Expedición Groenlandia, “un documental en el que se advierte de las consecuencias del calentamiento global en esa zona del planeta” (J. C. Mateu, comunicación personal, 12 de junio de 2023), explica.

En lo relacionado al periodismo constructivo, Mateu valora positivamente el contenido orientado a las soluciones e indica que el camino correcto es ese donde la audiencia se pregunta qué puede hacer para contribuir. También destaca que el auge de las redes sociales obliga a ejercer la profesión con responsabilidad y a explicar de forma completa y sencilla todo lo que es noticia.

Sobre el interés de *Diario de Avisos* en probar nuevas narrativas expone que es esencial la adaptación de los medios de comunicación a la realidad social. “La ciudadanía debe recibir una información veraz y contada con rigurosidad, alejada del sensacionalismo y, siempre que se pueda, con afán constructivo” (J. C. Mateu, comunicación personal, 12 de junio de 2023), asegura.

Tras las respuestas de dos medios generalistas resulta útil conocer la percepción de un medio especializado, como la revista *Climática*. Las preguntas que se formularon son las siguientes:

1. ¿Qué le motivó a poner en marcha la revista *Climática*?
2. ¿Qué tan importante es el cambio climático para los medios de comunicación?
3. ¿Aplican pautas determinadas para informar sobre el cambio climático? Si es así, ¿cuáles? (Por ejemplo, las que sugiere el decálogo del Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático).
4. Como exponen en su web, uno de sus objetivos es presentar contenidos complejos de una forma accesible para todas las personas. El periodismo constructivo sugiere que también es importante meditar el enfoque que se utiliza para trasladar la información. ¿Conoce en qué consiste este modo de desarrollar el discurso informativo? ¿La revista *Climática* lo pone en práctica?
5. El Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) sitúa a la humanidad como responsable del avance del cambio climático. Advierte de la necesidad de actuar para frenarlo y garantizar un planeta habitable.

Bajo su punto de vista, ¿el periodismo debe involucrarse en aumentar la conciencia de la población sobre esta cuestión e invitarla a la acción?

6. Durante los últimos años ha cobrado mucha fuerza el discurso catastrofista sobre el cambio climático. Según diversos estudios, la apelación al miedo puede desmotivar el compromiso de la audiencia y provocar alejamiento, negación, apatía e inacción. Esto no quiere decir que no se pueda informar sobre los riesgos, sino que es posible que haya que buscar otro enfoque más constructivo para trasladar la información.

Teniendo en cuenta que la práctica periodística suele estar centrada en conflictos, problemas o culpables, ¿cómo valora la idea de desarrollar piezas periodísticas que profundicen en las soluciones a esos problemas para que las personas conozcan qué se puede hacer para solventarlos y cómo pueden contribuir ellas mismas en su resolución? Tal y como sugiere el periodismo constructivo.

7. ¿Considera que la figura del periodista ambiental es obligatoria para hablar de cuestiones como el cambio climático?
  
8. ¿Cree que el cambio climático forma parte de la agenda informativa de manera real? ¿Por qué la figura del periodista ambiental no está presente en todas las redacciones?

Su coordinador, Eduardo Robaina, aclara que desde 2013 la revista *La Marea* cuenta con una sección de cambio climático. En ese momento se hablaba poco del fenómeno, pero con el paso del tiempo comenzó a ser interesante para más gente gracias a la labor de activistas como Greta Thunberg. En este contexto de auge nace *Climática*, “el primer medio en español especializado en clima y biodiversidad” (E. Robaina, comunicación personal, 15 de junio de 2023), destaca Robaina.

Considera que para los medios de comunicación es cada vez más importante el cambio climático porque saben que “se trata del mayor reto al que se enfrenta la humanidad en este siglo” y porque se necesita la contribución de todas las personas del planeta para hacerle frente (E. Robaina, comunicación personal, 15 de junio de 2023). Por otro lado, resalta que hay quienes lo ven como una manera de ganar dinero porque saben que es una cuestión que llama la atención de las personas. Independientemente de eso, opina que es una gran noticia que se hable más de ello.

Para Robaina contar con la figura del periodista ambiental es esencial porque es lo que permite abordar su complejidad y darle el espacio que realmente necesita al cambio climático. La ciencia es la base de todo el contenido de la revista y la justicia climática uno de los principios más importantes. “El cambio climático y la pérdida de biodiversidad son las dos grandes crisis medioambientales de nuestro tiempo, y no podemos dejar de tomar partido. Esto no es incompatible con un periodismo riguroso, veraz y honesto” (E. Robaina, comunicación personal, 15 de junio de 2023), explica.

Por otra parte, el coordinador de *Climática* suscribe que los discursos catastrofistas y la negatividad producen la inmovilización de la ciudadanía. Por eso, aunque hay que contar lo peor, es necesario “dar más espacio a lo que se llama periodismo de soluciones. La gente necesita sentirse partícipe, saber que no todo está perdido, que hay mucho en lo que se puede actuar para hacer del planeta un lugar más seguro y habitable”, razona. Además,

las acciones que se llevan a cabo en cualquier ámbito (económico, político, turístico, cultural...) deben estar en sintonía con la mitigación del cambio climático, por lo que propone como reto “seguir haciendo presión y seguimiento para que las palabras se transformen en hechos” (E. Robaina, comunicación personal, 15 de junio de 2023).

### 5.3 Entrevistas a personas expertas

Alfredo Casares es periodista, docente en la Universidad de Navarra y director del Instituto de Periodismo Constructivo español. La entrevista transcurrió por videoconferencia y se hicieron las siguientes preguntas:

1. ¿Diría que el periodismo constructivo es un género, un tipo de periodismo (como lo puede ser el periodismo social) o un enfoque?
2. ¿Me podría explicar qué diferencia hay entre lo que denominan periodismo de soluciones en América y periodismo constructivo en España? La esencia es la misma, ¿cierto?
3. El Instituto de Periodismo Constructivo desarrolla la misma labor educativa y de divulgación que la *Solution Journalism Network*. ¿Cómo diría que ha sido el impacto de esas formaciones en los medios de comunicación?
4. ¿Por qué cree que el enfoque constructivo no se usa más? Teniendo en cuenta que vivimos en un contexto de infoxicación y que muchas personas han dejado de consumir información debido al malestar que les genera.
5. El periodismo constructivo abarca varias ramas, no solo la de soluciones, pero a medida que he ido informándome y leyendo me ha dado la sensación de que las soluciones como elemento y las historias de soluciones en sí tienen más peso. ¿Podríamos decir que las historias constructivas, incluyan soluciones o no e independientemente de la rama a la que más se aproximen, son resolutivas en sí mismas?
6. Aquí, en Canarias, los medios de comunicación no le dan una especial atención a la sección de medioambiente y tampoco a la información sobre el cambio climático. Mucho menos se aplica el enfoque constructivo. Bajo su punto de vista,

¿qué beneficios podría generar su uso en el ámbito local? “Piensa global, actúa local”.

7. Teniendo en cuenta que frenar el avance del cambio climático depende de las acciones en masa de la población, según indican múltiples estudios, ¿cree que el enfoque constructivo podría inspirar a las personas a luchar contra adversidades como este fenómeno?
8. ¿Qué consejos daría a estos medios para que introduzcan esta forma de hacer periodismo?

El investigador destaca que este modo de desarrollar el discurso informativo “supone recuperar una parte que tenemos más olvidada: aquella que se dedica a mirar lo que sí funciona y no solo a denunciar, a buscar aprender, a hacer visible esa parte de la realidad que tiene que ver con las respuestas que se están dando para resolver desafíos sociales y a favorecer el diálogo” (A. Casares, comunicación personal, 28 de junio de 2023).

Sobre el origen del periodismo de soluciones de América y el periodismo constructivo de Europa explica que el primero lo conceptualiza la *Solution Journalism Network* en 2011 con una caja de soluciones; a la vez, el segundo se conceptualiza como un movimiento más amplio que incluye las soluciones como elemento, pero también otros. Casares aclara que hoy son casi lo mismo, “sobre todo porque en América han ido desarrollando alrededor de los pilares del periodismo de soluciones una narrativa que es muy parecida a lo que entendemos aquí como periodismo constructivo” (A. Casares, comunicación personal, 28 de junio de 2023), aunque hagan más hincapié en las soluciones porque son su base fundamental.

El Instituto de Periodismo Constructivo desarrolla la misma labor educativa y de divulgación que la *Solution Journalism Network*. Casares cuenta que ya han pasado alrededor de 300 periodistas por los talleres y que, sobre todo, han trabajado con *Noticias de Gipuzkoa*, *Heraldo de Aragón*, etc. Asegura que los medios de comunicación se están dando cuenta de que esta forma de hacer periodismo puede contrarrestar o corregir los efectos negativos del periodismo centrado en el conflicto: el abandono de los medios, la impotencia de la ciudadanía, el malestar emocional, etc. Consecuencias que afectan al negocio del periodismo y a quienes lo ejercen.

De hecho, resalta que el defensor del lector de *El País* escribió un artículo sobre el enfoque constructivo que le hubiera gustado leer cuando tenía responsabilidades en una redacción, y David Jiménez manifestó en una mesa redonda que ha sido demasiado negativo durante su trayectoria profesional. También hay periodistas que detectan haber llevado a cabo periodismo de soluciones, pero no de forma consciente.

Para el investigador la conclusión más importante es que se está generando “una conversación que hace al conjunto de periodistas reflexionar. (...) Atender el papel transformador interno del periodismo para luego, a partir de ahí, poder transformar la sociedad es un paso muy relevante” (A. Casares, comunicación personal, 28 de junio de 2023). Desde el Instituto, además, trabajan con doce universidades y organizaciones sociales.

A pesar de que los medios de comunicación son cada vez más conscientes de la necesidad de adoptar prácticas más constructivas, Casares considera que no sucede en mayor medida porque las personas que ejercen el periodismo han sido educadas “en el valor máximo de la denuncia, en el periodismo de investigación como máximo exponente del servicio público, de la disciplina, etc. (...) Parece que ser pesimista o agoreros nos hace parecer más inteligentes o interesantes. Por eso se abusa de este tipo de enfoques más divisorios, destructivos, estereotipados, llenos de prejuicios... sobre todo en la opinión” (A. Casares, comunicación personal, 28 de junio de 2023).

Sobre el propósito principal del periodista explica lo siguiente: “Si entendemos que nuestro rol es mantenernos como una figura sobria, crítica, que da lecciones o que es irónica mantendremos la práctica habitual; si creemos que nuestro rol también es el de dinamizadores sociales, generadores de conversación, facilitadores, conectores... integraremos el método constructivo” (A. Casares, comunicación personal, 28 de junio de 2023).

En lo que respecta al medioambiente, utilizar el enfoque constructivo para informar sobre esta área favorece la toma de conciencia sobre el papel activo que puede desempeñar la población para no ser una mera espectadora. Casares subraya que conectar con las soluciones, hacerse preguntas colectivas, sumar voces al debate, etc. “genera unos efectos locales importantes de cambios de actitudes individuales y colectivas (...) La información local tiene una doble función muy potente: el refuerzo individual de cada persona y el

refuerzo colectivo, la narrativa colectiva, como comunidad, como pueblo” (A. Casares, comunicación personal, 28 de junio de 2023).

Por eso, el investigador, teniendo en cuenta que ya existen estudios que relacionan esta forma de hacer periodismo con la modificación de la opinión pública, el aumento del compromiso y las donaciones, etc., aconseja a las empresas del sector informativo que experimenten. “Yo invitaría a probar de manera controlada, con un/a periodista que empezara a elaborar algunas historias para luego analizar el resultado que tienen. (...) A partir de ahí hay muchas posibilidades para desarrollar productos, servicios, etc. Merece la pena darle una oportunidad sin comprometer el trabajo y los recursos diarios” (A. Casares, comunicación personal, 28 de junio de 2023), concluye.

La *Solution Journalism Network* (SJN) también respondió una serie de cuestiones a través de Tina Rosenberg, una de sus fundadoras y periodista en el medio estadounidense *The New York Times*. Las preguntas fueron las siguientes:

1. *Is America's solutions journalism the same as Europe's constructive journalism today? If not, what differences are there?*
2. *Why it's important to report on climate change using solutions journalism? What are the benefits?*
3. *Multiple studies indicate that stopping climate change depends on the mass actions of citizens. Do you think that reporting on solutions to climate change can motivate people to contribute to the fight?*
4. *Closeness makes people feel empathy more easily. How important it's that the local media have information about solutions so that the inhabitants of specific areas feel interested in improving their immediate environment with their daily actions?*
5. *The media in the Canary Islands doesn't report much on climate change. Luckily, natural disasters aren't as frequent as in some areas of the US. What advice could you give local media to start reporting on climate change using solutions journalism before the climate crisis becomes more serious?*



La organización cuenta que el periodismo de soluciones es un tipo de periodismo constructivo que informa con rigor sobre las respuestas a los problemas que padece la sociedad. El periodismo constructivo tiene objetivos más amplios: “redefinir el papel de los periodistas en la sociedad para incluir no solo su función de “perro guardián” o “juez”, sino también de “facilitador” de conversaciones” (*Solution Journalism Network*, comunicación personal, 30 de junio de 2023). También resalta que los medios de EE. UU. cada vez llevan a cabo más acciones que están en sintonía con el periodismo constructivo, aumentando su capacidad de acción y no quedándose solo en la práctica o el proceso de informar.

Más allá de las aclaraciones relacionadas con lo que se entiende sobre una cosa y otra, la SJN destaca que la cobertura sobre el cambio climático no solo se ha centrado en los problemas, sino en unos determinados. Las emisiones de carbono y mantener el aumento de la temperatura global han sido los más recurrentes, pero cuestiones como la biodiversidad y el calentamiento de los océanos también son importantes. Los medios de comunicación suelen enfocarse en escenarios apocalípticos y la SJN no lo considera algo acorde con la realidad.

“El periodismo de soluciones anima a los reporteros a encontrar lo que funciona sobre el terreno. Al analizar la eficacia de las respuestas a los retos de la crisis climática mundial, el periodismo de soluciones ofrece a todos, desde los responsables políticos y los funcionarios locales hasta los líderes comunitarios y los vecinos, las ideas y la información que necesitan para contribuir eficazmente. Este tipo de periodismo también responsabiliza a empresas y otros agentes de poder (...) mostrándoles quién lo está haciendo mejor. Solo cuando todos estos actores, individuos y grandes organizaciones comprendan cómo pueden contribuir a las soluciones cotidianas, empezaremos a mover la aguja a escala mundial” (*Solution Journalism Network*, comunicación personal, 30 de junio de 2023), asevera la organización.

La SJN explica que cuando la audiencia desconecta no es porque no le importe lo que sucede, al contrario, siente el deber de apartarse y protegerse de lo que le afecta. Sitúa como antídoto hacer a la gente conocedora de los problemas, pero también de las posibles soluciones con evidencias científicas y otros recursos que aportan rigurosidad. Espera que de esta forma las personas que se han alejado vuelvan a sentir interés por las noticias y que eso se vea reflejado en sus acciones.

Sobre la información local manifiesta que es esencial poner el foco en las soluciones que se aplican a ese nivel, en las temáticas que poseen una gran conexión con las comunidades: “Con una cobertura basada en el lugar local también existe la oportunidad de centrarse en la justicia medioambiental y la equidad, ya que las comunidades de primera línea sufren los efectos de la crisis de forma más drástica” (*Solution Journalism Network*, comunicación personal, 30 de junio de 2023).

Destaca que Canarias se enfrenta a la subida del nivel del mar, la sequía y los incendios forestales, y que estos factores pueden afectar negativamente al sector turístico. Como consejo para los medios de comunicación canarios, la SJN sugiere que se centren en las historias más locales para ver a qué se enfrenta la población que tienen más cerca en materia de cambio climático y qué soluciones se están aplicando o se podrían aplicar. También recomienda que aprovechen los recursos de [www.solutionsjournalism.org](http://www.solutionsjournalism.org), ya que la organización tiene plena disposición para colaborar con periodistas de cualquier parte del mundo e impartir formación en español.

## **6. DISCUSIÓN**

Los resultados arrojados por la encuesta y las entrevistas a medios de comunicación y personas expertas coinciden en una cosa: plantear soluciones para prevenir o mitigar los efectos del cambio climático es urgente. En todas las gráficas se puede observar que la noticia constructiva es la mejor valorada. Un 83'3 % de las personas encuestadas prefiere recibir información sobre el fenómeno como en la pieza constructiva, con un enfoque de soluciones. La mitad de la muestra valora con un diez la utilidad de esta pieza y el resto no baja de siete. En cambio, la pieza tradicional cuenta con valoraciones por debajo de cinco y ninguna de diez.

El 41'7 % de la muestra valora con un diez que las noticias informen de lo que se puede hacer para luchar contra el cambio climático, y el resto no baja de siete. El 75 % percibe a través de la noticia constructiva que es posible suavizar los efectos negativos del fenómeno y con la pieza tradicional solo lo hace el 36'4 % de la muestra. Además, cuando se da a elegir entre una y otra, el 91'7 % se decanta por la constructiva. Para justificar esta elección se especifica que presenta alternativas o medidas contrastadas, es fácil de comprender porque no se abusa de tecnicismos y facilita que las personas aporten su

grano de arena al hacerlas partícipes. También se destaca la cercanía geográfica del contenido y cómo aumenta su significado con todo lo anterior.

Por otro lado, de los datos obtenidos en la encuesta se desprenden algunas tendencias que son de interés para el estudio propuesto. Al menos una mujer de cada grupo de edad ha concluido que no es determinante que la población contribuya en la lucha contra el cambio climático con sus acciones cotidianas. Sobresale la crítica hacia la pieza constructiva por ser poco realista y la queja por hacer responsable a la ciudadanía de un problema que provocan grandes empresas y organizaciones políticas.

Sin embargo, en la noticia se exponen pautas dirigidas a las personas, en general, y al sector gubernamental, ya que el IPCC asegura que la totalidad de la población debe modificar sus acciones para avanzar hacia un planeta más sostenible. Naturalmente, es imprescindible que la ciudadanía pueda hacer su parte del trabajo bajo un paraguas amplio de responsabilidad política y empresarial, por lo que ambas partes son relevantes y complementarias. A pesar de la diversidad de opiniones, el 91'7 % de la muestra ejecutaría las acciones que se recomienda llevar a cabo en la noticia constructiva. Se confirma la primera hipótesis: El periodismo constructivo motiva a la ciudadanía a contribuir en la lucha contra el cambio climático, en mayor o en menor medida.

En este punto es preciso señalar que, aunque el 83'3 % de la muestra indica que prefiere recibir información sobre el fenómeno mediante noticias resolutivas, una de las personas explica que es más efectivo apelar al miedo porque “en el mundo de la inmediatez en el que vivimos resulta más llamativo una imagen de un problema que de una solución. Incluso en la noticia del problema se pueden añadir ciertos *tips* que pueden quedar mejor en la retina del lector”. Como se detalla en el marco teórico de la presente investigación, el drama o impacto puede llamar la atención de la audiencia, pero no se recomienda hacer uso de este recurso porque existe un alto riesgo de provocar alejamiento, negación y apatía, además de la inacción de la audiencia (Carvalho, 2012).

Sobre la metodología cabe destacar que la idea inicial del experimento fue dividir a la muestra en dos grupos y analizar el impacto de cada pieza con una misma encuesta para luego comparar los resultados, pero tras algunos intentos se observó que estos eran muy similares; las respuestas no mostraban demasiadas diferencias. Ambas submuestras

percibían las dos noticias igual de útiles, con la misma capacidad para despertar su interés por cuidar el agua o mostrar cómo resolver la emergencia climática en Canarias. Y esto es totalmente comprensible porque la ciudadanía está acostumbrada a recibir información basada en el conflicto o la denuncia pura y no tiene demasiadas referencias acerca de otras formas de desarrollar el discurso informativo. Por eso, finalmente, se decidió distribuir la noticia tradicional después de haber dado a conocer la constructiva.

¿Es la ciudadanía consciente de lo que puede ser útil en lo que a información se refiere? En el caso del cambio climático, y teniendo en cuenta que la comunidad científica recalca que se necesita una implicación masiva para ralentizar el fenómeno, una noticia es útil si logra generar acciones en su contra. Si solo se centra en los problemas o en las medidas de contención que impulsan los gobiernos, no lo es porque no fortalece la responsabilidad individual y colectiva, que se ha consolidado como el principio vital de todo cambio a mejor. Llamar la atención a través del miedo genera clics, no acciones duraderas en el tiempo.

Cuando se preguntó por la confianza hacia el medio de comunicación vinculado a la pieza constructiva, un 66'7 % tendió a confiar; en el caso de la pieza tradicional confió un 50 %. La diferencia entre ambas cifras no es contundente, pero da una idea de lo que puede funcionar mejor y del camino en el que vale la pena seguir ahondando. Se confirma la segunda hipótesis: El periodismo constructivo hace que la audiencia recupere la confianza en los medios de comunicación. Esto significa que puede contrarrestar la situación negativa generada, entre otras cosas, por la difusión de noticias falsas, recobrar la credibilidad de la profesión y aumentar el consumo de información. Esta recuperación es fundamental para que el uso del enfoque constructivo en la práctica periodística habitual sea fructífero.

Tanto *Diario de Avisos* como *La Provincia*, dos de los medios generalistas con más impacto en Canarias, están dispuestos a probar nuevas narrativas para informar sobre el cambio climático y otras causas. El origen de la sección de medioambiente en ambos medios es similar, ya que tiene su raíz en el movimiento ecológico, pero en su evolución se perciben algunas diferencias. Según explica Antonio Cacereño, director de *La Provincia*, la sección de medioambiente siempre ha sido una subsección de “Sociedad”, ese cajón de sastre tan difícil de delimitar (Gallego y Luengo, 2014). Hoy goza de una mayor independencia, pero se encuentra dentro de “Más”, otro cajón que acoge a

“Sociedad”, “Ciencia” o “Nacional”. No ocupa un lugar preferente como “Economía”, “Deportes”, “Ocio” o “Carnaval”. Cacereño explica que para el medio el área ambiental y el cambio climático son importantes, pero como muchas otras cuestiones sobre las que se debe informar.

Algo muy positivo es que, en la versión digital, varios días a la semana, se incorporan informaciones especializadas a través de un/a periodista con la formación pertinente que proporciona el Grupo Prensa Ibérica. El resto de contenido lo elaboran periodistas “todoterreno” con “un importante nivel de conocimiento del periodismo y, en algunos casos, de la materia que nos ocupa” (A. Cacereño, comunicación personal, 20 de junio de 2023), señala Cacereño. La experiencia y el aprendizaje autodidacta son los recursos con los que cuentan. El director resalta que en el medio son conscientes de sus limitaciones.

Eduardo Robaina, coordinador de la revista *Climática*, el primer medio español especializado en clima y biodiversidad, considera que “el cambio climático es un tema muy complejo y delicado que requiere de personas especializadas que se dediquen a este tema. Las redacciones de los medios deben tener esto presente” (E. Robaina, comunicación personal, 15 de junio de 2023).

*Diario de Avisos* se muestra algo más optimista. Juan Carlos Mateu, director en funciones cuando se realizó la entrevista, afirma que el medioambiente es una de las grandes prioridades del periódico. Además, destaca que se trata del único de Canarias que cuenta con “Ecoactualidad”, una página que se publica durante todo el año y que recoge informaciones sobre cambio climático y cualquier otro hecho “que afecte a la calidad de vida de la ciudadanía en un ámbito más local, como vertidos al mar, estado de las playas, olas de calor, daños forestales” (J. C. Mateu, comunicación personal, 12 de junio de 2023). Por otra parte, se apoyan iniciativas en favor del medioambiente a través de la Fundación Diario de Avisos, pero, al igual que *La Provincia*, la sección no ocupa un lugar preferente.

Cada medio da una prioridad distinta a las cuestiones medioambientales y, en consecuencia, al cambio climático. Eduardo Robaina subraya que cada vez se atiende más porque “es el mayor reto al que se enfrenta la humanidad en este siglo, no solo por todos los impactos que derivan de él, sino porque para hacerle frente es necesario implicar a

todo el planeta y todos los elementos de la sociedad” (E. Robaina, comunicación personal, 15 de junio de 2023).

Sin embargo, en Canarias sigue habiendo mucha disparidad en este sentido, y eso la hace más vulnerable frente a la emergencia climática. Para lograr que la cobertura informativa sobre el fenómeno sea útil, el primer paso es que los medios comprendan por qué es necesario prestarle más atención. Y para eso solo hace falta escuchar a la comunidad científica, que fomenta la prevención en cualquier ámbito para salvaguardar el futuro. Después podrán integrar con éxito nuevas prácticas para incrementar la productividad de las informaciones, alinearlas con los objetivos establecidos por la Agenda 2030 y, en definitiva, activar la función social del periodismo para con esta causa.

Alfredo Casares expresa que puede ser difícil adoptar maneras de informar que no consistan en resaltar los problemas porque la educación periodística se basa “en el valor máximo de la denuncia, en el periodismo de investigación como máximo exponente del servicio público de la disciplina” (A. Casares, comunicación personal, 28 de junio de 2023). Sin embargo, las consecuencias del enfoque tradicional que se han ido enumerando a lo largo de este trabajo, como el abandono de medios o la fatiga informativa, han puesto el foco en otros métodos para atraer a la audiencia.

Para el investigador, los beneficios de utilizar un enfoque constructivo para informar sobre el medioambiente y cualquier otra causa radican en la toma de conciencia: “El periodismo tiene esa doble función de ayudarnos a hacernos una imagen del mundo y a que nos hagamos una imagen de nuestro papel en el mundo” (A. Casares, comunicación personal, 28 de junio de 2023).

La *Solution Journalism Network* (SJN) explica que el periodismo de soluciones, que en Europa es una rama más del periodismo constructivo, ofrece a responsables de la política, líderes de vecindad, empresas, etc. ideas e información de utilidad para participar en la mejora de su entorno: “Solo cuando todos estos actores, individuos y grandes organizaciones comprendan cómo pueden contribuir a las soluciones cotidianas, empezaremos a mover la aguja a escala mundial” (*Solution Journalism Network*, comunicación personal, 30 de junio de 2023).

Que los medios locales informen sobre la emergencia climática constructivamente es aún más importante por la conexión que tienen con la población. Cuando en el experimento

se le pidió a la muestra que destacara características de la noticia constructiva, una de las personas mencionó la cercanía geográfica. A la gente le conmueve lo que percibe que está cerca. El lema “Piensa global, actúa local” indica que trabajar en mejorar el entorno más próximo genera un impacto positivo de gran alcance. De hecho, fue empleado por primera vez en una conferencia sobre medioambiente y desarrollo celebrada por Naciones Unidas en Río de Janeiro, en 1992.

Teniendo en cuenta que la comunidad científica demanda acciones a favor del medioambiente (tanto a nivel ciudadano como gubernamental), que el periodismo constructivo motiva a las personas a participar en la lucha contra el cambio climático (como se ha podido comprobar en este trabajo), que presiona al sector político con la difusión de posibles soluciones a través de personas expertas u otras evidencias y que favorece la recuperación del prestigio de la profesión, es necesario que los medios de comunicación empiecen a ponerlo en práctica.

Familiarizarse con este modo de desarrollar el discurso informativo a través de los amplios recursos que la SJN presenta en su web gratuitamente o recibir talleres formativos por parte del Instituto de Periodismo Constructivo puede ser una buena forma de comenzar. Alfredo Casares señala que los medios locales suelen tener mucho que hacer y pocos recursos, así que recomienda instruir a un/a periodista para que produzca informaciones con este enfoque y luego analizar su impacto en la audiencia, en las propias redacciones, etc. La idea es ir experimentando y descubrir de primera mano la eficacia de esta narrativa.

## **7. CONCLUSIONES**

A partir de los resultados obtenidos con la realización de la actividad experimental y las entrevistas a personas expertas y medios de comunicación, se determinan las siguientes conclusiones:

- 1.** Las dos hipótesis planteadas en esta investigación quedan confirmadas. El 91’7 % de la muestra que ha formado parte del experimento indica que llevaría a cabo las acciones expuestas en la noticia constructiva. El 83’3 % prefiere recibir información con el foco puesto en lo que funciona. No obstante, se establece como muy necesario profundizar en la raíz de los problemas para poder destacar

soluciones sin que la audiencia las perciba poco realistas o confiables. El hecho de que la noticia presentara alternativas, posiblemente, hizo que la muestra percibiera al medio como un aliado y depositara más confianza. Extrapolando este dato, el periodismo constructivo puede favorecer la recuperación de la confianza en los medios de comunicación y la restauración de su prestigio.

2. Los medios de comunicación deben darle más prioridad al área de medioambiente. Es difícil intentar mejorar la forma en la que se cubre el cambio climático si el espacio que recoge las informaciones relacionadas con el fenómeno se encuentra en un segundo plano. Además, Canarias es la única zona ultraperiférica de España, y por tanto la más vulnerable del país según el IPCC (2022). Se debe trabajar en aumentar el conocimiento de la población sobre los riesgos y las formas de enfrentarlo. Todo ello evitando el habitual discurso catastrofista.
3. El enfoque constructivo debe integrarse lo antes posible en las redacciones de los medios de comunicación, independientemente de su formato. Desarrollar el discurso informativo de este modo permite alcanzar a más personas y mostrarles maneras más saludables de ejercer la actividad periodística. Para combatir el cambio climático se necesita la concienciación y participación del grueso de la población, tanto de responsables en el ámbito político como de la ciudadanía en sí misma, y el periodismo puede colaborar de forma efectiva usando las herramientas adecuadas. Es urgente que el compromiso que el gremio periodístico tiene con la sociedad por naturaleza se vea reflejado con su aportación en una causa que es de todas las personas que habitan el planeta.
4. La Administración pública debe favorecer el uso del enfoque constructivo financiando formación para periodistas. Sensibilizar y motivar al gremio periodístico es clave para asentar este modo de informar y comenzar a percibir cambios positivos en la conducta de la ciudadanía. El impacto de los medios de comunicación locales es enorme porque son los que están más cerca de las personas. Sin embargo, su dimensión no siempre les permite profundizar en nuevas narrativas. Se propone que los equipos de gobierno incluyan en sus



objetivos impulsarlos en esta materia. A su vez, las entidades privadas pueden ser agentes activos del mismo modo.

5. Es necesario seguir investigando en esta línea y generando conclusiones que contribuyan a ofrecer un mejor servicio a la ciudadanía y fortalecer el negocio de la información.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

*5 criterios del periodismo de soluciones*. (2019, 29 de abril). Fundación Gabo. <https://lc.cx/9MC6rD>

Agencia EFE. (2023, 7 de abril). *La falta de agua en Fuerteventura ya es “de especial gravedad”*: actúan con cubas en algunas zonas. La Provincia. <https://onx.la/32e70>

Barranquero, A. (2019). El Periodismo Social como área de especialización, perspectiva de reforma y cultura profesional. Una revisión de conceptos y debates. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 657-676. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.64794>

Barroso, P. (7-9 de octubre de 2009). *Códigos de deontología periodística: análisis comparativo* [Discurso principal]. Ponencia presentada en el II Congreso “Ética de la comunicación y comunicación ética”, Conferencia Episcopal de Colombia, Bogotá. <https://lc.cx/aa8Tdj>

Belmar, A. (2015). *La definición legal de periodista en la historia de España: El artículo 20 de la constitución española de 1978 como estatuto jurídico del profesional de la información* [Tesis de doctorado, Universidad de Extremadura]. Dehesa. <https://lc.cx/aWndEX>

Bilbeny, N. (2012). *Ética del periodismo: La defensa del interés público por medio de una información libre, veraz y justa*. Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.

Brito Díaz, J.M. (2015). La articulación del Movimiento Ecologista Canario (1989-1991): antecedentes, evolución y origen de la Federación Ecologista Canaria Ben Magec. *Anuario de Estudios Atlánticos*, nº 61: 061-008. <https://lc.cx/Vnn3Pb>

Casares, A. (2021). *La Hora Del Periodismo Constructivo: El poder transformador de la información orientada al futuro y a las soluciones*. Ediciones Universidad de Navarra.

Casares, A. (2021, 13 de septiembre). *Por qué he fundado el Instituto de Periodismo Constructivo y qué hemos aprendido en los primeros 6 meses*. Medium. <https://lc.cx/kV3oQg>

Constructive Institute. (s. f.). *Why Constructive Journalism?* Consultado el 10 de julio de 2023. <https://onx.la/a91dc>

Cytrynblum, A. (2004). *Periodismo social: una nueva disciplina*. La Crujía Editores.

*EL PAÍS lanza una sección digital de Clima y Medio Ambiente*. (2020, 25 de octubre). El País. <https://lc.cx/me2dDu>

Eurobarómetro Standard 98. (2023). *Opinión pública en la Unión Europea*. Kantar Public.

European Commission. (2023). *Standard Eurobarometer 98 – Winter 2022-2023 – Media use in the European Union*.

Federación de Asociaciones de Periodistas de España. (22 de abril de 2017). *Código deontológico*. <https://lc.cx/aPjNP6>

Fernández, R. (2004). Periodismo ambiental y periodismo sostenible. *Ámbitos*, 311-317. <https://lc.cx/qOAtsZ>

Fernández, R. (2010). La sostenibilidad: Una nueva etapa en el periodismo ambiental y en el periodismo en general. *Desarrollo Local Sostenible*. <https://lc.cx/oyj8cN>

Fernández, R. (2013). Reflexiones sobre un periodismo en transición. <https://lc.cx/LqDfYy>

Fernández, R. (2016). En búsqueda de un periodismo en transición ante el cambio climático. *Razón y palabra*, 776-806. <https://lc.cx/qlsaGY>

Fernández, R. y Águila, J. C. (2017). Un periodismo en transición ante el V informe del IPCC, El acuerdo de París y Los objetivos de desarrollo sostenible. *Ámbitos*, 37, 1-17. <https://lc.cx/MLa6Hr>

Frost, A. (2021, noviembre). *How solutions journalism can help spur climate action*. OPB. <https://onx.la/d79a3>

Fundación Gabo. (17 de junio de 2019). *¿Qué es el periodismo de soluciones?* [Archivo de Vídeo]. YouTube. <https://lc.cx/WW3IQe>

Gallego, J. y Luengo, M. (2014). *Periodismo Social*. Editorial Síntesis.

Gamazo, C. (2019, 27 de febrero). *5 formas de hacer periodismo de soluciones sin caer en el activismo*. Fundación Gabo. <https://lc.cx/DqYUdX>

Garcia-Milà, P. (2023, 19 de abril) *¿Avance o amenaza? Debate sobre inteligencia artificial* [Discurso principal]. Conferencia de Habla Canarias, La Laguna, Islas Canarias, España.

Grupo Intergubernamental de expertos sobre el cambio climático. (2023, junio). *La acción climática urgente puede garantizar un futuro habitable para todos* [comunicado de prensa]. <https://lc.cx/LjOSpe>

Guix, J. (2005). Dimensionando los hechos: la encuesta (II). *Revista de Calidad Asistencial*, 20(3), 154-60. <https://lc.cx/K5WSc2>

Gyldensted, C. (2011). *Innovating News Journalism Through Positive Psychology*. [Trabajo Final de Máster, Universidad de Pensilvania]. <https://lc.cx/rdtpjg>

Herrera, Y. (2023, 16 de febrero). *Alfredo Casares: “Tenemos que escuchar para descubrir a las demás personas”*. Periodismo ULL. <https://lc.cx/B2Auc7>

Herrero, E. et. al. (2014). Las redes sociales y sus roles: Algunas experiencias. *Mediterránea*. <https://lc.cx/3eS1qY>

Instituto de Periodismo Constructivo. (s. f.). *Los beneficios del periodismo orientado a las soluciones*. Consultado el 10 de julio de 2023. <https://onx.la/a2fe6>

Kovach, B. y Rosentiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Aguilar.

Le Lous, F. (2020, 23 de septiembre). *4 consejos para evitar que una historia de periodismo de soluciones parezca publicidad*. Fundación Gabo. <https://lc.cx/eocj08>

Llobet, L. (2006). ¿La función social del periodismo o periodismo social? *UNIrevista*. <https://lc.cx/739dbP>

*Los llamaron locos, pero hoy protagonizan esta portada.* (s. f.). El País. <https://lc.cx/NADEu0>

McIntyre, K. y Gyldensted, C. (2017). Constructive Journalism: Applying Positive Psychology. *The Journal of Media Innovations*. <https://lc.cx/gYMYQx>

Naranjo, R. (2014). *Prensa y medio ambiente en las Islas Canarias durante el Franquismo*. XX Coloquio de Historia Canario-Americana. <https://lc.cx/-Pj7-Z>

O'Neill, S. J. y Hulme, M. (2009). An iconic approach for representing climate change. *Global Environmental Change*, 402-410. [https://lc.cx/4K5\\_ve](https://lc.cx/4K5_ve)

Observatorio de la comunicación del cambio climático. (2022). *Decálogo 2022 de recomendaciones para la comunicación del cambio climático en el actual contexto de transición ecológica*. <https://onx.la/c4983>

Ortega et.al. (2023). Función social del periodismo contemporáneo. *Recimundo*, 389-397. [https://doi.org/10.26820/recimundo/7.\(1\).enero.2023.389-397](https://doi.org/10.26820/recimundo/7.(1).enero.2023.389-397)

Paltsits, V. H. (1949). *New Light On "Publick Occurrences" America's First Newspaper*. American Antiquarian Society. [https://lc.cx/M\\_UGEv](https://lc.cx/M_UGEv)

Quiñones, L. (2022, 30 de octubre). *Cambio climático: 5 formas en que los periodistas pueden combatir la desinformación*. Naciones Unidas. <https://onx.la/181b9>

Quiñónez, H. (2012). Periodismo Ambiental: un análisis a los medios digitales venezolanos Noticias 24 y Reporte 360. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 5 (1), Artículo 9. <https://lc.cx/sUTZX5>

Reporters d'Espoirs. (s. f.). *Médias Climat*. Consultado el 10 de julio de 2023. <https://lc.cx/J0quab>

Reyes, E. (2004, octubre). *Hacia una comprensión del movimiento ecologista canario*. Pensamiento crítico. <https://lc.cx/kJnmB9>

Rueda-López, J. J. (2007). La tecnología en la sociedad del siglo XXI: Albores de una nueva revolución industrial. *Aposta*, 32, 1-108. <https://lc.cx/EQ4pjK>

Sánchez, M. A. y Fuente, C. (2020). Periodismo vs desinformación: la función social del periodista profesional en la era de las fake news y la posverdad. *Sintaxis*, 1(4), 1-18. [https://lc.cx/L\\_zCq3](https://lc.cx/L_zCq3)

Serrano-Puche, J. (2020). Periodismo constructivo: una respuesta a las razones de los usuarios para evitar las noticias. *Cuadernos.Info*, (46), 153–177. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1714>

*Soluciones Climáticas*. (s. f.). Naciones Unidas. Consultado el 10 de julio de 2023. <https://onx.la/9d8a8>

Solution Journalism Network. (s. f.). *Basic Toolkit*. Consultado el 10 de julio de 2023. <https://onx.la/8ee15>

Solution Journalism Network. (s. f.). *Climate Solutions*. Consultado el 10 de julio de 2023. [https://lc.cx/m6Pf\\_Z](https://lc.cx/m6Pf_Z)

Techniques to News Production. *The Journal of Media Innovations*, 20-34. <http://dx.doi.org/10.5617/jomi.v4i2.2403>

Toledano, S. y Ardèvol-Abreu, A. (2013). Los medios ante las catástrofes y crisis humanitarias: propuestas para una función social del periodismo. *Comunicación y Sociedad*, (26), 190-213. <https://lc.cx/TQU1Ap>

University of Maryland. (s. f.). *Kathryn Thier*. Consultado el 10 de julio de 2023. <https://onx.la/8eec4>

Valverde, J. et. al. (2022). Disinformation and multiliteracy: A systematic review of the literatura. *Comunicar*, 93-105. <https://doi.org/10.3916/C70-2022-08>

Varillas, B. (9-13 de julio de 2007). *Historia de la información ambiental en España* [Ponencia]. Comunicación y medio ambiente: el poder creciente de la información medioambiental. Valsaín, Segovia. <https://lc.cx/kQNgkx>

Weaver, D. (1999). Periodismo y nuevas tecnologías: perfiles de los periodistas del siglo XXI. *Cuadernos de información y comunicación*, 219-230. [https://lc.cx/P1Q\\_PC](https://lc.cx/P1Q_PC)