



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



Máster Universitario en:

INVESTIGACIÓN SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN,
AUDIENCIAS Y PRÁCTICA PROFESIONAL EN EUROPA

LA TRANSICIÓN ECOSOCIAL EN LA PRENSA ONLINE:

PÚBLICO, INFOLIBRE Y EL DIARIO.ES

Nombre: Lara María ESPINAR MEDINA
Curso: 2017-2018



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



Máster Universitario en:

INVESTIGACIÓN SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN,
AUDIENCIAS Y PRÁCTICA PROFESIONAL EN EUROPA

LA TRANSICIÓN ECOSOCIAL EN LA PRENSA ONLINE:

PÚBLICO, INFOLIBRE Y ELDIARIO.ES

Nombre: Lara María ESPINAR MEDINA

Curso: 2017-2018

Dirección: Manuel CHAPARRO ESCUDERO

Departamento de Periodismo

Universidad de Málaga

Línea temática: Trabajo de investigación de carácter teórico y empírico

Primero, la vida. Vivir es el derecho de todos los humanos. Pero cada segundo mueren 100 árboles. Sin árboles desaparecen las lluvias. Sin agua no se producen alimentos. Y la gente sufre y muere. El ciclo de la vida está roto. Y el ser humano es el culpable.

Es extraño pensar en un mundo sin bosques, sin pájaros, sin agua cristalina, sin peces... y sin Adán y Eva. Pero a eso vamos.

Segundo, los derechos humanos. Todos tenemos derecho al arcoíris. La madre, la esposa del desaparecido. El indio marginado. El negro segregado. La mujer discriminada. El pobre-pobre. Nuestro mundo es injusto. El Norte domina, el Sur sufre.

La televisión, la prensa, muestran timidez. Muchos no toman como suya la causa de la vida: el medio ambiente, los derechos humanos. No denuncian la injusticia. Nos roban el arco iris. Deben cambiar. Luchar por las causas justas. Tener más responsabilidad social. Debemos persuadirlos. Y si ellos no quieren, hay que crear a otros que sí quieran.

Difícil, sí. Pero esta es la lucha.

Juan Braun, 1991

ÍNDICE

Resumen/abstract	<i>Pág.6</i>
1. Introducción	<i>Pág.7</i>
1.1. Superando el modelo de Desarrollo	<i>Pág.7</i>
1.2. Presentación/planteamiento del problema	<i>Pág.9</i>
1.3. Justificación: ¿por qué esta investigación es oportuna?	<i>Pág.11</i>
1.4. Preguntas de investigación	<i>Pág.12</i>
1.5. Objetivos	<i>Pág.13</i>
2. Marco teórico	<i>Pág.14</i>
2.1. Introducción	<i>Pág.14</i>
2.2. Paradigmas para un mundo en transición	<i>Pág.16</i>
2.3. Hacia un comunicación para el cambio ecosocial	<i>Pág.21</i>
2.4. Medios de transición ecosocial	<i>Pág. 24</i>
2.5. Teorías que fundamentan la investigación	<i>Pág. 27</i>
2.6. Revisión de la literatura existente	<i>Pág. 28</i>
3. Propuesta metodológica	<i>Pág.33</i>
3.1. Naturaleza de la investigación e hipótesis	<i>Pág.33</i>
3.2. Elección de la muestra	<i>Pág.33</i>
3.3. Metodología empleada	<i>Pág.34</i>
3.4. Variables de análisis	<i>Pág.35</i>
3.5. Temáticas o iniciativas de transición ecosocial	<i>Pág.40</i>
3.6. Cronograma de la investigación	<i>Pág. 43</i>

4. Resultados obtenidos	<i>Pág.44</i>
4.1. Análisis de secciones	<i>Pág.44</i>
4.2. Reporte de resultados	<i>Pág.47</i>
4.2.1. Iniciativas de transición ecosocial por medio	<i>Pág.47</i>
4.2.2. Secciones en los que se ubican	<i>Pág.50</i>
4.2.3. Tipología de iniciativas de transición	<i>Pág.52</i>
4.2.4. Tratamiento: firmas, géneros y fuentes utilizadas	<i>Pág.58</i>
4.2.5. Grado de contenido propio generado por el medio	<i>Pág.62</i>
4.3. Dificultades encontradas	<i>Pág.63</i>
5. Líneas futuras de la investigación	<i>Pág.65</i>
6. Conclusiones finales	<i>Pág.66</i>
7. Referencias	<i>Pág.70</i>

RESUMEN/ABSTRACT

A lo largo del planeta están surgiendo numerosas iniciativas, casi todas ellas de carácter local, que promueven nuevas formas de relacionarse entre nosotras mismas y con el planeta. Iniciativas inspiradas por paradigmas emergentes como el Decrecimiento o el Buen Vivir que se configuran como alternativas al modelo de Desarrollo incorporando relaciones más igualitarias y armónicas con el entorno y los recursos que este nos proporciona, en persecución de una vida digna y feliz y no de los intereses económicos de la élite.

Ante este contexto de necesaria transición social y económica, existe la necesidad de un cambio en el mensaje mediático que promueva procesos alternativos derivados de paradigmas emergentes como el Decrecimiento o el Buen Vivir frente a la hegemonía económica y productivista del modelo de Desarrollo (Pérez y Domínguez, 2015).

Esta investigación trata de analizar el tratamiento informativo de los distintos procesos que contribuyen a la transición ecosocial en las agendas mediáticas de los diarios digitales *Público*, *Infolibre* y *Eldiario.es*. El estudio se ha centrado en la página principal de los diarios seleccionados durante un período de cinco semanas en el que se ha cuantificado la incidencia de aparición de los contenidos que visibilizan distintos procesos de transformación ecosocial así como su tratamiento por parte de cada uno de los diarios en cuanto a aspectos como género, firma, fuentes utilizadas o grado de iniciativa del propio medio. La herramienta usada ha sido el análisis de contenido de carácter cuantitativo.

El análisis de resultados ha dilucidado la poca presencia de iniciativas concretas de transición en estos medios, siendo las que aparecen desarrolladas por ayuntamientos de grandes ciudades como Madrid o Barcelona, y en ningún caso iniciativas comunitarias o locales. La información sobre la transición se centra en exponer problemas y posibles soluciones políticas pero en muy pocas ocasiones en presentar y dar visibilidad a alternativas reales ya en marcha.

PALABRAS CLAVE: comunicación; transición ecosocial; desarrollo; posdesarrollo; decrecimiento

1.- INTRODUCCIÓN

1.1.- Superando el modelo de Desarrollo

El ser humano es un todo con el ecosistema en el que vive, un ecosistema que nos aporta aquello que necesitamos para vivir pero cuyos recursos no son inagotables.

Es esta una realidad irrefutable y sin embargo parece olvidada por nuestra civilización, como si un enorme artilugio artificial se hubiera levantado entre nosotros y la biosfera que nos da la vida, eliminando la conexión con nuestra propia naturaleza y haciéndonos olvidar cómo relacionarnos de manera justa, armónica e inteligente con nuestro entorno.

Esta desconexión con el entorno parte de la cosmovisión construida a partir del Racionalismo del XVII, que otorgaba supremacía absoluta a la razón matemática en detrimento de los sentidos. Este modelo de pensamiento occidental, que se ha tratado de exportar a todo el mundo, nos ha desconectado de nuestro ser natural. Arturo Escobar denomina a este fenómeno “ontología dualista” y lo define como una separación tajante entre objeto y sujeto, razón y emoción, mente y cuerpo, sentir y pensar, etc. (Escobar, 2018)

Tras el Racionalismo, el paradigma del Desarrollo trajo consigo una concepción del planeta ficticia en la que la Tierra se presenta como un medio de recursos inagotables. Todo lo que forma parte del planeta, incluido los seres (humanos y no humanos) que lo habitan, es susceptible de ser convertido en bienes materiales de consumo. La economía desarrollista toma de la Tierra bienes que el ser humano no necesita, con el único objetivo del beneficio económico, produciendo en bucle hasta el agotamiento de los ecosistemas.

Mientras tanto, la sociedad da su beneplácito a este sistema hipnotizada por la ideología del consumismo para la cual los medios de masas actúan como péndulo, hasta el punto de que cuestionar el modelo de crecimiento ha sido percibido como una actitud de “lunáticos, idealistas y revolucionarios” (Jackson, 2011:38). Todo ello incrementado por la infelicidad provocada por el complejo y artificial entramado en que el Postmodernismo ha convertido la vida.

Sin embargo, en los últimos años se ha producido un cambio importante en la mentalidad de amplios sectores de la sociedad. A lo largo de todo el territorio nacional están surgiendo diversas iniciativas de relaciones económicas, sociales y ecológicas alternativas, que generan réplicas a pequeña y mediana escala. Se trata de procesos socioeconómicos basados en nuevos modelos de relaciones, derivados de paradigmas emergentes solventados sobre criterios de sostenibilidad ambiental y social, como son el Decrecimiento, el Buen Vivir o el Ecofeminismo.

El auge de los productos agroecológicos y de producción local, la proliferación de redes de consumo a pequeña escala, el aumento de la preocupación social por la conservación de los ecosistemas y el cuidado del entorno, así como por el bienestar animal, la reconfiguración de una mirada que admira y cuida el mundo rural, entre otros, están contribuyendo a construir un contexto novedoso en la historia reciente. Se está dibujando un paisaje en el que la sociedad empieza a cuestionarse la necesidad de retornar a modos de vida menos complejos, basados en el bienestar social y no en el económico, y sobre todo, a modos de vida armónicos con la biosfera y el resto de seres que la habitan. Se está produciendo lo que se ha denominado desde diversos sectores como transición ecosocial.

La **transición ecosocial** se compone de todos aquellos procesos surgidos a diferentes escalas, que constituyen modelos económicos y sociales alternativos al sistema de desarrollo imperante, basados fundamentalmente en la consecución de una vida digna para todas las personas que sea compatible con nuestros ecosistemas (VV.AA, 2014). Se trata en definitiva de un cambio hacia un nuevo modelo de superación del desarrollo, basado en una economía justa, que garantice condiciones de vida dignas y en igualdad para todas las personas en un entorno respetado y habitable para todos los seres que lo habitan.

Este proceso fundamental requiere la atención de los medios de comunicación e información, que deberían estar dando visibilidad a estas iniciativas de nuevas relaciones que ya están siendo exploradas y replicadas por todo el mundo. Esta cuota social en transición, cada vez mayor y más concienciada, requiere mensajes en los que identificar y promover sus modos de vida de cara a la totalidad de la opinión pública.

Los medios de masas hablan de problemas medioambientales, a menudo obviando sus causas (el sistema desarrollista y sus modos), pero poco trasciende al espectro mediático sobre las alternativas y soluciones que se presentan al mismo. ¿Están los medios generando debate sobre el cambio de paradigma? De ser así, ¿se está realizando desde la lógica de la empatía con la naturaleza, de la despatriarcalización, del animalismo, de un humanismo que no nos contemple como los únicos sujetos con derechos, etc.?

Ante la inminente tragedia ecológica que se viene (Keucheya, 2016), urge la puesta en práctica de una comunicación que gire hacia una Nueva Ética como lo plantea entre otros Hans Küng, un periodismo que narre desde una mirada diferente en la que se reconozca que los bienes del planeta son finitos y que es necesario establecer márgenes al crecimiento (VV.AA, 2006).

Existe la urgente necesidad de unos medios que transmitan opciones de nuevos modelos y que promuevan la formación de verdaderas redes sociales de pensamiento y disidencia colectiva, en confrontación con el individualismo social propio del sistema actual. En definitiva, necesitamos medios que reflejen que otro modo de vida es necesario, pero también posible.

1.2.- Presentación/planteamiento del problema

El presente trabajo estudia la inclusión en medios informativos de procesos de transición ecosocial inspirados en paradigmas que plantean nuevos modelos de relaciones entre las personas y con el entorno. El análisis se ha realizado en las páginas principales de tres de los diarios digitales más comprometidos con la transmisión de contenidos de carácter feminista, ecologista y pacifista (entre otros): *Público*, *Infolibre* y *Eldiario.es*.

Las conclusiones del trabajo definen el grado en que los medios informativos estudiados están dando visibilidad a las diversas iniciativas de transición ecosocial, aumentando con ello las posibilidades de estos proyectos de ser replicados, potenciando su interrelación en red y logrando incidir políticamente para generar cambios a gran escala. El análisis dilucida el grado de implicación de cada medio con la transición ecosocial y qué temáticas concretas están centrando la atención mediática.

El estudio está inspirado en el proyecto de “Indicador de Transición Ecosocial” puesto en marcha por la Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Radio y Televisión de Andalucía (EMA-RTV), La Transicionera (colectivo sin ánimo de lucro orientado a la pedagogía sobre los cambios de modelos) y el grupo de investigación de la Universidad de Málaga COMandalucía. Una herramienta para evaluar iniciativas sociales, profesionales y comunitarias de transición ecosocial o de transformación hacia modelos más igualitarios, justos y respetuosos entre las personas y con el entorno.

El proyecto acometido toma como base para la identificación de los procesos de transición ecosocial el catálogo de iniciativas del *Indicador de Transición* (apartado 3.5), para describir cuáles de las iniciativas catalogadas encuentran espacio en los medios de comunicación e información y cuáles no.

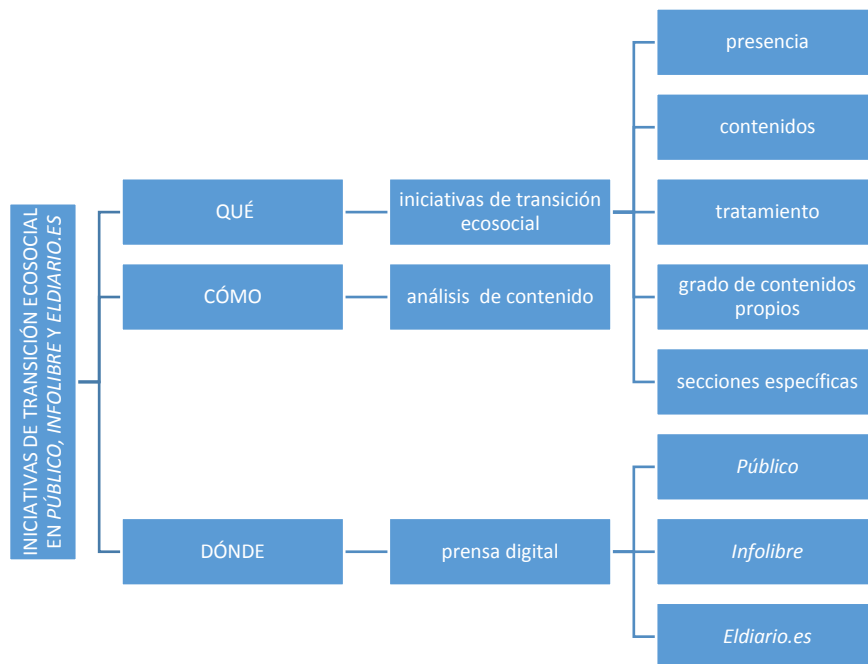
Todo ello desde una perspectiva socio crítica que contribuye a desenmascarar la falsa benevolencia del modelo de Crecimiento, así como de aquellas concepciones desarrollistas que

se amparan bajo el paraguas de la “sostenibilidad” para distraer y distorsionar el hecho de que el problema es el modelo de crecimiento en sí.

Este trabajo se plantea como una investigación previa a la tesis doctoral que versará sobre este mismo campo ampliado a otros medios y orientado a la aplicabilidad de indicadores de transición.

La presente investigación no pretende ser una mera descripción de una realidad, sino que aspira a convertirse en un espejo en el que los medios y profesionales de la comunicación puedan mirarse y reflexionar sobre hasta qué punto están prestando atención y dando la cobertura informativa que el contexto actual requiere. El trabajo busca una “participación en la praxis para transformar la realidad, mediante un proceso investigativo en el que la reflexión crítica sobre el comportamiento de esa realidad determine su redireccionamiento, su circularidad” (González, 2003:133).

ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN:



1.3.- Justificación: ¿por qué esta investigación es oportuna?

Decía Bauman que el de nuestros modos de vida es uno de los servicios más importantes que nos debemos a nosotros mismos y a nuestros congéneres (Bauman, 2008).

En este sentido y ante el contexto de crisis sistémica que atravesamos, están surgiendo nuevos modelos de carácter político y económico que, aunque todavía se centran en una minoría, no paran de crecer y desarrollarse en los márgenes del actual sistema (Colectivo La Transicionera, 2018).

La puesta en marcha de grupos de consumo locales y autogestionados, un campesinado que retoma la agricultura tradicional agroecológica respetuosa con los ciclos naturales o un uso de las redes online como canal de difusión de verdaderas campañas de concienciación ecológica que parten de la misma ciudadanía, son solo algunos de estos ejemplos. Se trata de movimientos de transición que grupos ciudadanos y asociativos están poniendo en marcha a pequeña y mediana escala por todo el país y que están precediendo a la toma de decisiones políticas e incluso propiciando cambios en las conductas de las grandes empresas.

¿Encuentran estos movimientos el espacio y la representación que les corresponde en los medios de información y comunicación? ¿Generan estos debate acerca de qué modelos de conducta, de consumo o de alimentación queremos?

Se trata de iniciativas sociales lo suficientemente importantes, necesarias y beneficiosas para todo el mundo como para encontrar un espacio en los medios, que no sólo no pueden permanecer al margen de estos movimientos, sino que además deben actuar como promotores de los mismos para favorecer su incidencia en la toma de decisiones políticas.

Para que se produzcan cambios reales y a gran escala es necesario contar con la connivencia de los medios de comunicación e información, que tienen un papel insustituible en la transmisión de ideas, valores y conductas. Además de promocionar estas actitudes y sus bondades, funcionan como conectores para la formación de redes entre los distintos grupos de actividad social. La crisis ecológica, social y humana en la que estamos insertos requiere acciones colectivas capaces de impulsar cambios institucionales en forma de iniciativas políticas.

Es propósito de esta investigación visibilizar nuevas formas de hacer periodismo y de conformar las agendas mediáticas a través del análisis de medios informativos que presentan propuestas de agenda informativa distintas a las tradicionales. Se trata de demostrar con ello que es posible y rentable realizar un periodismo que ponga el foco en aquellos contenidos que

se nos han presentado desde los medios de masas como menos importantes, además de comprometido con las causas humanas y naturales, y no con las económicas.

En definitiva, esta investigación pretende obtener resultados suficientes como para determinar si estos ejes fundamentales de transformación social obtienen atención periodística así como definir las características evaluables que permitan la elaboración de un nuevo modelo que consiga incidir en el actual referente periodístico mediante el análisis, definición y puesta en valor del periodismo realizado por medios verdaderamente comprometidos con la transición.

La importancia de esta investigación deriva también de su función de sentar las bases para el futuro desarrollo de un indicador de transición ecosocial en comunicación. Es por tanto una forma de cambiar la realidad por la capacidad del indicador para señalar aquellos aspectos mejorables para una comunicación con incidencia real. Al fin y al cabo, el propósito último de la investigación académica debe ser tratar de convertirse en acción política, entendida como cambios sociales que transformen la realidad a gran escala.

1.4.- Preguntas de investigación

- ¿Están trasladando a la audiencia los medios generalistas (*Público*, *Infolibre* y *Eldiario.es*) contenidos que dan protagonismo y promueven modelos alternativos al imperante en sus agendas? ¿Qué importancia les otorgan y donde los ubican?
- ¿Cuáles de los procesos relacionados con la transición ecosocial son recogidos por los medios y cuáles no?
- ¿Qué tratamiento hacen de dichos contenidos? ¿Qué periodistas firman los temas analizados? ¿Desde qué géneros periodísticos son tratados? ¿De qué fuentes se nutren?
- ¿Genera el medio contenido propio de transformación ecosocial?
- ¿Cuenta el medio con secciones especializadas para las temáticas relacionadas con la transición hacia modelos más justos y sostenibles? ¿Se configuran como elementos innovadores con respecto a las secciones tradicionales?

1.5.- Objetivos

OBJETIVO GENERAL:

- Analizar cómo están incorporando los medios seleccionados (*Público*, *Infolibre* y *Eldiario.es*) las distintas propuestas de iniciativas de transición ecosociales derivadas de paradigmas emergentes alternativos al modelo de Desarrollo frente a la crisis sistémica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Establecer el grado de aparición de los contenidos relacionados con iniciativas/proyectos de transición ecosocial en los medios analizados, así como su preponderancia con respecto a otras temáticas y su ubicación.
- Señalar el grado de aparición de cada una de las categorías temáticas de transición ecosocial establecidas en el listado de *El Indicador de Transición* (EMA-RTV/La Transicionera, 2018).
- Analizar el tratamiento dado a dichos contenidos mediante el estudio de los géneros utilizados, las firmas y fuentes consultadas.
- Establecer el grado de contenido ecosocial propio generado por el medio
- Describir los espacios y secciones específicas dedicadas a estas temáticas que tengan un carácter innovador con respecto a los diarios tradicionales

2.- MARCO TEÓRICO

2.1.- Introducción

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU marcan la agenda mundial desde el año 2000. Erradicar la pobreza extrema y el hambre; enseñanza primaria universal; igualdad de sexos y empoderamiento de la mujer; reducción de la mortalidad en menores de 5 años; mejorar la salud materna; combatir enfermedades como VIH y malaria; garantizar la sostenibilidad medioambiental y fomentar una alianza mundial para el desarrollo. Todas metas absolutamente contradictorias a la propia naturaleza del sistema de crecimiento y, por tanto, un auténtico fracaso.

Los primeros cuestionamientos oficiales del Modelo de Desarrollo llegaron en 1975 de la mano del informe “¿Qué hacer?” realizado por la Fundación sueca *Dag Hammarskjöld*, que consideró por vez primera la necesidad de realizar cambios en los países enriquecidos así como que no existe un modelo universal de crecimiento (Chaparro, 2009). Pese a su publicación derivada del Programa de la ONU para Medio Ambiente, es un informe que toma y defiende posiciones y que considera tres puntos fundamentales en el cuestionamiento del Desarrollo:

- Necesidad de “otro desarrollo” que satisfaga las necesidades humanas en armonía con el medio ambiente.
- Un nuevo orden internacional de países “autodependientes” o que puedan valerse por sí mismos, haciendo referencia a los países empobrecidos en su relación con los países industrializados.
- Una reforma del sistema de Naciones Unidas en vistas de “un nuevo sistema de desarrollo y cooperación”.

Porque, ¿qué implica realmente el Desarrollo?

Implica situar el beneficio económico (de las élites) en el centro de todo, obviando que lo que nos hace humanos y nos mantiene con vida no puede ser esquilmo en beneficio propio de nadie.

Un planteamiento economicista del uso de los recursos naturales como el agua, basado en sistemas de producción intensiva que terminan con las fuentes hídricas de los territorios donde las grandes empresas consiguen instalar sus industrias, habitualmente países empobrecidos, donde más de 2 millones de niños (5500 al día) mueren cada año por problemas derivados de la escasez de agua. Una situación que se agrava a menudo que el crecimiento sigue y las

industrias continúan explotando y contaminando reservas de agua dulce en su vorágine desarrollista (Bruzonne, 2009).

Ismael Serageldin, ex vicepresidente del Banco Mundial, no iba desencaminado cuando en 1997 manifestó que los recursos naturales fundamentales para la vida serían los protagonistas de las grandes guerras del siglo XXI. Y no fue el único. Son numerosas las voces que alertan desde hace unos años que los conflictos por el control de los recursos hídricos y las tierras fértiles sustituirán a las “guerras del petróleo” y que se agudizarán en los próximos años.

El 40% de los alimentos que se producen en el mundo está destinado a alimentar a los animales de las granjas productoras de carne, una cifra que podría cubrir 14 veces el déficit de comida a nivel mundial en un planeta en el que el número de personas empobrecidas equivale a la población de todo el continente europeo. Y es que producir alimento de manera autónoma ya no es tan fácil; la mayor parte del campesinado se ve obligado a comprar sus semillas a alguna de las tres empresas que controlan el 60% del mercado mundial de la producción agrícola: el recién estrenado matrimonio Monsanto-Bayern, Dupont y Syngenta. A todo esto, sumar que los alimentos que consumimos recorren una media de 5.000 kilómetros antes de llegar a nuestra mesa, una acción para reducir costes a las empresas que abarata los sueldos de las personas productoras y contribuye de manera decisiva al cambio climático.

Niveles de generación de residuos intolerables son arrojados a la atmósfera y a los mares cada día, ya contamos con una isla de plástico del tamaño de España, Alemania y Francia flotando en el Océano Pacífico y seguimos dependiendo de combustibles fósiles que no sólo son altamente contaminantes, sino que se habrán agotado de aquí a 100 años.

Y es que si EE.UU es el ejemplo a perseguir en esta carrera hacia el precipicio llamado Desarrollo, necesitaremos al menos cinco planetas como el que ya tenemos, para asumir los costes generados por niveles similares de consumo extrapolados al resto de la población mundial.

La vía del Crecimiento es un “genocidio a cámara lenta” que genera una civilización que olvida nuestra dependencia de los ecosistemas, llevándonos a una crisis ecológica que afecta gravemente a todos los aspectos que son base de nuestra economía y de la propia vida: alimentación, transporte, industria, urbanización, conflictos bélicos... (VV.AA. 2014).

El control y explotación de los recursos naturales en manos de intereses económicos personalistas genera más que consecuencias medioambientales, es síntoma y consecuencia de

muchos de los grandes problemas sociales de nuestro mundo, en cuanto perpetúa un modelo de desigualdad basado en la dependencia de las personas empobrecidas y de una felicidad impostada basada en criterios económicos y de consumo.

La tradicional fórmula que relacionaba crecimiento económico con prosperidad y felicidad ya no es válida. En *Prosperidad sin Crecimiento* (Jackson, 2011:68) el autor se plantea un interrogante: “¿Es posible tener prosperidad sin crecimiento?”. El autor concluye que el crecimiento económico solo arrojaría beneficios en países empobrecidos, pero nunca en los llamados países ricos donde “la utilidad marginal (entendida como bienestar subjetivo o felicidad) disminuye rápidamente en los niveles superiores de ingresos”.

En el mismo sentido, un sondeo realizado por la BBC en 2005 para una consultora de mercado señalaba que sólo un 7% del bienestar subjetivo o felicidad dependía de la situación financiera, con la cual también se relaciona tener un lugar agradable para vivir con un 8% y un buen empleo con un 2%. El 83% restante señala a factores como la comunidad y los amigos (5%); la vida espiritual (6%); la salud (24%) y especialmente la pareja y relaciones familiares (47%) como factores determinantes para la felicidad. Ninguna de estas tiene relación con el crecimiento o la economía.

Vivimos en un modelo que produce tremendas injusticias sociales, destroza los ecosistemas y ni siquiera nos hace felices, un concepto también promovido por la sociedad de consumo, ya que la felicidad es un estar, no un futuro como advierte la filosofía (Chaparro, 2016). Es sin duda necesario un cambio de paradigma hacia un modelo que sitúe aquellos recursos fundamentales para la vida en el centro, con sistemas de gestión comunitaria de la energía y los recursos naturales y un reparto equitativo de estos. En definitiva, una economía más justa que garantice condiciones dignas de vida para todas las personas en un entorno habitable y sano.

Un cambio que ya está emergiendo a lo largo de todo el mundo, derivado de corrientes de pensamiento cada vez más extendidas y aceptadas como son el Decrecimiento, el Buen Vivir o el modelo de Ecosociedad. Todas ellas constituyen modelos de relaciones basados en criterios de sostenibilidad social y ecológica frente a la hegemonía económica y productivista del sistema imperante actual.

Para entender los procesos que se analizan en este trabajo y la importancia que su transmisión tiene, es necesario conocer las características de los distintos paradigmas e imaginarios que los inspiran. Parte del valor teórico de esta investigación deriva de la recolección de teorías que

constituyen la base de la praxis del cambio ecosocial y de la definición de los conceptos que están en la génesis de un modelo de transición socioeconómica.

2.2.- Paradigmas para un mundo en transición

Hablar de procesos que requieren modificar ideas preconcebidas para incluir otras nuevas, requiere acudir a la obra teórica de Castro-Gómez y Grosfoguel. En *El Giro Descolonial*, los autores hablan de un proceso de descolonización a escala mundial (siglos XIX y XX) que consideran incompleto y al que debe seguir un segundo proceso descolonial diferente al primero. Un proceso que no será de naturaleza jurídica-política, sino de “resignificación a largo plazo el cual tendrá que dirigirse a la heterarquía de las múltiples relaciones raciales, étnicas, sexuales, epistémicas, económicas y de género que la primera descolonización dejó intactas” (Castro-Gómez y Grosfoguel, 2007:17). Ellos llaman a este proceso DECOLONIZACIÓN, concepto que se apoya además en epistemologías de supervivencia, precapitalistas y comunitarias desde la diversidad de conocimientos construidos por las diferentes culturas en sinergia y empatía con la naturaleza (Chaparro, 2018).

En la línea de la reconceptualización de términos están las compañeras del feminismo comunitario y el ECOFEMINISMO, que reivindican un imaginario feminista que incorpore relaciones sostenibles con la naturaleza y todos los seres que la componen. La Economía Feminista busca la “reproducción de las condiciones de vida en situación de justicia e igualdad para todos los seres humanos y la despatriarcalización, desmercantilización y universalización del sistema” (Pérez y Domínguez, 2014:55). Más allá de esta definición van Paredes y Guzmán (2014) al considerar al Patriarcado como el sistema en que se enmarcan la totalidad de “las violencias y discriminaciones que vive toda la humanidad y la naturaleza, históricamente construida, sobre el cuerpo de las mujeres”.

Los movimientos por la SOBERANÍA ALIMENTARIA y la AGROECOLOGÍA son motor de buena parte de los procesos de transición ecosocial que están desarrollándose a lo largo de todo el país. El principal precepto de este modelo es situar el agua y los alimentos en el centro de todo, destacando su condición de fuentes indispensables para la vida y no bienes de consumo. El segundo precepto de la Soberanía Alimentaria está basado en la necesidad de mantener el equilibrio ecológico del planeta.

Un modelo en el que la alimentación esté por encima de los intereses económicos supondría el fin del sistema productivo actual que agota los suelos y los recursos de los lugares que convierte en sedes industriales, sin importar la calidad de lo que se consume y mucho menos la sostenibilidad, proximidad y temporalidad de lo que se produce, alterando por tanto los ciclos naturales del planeta. La soberanía alimentaria plantea una relación entre el derecho a la alimentación, los derechos campesinos y el derecho de los pueblos a defender y establecer, según sus criterios económicos, sociales y culturales, sus propias necesidades alimentarias.

La importancia del modelo agroecológico y de soberanía alimentaria recae en su capacidad para movilizar a la sociedad propiciando la aparición de numerosas iniciativas de transición ecosocial como son las redes de consumo a pequeña escala; procesos de producción de alimentos en base a técnicas tradicionales y respetuosas con el entorno (agroecológicas); redes de huertos locales y autogestionados o iniciativas de apoyo mutuo y acción social en pro de la defensa y reapropiación colectiva de tierras de cultivo y recursos acuíferos.

Se trata de uno de los paradigmas que más ha calado en la sociedad, pero también en el sistema comunicativo. Las preocupaciones sobre la alimentación protagonizan buena parte de las informaciones que tienen que ver con tendencias de consumo en los medios de masas aunque lo hagan mayoritariamente desde razonamientos individualistas. Los medios de masas hablan mucho más de los beneficios de una alimentación agroecológica para la salud y bienestar individual que de los beneficios para la colectividad: retribuciones dignas para productores o campesinado gracias a eliminación de intermediarios, producción de proximidad y local que disminuye la huella ecológica y un modelo productivo que cuida la tierra al adaptarse a sus posibilidades y ciclos naturales.

La consecución de una vida digna y feliz que no repercuta negativamente en los ecosistemas es la base del pensamiento del “Sumak Kasay” o BUEN VIVIR, una teoría de vida planteada desde América Latina como alternativa firme al Desarrollo que trata de priorizar la relación natural, austera y respetuosa con los ecosistemas y los seres que los habitan, incluido entre los propios humanos. Este paradigma surge de la oposición a mantener el impostado sistema occidental de Desarrollo basado en el capital, el consumo superfluo e innecesario y el crecimiento ilimitado cuyo funcionamiento no solo crea infelicidad sino que implica la destrucción progresiva de la vida misma.

El DECRECIMIENTO es uno de los movimientos que se configuran como pilar fundamental para la superación del actual modelo. El principal precepto de esta corriente es la disminución progresiva de la producción hasta llegar a un equilibrio real en la convivencia de los seres humanos con el planeta. Esto nos llevaría a una vida más sencilla donde prime lo local y lo comunitario frente a lo individualista.

Serge Latouche, uno de los padres del Decrecimiento (con permiso de Georgescu-Roegen), señala los ocho pilares del Decrecimiento: reevaluar, reconceptualizar, reestructurar, relocalizar, redistribuir, reducir, reutilizar y reciclar. La reevaluación y reconceptualización parten de la necesidad de reotorgar el valor a lo humano frente a lo material, a lo local y comunitario frente a lo individualista, con la necesaria reestructuración económica que ese cambio de valores y concepciones supondría. Un sistema de producción y consumo basado en la autosuficiencia local (relocalización) y la redistribución de la riqueza Norte-Sur. Asimismo, la reducción del consumo, reutilización de los bienes materiales y el reciclaje de los mismos reducirían los daños ambientales y permitirían a la biosfera regenerarse (Latouche, 2008).

Carlos Taibo, uno de los mayores exponentes de esta corriente en nuestro país, define el Decrecimiento como una búsqueda de la felicidad a través de una vida más simple, mediante la reducción del trabajo altamente productivo y el consumo ilimitado. La propuesta es una vida con menos horas de trabajo (reducción de la productividad innecesaria) y un aumento del tiempo dedicado a “la vida social y el ocio creativo”. La vida social debe estar en el centro, según destaca el autor, que defiende además otros preceptos como un mayor reparto del trabajo, una renta básica mínima, reducción de infraestructuras, recuperación de la vida local y en comunidad, una sencillez voluntaria y la lentitud, entre otras (Taibo, 2011).

Por su parte, Arturo Escobar enumera los “ejes o principios fundamentales de las transiciones:

1. Principios de diseño y rediseño: re-comunalización de la vida social que potencie el fundamento relacional de todo lo que existe frente al individualismo; re-localización de la economía, la alimentación, el transporte y la energía; fortalecimiento de las autonomías colectivas locales que reduzca la dependencia de normas de vida fijadas desde el Estado, las personas expertas y el capital y estrategias horizontales de autorganización.
2. Principios teórico-políticos: descolonización y despatriarcalización de la sociedad; liberación de la Madre Tierra y reconstrucción de los lazos entre humanos, no humanos

y el planeta; florecimiento del pluriverso o de un mundo hecho de muchos mundos.
(Escobar, 2018:48-49)

Todos estos paradigmas están contribuyendo a materializar numerosas iniciativas y procesos de transición que se constituyen como auténticas alternativas al modelo desarrollista al proponer nuevas formas de relacionarse basadas en condiciones de igualdad, respeto y justicia social. Se trata de procesos de transición orientados todos hacia un nuevo modelo de vida.

En el contexto de transición en que nos encontramos es preciso que los medios de comunicación e información reflejen estos paradigmas y contribuyan a la difusión de un argumentario que permita a la sociedad entender y defender que no estamos en un buen camino, que este es un modelo fallido y que existen vías alternativas que ya están poniéndose en práctica y que funcionan. Se trata de una acción importante para la vida misma en la que el papel que juegan los medios, como conformadores de imaginarios colectivos, es fundamental.

“Los medios son importantes moldeadores de nuestras percepciones e ideas, son empresas de concienciación que no sólo proporcionan información acerca del mundo, sino maneras de verlo y entenderlo” (Masterman, 1993:18).

Trabajar por un nuevo modelo de sociedad pasa por un cambio en el discurso de los medios, que necesitan una nueva narrativa (Chaparro, 2015) que permita elaborar discursos que intervengan con mensajes que “publiciten” modelos de vida igualitarios, justos y verdaderamente sostenibles. Una alternativa comunicacional que, dado el punto en que nos encontramos, debe configurarse como un cambio radical en la transmisión de modelos de relación con el entorno. Un cambio en el mensaje mediático que difunda con claridad que los bienes del planeta son finitos y que el crecimiento requiere márgenes, a través de la promoción de procesos alternativos derivados de paradigmas emergentes como el Decrecimiento o el Buen Vivir (Pérez y Domínguez, 2015).

2.3.- Hacia una comunicación para el cambio ecosocial

El desarrollo otorgó a la comunicación un papel instrumental, destinado a crear y fomentar el concepto de modernidad mediante la transmisión de creencias y hábitos de una sociedad autodefinida como superior. Y es que los valores sobre los que reposa el desarrollo no se corresponden con aspiraciones universales, sino que “están relacionadas con la historia de Occidente, tienen poco eco en otras sociedades” (Latouche, 2007:21). La comunicación para el desarrollo se apoya en la estrategia de las teorías difusionistas para importar e implantar un modelo económico que imite y desarrolle el modelo de consumo occidental. Esta es la llamada **comunicación para el desarrollo o difusionista**.

América Latina se situó a la cabeza de la crítica al desarrollo en una época (segunda mitad siglo XX) de numerosas reacciones a la dependencia y al imperialismo como las de Cuba (1959) o Chile (1970) así como numerosos movimientos de carácter obrero, campesino, indigenista, feminista e incluso religioso (Barranquero y Sáez-Baeza, 2015). Influenciado por estos movimientos sociopolíticos, surge a mediados de los 70 un grupo de pensadores críticos que constituyen y desarrollan el llamado Pensamiento Comunicacional Latinoamericano, en busca de una teoría de la comunicación o “comunicología de la liberación” (Beltrán, 1979), claramente inspirada por la práctica comunicacional de los movimientos de base: radios sindicales mineras de Bolivia, proyectos educomunicativos inspirados por Paulo Freire, radioescuelas... Desde el Cono Sur y al calor del Informe Mc Bride (1980), se desarrolló un fuerte movimiento que renegaba de la comunicación como simple promotora de ideas comerciales y de consumo, así como de la imposición de teorías y métodos de investigación importados de Occidente (Torrico, 2013). Desde diferentes posicionamientos, Luis Ramiro Beltrán, Rafael Roncagliolo, Rosa María Alfaro, Antonio Pasquali y Juan Díaz Bordenave destacaron por su crítica al desarrollo y a las políticas públicas desde propuestas endógenas.

Estas corrientes planteaban la necesidad de tener en cuenta las relaciones de poder, de adecuar la comunicación a cada contexto, de considerar alternativas a la comunicación de masas como igual o mayormente válidas y la inclusión de factores individuales y ambientales en los procesos de comunicación para la promoción de otros comportamientos (Waisbord, 2015).

De manera más reciente, las teorías de la comunicación instrumental han adoptado la tendencia tecnócrata de usar antimonios tales como globalización humana, crecimiento sustentable o comunicación para el desarrollo sostenible. Este es el caso de la **comunicación para el cambio social**, que si bien fue conceptualizada con buenas intenciones desde algunos sectores (en un

sentido participativo, de respeto y reconocimiento de la otredad), no marca una línea a seguir concreta, simplemente un viraje, que no tiene por qué ser hacia un camino opuesto al modelo desarrollista, de hecho, el cambio promovido es el de los países empobrecidos a un modo de vida occidental de crecimiento. Se trata de un término no elegido al uso, pues la palabra “cambio” verdaderamente representa una “fuerza de atracción como para ser capaz de ocultar la realidad de la propuesta” (Chaparro, 2015: 116). Una cualidad que no pasó desapercibida para los poderes del desarrollo (como el Banco Mundial, la FAO o la Fundación Rockefeller) que acabaron imponiendo esta terminología para denominar a la tradicional comunicación para el desarrollo. Un nuevo término para denominar al mismo concepto.

De la Conferencia Mundial de la Comunicación para el Desarrollo (Roma, 2006) se dedujo que la comunicación es la herramienta idónea para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio, los cuales plantean metas contrarias al propio motor y funcionamiento del sistema de crecimiento. En definitiva, comunicación para el cambio social y para el desarrollo son lo mismo con distinto nombre; ambas están orientadas a fomentar ideas de crecimiento que potencien el desarrollo.

A esto se suma la idea de que el definir la comunicación como “para algo”, le aporta un carácter instrumental que provoca que deje de ser entendida como un proceso en sí misma. En este sentido, Barranquero y Sáez-Baeza, llaman a “intentar estudiar los medios y las tecnologías informativas no como mera plataforma de discurso o representación, sino como un todo holístico, tanto material como cultural, en el que se enmarca la propia vida de los grupos humanos y, por ende, su pensamiento y expresión” (2015:56).

Tanto la **comunicación para el desarrollo** como la **comunicación para el cambio social** convierten la información y la comunicación en elementos más del desarrollo, por lo que numerosas voces proponen su redefinición.

Chaparro, que plantea la comunicación como “una estrategia de empoderamiento y participación ciudadana”, propone hablar de **comunicación para el posdesarrollo o comunicación para el decrecimiento**, que son, al fin y al cabo, soluciones más orientadas a ser aplicadas por la parte enriquecida del planeta e implica “no seguir empeñados en usar la comunicación para transferir modos, estilos de vida y hábitos de consumo que arruinan la vida” (Chaparro, 2015:171).

Más allá de la terminología, Martínez Alier apunta a la necesidad de una comunicación que no se ciña a la transmisión de problemas ambientales, sino que plantee también alternativas y respuestas sociales a los mismos, entendiéndolos como un problema sistémico y no de causas aisladas (Alier, 2004). Inspirado por estas definiciones, Barranquero apunta a un tipo de comunicación que “no sólo busca transmitir mensajes sino conformar procesos que influyan en el cambio de actitudes, valores y prácticas para mejorar la calidad de la vida humana sin comprometer el deterioro de la biosfera” (Barranquero, 2012:69).

Los autores la llaman **comunicación ambiental** para distinguirla del periodismo o información ambiental, el cual transmite información sobre el entorno pero no necesariamente establece causas y posibles respuestas, ni tampoco cuestiona el modelo de vida actual.

La comunicación ambiental debe transferir conocimientos sobre la crisis sistémica y de modelo que afecta a la humanidad y el planeta en el que es fundamental la transmisión de modelos de transición. Si nos ceñimos a hablar de medio ambiente, se transmitirá una percepción de problemas independientes y no de carácter sistémico y de origen común.

Los mensajes deben tener la intención de influir y provocar un cambio de conducta en las personas lectoras, especialmente cambios en sus hábitos de consumo y en la forma de relacionarse entre ellas y con el planeta. Las soluciones propuestas estarán orientadas, preferentemente, al trabajo colectivo frente al personal e individualista.

Realizar una comunicación que incida positivamente requiere informaciones contextualizadas que aporten a la sociedad argumentos con los que pueda comprender, transmitir y defender el mensaje del cambio de conducta que el problema requiere. “Un proyecto de país justo, socialmente equilibrado y ecológicamente viable exige una ciudadanía crítica, activa y movilizada” (Ugalde, 2017).

También es importante que las informaciones hagan énfasis en la necesidad y urgencia del cambio, que nunca debería ser presentado como una opción ideológica, sino como un cambio necesario que beneficia a todos los sectores sociales.

En este sentido, la iniciativa *Andalucía Resiliente*¹ propone una campaña de sensibilización y movilización permanente que persigue cinco objetivos básicos:

¹ En: <http://andaluciaresiliente.net/mision>

- Concienciar acerca del actual proceso de colapso de nuestra civilización industrial, visibilizando sus causas y consecuencias;
- Deslegitimar el mantenimiento de la lógica de la modernidad capitalista por su incompatibilidad con el desarrollo de la vida;
- Legitimar nuevos relatos culturales entre las mayorías sociales que pongan en el centro el cuidado de las personas y la Tierra;
- Visibilizar y poner en valor la diversidad de iniciativas ciudadanas que desarrollan prácticas que ponen en el centro el cuidado de las personas y la Tierra;
- Movilizar a la ciudadanía hacia la reconstrucción de la resiliencia de sus territorios y poblaciones ante ese colapso con criterios de justicia social y ecológica global.

Resulta interesante citar este proyecto porque aunque se trata de una iniciativa privada de grupos locales y provinciales, define a la perfección los cinco pilares que conformarían el papel ideal que los medios deberían desempeñar en este contexto de colapso planetario.

2.4.- Medios de transición ecosocial

Los medios masivos han actuado como transmisores de los actuales modelos de relaciones, sobre todo de consumo. Desde ellos debe también partir la transmisión de estos nuevos modelos prácticos que nos cuidan y cuidan del planeta que habitamos.

Los medios de información y comunicación pueden ser grandes aliados a la hora de generar un discurso que pueda ser ampliamente acogido por sectores muy diversos de la opinión pública. Aunque la mayor parte del tiempo han mirado a otro lado permitiendo “excesos empresariales con iniciativas de explotación altamente lesivas para nuestros recursos naturales y ecosistemas” (Ugalde, 2017)².

Se puede combatir el sistema productivo actual aprovechando el fomento del debate en los medios generalistas acerca de temas como los plásticos de un solo uso o la alimentación ecológica. Es fundamental, para dar el paso de la conciencia individual a la colectiva, y al posterior cambio político, la puesta en marcha de estrategias comunicativas para una conciencia ecológica común.

² De: <http://www.espacio-publico.com/un-mundo-rural-vivo-para-una-espana-justa-y-sostenible>

Existe, sin embargo, un fuerte debate sobre qué medios son los más idóneos para colocar mensajes que puedan incidir en pro del cambio social que nosotros entendemos como proceso de transformación o transición, debate que acaparó un espacio importante en el VII Congreso de Agroecología y Soberanía Alimentaria (Córdoba, 2018). Sin llegar a un acuerdo claro y habiendo quienes se alineaban con ambas posturas, el debate oscilaba entre la idea de que los medios de masas eran los más apropiados para colocar estos mensajes, por sus mayores posibilidades de difusión, alcance e incidencia en la opinión pública y la idea de que debían ser medios propios, específicos, comunitarios y locales los que transmitieran los imaginarios decoloniales, rurales, etc.

Es importante destacar el papel de los medios locales y comunitarios como los únicos en que los distintos grupos actores de este cambio social pueden comunicarse con propiedad, al paliar un vacío comunicacional que los medios masivos no cubren (Tarbift, 2015), habilitando un espacio en el que las asociaciones puedan narrarse a sí mismas. Por otro lado, también se destacó en el debate la idea de que buena parte de los receptores de medios específicos ya cuentan con una conciencia adquirida. Por su parte, conseguir acceder a los medios de masas supone ejercer contrapoder desde las mismas plataformas que el mercado ¿igual esto las condiciones?

Las mayores reticencias con respecto a que medios masivos transmitan las ideas de la transición ecosocial se relacionaban con las posibilidades de tergiversación del discurso o el fenómeno de la cooptación, consistente en la apropiación por parte de sectores externos de una causa general, transformándola en pro de su propio beneficio. Es ejemplo de este fenómeno, en el área de la Agroecología y la Soberanía Alimentaria, la apropiación por parte de grandes marcas multinacionales de alimentación de los productos de producción orgánica, cuando en la base de una alimentación sostenible se encuentran la proximidad y el respeto por los ciclos naturales de los alimentos. Ambos preceptos incompatibles con la propia naturaleza del sistema productivo de las grandes multinacionales. Es este ejemplo de que los sectores más poderosos no sólo se apoderan de los recursos, también de los discursos, partiendo de la idea de que en el sistema capitalista una idea es condenada hasta que se descubre su rentabilidad, entonces es alabada y replicada.

El papel de los medios masivos hasta ahora viene siendo el de convertir la preocupación por los problemas ecológicos en problemas puramente individualistas. Así, las perspectivas elegidas por lo general se centran en cómo afectan los químicos o la mala calidad del aire a nuestra salud,

prestando menos atención a lo que está detrás y en señalar a todos los actores que intervienen en el sistema productivo o en las consecuencias generales que el deterioro medioambiental tiene en términos de pobreza, desigualdad, etc...

Asimismo y tal y como señala Chaparro el discurso de los medios masivos no puede apostar por un discurso contrario al modelo de Desarrollo porque “entraría en colisión con sus fines mercantiles”. Así, señalan problemas derivados del sistema como la pobreza o las pandemias, pero nunca las causas de los mismos y mucho menos “hacer ver que detrás de esos dramas se esconden los intereses de las multinacionales que se anuncian en sus espacios” (Chaparro, 2009:155).

Así, aunque los grandes medios de masas constituyen una tribuna con mayor alcance y por tanto, con un mayor altavoz de incidencia, especialmente si lo que se quiere llegar es a disputar espacios de poder, el cambio hacia una comunicación ecosocial no será posible sin una “verdadera democracia mediática”, pues como bien afirma Chaparro es imprescindible la separación del discurso de los medios de masas de los intereses corporativos empresariales, algo que no puede darse tal y como se configura el sistema de medios actual. Y continúa aseverando que los medios no pueden constituirse como un sector económico más movido por las reglas del libre mercado, por lo que deben mantenerse independientes con respecto al mercado publicitario y los intereses políticos y económicos. “Sujetar su supervivencia y su lógica a la economía de mercado daña la democracia, desde el mismo momento en que se condiciona su libertad de expresión” (Chaparro, 2015:157).

En este sentido, a lo largo de los últimos años han surgido numerosos medios que comunican desde paradigmas alternativos. Encontramos modelos económicos antidesarrollistas en las revistas *Alternativas Económicas* o en *El Salmón Contracorriente*. Desde el Ecofeminismo escriben las compañeras de *Pikara Magazine* o *La Poderío*. Medios de carácter generalista como *El Salto* o *5 W* o revistas como *El Topo Tabernario* o *Soberanía Alimentaria* son algunos de estos ejemplos. Muchos de estos medios especializados encuentran una plataforma más amplia al nutrir de contenido a medios generalistas con líneas editoriales acordes, como son los tres medios que constituyen la muestra de este estudio: *Público*, *Infolibre* y *Eldiario.es*.

Los tres diarios digitales que constituyen la muestra son de reciente creación. *Público* nació como periódico tradicional pero cerró su edición impresa en 2012 ante la dificultad de encontrar inversores que apoyaran económicamente el proyecto (Rubio Roldán, 2014). Ese mismo año (18/09/2012) nace *Eldiario.es* y seis meses más tarde lo hace *Infolibre* (07/03/2013). El

periodista Ignacio Escolar, fundador y ex director de *Público*, dirige *Eldiario.es* desde sus inicios, donde buena parte de la plantilla procede de *Público*. Jesús Maraña dirige *Infolibre*, y también fue director de *Público*, que actualmente es dirigido por Ana Pardo de Vera.

Los tres digitales tienen un modelo de financiación mixto sustentado por los ingresos publicitarios y las aportaciones de los socios, por lo que plantean la posibilidad a sus lectores de convertirse en socios. Existe una diferencia de transparencia ética entre los tres diarios: *Infolibre* y *Eldiario.es* tienen secciones de “quienes somos” que detallan los principios editoriales del medio, propiedad del medio, modelos de financiación e incluso los ingresos concretos de la empresa editora. *Público*, sin embargo, no cuenta con secciones de este tipo.

Asimismo, los tres presentan una línea ideológica de izquierda y muestran apoyo y compromiso con una información que incida políticamente desde la perspectiva de los feminismos y el ecologismo, entre otras corrientes.

2.5.- Teorías que fundamentan la investigación

El modelo de publicidad de Herman y Chomsky (1988) establece la influencia de los medios de comunicación e información de masas sobre el público, por un lado y su condición de servidores de los intereses de la élite política y económica, por otro. Así, este pensamiento se asienta en la existencia de un entramado que construye las tendencias mediáticas en favor de las élites ya mencionadas

Se trata esta de una línea que no puede ser descuidada a la hora de determinar los razonamientos que pueden llevar a los medios a invisibilizar ciertos temas o a evitar establecer relaciones causales con “nombres y apellidos” ante determinadas problemáticas sociales, económicas y ecológicas.

Los denominados como medios de comunicación de masas son tratados como instrumentos que “movilizan el apoyo para los intereses especiales que dominan la actividad privada y gubernamental” (Herman y Chomsky, 1988:22). Según esta teoría, toda información que pueda perjudicar a dichas élites empresariales, insertas en el sistema desarrollista cuyo motor implica el agotamiento de los ecosistemas y la vulneración de los derechos humanos, no tendrá visibilidad, al menos positiva, en los medios de masas.

A esto se suma la inclusión en el entramado mediático de las grandes multinacionales y viceversa convirtiendo la información en un producto de consumo más y no en un servicio público de pleno derecho.

Se trata de una teoría claramente vigente pues numerosos investigadores, como Rubio Roldán (2014:493), coinciden en que los medios masivos se han ido acercando cada vez más al poder político y económico, a menudo “olvidando su responsabilidad social”.

En este sentido, iniciativas basadas en relaciones económicas y sociales justas, igualitarias y solidarias, no serán visibilizadas por los grandes medios, en cuanto estos nuevos modelos pueden hacer competencia a las empresas insertas en el modelo capitalista que se publicitan en sus espacios y de las que dependen económicamente.

La investigación también se apoya en la **Teoría del Arena**, que estudia influencias mutuas y sugiere que los medios influyen en el conocimiento y en la opinión del público. La necesidad de incidir en la ciudadanía para modificar modos de vida y consumo es el motor de este estudio de análisis de contenidos mediáticos.

La pirámide de Max-Neef, uno de los mayores exponentes del Decrecimiento, plantea las necesidades humanas (trascendencia, participación, identidad, protección, creatividad, libertad, ocio, etc.) como una estructura circular. En su Teoría de las Necesidades, el autor nos define como seres con necesidades finitas y no jerarquizadas, pues unas se complementan a otras. Esta teoría contrapone la Jerarquía de las Necesidades Humanas de Maslow, fuente de inspiración del Neoliberalismo, que plantea la vida humana como una pirámide jerárquica de “necesidades” infinitas e insaciables (Maslow, 1943). Al contrario que Maslow, Max-Neef nos entiende como seres eco-dependientes e inter-dependientes: nos necesitamos unos a otros tanto como necesitamos al entorno. Asimismo, somos seres con necesidades finitas que no siguen una jerarquía concreta, sino que se complementan unas a otras de manera circular; no existe la necesidad de suplir unas necesidades para poder avanzar hacia suplir otras, como así lo plantea la teoría jerárquica de Maslow (Max-Neef, 1989).

Por su parte, **La Teoría del Framing** o de los “encadres noticiosos” señala la actitud de los medios de seleccionar algunos aspectos de la realidad y aumentar su relevancia con respecto a otros; “el encuadre en los medios se construye alrededor de las ideas, la selección y la relevancia” (Entman, 1993:52). En este sentido, los medios ponen el foco del problema ecológico y social en el propio problema y sus consecuencias, evitando a menudo las causas. En muy pocas ocasiones dirigen el foco a las alternativas que se le presentan.

2.6.- Revisión de la literatura existente

“La actual preocupación existente en todos los países por la calidad del medio ambiente, ha suscitado un interés general por ayudar a los ciudadanos a entender mejor los temas medioambientales, así como un nuevo interés de los ecologistas por la cooperación entre el público y los medios de comunicación” (Logan, 1995:1).

Efectivamente, la preocupación de la investigación en comunicación por el deterioro del entorno natural no es algo nuevo. Robert Logan ya trató de elaborar una teoría que interrelacionara “público, medio ambiente y medios de comunicación” hace más de dos décadas.

Algunos de los problemas que Logan encontró en el tratamiento informativo de los asuntos ambientales fueron la superficialidad o falta de contextualización; coberturas puntuales y centradas en grandes catástrofes naturales; falta de relación entre los distintos acontecimientos medioambientales, al presentarse como “acontecimientos independientes y no como un proceso acumulativo derivado de otras actividades” (Logan, 1995:6). En la actualidad estos problemas no solo no se han solucionado, sino que siguen estando presentes, incluso con mucha más fuerza.

Mientras que la investigación de Logan estuvo más dirigida al estudio de la comprensión de la ciencia y los temas medioambientales por parte del público (receptores), el presente estudio se centra en la visibilidad que los medios dan a los contenidos que presentan propuestas de actuación a esas problemáticas (emisores).

Respecto al papel de los medios en este asunto, Mc Comas y Shanahan (1999) señalaron su rol para instaurar en la audiencia posiciones y actitudes contrarias al ambientalismo. Una década más tarde, David Noble, (*O golpe climático corporativo*, 2009), hablaba de la influencia de las grandes corporaciones empresariales en los medios informativos y de comunicación. Según su investigación, las empresas persiguen el objetivo de controlar la opinión pública respecto de estos asuntos, consiguiendo incluso la negación por parte de determinados sectores mediáticos de problemas tan graves y evidentes como el cambio climático.

La investigación de Montero Sandoval en 2009, aunque auspiciada por Gas Natural y desde luego sin un enfoque socio crítico, concluyó que los telespectadores demandaban, ya en 2009,

más y mejor información sobre medio ambiente, algo que no era correspondido por los medios nacionales, según el estudio. Por su parte, un trabajo realizado por el grupo de investigación *Estudio de medios para un periodismo de calidad* de la Universidad de Sevilla, publicó en el año 2012 los resultados de un estudio sobre la cantidad y calidad de la información medioambiental en prensa nacional (*El País, El Mundo y ABC*). El estudio dilucidó el poco interés de los medios analizados por este tipo de temáticas así como un tratamiento politizado, esporádico, con contenidos homogenizados y una presentación descontextualizada de la información. Otra conclusión del estudio fue la escasa presencia de secciones específicamente dedicadas a temática medioambiental en el mapa mediático nacional (Rodríguez-Cruz, 2012).

Una de las investigaciones más recientes y cercanas a la perspectiva que aquí se acomete fue desarrollada por investigadores de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y publicada en 2013. Los resultados confirmaron el auge de la información relacionada con el medio ambiente en los informativos de la televisión nacional, con un espacio permanente en el “espacio prime time de la televisión” (Francescutti, Tucho e Íñigo, 2013).

Sin embargo, el porcentaje que suponía la información de contenido ecológico con respecto al resto de temáticas era del 3,45%. Los resultados llevaron a las personas investigadoras a hacerse dos preguntas primordiales: la primera fue si la baja cuota de información medioambiental no “entrañaría un incumplimiento de la función de servicio público”. La segunda pregunta fue si este hecho responde a la poca demanda por parte de la audiencia.

Por su parte, Badillo Mendoza y Martínez Rosa, trataron de relacionar comunicación, educación y medio ambiente, considerando esta unión como indispensable para la superación de la crisis ambiental. El estudio concluyó que la comunicación y la educación ambiental se configuran como “ámbitos de gran incidencia estratégica para el logro de cambios vitales en la sociedad contemporánea” (2014:268).

En la misma línea, Barroso y Álvarez, tratan de visualizar la capacidad de la comunicación para desarrollarse como “herramienta de educación ambiental” relacionando la implementación de una ordenanza para la reducción y uso responsable de las bolsas de plástico en la ciudad

argentina de Córdoba, con la actividad ejercida por la comunidad educativa y algunos medios (2016).

Tan fundamental como ofrecer razonamientos es presentar en las informaciones respuestas sociales al problema que se expone. No se puede pretender un cambio de conducta sin otra que la sustituya. Es por esto imprescindible en los medios la visibilización de modelos alternativos de vida y pensamiento que sean armónicos con los ecosistemas demostrando así que verdaderamente otro modelo de vida es posible.

En esta dirección trabaja la Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía de Radio y Televisión (EMA-RTV) que ha puesto en marcha, con la colaboración del colectivo por la transición socioeconómica “La Transicionera”, un proyecto para el desarrollo de un *Indicador de Transición* que permita evaluar distintas iniciativas de transformación hacia una economía social y solidaria. Junto con los ítems del indicador, se ha creado un listado que recoge las distintas categorías de iniciativas, empresariales o no, que se consideran proyectos de transición ecosocial, los cuales deben cumplir unos requisitos mínimos que son los siguientes:

- Iniciativas que cuiden a las personas
- Iniciativas que cuiden los procesos
- Iniciativas respetuosas con el entorno
- Iniciativas que aporten valor en red

Contar con un listado de temas de un modelo de transición que están o deberían estar en la agenda mediática es fundamental para conocer cuales están formando parte de los contenidos mediáticos y cuáles están quedando fuera.

Las distintas opciones de iniciativas ecosociales establecidas por el *Indicador de Transición Ecosocial* cuentan con tres ámbitos de impulso de los cambios, en función de las personas que implica y el alcance de los mismos.

En un primer ámbito estaría el ESTADIO MICRO, integrado por aquellas iniciativas que se pueden aportar desde lo individual o en proyectos vecinales o de voluntariado (3-5 personas). El ESTADIO MESO se configura como un nivel intermedio entre lo que puede hacerse a nivel individual y a nivel institucional y se da cuando grupos de personas convencidas de la necesidad y posibilidad del cambio en un mismo territorio, se agrupan y forman redes (cooperativas, asociaciones...). Por último, el ESTADIO MACRO está integrado por aquellas acciones

sociales realmente transformadoras que impulsan cambios estructurales e institucionales (EMA-RTV y La Transicionera, 2018).

Es en el estadio macro donde se ubican las acciones de los medios de información y comunicación, por su capacidad de moldear la opinión pública, a través de la cual conseguir generar incidencia política. Existen un total de 25 posibilidades de iniciativas de transición ecosocial que el *Indicador de Resiliencia* incluye como susceptibles de ser evaluadas las cuales se describen en el apartado 3.5 de este trabajo.

3.- PROPUESTA METODOLÓGICA

3.1.- Naturaleza de la investigación e hipótesis

El presente trabajo se ha configurado como una investigación de tipología básica no experimental y transversal, pues la recogida de datos se ha realizado en un único momento mediante la observación o estudio de las variables a analizar sin manipulación alguna de estas.

Como fundamentación teórica se ha desarrollado un análisis de las corrientes de pensamiento que constituyen nuevas propuestas de relacionarse económica, social y ecológicamente entre nosotros los seres humanos y nuestro entorno.

El carácter del trabajo es descriptivo y trata de definir hasta qué punto los medios informativos generalistas (en este caso tres periódicos digitales con una línea editorial de izquierda), están actuando o no como agentes dinamizadores de la transición ecosocial, la cual está desarrollándose impulsada por diversos sectores sociales. Se trata de una investigación previa a la tesis doctoral, que ampliará el trabajo aquí desarrollado.

En cuanto a la **hipótesis de partida** no es necesaria al pretender este estudio extraer conclusiones que sirvan de base para el desarrollo de ítems de evaluación. Se trata de radiografiar con qué contexto trabajamos y a partir del análisis de esa radiografía, extraer conclusiones.

El alcance exploratorio del estudio viene dado por su utilidad para identificar conductas y conceptos interesantes para el desarrollo de indicadores de evaluación.

3.2.- Elección de la muestra

Por motivos derivados de las limitaciones temporales y espaciales del TFM, la muestra se constituye de solo tres medios.

Habiendo hecho una breve exploración inicial, se escogieron los diarios *Público*, *Infolibre* y *Eldiario.es* por tratarse de diarios online que responden a denominadores comunes relacionados con compromisos éticos y de transparencia reflejados en sus páginas. Al mismo tiempo, los tres son de reciente creación y tienen una aparición cercana en el tiempo.

Asimismo, se definen en sus propios medios como un nuevo modo de hacer periodismo, comprometido e independiente, un compromiso derivado incluso de su propia página web.

Además, los tres funcionan con un modelo de financiación mixto (suscripciones y publicidad) que les permite cierto grado de independencia.

La investigación de Rubio Jordán, señalaba a *Infolibre* y *Eldiario.es* como defensores de un “periodismo más democrático y participativo” y los consideraba como abanderados de una forma de periodismo que, además de informar, “revierte en la sociedad” y junto con *Público*, se configuran como medios con una forma de hacer periodismo basada en “atender necesidades de los ciudadanos y no de los partidos políticos o intereses empresariales” (Rubio Jordán, 2014:493). Asimismo, el diario *Público* recibía en 2014 el premio Enfocados, por un periodismo en relación con la comunicación para el cambio social, los Derechos Humanos y la justicia social, de género y ambiental.

Por su parte, estudios previos como el de Rodríguez- Cruz (2012) dilucidaron el poco interés de los grandes medios tradicionales por los contenidos que tienen que ver con el cuidado del entorno. Su investigación se centró en *El País*, *El Mundo* y *ABC*.

Se trata por tanto de una muestra homogénea no probabilística o dirigida con la que no se ha pretendido que los casos sean estadísticamente representativos, sino que la elección está basada en las características propias de la investigación, con el propósito concreto de trabajar con medios de características similares.

La elección de tres medios con líneas ideológicas semejantes evita entrar en un estudio comparativo, algo que no hubiera podido evitarse en el caso de haberse incluido medios con posicionamientos más diversos.

Además, la pretensión de este primer análisis no es valorar qué medio presta más atención a la transición ecosocial, sino sentar la base inicial para el desarrollo de ítems que permitan la creación de un futuro indicador de transición en comunicación.

3.3.- Metodología empleada

La metodología usada es el análisis de contenido cuantitativo, una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación que cuantifica los mensajes o contenidos mediante su clasificación en categorías y subcategorías, a las cuales somete a un análisis estadístico. Para ello es necesario basarse en cantidades medibles, categorizables y susceptibles de ser transformadas en números.

En la primera página de los periódicos analizados se han identificado para su análisis posterior aquellos contenidos que recogen iniciativas de transición hacia modelos de vida que garanticen el equilibrio ecológico del planeta, tomando como referencia las propuestas recogidas por el proyecto de *Indicador de Transición Ecosocial* (apartado 3.5).

El análisis se ha centrado exclusivamente en la portada o primera página (digital) de los diarios seleccionados, correspondientes a la primera semana completa de los meses de abril, mayo, junio, julio y agosto de 2018. Las fechas seleccionadas para el análisis son las siguientes:

- 2-8 de abril
- 7-13 de mayo
- 4-10 de junio
- 2-8 de julio
- 6-12 de agosto

Las páginas para el análisis se han obtenido a través del servidor *Mayback Machine*, una base de datos gratuita que almacena copias de páginas de Internet, incluidas de periódicos digitales, guardadas tal y como fueron publicadas por fecha y hora concreta, permitiendo el servidor además la posibilidad de navegar por ellas. Como resguardo también se realizaron capturas de pantalla de cada día seleccionado.

Al tener los diarios digitales un carácter cambiante, se ha seleccionado para el análisis la misma hora todos los días; la primera de la mañana.

La recolección de datos se ha llevado a cabo mediante ficha de análisis diseñada específicamente para la investigación, la cual ha estado sometido a adaptaciones según se ha ido desarrollando el análisis que ha derivado en la modificación de algunos de los ítems (apartado 3.4).

Los textos seleccionados para su análisis han sido aquellos que recogen iniciativas, campañas o proyectos considerados de transición ecosocial según la definición recogida en el proyecto de *Indicador de Transición Ecosocial* desarrollado por EMA-RTV y el colectivo La Transicionera. Ya sean de carácter comunitario, local, regional o estatal.

Las iniciativas seleccionadas son alternativas al modelo imperante con cambios orientados hacia modelos:

- Que sitúen el bienestar de las personas en el centro

- Basados en sistemas de economía justa y solidaria
- Que fomenten el consumo crítico, responsable y de cero residuos
- Comprometidos con el entorno y la biodiversidad

En definitiva, proyectos que cuiden de las personas y del entorno, ya provengan de la ciudadanía, asociaciones, empresas o instituciones públicas.

3.4.- Variables de análisis

El análisis de contenido se ha realizado mediante ficha de análisis diseñada expresamente para esta investigación que ha estado sometida a cambios en las variables derivados del desarrollo de recogida y análisis de los datos extraídos.

Se ha llevado a cabo el análisis de los contenidos que recogen propuestas de transición ecosocial, tanto de géneros informativos como de opinión. Los contenidos han sido seleccionados en base al listado de categorías del “listado de iniciativas de transición” del proyecto de *Indicador de Transición* mencionado anteriormente.

A cada contenido identificado en los diarios durante las cinco semanas del análisis se le ha aplicado el mismo modelo de ficha específica, en la cual se han establecido los siguientes campos de análisis:

1. Identificación: el DNI que describe al documento analizado, constituido por los siguientes ítems: **número identificativo, diario, fecha de publicación, titular, enlace al contenido y breve descripción** del contenido de la noticia o reportaje.
2. La **temática** o el tipo de iniciativa de transición que recoge el texto, según el listado elaborado por el *Indicador de Transición* recogido en el apartado 3.5 de este trabajo. A cada una de las posibilidades de iniciativa de transición se le ha atribuido un número identificativo. Este campo nos dirá qué contenidos se tratan y cuáles no obtienen la visibilidad que requieren.
3. Tratamiento de los contenidos:
 - a. El **género periodístico**.
El género del texto seleccionado; noticia, reportaje, entrevista, crónica, etc. Este campo permitirá saber si esta información se difunde más en forma de noticia (a

priori el género más leído), de reportaje (el género más pausado y que más contextualización permite), si aparece en secciones de opinión, etc.

b. Fuentes consultadas.

Se cuantifican las fuentes consultadas para la elaboración del documento y se clasifican según sean: fuentes institucionales, representantes políticos, organismos supranacionales, sentencias jurídicas, agencia, personas expertas/investigadoras; informes/investigaciones; otros medios; organizaciones sociales/activistas; ciudadanía; empresas. Es importante conocer el nivel de “fuentes expertas” y propias con las que cuentan para este tipo de contenidos.

c. La firma o nombre de las persona, agencia o medio que firma el texto.

Permite conocer qué personas se encargan de cubrir estos temas, si son expertos, periodistas especializados del medio, generalistas, blogueros o comunicadores externos al medio.

d. La ubicación consiste en señalar la sección, blog o medio asociado en la que se sitúa el contenido de transición.

Conocer donde se ubica un contenido nos habla del grado de transversalidad que esta temática tiene en el medio según su aparición en secciones específicas o de carácter más general.

4. El **grado de iniciativa del medio** vendrá dado por la diferenciación entre informaciones propias o informaciones que se hacen eco de la agenda informativa mediática general o agencias.

MODELO FICHA DE ANÁLISIS:

FICHA ANÁLISIS CONTENIDO	
Número identificativo:	<i>(Cada texto cuya temática tenga que ver con iniciativas de transición ecosocial tendrá asignado un doble número identificativo, siendo el primero del 1 al 3 según el diario que sea: Público 1; Infolibre 2 y Eldiario.es 3 y el segundo de los números según fecha y orden de aparición en ese diario concreto)</i>
Fecha de publicación:	<i>(Fecha de publicación del ejemplar analizado)</i>
Titular y enlace:	<i>(Copiar el titular y el enlace del texto seleccionado)</i>
Breve descripción:	<i>(Describir brevemente el contenido de la noticia o artículo de opinión para contextualizar el análisis)</i>
Temática:	<i>(Establecer el número que identifica la iniciativa que recoge el texto periodístico según las categorías establecidas en el listado del Indicador de Resiliencia descritas en la tabla 1 de este trabajo)</i>
Ubicación:	<i>(Escribir el nombre de la sección en la que se ubica el texto y seleccionar su tipología entre las siguientes)</i> <ul style="list-style-type: none"> - Sección información general (política, economía, sociedad) - Sección específica (medio ambiente, consumo...) - Medio externo asociado - Sección de opinión - Blog
Género: <i>(En rojo los géneros informativos; en azul los de opinión y en verde los mixtos)</i>	<i>(Seleccionar de entre los siguientes)</i> <ul style="list-style-type: none"> - Noticia - Reportaje - Entrevista - Editorial - Artículo/columna/blog - Crónica - Información patrocinada - Otros (describir):

Firma:	<p><i>(Escribir nombre del periodista y seleccionar tipología de entre las siguientes)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Periodista generalista - Periodista especializado - Persona experta - Medio - Agencia - Otros (describir):
Fuentes:	<p><i>(Establecer el número de apariciones de fuentes <u>citadas</u> junto a cada opción)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Fuentes institucionales: - Representantes políticos: - Organismos supranacionales: - Sentencias o resoluciones de carácter jurídico: - Agencias: - Personas expertas/investigadoras: - Informes/investigaciones: - Otros medios: - Organizaciones sociales/activistas: - Ciudadanía: - Empresas: - Otros (indicar cuáles):
¿Iniciativa del medio?:	<p><i>(Seleccionar la opción que corresponda según sea un contenido propio del medio o se haga eco de la agenda mediática nacional)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - SÍ/NO
Observaciones:	

3.5.- Temática o iniciativas de transición ecosocial

La elección de los contenidos para el análisis se ha realizado por incluir o visibilizar iniciativas de transición enmarcadas en algunas de las categorías del *Indicador de Transición* que son las siguientes:

1. Economía y servicios a empresas:

- 1.1. Sistemas de monedas complementarias: moneda local y monedas sociales: sistemas de compra-venta alternativos al imperante como son los trueques o las monedas sociales y alternativas. Un ejemplo sería la moneda “los comunes” en Málaga o el “Banco del Tiempo”.
- 1.2. Sistemas de financiación local, cooperativa y solidaria, tales como comunidades autofinanciadas (CAF) y entidades cooperativas de crédito: todas las iniciativas de bancos, cajas de ahorros y cooperativas de crédito alternativas al sistema bancario imperante.
- 1.3. Estrategias de valorización de los recursos locales y endógenos que puedan generar empleo local/ Cooperativas de economía local, social, ecológica y solidaria: iniciativas de creación de trabajo local con recursos locales, de bajo impacto ecológico y con retorno en la comunidad. Por ejemplo una cooperativa agrícola local, ya sea de iniciativa privada, ciudadana o municipal.

2. Movilidad y energía:

- 2.1. Iniciativas ciudadanas de transición: construcción de bienes comunes, estrategias colectivas de eficiencia y reducción de consumos energéticos: campañas o políticas de eficiencia y reducción en el consumo de energía (incluido transporte) así como de transformación de las ciudades para hacerlas más humanas y sostenibles.
- 2.2. Producción cooperativa, uso y gestión colectiva de servicios básicos, como la energía y el transporte: pueblos que generan su propia energía (luz,

agua...) ya sea mediante iniciativas ciudadanas o por la puesta en marcha de empresas de titularidad municipal.

2.3. Mejoras y cambios de modelos de movilidad y usos de medios de transporte: transición hacia modelos de movilidad menos contaminantes, más accesibilidad al transporte público, remunicipalización de los servicios de transporte...

3. Hábitat, vivienda y urbanismo:

3.1. Iniciativas empresariales de construcción en base a técnicas y materiales de bajo impacto y alta disponibilidad local.

3.2. Uso y gestión colectiva de servicios básicos: vivienda, tierras de cultivo, etc.: gestión pública de la vivienda y del suelo urbanizable. Apropiación para vivienda de inmuebles deshabitados, así como de tierras de cultivo abandonadas para generar empleo y recursos en beneficio de la colectividad.

3.3. Nuevos modelos habitacionales: ecoaldeas y comunidades, unidades de convivencia alternativa.

3.4. Estrategias de ordenación del territorio, integración paisajística y recuperación de biodiversidad y fertilidad.

4. Salud, alimentación, higiene, limpieza, cuidados y consumo:

4.1. Mercados locales socio-ecológicos.

4.2. Redes de huertos agroecológicos.

4.3. Redes de producción y consumo.

4.4. Iniciativas de cuidados de la salud alternativos al modelo farmacológico y medicalizado.

4.5. Proyectos que fomentan un consumo crítico y responsable. Incluye también aquellos proyectos que se enfocan en la limitación del uso de materiales que se convierten en residuos no reutilizables o de un solo uso (plásticos, cápsulas de aluminio, etc.).

5. Justicia social, participación y resolución de conflictos.

- 5.1. Iniciativas y proyectos de participación ciudadana para la transformación social y la resiliencia local / Iniciativas asociativas o colectivas de apoyo mutuo o acción social.
- 5.2. Proyectos e iniciativas de mejora de la convivencia y la resolución de conflictos más allá del sistema penal tradicional.
- 5.3. Proyectos antimilitaristas y no violentos.

6. Educación y formación:

- 6.1. Escuela de oficios y capacitación para reconstruir la resiliencia local.
- 6.2. Proyectos de escuelas activas que ponen en el centro la educación en valores con criterios de sostenibilidad ambiental y social, incidiendo en la educación emocional, la ciudadanía crítica y responsable, participación y cooperación.
- 6.3. Proyectos I+D asociados a universidades y centros de educación.
- 6.4. Proyectos de recuperación de saberes tradicionales.

7. Comunicación e información:

- 7.1. Medios de comunicación comunitarios y locales.

8. Ocio y cultura:

- 8.1. Modelos de ocio de bajo impacto ambiental y retorno positivo a nivel local.
- 8.2. Turismo responsable: un modelo de turismo que revierta en lo local, de mínimo impacto ambiental y que no favorezca el fenómeno de la gentificación en las ciudades.

3.6.- Cronograma de la investigación

(Abril - noviembre de 2018)

Mes 1	- Revisión de la literatura y elaboración del marco teórico
Mes 2	- Diseño de metodología y testeo
Mes 3	
Mes 4	- Recogida de datos; relleno de las fichas de análisis
Mes 5	- Análisis de resultados
Mes 6	
Mes 7	- Redacción de resultados y conclusiones
Mes 8	- Presentación y defensa de la investigación (TFM)

4.- RESULTADOS OBTENIDOS

4.1.- Análisis de secciones

En el marco de la investigación se ha realizado un pequeño mapeo de las secciones específicas en las que caben y normalmente se incluyen contenidos de transición ecosocial. Estos espacios de información y opinión se constituyen como elementos innovadores en el tratamiento de los contenidos que tienen que ver con la transformación hacia un modelo de posdesarrollo.

Cabe señalar que existen otros blogs temáticos además de los aquí definidos que no se han incluido por no encontrarse en uso, pese a la posibilidad de leer las entradas antiguas. Sólo se han seleccionado para ser descritas aquellas secciones y blogs que se encuentran funcionando de manera activa en la actualidad.

ELDIARIO.ES

- Sección *Medio Ambiente*

Sobre cambio climático, conservación de los parques naturales, alternativas a los combustibles, energías renovables y recursos hídricos, entre otros. Según su propia definición también tienen en esta sección importancia los movimientos sociales que “se organizan para proteger bienes comunes”.

- Sección *Desalambre*

La sección dedicada a derechos humanos de *Eldiario.es*.

Contiene las siguientes subsecciones: Fronteras; Igualdad; Racismo; Derechos y Libertades; Desigualdad y Pobreza. Trata temas relacionados con la migración fundamentalmente desde la óptica de la defensa de los derechos humanos y la justicia social.

- Sección *Ballena Blanca*

Es una sección dedicada a tratar temas que interrelacionan medio ambiente y economía. Engloba las siguientes subsecciones: Transición energética; Biodiversidad; Economía; 365 días; Medio Ambiente. Se trata de una sección de reciente creación: comenzó a funcionar en el mes de octubre de este año.

- **Blog *El caballo de Nietzsche***

Un espacio dedicado a los derechos de los animales que saca su nombre del caballo al que el filósofo se abrazó llorando. Es una de las secciones que marcaron el carácter innovador de *Eldiario.es* y en ella escriben por lo general personas expertas sobre distintos acontecimientos que vulneran los derechos de los habitantes no humanos del planeta.

- **Blog *Última Llamada***

Quizás sea el espacio más propicio a contener contenidos que recojan transiciones ecosociales, pues en él escriben personas muy diversas convencidas de que “la crisis de régimen que vivimos no podrá superarse si al mismo tiempo no se supera la crisis ecológica”. Es la sección de *Eldiario.es* para las alternativas socioeconómicas que tengan el bienestar de la población en armonía con el planeta en el centro. Existe un manifiesto firmado por diversos intelectuales que lleva el nombre de este blog y que se cita en este trabajo (*Manifiesto Última Llamada*).

INFOLIBRE

- **Sección *Medio Ambiente***

En este caso el diario no tiene contenidos que sean específicamente de *Medio Ambiente*, sino que artículos de temáticas diversas, sobre todo *Política*, también pueden encontrarse en esta sección cuando su temática tiene que ver con asuntos de corte ecológico. Este puede ser un aspecto positivo porque aporta transversalidad a los temas medioambientales además de relacionarlos y considerarlos como problemas políticos o económicos y no puramente medioambientales. Asimismo, es una manera de señalar a la política y la economía como áreas de donde deben partir buena parte de las soluciones a los problemas expuestos.

- **Blog *¡Insostenible!***

Se configura como un espacio dedicado a lograr “un futuro más sostenible”, en el que se habla de cambio climático, urbanismo, economía verde y biodiversidad, entre otros

asuntos. Todo ello desde la óptica de los 17 objetivos de desarrollo sostenible de la ONU.

PÚBLICO

- **Sección *Medio Ambiente***

Del mismo modo que *Infolibre*, los contenidos que *Público* inserta en esta sección son transversales a otras secciones. No solo se habla de problemas medioambientales, como tradicionalmente se ha hecho, sino que se relacionan con temas en los que se puede incidir para cambiar socialmente como la relación ecología-consumo.

- **Sección *Maltrato Animal***

Caben en esta sección todos los contenidos relacionados con vulneraciones de los derechos de los animales o logros en su protección. Por lo general los artículos insertos en esta sección se recogen también en *Sociedad*.

- **Blog *Mundo Rural Siglo XXI***

Un espacio dedicado a debatir sobre la situación del mundo rural en España. Está configurada como un espacio de debate con una estructura en la que unos artículos responden a cuestiones planteadas por otros.

- **Blog *Ecologismo de Emergencia***

Un espacio sobre ecología y medio ambiente liderado por los expertos Beatriz del Hoyo y Juan López de Ugalde. Todos los temas son tratados desde una perspectiva sociocrítica.

4.2.- Reporte de resultados

4.2.1.- Iniciativas de transición ecosocial por medio

En el análisis de un total de 105 periódicos correspondientes a las primeras semanas completas de los meses de abril, mayo, junio, julio y agosto de 2018, se ha cuantificado la aparición de un total de 287 contenidos con temática ecosocial, que por diarios se reparte de la siguiente manera:

CUADRO 1: TOTAL DE CONTENIDOS IDENTIFICADOS

	Eldiario.es	Infolibre	Público	TOTAL
Nº CONTENIDOS	67	32	69	168
Nº APARICIONES (de esos contenidos)	85	81	121	287

Investigación y elaboración propia

Se hace una distinción entre el número de apariciones de contenidos y el número de contenidos originales porque muchas de las apariciones son artículos repetidos que quedan anclados en la página web del medio varios días de la semana desde el primero de su publicación.

Por ejemplo, el artículo con titular “Vídeo manifiesto fundacional de la Red Set”, aparece en *Infolibre* por primera vez un lunes, pero queda anclado y vuelve a aparecer martes, miércoles, jueves y viernes. Siendo así, este contenido cuantifica 5 veces según aparición pero solo una vez como contenido original.

Eldiario.es y *Público* son los dos diarios que más contenido ecosocial generan (67 y 69 respectivamente), mientras que *Infolibre* solo cuenta con la mitad de contenidos (32). En número de apariciones es *Público* el que más temas de contenido ecosocial coloca en sus páginas, seguido de *Eldiario.es* e *Infolibre*. *Infolibre* tiende a anclar sus contenidos en la página durante toda la semana, por lo que su índice de aparición es bastante mayor al de número de contenidos originales.

Por su parte, buena parte de la alta incidencia de *Público* en cuanto a este tipo de contenidos se debe a una sección de debate sobre el mundo rural que permanece anclada en su página, compuesta por tres o cuatro artículos (que van cambiando a lo largo del período del análisis) y que permanece como sección fija en el periódico tres de las cuatro semanas analizadas.

El número de artículos de cada diario por día analizado (35 días de análisis por cada uno de ellos) es de 2.4 artículos por día en el caso de *Eldiario.es*, 2.3 en el de *Infolibre* y 3.4 en *Público*³.

Del total de contenidos de temática ecosocial identificados, solo 63 recogen iniciativas concretas de transición, según el listado de categorías de iniciativas y proyectos que ha servido como plantilla para el estudio. De esos 63 contenidos, 27 son repetidos, por lo que solo se han identificado 36 contenidos originales en los diarios analizados.

El análisis del tratamiento de la información solo profundiza en estos 36 contenidos, por ser los únicos en los que se han identificado iniciativas concretas de transición. Acotar el análisis a contenidos que visibilicen alternativas concretas responde a la necesidad de un nuevo discurso comunicativo que vaya más allá de la crítica y hable de lo que queremos construir; comunicar sobre experiencias donde la vida se gestiona de otra manera.

El listado de los 36 contenidos analizados son los siguientes (titulares):

1. Un paso atrás en las costas: el mar presenta de nuevo las escrituras y exige sus derechos
2. El feminismo que quiere cambiar nuestras ciudades
3. Cajas de ahorros: de la nostalgia a la acción
4. Los seis de la Macarena
5. La medicina alternativa: quién, cómo y por qué
6. Vídeo-manifiesto fundacional de la Red set
7. El turismo tiene la culpa de una décima parte de las emisiones globales de carbono
8. Carmena endurece el protocolo anticontaminación: se activará antes y afectará a los vehículos según su etiqueta
9. Madrid limitará la circulación por contaminación también a las motos
10. Madrid endurece el protocolo de alta contaminación: habrá más límites para más vehículos y con más frecuencia
11. Once capitales reivindicarán el “derecho a la ciudad” frente al “modelo neoliberal” que hace subir alquileres y vulnera derechos
12. Las campesinas que dijeron basta a los abusos en la venta de quinoa, la comida de moda
13. “Las ciudades no se venden”: los vecinos salen a las calles para luchar contra la burbuja del alquiler y la turistificación
14. Un barrio de Berlín, en pie de guerra contra Google

³ Para el cálculo de la media se ha cogido la cifra de número de apariciones, no la de contenidos originales.

15. Una organización ecologista consigue la prohibición del diésel en grandes ciudades alemanas
16. Situación del autoconsumo en España
17. El oso pardo apunta su recuperación en las montañas del norte de España
18. La compañía Atalaya: “el teatro es todo menos mentira”
19. Vecinos y ONG de Granada improvisan una alternativa a los CIE al asistir a 54 migrantes abandonados por el gobierno
20. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible en España: un diálogo con el futuro
21. El centro social La Ingobernable sortea su segunda orden de desalojo
22. Navarra prohíbe las cápsulas y obligará a los restaurantes a ofrecer agua del grifo
23. La Justicia avala la nacionalización de las centrales hidroeléctricas
24. Un mínimo de cien litros gratuitos por persona y día: piden el reconocimiento del derecho humano al agua
25. Navarra prohibirá en 2020 las cápsulas monodosis de café y las bolsas de plástico
26. Neorrurales: contra la corriente de despoblación rural
27. Material sostenible para tablas de surf
28. Las bolsas de plástico empezarán a cobrarse desde hoy como paso previo a su prohibición total en 2021
29. El Ayuntamiento de Barcelona pone en marcha su propia eléctrica pública
30. El Ayuntamiento de Madrid ya consume energía 100% renovable
31. “Cinecicleta”, el cine a la fresca que dos aventureros ofrecen a los pueblos más despoblados
32. “¡Salvemos el Ártico!”, un trabajo de investigación, conocimiento y empoderamiento infantil
33. “Necesitamos un marco estatal para eliminar plásticos y envases innecesarios”
34. El “turno de pateras”: los abogados malagueños se autoorganizan para desafiar las trabas a la asistencia jurídica a migrantes
35. Una “star-up” alemana prueba un vehículo solar que se carga mientras se conduce
36. Un nuevo servicio de patinete eléctrico de alquiler llega a Madrid

En la siguiente tabla puede apreciarse el total de contenidos que se han identificado en cada uno de los medios y en total:

CUADRO 2: TOTAL DE CONTENIDOS SOBRE INICIATIVAS CONCRETAS

	Eldiario.es	Infolibre	Público	TOTAL
Nº CONTENIDOS	14	8	14	36
Nº APARICIONES (de esos contenidos)	17	28	18	63

Investigación y elaboración propia

Por diarios el que más visibilidad a proyectos de transición otorga es *Infolibre*, con un total de 28 contenidos, seguido de *Público* con 18 y *Eldiario.es* con 17. Sin embargo, si miramos el número de contenidos diferentes sin contar repeticiones en distintas ediciones del mismo medio encontramos que *Eldiario.es* y *Público* presentan la misma cantidad de contenidos originales o no repetidos: 14, mientras que *Infolibre* solo cuenta con ocho.

Podemos concluir que *Infolibre* es el diario que más espacio ha dedicado a visibilizar iniciativas de transición pero el que menos contenido original genera, pues tiende a repetir mucho sus contenidos en las distintas ediciones del diario, una casuística que apenas se da en *Eldiario.es* y *Público*, pues ambos periódicos renuevan la mayoría de sus artículos cada día.

4.2.2.- Secciones en los que se ubican

El espacio temático en el que se albergan los contenidos de transición ecosocial denota el grado de transversalidad de la temática ecosocial en el medio. Que el diario las ubique en secciones de carácter genérico aporta más transversalidad que el enmarcarlas en secciones específicas.

Asimismo, la sección en la que se ubican denota también la percepción de las iniciativas de transición ecosocial que tienen los medios. Que los contenidos de transición se alberguen en secciones regionales conlleva un tratamiento cercano, hacerlo desde la sección de Política denota una percepción de estos contenidos como algo que nos afecta a todos y que debe ser manejado políticamente, además de la reputación que esta sección le otorga a sus contenidos. Por su parte hacerlo en la sección de Sociedad lo lleva a tener una percepción de temas más humanos y susceptibles de ser influidos socialmente.

En la siguiente tabla se resume la ubicación de los 36 contenidos de transición ecosocial analizados por diario:

CUADRO 3: REPARTO DE CONTENIDOS POR SECCIONES

	Eldiario.es	Infolibre	Público
POLÍTICA	0	5	2
ECONOMÍA	1	0	0
INTERNACIONAL	1	0	0
SOCIEDAD	0	0	6
MEDIO AMBIENTE	1	0	2
CIENCIAS	0	0	1
REGIONAL	5	0	0
CULTURA*	0	0	1
OTRAS	3	1	0
BLOG	2	2	1
MEDIOS ASOCIADOS	1	0	1

Investigación y elaboración propia *En este caso la sección cultural de *Público* lleva el nombre en plural: *Culturas*, en referencia a la no existencia de una cultura única, sino muchas y diversas.

Las principales secciones en las que se enmarcan los contenidos de análisis son, con notable diferencia: Política (7), Sociedad (6) y secciones regionales (5).

El *Diario.es* ubica cinco de los 14 contenidos analizados en secciones regionales (35.7%) y dos en la sección *Desalambre*, sobre derechos humanos. El resto de contenidos se ubican uno en cada una de las siguientes secciones: sección *Mejores Ciudades*, el blog sobre derechos de los animales *El Caballo de Nietzsche*, el blog *Piedras de Papel* sobre actualidad política, *Internacional*, *Economía*, *Medio Ambiente* y en la revista *Alternativas Económicas*.

Los contenidos que recogen iniciativas de transición en *Infolibre* se enmarcan en la sección *Política* en cinco ocasiones (62.5%), dos en el blog *¡Insostenible!*, sobre economía verde y vida sostenible y un contenido en la sección *Objetivo: Sostenibilidad*, que debate sobre los objetivos de desarrollo sostenible y su situación en el país.

Por su parte, *Diario Público* ubica seis de sus contenidos en la sección *Sociedad* (42.8%), dos en *Medio Ambiente* y dos en *Política*. Los cinco artículos restantes se ubican en *Ciencias*; *Cultura*; *Sal y Roca*; un blog sobre deporte y ocio en la naturaleza y la revista *Ecologistas*, de la asociación Ecologistas en Acción.

Existe una tendencia clara en cada uno de los medios a ubicar los contenidos sobre iniciativas de transición en una sección concreta: en secciones regionales *Eldiario.es*, en la sección *Política* lo hace *Infolibre* y en *Sociedad* el diario *Público*.

4.2.3.- Tipología de iniciativas de transición

Para la selección de los artículos se ha tenido en cuenta que incluyeran la descripción de un proyecto, campaña o iniciativa considerada de transición ecosocial según el listado de proyectos del *Indicador de Transición Ecosocial* desarrollado por EMA-RTV y el colectivo La Transicionera.

Se trata de un total de 25 tipologías de iniciativas enmarcadas en ocho áreas temáticas más amplias. Al haberse identificado solo 36 artículos (en 105 periódicos analizados) que incluían la transmisión de proyectos de transformación de manera específica, no existe, en la mayoría de los casos, más de un proyecto por categoría temática.

El siguiente cuadro refleja el número de proyectos de cada tipo que se han identificado por diario y en total:

CUADRO 4: TIPOS DE INICIATIVAS IDENTIFICADAS POR MEDIO Y EN TOTAL

		ED	INF	PÚBL	TOTAL
Economía y servicios a empresas (1)	Sistema de monedas complementarias: moneda local y monedas sociales (1.1)	0	0	0	0
	Sistema de financiación local, cooperativa y solidaria, tales como comunidades autofinanciadas (CAF) y entidades cooperativas de crédito (1.2)	1	0	0	1
	Estrategias de valorización de los recursos locales y endógenos que puedan generar empleo local/ Cooperativas de economía local, social, ecológica y solidaria (1.3)	1	0	0	1
Movilidad y energía (2)	Iniciativas ciudadanas de transición: construcción de bienes comunes, estrategias colectivas de eficiencia y reducción de consumos energéticos (2.1)	0	1	2	3
	Producción cooperativa, uso y gestión colectiva de servicios básicos, como la energía y el transporte. (2.2)	0	0	2	2
	Mejoras y cambios de modelos de movilidad y usos de medios de transporte (2.3)	3	1	2	6
Hábitat, vivienda y urbanismo (3)	Iniciativas empresariales de construcción en base a técnicas y materiales de bajo impacto y alta disponibilidad local (3.1)	0	0	1	1
	Uso y gestión colectiva de servicios básicos: agua, vivienda, transporte, etc. (3.2)	1	0	1	2
	Nuevos modelos habitacionales: ecoaldeas y comunidades, unidades de convivencia alternativa (3.3)	0	0	1	1
	Estrategias de ordenación del territorio, integración paisajística y recuperación de biodiversidad y fertilidad (3.4)	0	2	0	2
Salud; alimentación; higiene;	Mercados locales socio-ecológicos (4.1)	0	0	0	0
	Redes de huertos agroecológicos (4.2)	0	0	0	0
	Redes de producción y consumo (4.3)	0	0	0	0

limpieza; cuidados (4)	Iniciativas de cuidados de la salud alternativos al modelo farmacológico y medicalizado (4.4)	1	0	0	1
	Proyectos que fomentan un consumo crítico y responsable (4.5)	1	1	2	4
Justicia social, participación y resolución de conflictos (5)	Iniciativas y proyectos de participación ciudadana para la transformación social y la resiliencia local / Iniciativas asociativas o colectivas de apoyo mutuo o acción social. (5.1)	1	0	0	1
	Proyectos e iniciativas de mejora de la convivencia y la resolución de conflictos más allá del sistema penal tradicional. (5.2)	1	0	1	2
	Proyectos antimilitaristas y no violentos (5.3)	0	0	0	0
Educación y formación (6)	Escuela de oficios y capacitación para reconstruir la resiliencia local (6.1)	0	0	1	1
	Proyectos de escuelas activas que ponen en el centro la educación en valores con criterios de sostenibilidad ambiental y social. Incidiendo en la educación emocional, la ciudadanía crítica y responsable, participación y cooperación... (6.2)	1	0	0	1
	Proyectos I+D asociados a universidades y centros de educación. (6.3)	0	0	1	1
	Proyectos de recuperación de saberes tradicionales (6.4)	0	0	0	0
Comunicación e información (7)	Medios de comunicación comunitarios y locales (7.1)	0	1	0	1
Ocio y cultura (8)	Modelos de ocio de bajo impacto ambiental y retorno positivo a nivel local (8.1)	1	0	0	1
	Turismo responsable (8.2)	1	2	0	3

Elaboración propia. Fuente: Investigación propia, EMA-RTV y *La Transicionera*

Los proyectos que más incidencia de aparición han tenido son los de “mejoras y cambios de modelos de movilidad y usos de medios de transporte”, con presencia en seis de los 36 artículos analizados. Los titulares son los siguientes:

1. Carmena endurece el protocolo anticontaminación. Se activará antes y afectará a los vehículos según su etiqueta
2. Madrid limitará la circulación por contaminación también a las motos
3. Madrid endurece el protocolo de alta contaminación
4. Una “star-up” alemana prueba un vehículo solar
5. Un nuevo servicio de patinete eléctrico llega a Madrid
6. Un ONG alemana consigue la prohibición del diésel en grandes ciudades alemanas

Tres de los artículos hacen referencia a la misma información: el ayuntamiento de Madrid limitará la circulación a vehículos más contaminantes, así como a motocicletas en pro de tener una ciudad sostenible y menos contaminada. Los otros dos artículos narran el desarrollo de un coche que se mueve con energía solar por una empresa alemana y la instalación en Madrid de un servicio de alquiler de patinetes eléctricos que hace frente a opciones más contaminantes. El sexto artículo habla de la prohibición del diésel gracias a la acción de una organización ecologista.

Cabe destacar que los seis artículos hacen referencia a grandes ciudades, cuatro de ellos centrados en la ciudad de Madrid.

Los segundos proyectos con más incidencia de aparición (cuatro de 36) son los que “fomentan un consumo crítico y responsable” y hacen referencia a iniciativas que tratan de reducir el consumo de residuos innecesarios, concretamente, los cuatro artículos analizados hacen referencia a limitar el uso de cápsulas de aluminio y plásticos de un solo uso.

1. Navarra prohíbe las cápsulas y obligará a los restaurantes a ofrecer agua del grifo
2. Navarra prohibirá en 2020 las cápsulas monodosis de café y las bolsas de un solo uso
3. La bolsa de plástico empezará a cobrarse desde hoy como paso previo a su prohibición
4. “Necesitamos un marco estatal para eliminar plásticos y envases innecesarios”

En tres ocasiones se han analizado artículos que describen “iniciativas ciudadanas de transición: construcción de bienes comunes, estrategias colectivas de eficiencia y reducción de consumos

energéticos”. Artículos que describen iniciativas de transformación de las ciudades (ciudades porque siempre se centra en grandes territorios): un proyecto urbanístico para “despatriarcalizar” las ciudades, iniciativas de ciudades que funcionan mayoritariamente con energía solar y la transición del ayuntamiento de Madrid al uso de energías limpias. Los titulares son los siguientes:

1. El feminismo que quiere cambiar las ciudades
2. Situación del autoconsumo en España
3. El ayuntamiento de Madrid ya consume energía 100% renovable

También en tres ocasiones se han identificado proyectos de transición hacia “modelos de turismo responsable”, basados en iniciativas ciudadanas que reivindican las ciudades para sus habitantes y no para el turismo.

1. Vídeo manifiesto fundacional de la Red-SET
2. Once capitales reivindicarán el "derecho a la ciudad" frente al "modelo neoliberal" que hace subir alquileres y vulnera derechos
3. "Las ciudades no se venden": los vecinos salen a las calles para luchar contra la burbuja del alquiler y la turistificación

Se han identificado y analizado dos textos en cada una de las siguientes categorías:

- “Proyectos e iniciativas de mejora de la convivencia y la resolución de conflictos más allá del sistema penal tradicional”: vecinos de Granada que se organizan para ofrecer una alternativa a los migrantes que llegan a sus costas como alternativa a la línea que marca el sistema y un colectivo de abogados malagueños que se organizan para saltar las trabas jurídicas y poder prestar asistencia a personas migrantes.
- “Estrategias de ordenación del territorio, integración paisajística y recuperación de biodiversidad y fertilidad”. En esta categoría se han identificado un artículo que narra distintas iniciativas que han conseguido con éxito frenar las políticas urbanísticas que comen terreno al mar y otro artículo que habla de las iniciativas desarrolladas en varias regiones del norte del país para proteger y recuperar la población autóctona de oso pardo.

- “Uso y gestión colectiva de servicios básicos: agua, vivienda, transporte, etc”. Se han identificado dos proyectos que tienen que ver con grupos sociales que dan un nuevo uso a edificios abandonados o vacíos para realojar a familias sin hogar o gestionarlos como casa de ocio y cultura.
- “Producción cooperativa, uso y gestión colectiva de servicios básicos, como la energía y el transporte”. Una sentencia que avala que las centrales hidroeléctricas vuelvan a ser de titularidad pública o una iniciativa que exige el reconocimiento de un derecho humano al agua que garantice un suministro mínimo y gratuito para todas las personas.

El resto de categorías de proyectos tienen una incidencia de uno y se han identificado los siguientes:

- Una caja de ahorros local, cooperativa y solidaria
- Un grupo de campesinas ecuatorianas que se han asociado para dejar de vender su producto a grandes multinacionales y retornar a la agricultura familiar, ecológica, diversificada y de comercio justo
- Una empresa de material de surf que ha empezado a usar materiales reciclables y sostenibles en la fabricación de sus productos
- Corrientes de poblamiento de zonas rurales deshabitadas del país
- Un estudio sobre los distintos métodos alternativos al sistema farmacológico imperante
- La historia de un barrio de Berlín cuyos vecinos se oponen a la instalación de un centro operativo de Google por la pérdida de personalidad y la subida de alquileres que conllevaría
- Una compañía de teatro comunitario que crea oportunidades para mujeres excluidas socialmente
- Un trabajo de investigación sobre la situación del Ártico por parte del alumnado de primaria de un colegio
- Una investigación académica que mide el impacto del turismo sobre el cambio climático
- Un periódico que estrena una sección para debatir acerca de los objetivos de desarrollo sostenible
- El proyecto de ocio sostenible de dos aventureros que proyectan películas en pueblos pequeños gracias a la energía cinética de sus bicicletas

No hay incidencia de artículos que recojan iniciativas de “mercados locales socio-ecológicos”, “redes de huertos agroecológicos”, “redes de producción y consumo”, “proyectos antimilitaristas y no violentos”, “proyectos de recuperación de saberes tradicionales” y “sistemas de monedas complementarias”.

Llama la atención no haber encontrado iniciativas de mercados, huertos y redes de consumo, pues se trata de las iniciativas de transformación ecosocial más extendidas en el país y las que han actuado a modo de promotoras para la puesta en marcha de modelos transformadores en otros ámbitos.

4.2.4.- Tratamiento: firmas, géneros y fuentes utilizadas

ANÁLISIS DE LAS FIRMAS

El grado de tratamiento experto de las informaciones sobre transición ecosocial viene en parte dado por el estudio de la firma de los textos identificados como tales. Se han analizado las firmas y categorizado según sean: periodista generalista (sin una especialización en un área concreta); periodista especializado en cualquiera de las temáticas que se enmarcan en la transición ecosocial; persona experta como ecologistas, investigadores, abogados, etc. Las otras dos categorías establecidas son los textos firmados por el propio medio y por agencia.

En el siguiente cuadro se refleja la clasificación de las firmas identificadas:

CUADRO 5: FIRMA DE LOS ARTÍCULOS ANALIZADOS

	Eldiario.es	Infolibre	Público	TOTAL
Periodista generalista	10	0	6	16
Periodista especializado	2	3	2	7
Persona experta	2	1	2	5
Medio	1	4	2	7
Agencia	0	0	2	2

Investigación y elaboración propia

En cuanto a los periodistas especializados encontramos firmas que se corresponden con una especialización en economía alternativa (1); derecho (1); derechos humanos (1); ecología y

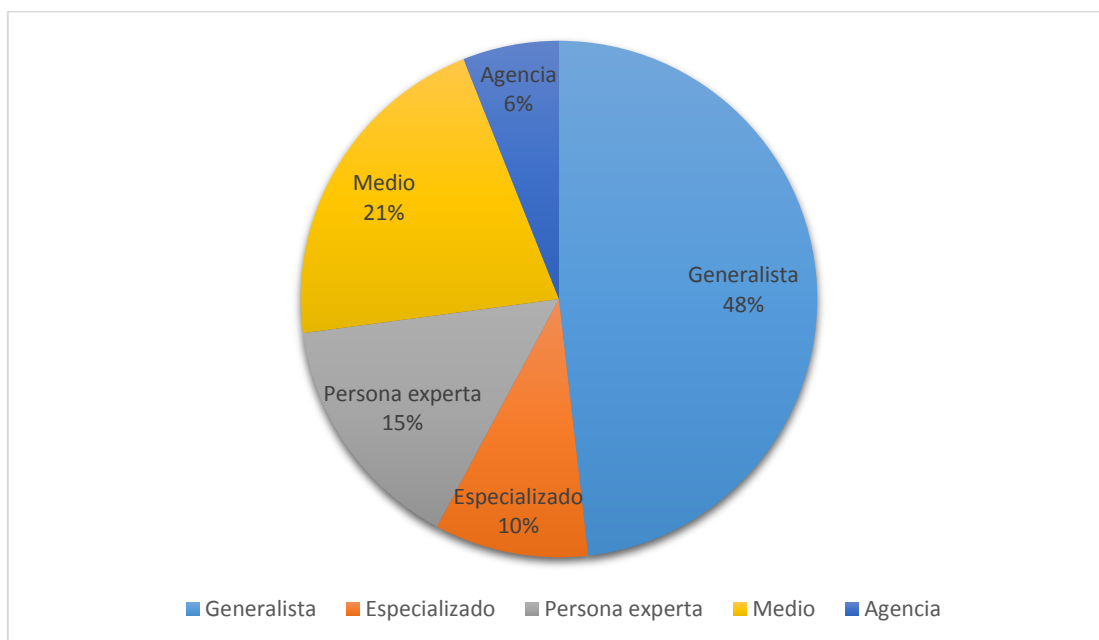
medio ambiente (4). Las personas expertas lo son en las áreas de migración (1); derecho animal (1); ecología y medio ambiente (2); ocio y deporte en la naturaleza (1). Las agencias que firman dos de las noticias analizadas son EFE y REUTERS.

Con 16 firmas, los periodistas generalistas (sin una especialidad concreta) son los que más firman este tipo de informaciones, especialmente en *Eldiario.es* y en *Público*. No así en *Infolibre*, donde no hay ninguna firma de esta categoría.

Los periodistas especializados y las personas expertas representan también una cuota importante con siete firmas cada una. La mayoría de las ocasiones en que firma el propio medio son del diario *Infolibre*. Se trata esta de una casuística derivada de la propia naturaleza del medio, que firma buena parte de las informaciones que publica.

Cabe señalar que aunque la mayoría sean periodistas generalistas, al no identificarse como expertos en un área temática concreta, todos ellos muestran una predisposición e interés en trabajar temas sociales, relacionados con los derechos humanos y el cuidado del planeta.

GRÁFICO 1: PORCENTAJES SEGÚN FIRMA



Investigación y elaboración propia

ANÁLISIS DE LOS GÉNEROS

Los artículos sobre iniciativas de transformación ecosocial analizados han sido clasificados también por género. El monto total de 36 artículos del análisis lo componen 22 noticias, 12 reportajes, una entrevista y un blog de opinión. En la siguiente tabla pueden apreciarse estos datos disgregados por medio y en total:

CUADRO 6: GÉNEROS DE LOS ARTÍCULOS ANALIZADOS

GÉNEROS	Eldiario.es	Infolibre	Público	TOTAL
Noticia	7	5	10	22
Reportaje	7	2	3	12
Entrevista	0	0	1	1
Artículo/columna/blog	0	1	0	1

Investigación y elaboración propia

Que el reportaje suponga una cuota tan alta del total denota que se trata de contenidos que requieren un tratamiento profundo, amplio y contextualizado. Por su parte, el alto índice de noticias también implica que no se está dando el tratamiento profundo que estos temas requieren para la descripción de la alternativa, sino que se está centrado este tipo de informaciones más en el momento en que se anuncia la adopción de una nueva medida política o una resolución judicial y no tanto en acudir a conocer las iniciativas y transmitir su funcionamiento y lo que aportan a la transición.

Por diario específico, en *Público* e *Infolibre* prima el género de la noticia, mientras que el *Eldiario.es* reparte su cuota a partes iguales entre la noticia y el reportaje. Sólo hay una entrevista, en la que la concejal de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Madrid habla sobre las medidas adoptadas por su gobierno para una ciudad más limpia y sostenible. En el único blog de opinión identificado una persona experta habla sobre distintas modalidades de transición energética que se han realizado con éxito en diversas ciudades europeas.

ANÁLISIS DE LAS FUENTES

En cuanto a las fuentes, cuya variedad y multiplicidad es símbolo de calidad mediática, se han identificado según sean: agencias, fuentes oficiales/administrativas; representantes políticos; organizaciones sociales/ecologistas; personas expertas; empresas; ciudadanía; informes/estudios; otros medios.

El siguiente cuadro refleja el número de veces en que los artículos analizados se han nutrido de cada tipo de fuente, por diario y en total:

CUADRO 7: FUENTES CONSULTADAS

FUENTES	Eldiario.es	Infolibre	Público	TOTAL
Fuentes institucionales	4	4	10	18
Representantes políticos	4	0	4	8
Organismos supranacionales	1	1	0	2
Resoluciones jurídicas	0	0	1	1
Agencias	0	1	2	3
Personas expertas/investigadoras	1	0	8	9
Informes/investigaciones	3	2	4	9
Otros medios	0	1	0	1
Organizaciones sociales/activistas	18	6	6	30
Ciudadanía	5	0	2	7
Empresas	2	0	3	5

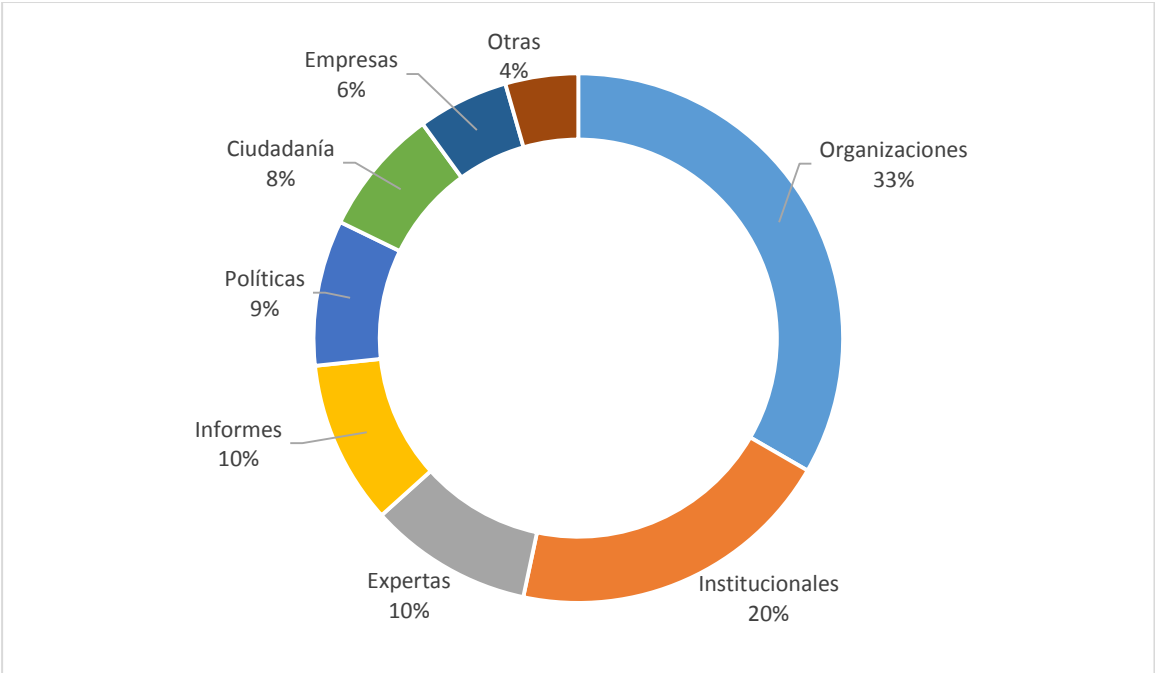
Investigación y elaboración propia

Las fuentes a las que con más asiduidad acuden los medios para cubrir este tipo de temáticas son las procedentes de organizaciones sociales y activistas (30 ocasiones) y las institucionales (18 ocasiones). Les siguen las fuentes expertas y los informes e investigaciones científicas con nueve apariciones cada una. En ocho ocasiones las personas comunicadoras acuden a representantes políticos para nutrir sus contenidos y en siete a la ciudadanía. Empresas, agencias de información y organismos supranacionales como la ONU son concurridas en cinco, tres y dos ocasiones respectivamente. Las fuentes con menor presencia son las resoluciones jurídicas y “otros medios”, con solo una aparición cada una de ellas.

Las iniciativas de transición surgen en su mayoría de las organizaciones y sociedad civil, por lo que el hecho de que haya tanta presencia de fuentes procedentes de asociaciones es positivo, al reflejar que se ha acudido a los protagonistas del proyecto para informar sobre él. La fuerte presencia de fuentes institucionales y políticas se debe a que buena parte de las iniciativas que han acaparado la atención mediática por parte de la muestra analizada derivan de políticas municipales.

El reparto de fuentes usadas por tipología queda reflejado en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 2: FUENTES CONSULTADAS



Investigación y elaboración propia

4.2.5.- Grado de contenido propio generado por el medio

Se ha considerado para este análisis un contenido como propio cuando no se hace eco de la agenda mediática general (no aparece en otros medios), cuando no deriva de una rueda de prensa convocada para dar a conocer la iniciativa por la entidad o colectivo que la desarrolla y tampoco proviene de una agencia de información o un medio externo asociado.

La proporción de contenido propio generado por el medio de transición ecosocial es mucho menor que el contenido que se hace eco de la agenda mediática del día, excepto en el caso de *Infolibre* donde el contenido propio representa la mitad de los contenidos identificados como transmisores de modelos de transición.

CUADRO 8: NÚMERO DE CONTENIDOS PROPIOS

	Eldiario.es	Infolibre	Público	TOTAL	%
CONTENIDO PROPIO GENERADO	5	4	4	13	36.1%
CONTENIDO NO PROPIO	9	4	10	23	63.9%

Investigación y elaboración propia

Prácticamente la totalidad de los contenidos identificados como propios se configuran como un reportaje, concretamente nueve de ellos, los cuatro restantes son dos noticias, una entrevista y un blog de opinión. Generar un contenido propio sobre una iniciativa de este tipo requiere un análisis profundo y una descripción lo suficientemente amplia y reposada como para que pueda ser entendida y, en cierto modo, replicada. Es por eso que la mayoría de los contenidos se tratan desde el género del reportaje y no desde la noticia, que requiere una inmediatez y brevedad que no deja espacio a tanta reflexión como los géneros más extensos, nutridos y reposados.

4.3.- Dificultades encontradas

- La principal dificultad derivada de la investigación ha sido la escasez de temas sobre iniciativas o modelos concretos de transición que se han identificado; tan solo 36 contenidos de 105 periódicos analizados. Contar con una muestra tan reducida de artículos ha dificultado el análisis del tratamiento que se hace de estos temas.
- Esta carencia se podría haber suplido en parte con la elección de una muestra de análisis por semanas “deconstruidas” en lugar de semanas completas. La elección de semanas completas conlleva que muchos contenidos se repitan, pues los diarios digitales a menudo vuelcan nuevos contenidos los lunes y los dejan anclados varios días después, especialmente los reportajes. Esto ha contribuido a reducir considerablemente la muestra de contenidos identificados para el análisis.

- Muchos de los contenidos no tienen como fin o protagonista principal la iniciativa de transición, sino que narran un hecho de la actualidad o un problema sistémico al que acompañan con ejemplos de iniciativas concretas.

5.- LÍNEAS FUTURAS DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo desarrollado se configura como el primer paso para una línea de investigación mucho más amplia que pretende culminar en el desarrollo de marcadores de transición ecosocial en comunicación. Los ítems incorporados en el análisis constituirán una parte de un futuro indicador que tratará de evaluar modelos comunicativos para deducir hacia dónde van las tendencias que cuentan realidades desde una óptica diferente. El trabajo se configura como una de las líneas de trabajo previas a la realización de una tesis doctoral que versará sobre el mismo campo.

El trabajo acometido parte de la necesidad de una evaluación previa del paisaje mediático que queremos evaluar. Por su parte, la importancia del indicador previsto deriva de la posibilidad de poder señalar a cada medio evaluado aquellos aspectos mejorables en pro de una comunicación que contribuya favorablemente al necesario cambio que el planeta y los seres que acoge necesitan.

Esta línea incluye la realización de una radiografía de las temáticas de transición ecosocial que forman parte de los medios y la elaboración de un catálogo definitivo con todas las posibilidades de iniciativas.

Otras líneas posibles:

- Analizar si la publicidad, sustentadora junto con los suscriptores del medio, se corresponde con los criterios éticos por los que se rigen estas ideas de transformación social.
- Describir la acogida por parte de las audiencias de dichas temáticas, determinando su aparición entre las noticias más leídas y el número de comentarios, entre otras variables.

6.- CONCLUSIONES FINALES

.- Los contenidos de temática ecologista, de derechos humanos, de la tierra y animal, cada vez tienen más presencia en los medios de información, incluso con varias secciones y blogs específicos. Sin embargo, el tratamiento de los contenidos se sigue centrando en la transmisión de problemas (a menudo sin hacer el suficiente énfasis en que la causa es el sistema imperante y sus modos), en lugar de en la visibilización de alternativas concretas. Que haya una alta presencia de estos contenidos es un esfuerzo y denota implicación, sin embargo, la situación de colapso en que nos encontramos requiere tratar los temas desde otra óptica; es preciso ahondar más en este tipo de informaciones e iniciativas.

Aun teniendo contenidos que tratan estos aspectos que hemos estudiado, hay una contradicción evidente en los mensajes publicitarios que se insertan en los medios, que a menudo van en contra de la construcción de un discurso y de unos nuevos imaginarios sobre transición, porque siguen incentivando prácticas de consumo acordes al sistema de desarrollo económico.

Por otra parte, existe poca presencia de contenidos que transmitan iniciativas de transición ecosocial concretas en los medios analizados. Esta casuística denota una carencia, pues la denuncia, que es totalmente necesaria, requiere ser acompañada de la divulgación de conductas alternativas al desarrollo. La visibilización de modelos de transición es fundamental, centrarse solo en problemas de manera independiente difumina el carácter sistémico de todos ellos.

Si se hubiera cuantificado la totalidad de temas sobre transición ecosocial o problemas concretos derivados del sistema de desarrollo la incidencia hubiera sido mayor (40 artículos identificados solo en uno de los meses del análisis). Sin embargo, se ha decidido cerrar el círculo y centrar el análisis de tratamiento exclusivamente en aquellos contenidos que presentan alternativas concretas, pues se entiende, por la argumentación expuesta, que solo ofreciendo alternativas se conseguirán modificar los imaginarios colectivos para la implicación y la transformación de conductas sociales. Generar debate acerca de qué modelos de conducta, consumo o alimentación queremos requiere conocer a qué modelos podemos optar.

De la misma manera, comunicar el colapso colectivo implica colaborar en la organización de las sociedades para aprovechar las oportunidades y sortear los riesgos, es decir, transmitir la relevancia de la acción⁴.

⁴ Del siguiente artículo de CTXT: <https://ctxt.es/es/20181003/Firmas/22088/cambio-climatico-colapso-civilizacion--industria-negacionistas-luis-gonzalez-ecologia.htm>, publicado el 03/10/2018.

- La mayoría de las iniciativas son tratadas de una forma muy genérica y no como proyectos concretos con nombres y apellidos.

Esto se explica en parte porque la muestra la constituyen medios de masas que, aunque funcionan con un modelo de financiación mixto, siguen teniendo una gran dependencia de la publicidad y, por tanto, de los poderes de las grandes multinacionales que configuran el sistema desarrollista, con una supervivencia sujeta a la economía de mercado, que condiciona su libertad de expresión (Chaparro, 2015).

¿Qué pasa si los medios dan protagonismo a alternativas concretas?

Pongamos un ejemplo; un artículo sobre compañías telefónicas basadas en preceptos de la economía social y solidaria. Si se conoce la existencia de esta alternativa, ¿cuánta gente abandonará las grandes compañías (de la que buena parte de las personas usuarias muestran hastío) si supieran de la posibilidad de asociarse con una alternativa real, que funciona y en la que hay gente que confía? El ejemplo se hace extensible a otro tipo de iniciativas como energía, seguros, entidades financieras, alimentación, etc...

Los medios del análisis llegan a entrar en una profunda contradicción, pues hablan de ecología y problemas medioambientales pero contribuyen con algunos de sus discursos a mantener el nivel de consumo que es razón principal del colapso ecológico. Al fin y al cabo, el sistema neoliberal en que los medios de masas están insertos les provoca contribuir con los intereses de la actividad privada y gubernamental, en detrimento de los intereses de la comunidad y el planeta (Hernan y Chomsky, 1988).

- Territorialmente, el enfoque está puesto en las grandes ciudades, fundamentalmente Barcelona y Madrid, ignorando el necesario componente local y de proximidad que garantiza el éxito de estas iniciativas. La realidad es que los pueblos a menudo están hoy día en la “avanzadilla del pensamiento” (Escobar, 2018:93). Asimismo, la transición implica que caminemos hacia mundos más locales en los que nuestras acciones tendrán un mayor grado de influencia (Albeda y Marrero, 2018).

- La mayoría de los procesos identificados derivan de iniciativas políticas de instituciones públicas (generalmente ayuntamientos de grandes ciudades) y en mucha menor medida surgidas de asociaciones, ciudadanía e incluso empresas. Dar el protagonismo de la transición a los

poderes políticos desvirtúa la realidad, ya que estas actúan impulsadas por la presión de los grupos ciudadanos y asociativos. De hecho, las iniciativas de transición han trascendido al ámbito institucional cuando movimientos sociales han pasado a participar en política y a ocupar espacios de poder. La resiliencia, o la capacidad para reinventarse, superar y recuperarse de las adversidades ha recaído históricamente en la sociedad civil, y no en los poderes políticos.

El germen de los llamados “discursos de transición” está en la sociedad civil, ONG y movimientos sociales, así como en las luchas medioambientales y culturales, y se apoya en los cimientos críticos de la Academia (Escobar, 2018:109).

.- La existencia de numerosas secciones y blogs específicos para temáticas relacionadas con la superación del modelo de desarrollo denota una implicación por parte del medio. Sin embargo, la separación de las temáticas en secciones concretas favorece la ontología de la dualidad, al separar asuntos humanos de asuntos ecológicos (Escobar, 2018), cuando de lo que se trata es de retornar a la concepción de “telaraña” o interdependencia entre la biosfera y la totalidad de los seres que la habitan, entendiendo al ser como una extensión de la Tierra y no como un elemento independiente.

.- Las iniciativas identificadas en el análisis tienen que ver con los temas de corte ecológico más recurrentes en los medios de masas: emisión de gases de efecto invernadero e índices de contaminación en las ciudades; uso de plásticos y otros materiales no biodegradables y energías renovables.

Eldiario.es es el que dedica un tratamiento más pausado, cercano y profundo a las temáticas de transición. La mitad de los artículos del análisis son reportajes y la mayoría de ellos son tratados desde secciones regionales, favoreciendo la cercanía y el componente de proximidad que la transmisión de estas iniciativas requiere. Asimismo, es el diario que más acude a organizaciones sociales como fuente de los contenidos analizados; hablar con las personas que ponen la iniciativa en marcha es un valor a la hora de transmitirla y hacerla comprensible.

Infolibre tiene un índice alto de contenidos de iniciativa propia, aunque es el diario con menos artículos aportados al análisis de los tres que componen la muestra. El diario tiene una sección específica que pretende promover y debatir acerca de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Quizás el enfoque en este ámbito no sea el adecuado pues crecer sosteniblemente

también es crecer y esto no tiene sentido en cuanto implica la destrucción de los ecosistemas en beneficio de unos pocos a costa del trabajo de muchos, que no sólo no se benefician de los frutos del sistema sino que sufren la mayoría de los perjuicios económicos, sociales y ecológicos que conlleva.

Público hace un énfasis elevado en temas ecológicos aunque su foco se centra más en transiciones relacionadas con derechos humanos: migración, vivienda y despatriarcalización. Realiza un tratamiento más centrado en la noticia y en temas de actualidad derivados de alternativas en marcha, de una manera más superficial y con un sentido más crítico que propositivo.

7.- REFERENCIAS

Albelda, J., Marrero, J. y Parreño, J. (2018). *Humanidades ambientales. Pensamiento, arte y relatos para el Siglo de la Gran Prueba*. Madrid: Editorial Catarata.

Badillo, M. y Martínez, O. (2014). Educomunicación y medio ambiente: en la búsqueda y construcción de fisuras. *Revista de investigación agraria y ambiental*, vol. 5 (nº.1), 255-270.

Barranquero, A. (2012). De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir. *Cuadernos de información y comunicación*, vol.17, 63-78.

Barranquero-Carretero, A. y Sáez-Baeza, Ch. (2015). La crítica descolonial y ecológica a la comunicación para el desarrollo y el cambio social. *Palabra Clave*, vol.18 (n.1), 41-82.

Barroso, M.B. y Álvarez, A. (2016). Comunicación y Educación: Incidencia sobre las políticas públicas orientadas al medio ambiente. En Mateos, C. y Herrero, F. (Coord.) *La pantalla insomne*. La Laguna: Universidad de La Laguna.

Bauman, Z. (2009). *Múltiples culturas: una sola humanidad*. Buenos Aires, Argentina: Katz.

Braun, J. (1991). Carta del Editor. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación* (n. 37), p.1.

Beltrán, L. (1979). *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina*. México: UNESCO.

Bruzzzone, E. (2009). *Las guerras del agua. América del Sur: en la mira de las grandes potencias*. Madrid: Capital Intelectual.

Castro, S. y Grosfoguel, R. (2007). The epistemic decolonial turn. *Transmodernity: Journal of Peripheral Cultural Production of the Luso-Hispanic World*, vol.21, 211-223.

Chaparro, M. (2009). Comunicación para el empoderamiento y comunicación ecosocial. La necesaria creación de nuevos imaginarios. *Revista Perspectivas de la Comunicación*, Vol.2 (n. 1), 146-158.

Chaparro, M. (2015). *La distopía del desarrollo*. Bogotá, Colombia: Ediciones Dese Abajo.

Chaparro, M. (2016). Del pensamiento de Luis Ramiro Beltrán a las Epistemologías de la liberación y la alteridad. *Revista Internacional de Comunicación y el Desarrollo* (n.3), 143-153.

- Chaparro, M. (2018). Cuánta tierra necesita un hombre. La denuncia de las quimeras del desarrollo: un principio en el pensamiento decolonial. En Marí, V. y Ceballos, G. (Coord.), *Desbordes comunicativos. Comunicación ciudadana y transformación social*. Madrid: Fragua.
- Escobar, A. (2018). *Otro posible es posible: caminando hacia las transiciones desde Abya Yala/Afro/Latino-América*. Bogotá, Colombia: Ediciones Desde Abajo.
- Fortunato I. y Almeida A. (2017). La compleja relación tripartita: ambiente, sociedad y medios de comunicación. *Espacio abierto: Cuaderno Venezolano de Sociología*, vol. 26 (nº 2), 5-10.
- Francescuti, L., Tucho, F. e Iñigo, A. (2013). El medio ambiente en la televisión española: análisis de un año de informativos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 19 (nº. 2), 683-701.
- González, A. (2003). Los paradigmas de investigación en las Ciencias Sociales. *Revista Islas*, vol.45, 125-135.
- Herman y Chomsky (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Nueva York.
- Jackson, T. (2011). *Prosperidad sin crecimiento. Economía para un planeta finito*. Barcelona, España: Icaria Editorial.
- Keucheyan, R. (2016). *La naturaleza es un campo de batalla*. Barcelona, España: Clave Intelectual.
- Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del *framing* en comunicación. *Austral Comunicación*, vol.2 (n.1), 1-25.
- Küng, H. (2006). *Proyecto de una Ética Mundial*. Madrid, España: Editorial Trotta.
- Latouche, S. (2007). *Sobrevivir al desarrollo: de la descolonización del imaginario económico a la construcción de una sociedad alternativa*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Latouche, S. (2008). *La apuesta por el decrecimiento*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Logan, R. (1995). En busca de una teoría: público, medio ambiente y medios de comunicación. *Communication and Society*, vol.8 (n.2).
- Martínez Alier, J. (2004). *El ecologismo de los pobres. Conflictos ambientales y lenguajes de valores*. Barcelona: Icaria Editorial.

- Maslow A. (1943). *A Theory of Human Motivation*. New York: Books for Libraries Press
- Masterman, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, España: Ediciones de la Torre
- Max-Neef, A. (1989). *Human scale development conception, application and further reflections*. New York: Dag Hammarskjöld Foundation.
- Mc-Comas K. y Shanahan J. (1999). Telling Stories About Global Climate Change. *Communication Research*, vol. 26 (nº 1), 30-57.
- Montero, J. (2009). Información ambiental en televisión. En Cerrillo, A. (Coord.) *El periodismo ambiental. Análisis de un cambio cultural en España*. Barcelona: Fundación Gas Natural.
- Noble, D. (2009). O golpe climático corporativo. En Almeida, J., Ribeiro, A. y Andrade, T. (Coord.), *Thales Novaes de Mídia e Ambiente: estudos e ensaios*. São Paulo: Hucitec.
- Pérez, L. y Domínguez, M. (2014). Una revisión feminista del decrecimiento y el buen vivir. Contribuciones para la sostenibilidad de la vida humana y no humana. *Revista de Economía Crítica* (n. 19), 34-57.
- Rodríguez-Cruz, I. (2012). Análisis cuantitativo y Calidad de la información sobre medio ambiente en la prensa española. *III Congrés Internacional Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació*.
- Rubio, A.V. (2014). La aparición de InfoLibre y eldiario.es para la defensa de un periodismo más democrático y participativo. *Revista Historia y Comunicación Social*, v.19, 491-500.
- Tarbift, A. (2015). *La radio comunitaria en Andalucía: una herramienta para la transformación social* (Trabajo de Fin de Máster), Universidad de Málaga.
- Torrice, E. (2013). Una comunicación para salir del desarrollo. *Quórum Académico*, vol.10 (n. 2), 263-276.
- VV.AA. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Taibo, C. (2011). *El decrecimiento explicado con sencillez*. Madrid, España: Editorial Catarata.
- VV.AA. (2006). *Objectiu Decreixement: ¿Podem seguir creixent fins a l'infinit en un planeta finit?* Barcelona: Leqtor.

Waisbord, S. (2015). Three challenges for communication and global social change. *Communication Theory*, vol.25 (n.2), 144-166.

WEBGRAFÍA:

Agencia Europea del Medio Ambiente (2017). Contaminación atmosférica. *Agencia Europea del Medio Ambiente*. Recuperado de: <https://www.eea.europa.eu/es/themes/air/intro>

Monbiot, G. (2008). The pleasures of the flesh. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.monbiot.com/2008/04/15/the-pleasures-of-the-flesh/>

ONU (2015). Objetivos de Desarrollo del Milenio. Informe de 2015. *ONU*. Recuperado de: Perception of happiness survey. BBC. Disponible en: https://news.bbc.co.uk/nol/shared/bsp/hi/pdfs/29_03_06_happiness_gfkpoll.pdf

Ugalde, I. (2018). Un mundo rural vivo para una España justa y sostenible. *Diario Público*. Recuperado de: <http://www.espacio-publico.com/un-mundo-rural-vivo-para-una-espana-justa-y-sostenible>

Vidal, J. (2016). Tres grandes empresas están a punto de controlar la mayoría de los suministros agrícolas del mundo. *Eldiario.es*. Recuperado de: https://www.eldiario.es/theguardian/alimentario-grandes-empresas-acaparen-semillas_0_564493892.html

VV.AA. (1975). Informe ¿Qué hacer? *Fundación Dag Hammarskjöld* Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/83082795/Informe-Que-hacer>

VV.AA (2014). Manifiesto Última Llamada. *Última Llamada*. Recuperado de: <https://ultimallamadamanifiesto.wordpress.com/el-manifiesto/>

VV.AA. (2016). WWF alerta de que el sistema alimentario es la principal causa de degradación ambiental. *WWF Spain*. Recuperado de: <https://www.wwf.es/?41380/WWF-alerta-de-que-el-sistema-alimentario-es-la-principal-causa-de-degradacin-ambiental>

VV.AA. (2018). Justicia restaurativa y transición ecosocial. *La Transicionera*. Recuperado de: <https://latransicionera.net/blog/2018/justicia-restaurativa-y-transicion-ecosocial>

VV.AA. (2018). Principios de la campaña Andalucía Resiliente. *Andalucía Resiliente*. Recuperado de: <http://andaluciaresiliente.net/mision>

VV.AA. (2018). Indicador de Transición Ecosocial. *Proyecto Mundo Finito*. Recuperado de:
<https://mundofinito.emartv.es/indicador-de-transicion/>