

Hacia una prensa comprometida con los valores de la Transición Ecosocial

Towards a press committed to the values of the Ecosocial Transition

 Lidia Peralta-García

University of Granada
Granada, Spain

 Fernando Tucho Fernández

University of Rey Juan Carlos
Madrid, Spain

 José M^a García-de-Madariaga

Miranda

University of Rey Juan Carlos
Madrid, Spain

  Clara Sanz-Hernando

University of Extremadura
Badajoz, Spain

Resumen

Este artículo identifica virtudes, estrategias y buenas prácticas en la prensa española en relación con los valores de la Transición Ecosocial (TE), un concepto que implica justicia ambiental y económica, equidad social y una nueva ética del cuidado. Mediante el empleo de una metodología cualitativa de observación analítica, se estudian nueve cabeceras de periódicos –*abc.es*, *elpais.com*, *elmundo.es*, *publico.es*, *lamarea.com*, *eldiario.es*, *infolibre.es*, *ctxt.es* y *elsaltodiario.com*– para detectar sus estrategias empresariales, editoriales, temáticas y discursivas. La investigación se encuadra en marcos conceptuales postdesarrollistas como el ecofeminismo, el decrecimiento o el «buen vivir». Los diarios revisados muestran un avance desigual hacia una comunicación comprometida con la TE. Mientras algunos, como *elsaltodiario.com*, adoptan prácticas transformadoras y estructurales, otros mantienen una adhesión más simbólica, fragmentaria o superficial. Como resultado de la evaluación, se propone un decálogo de buenas prácticas como herramienta de ayuda a los medios que deseen «transicionar» hacia una comunicación ligada a la TE.

Palabras-chave: decrecimiento; justicia social; medioambiente; prensa; slow information; Transición Ecosocial.

Abstract

This article identifies virtues, strategies, and best practices in the Spanish press related to the values of the Ecosocial Transition (ET), a concept that entails environmental and economic justice, social equity, and a new ethic of care. Using a qualitative analytical observation methodology, nine newspaper titles are studied –*abc.es*, *elpais.com*, *elmundo.es*, *publico.es*, *lamarea.com*, *eldiario.es*, *infolibre.es*, *ctxt.es* y *elsaltodiario.com*– to identify their business, editorial, thematic, and discursive strategies. The research is framed within post-developmental conceptual frameworks such as ecofeminism, degrowth, and «good living». The newspapers analyzed show uneven progress toward communication committed to the ET. While some, such as *elsaltodiario.com*, adopt transformative and structural practices, others maintain a more symbolic, fragmented, or superficial adherence. As a result of this observation, a decalogue of best practices is proposed as a tool to assist media outlets wishing to «transition» toward communication linked to the Ecosocial Transition.

Keywords: degrowth; social justice; environment; press; slow information; Ecosocial Transition.

1. Introducción

En un contexto marcado por crisis ecológicas, desigualdades sociales crecientes y el agotamiento del modelo de desarrollo actual, resulta urgente repensar el papel de los medios de comunicación. Lejos de limitarse a la denuncia o la espectacularización del desastre, la prensa tiene la oportunidad de convertirse en agente activo de transformación. Este artículo propone avanzar hacia un diseño convergente del periodismo, donde los contenidos, formatos y valores se alineen con los principios de la Transición Ecosocial (TE), entendida como el conjunto de iniciativas y procesos encaminados a alcanzar sociedades más justas, ecológicas, feministas, diversas e integradoras. Apostar por un periodismo comprometido es una necesidad histórica para imaginar futuros posibles.

La TE representa un horizonte normativo y a la vez un método dinámico que busca reconfigurar las relaciones sociales y las de la ciudadanía con la naturaleza, para avanzar hacia un mundo donde la dignidad humana, la equidad social y la integridad ecológica no solo coexistan, sino que se refuercen. Esta aproximación conceptual propone un cambio profundo en el modelo de producción y consumo, basado en la decolonización del pensamiento (Chaparro-Escudero et al., 2020). Más allá del ámbito ecológico, integra la justicia social y económica e impulsa formas de vida más justas, solidarias y respetuosas con el medio ambiente (Matthies, 2017; Rambaree et al., 2019; Svampa, 2022). Requiere cuestionar los valores dominantes, como el consumismo o el antropocentrismo, y construir una nueva relación con la naturaleza, donde prime el cuidado y la reciprocidad (Gudynas, 2011; Viteri Gualinga, 2002).

El corpus teórico sobre la TE cuestiona los pilares del modelo de desarrollo y propone alternativas centradas en el «buen vivir», el decrecimiento y el ecofeminismo. Estas corrientes, lejos de constituir propuestas aisladas, confluyen en una crítica estructural al capitalismo global y patriarcal, así como en una reivindicación de otras formas de habitar el mundo. Autoras como Alicia Puleo (2011), Vandana Shiva (2005) y Yayo Herrero (2012) consideran clave el ecofeminismo para visibilizar las conexiones entre la explotación de la naturaleza y la opresión de las mujeres. Han articulado propuestas éticas basadas en los cuidados, la interdependencia y la justicia ambiental. Desde diferentes latitudes, pensadores como Escobar (2010), Esteva (2011), Illich (1973), Latouche (2006), Rist (1996), Sachs (1992) y Walsh (2013) coinciden en señalar que las lógicas productivistas y consumistas impuestas globalmente deben ser desmanteladas para abrir paso a formas de vida más respetuosas, relacionales y justas. Este planteamiento prima valores como la convivencia, la autonomía, la relocalización de la economía o la pluriversalidad de los saberes.

En esta línea, diversos autores y autoras de contextos poscoloniales y de epistemologías del Sur han enriquecido el debate. Fausto Reinaga (1970) y Silvia Rivera (2010) revalorizan los saberes indígenas y su potencial emancipador frente a la apropiación estatal del «buen vivir». Hidalgo-Capitán (2014), Quijano (2011) y Spivak (1988) profundizan en la crítica a la colonialidad del poder y apuestan por la decolonización del pensamiento como eje fundamental del cambio ecosocial. Yuk Hui (2016), por su parte, incorpora la dimensión tecnológica desde una perspectiva cosmotécnica y aboga por una relación armónica entre técnica y cosmología. En conjunto, estas aportaciones sostienen que la TE requiere de nuevas prácticas económicas y ambientales, así como de una transformación cultural que reconfigure los modos de conocer, habitar y relacionarse.

La noción de TE dista de constituir un marco consensuado o exento de tensiones. Lejos de ser un proceso lineal o ampliamente asumido, se encuentra atravesada por profundas contradicciones estructurales,

disputas ideológicas y resistencias políticas y económicas, especialmente en contextos dominados por lógicas de crecimiento, extractivismo y mercantilización de la vida (Brand & Wissen, 2021; Escobar, 2018). Asimismo, se ha subrayado el riesgo de que el término sea cooptado por discursos tecnocráticos o reformistas que desactiven su potencial transformador, reduciéndolo a un conjunto de ajustes superficiales compatibles con el *statu quo* (Morena et al., 2020; Fraser, 2022). Sin obviar estas limitaciones, el presente trabajo asume que la TE constituye un horizonte normativo en disputa más que una realidad consolidada, precisamente por su carácter no hegemónico en la ciudadanía, en las élites políticas y en los liderazgos económicos. Desde esta premisa, el artículo adopta una posición explícitamente normativa y crítica, en el entendido de que el papel de los medios de comunicación no es reflejar pasivamente este conflicto, sino contribuir activamente a hacerlo inteligible, visible y políticamente relevante, así como facilitar marcos de interpretación que permitan imaginar y deliberar colectivamente alternativas ecosociales justas y democráticas.

A través de relatos constructivos que visibilicen problemas y también soluciones, los medios de comunicación pueden generar conciencia crítica, diálogo democrático y movilización colectiva (Casares Corrales, 2021; Molina, 2024; Segal, 2011). Para ello, deben renovar sus contenidos y estructuras, adoptando una perspectiva ecosocial que inspire el cambio (Espinar-Medina et al., 2023; Peralta-García & Sanz-Hernando, 2025; Sanz-Hernando & Peralta-García, 2026). Suscitar una ciudadanía comprometida con la TE requiere educar, emocionar e implicar. Mostrar ejemplos positivos, conectar con la naturaleza y fomentar el bienestar colectivo son claves para activar comportamientos responsables (Brody, 2019; Naess, 2016; Roszak, 1995; Ryan & Deci, 2017). Por ello, la TE necesita de un modelo ético en la gobernanza de los medios, pluralidad y representatividad social. Igualmente, precisa reunir narrativas disruptivas para abrir debates en la búsqueda de un nuevo consenso internacional que repare las deudas y brechas sociales, ecológicas e históricas con las comunidades del Sur Global. Solo es posible entender la TE desde el reconocimiento de la diversidad de saberes y cosmovisiones, incluyendo los conocimientos indígenas y locales en la construcción de alternativas. En un mundo de multipistemologías y multiontologías, es indispensable compartir los aprendizajes.

2. Objetivos

El objetivo principal de esta investigación es identificar virtudes, estrategias y buenas prácticas en la prensa generalista y especializada en España en relación con los valores de la TE. Nos guían cuatro objetivos específicos (OE): OE1: analizar las estrategias empresariales y editoriales vinculadas al compromiso ecosocial; OE2: examinar los planteamientos temáticos y de tematización; OE3: estudiar las estrategias discursivas, y OE4: generar un catálogo de buenas prácticas basado en los resultados de la observación y que sirva de antesala para el diseño de un Índice de Responsabilidad Mediática para la Comunicación de la TE (IMRESCom). Este índice será sometido a un proceso Delphi para su ponderación, consenso y validación. Pretende ser una herramienta útil para los medios que quieran ver reflejado su compromiso con la mirada ecosocial y emprender caminos de mejora. Previo a este paso metodológico, resulta fundamental el planteamiento de análisis desde la triple dimensión que este estudio propone –empresarial-editorial, temática y discursiva–, ya que permitirá esgrimir un borrador de IMRESCom desde la observación directa de los medios.

Más que formular una hipótesis en sentido estricto, el estudio adopta una orientación exploratoria. Se parte del supuesto analítico de que el acopio y sistematización de buenas prácticas procedentes de distintos medios puede contribuir a proyectar una imagen-espejo de un medio comprometido con la mirada ecosocial, así como a tomar el pulso al grado de incorporación de esta perspectiva en la prensa digital española.

La investigación se articula en torno a las siguientes preguntas de investigación: ¿qué elementos concretos caracterizan a un medio con mirada transicional? ¿Cómo se materializa un compromiso explícito con la TE en términos editoriales, temáticos y discursivos? ¿En qué aspectos destacan las distintas cabeceras analizadas? ¿Qué temáticas generan una mayor especialización de las secciones? ¿Qué patrones se observan en relación con la periodicidad y la autoría de los contenidos?

3. Metodología

Esta investigación adopta un diseño cualitativo de carácter exploratorio basado en la observación sistemática y el análisis estructural y discursivo de contenidos digitales. La muestra está compuesta por nueve periódicos digitales de ámbito estatal, seleccionados mediante un muestreo intencional y teóricamente informado, atendiendo a la diversidad de líneas editoriales, modelos de propiedad, trayectorias históricas y grados de afinidad explícita con los valores de la TE. De los nueve medios analizados, seis corresponden a modelos de prensa digital generalista (*abc.es*, *elpais.com*, *elmundo.es*, *publico.es*, *eldiario.es* e *infolibre.es*), mientras que tres pueden considerarse medios digitales con un alto grado de especialización en temáticas ecosociales y de transformación social, porque así se hace constar también en sus documentos de autorregulación (*lamarea.com*, *ctxt.es* y *elsaltodiario.com*). Cabe destacar que la muestra no incluye medios de ideología ultraconservadora, dado el papel periférico que otorgan a la agenda y narrativa ecosocial. Debido al carácter residual que ocupan en su identidad editorial, resultan menos relevantes para los objetivos de este estudio. La categorización de los medios no responde a una dicotomía rígida, sino al grado de centralidad que los temas ecosociales ocupan en su estructura seccional, estatutos editoriales y producción regular de contenidos.

El periodo de observación se distribuye entre distintos momentos del año 2024: del 11 al 17 de marzo en el caso de *abc.es*, *elpais.com*, *elmundo.es*, *publico.es*, *eldiario.es* e *infolibre.es*; del 1 al 8 de noviembre para *lamarea.com* y *ctxt.es*, y del 8 al 15 de noviembre para *elsaltodiario.com*. Si bien la observación intensiva se concentra en estas ventanas temporales, el análisis no se limita exclusivamente a dichas semanas. La identificación de secciones, *blogs*, estatutos editoriales, códigos éticos y patrones de periodicidad se apoya en una revisión estructural de los sitios web, incluyendo contenidos accesibles con anterioridad y posterioridad a los periodos señalados. Esta combinación permite distinguir entre dinámicas coyunturales de publicación y rasgos estructurales estables en la organización temática y discursiva de los medios.

En la Tabla 1 se avanzan los medios analizados, el año de su fundación y creación de su página web, así como el grupo empresarial que los sustenta. Igualmente, se recogen los valores que defienden o la adscripción ideológica que forma parte de sus señas de identidad, y el o la periodista que ostentaba la dirección durante el tiempo en el que se ha realizado el análisis.

Tabla 1: Elementos y características de los medios de la muestra

Medio	Fundación	Inicio web	Grupo empresarial	Valores	Dirección
<i>abc.es</i>	1903	1995	Vocento	Tendencia conservadora, monárquica y católica	Julián Quirós
<i>elpais.com</i>	1976	1996	PRISA	Progresismo, europeísmo, moderación	Pepa Bueno
<i>elmundo.es</i>	1989	1995	Unidad Editorial	Liberalismo, constitucionalismo, meritocracia	Joaquín Manso
<i>publico.es</i>	2007	2007	Accionariado diverso	Socialismo democrático y republicanismo	Manuel Rico
<i>lamarea.com</i>	2012	2012	Cooperativa periodística «MásPúblico»	Republicanismo, laicismo, feminismo y política «verde»	Magda Bandera
<i>eldiario.es</i>	2012	2012	Diario de Prensa Digital S.L.	Izquierda, hacia una audiencia joven, con formación académica y adscrita a «posicionamientos republicanos»	Ignacio Escolar
<i>infolibre.es</i>	2013	2013	Periodistas fundadores, inversores particulares Mediapart y Sociedad de Amigos de Infolibre	Izquierda. Periodismo de calidad, honesto, riguroso, participativo y comprometido	Virginia Pérez
<i>ctxt.es</i>	2015	2015	<i>Independiente. Medio asociado: público.es</i>	Pluralidad, libertad, independencia y calidad. «Orgullosas de llegar tarde a las últimas noticias»	Miguel Mora
<i>elsaltodiario.com</i>	2017	2017	Independiente. Autogestionado, horizontal y asambleario	Independencia, democracia interna, horizontalidad y propiedad colectiva, calidad y rigor	Asamblea

Fuente: elaboración propia

En el diseño de la muestra se han analizado tres tipos de estrategias: empresariales y editoriales, temáticas y de tematización, y discursivas. El examen de las variables empresariales y editoriales resulta fundamental, porque permite evaluar hasta qué punto el compromiso con la TE se integra de manera estructural en los medios y no se limita a una dimensión discursiva o puntual. Las condiciones jurídicas, organizativas y laborales influyen directamente en la orientación editorial, en la estabilidad de los marcos interpretativos y en la coherencia entre valores declarados y prácticas reales. Por su parte, las estrategias temáticas y de tematización son relevantes, porque determinan qué problemas ecosociales acceden de forma estable a la agenda mediática y con qué continuidad. La selección periodística condiciona su visibilidad pública y su

capacidad para estructurar un debate sostenido más allá de coyunturas informativas. Finalmente, las estrategias discursivas son claves, porque configuran los marcos interpretativos desde los que se presentan las crisis ecosociales e influyen en la politización del conflicto, la atribución de responsabilidades y la posibilidad de articular narrativas transformadoras frente a enfoques neutralizados o descontextualizados. Estas dimensiones han sido verificadas teniendo en cuenta los criterios que se describen en la Tabla 2.

Tabla 2: Dimensiones y criterios de análisis

Dimensiones	Criterios de análisis
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y EDITORIALES	
Implicación expresa con la Transición Ecosocial (TE)	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia explícita de principios de la TE en estatutos, informes corporativos o de responsabilidad social. - Inclusión en códigos deontológicos o libros de estilo. - Forma jurídica de la empresa y procesos de toma de decisiones. - Participación y rol de las personas suscritas en el gobierno del medio.
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de género, inclusión y diversidad del equipo. - Presencia de personas expertas en TE en puestos clave (Redacción, Dirección, representación).
Aspectos económicos	<ul style="list-style-type: none"> - Información pública sobre plantilla, contratos, becas. - Indicadores de paridad, discapacidad, diversidad LGBTI+. - Existencia de planes de igualdad, conciliación y cuidado medioambiental y humano.
ESTRATEGIAS TEMÁTICAS Y DE TEMATIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia de secciones específicas alineadas con la TE: medioambiente, economía del bien común, calidad de vida, género, LGBTI+, minorías culturales o religiosas, personas migrantes/refugiadas, discapacidad, infancia (Chaparro et al., 2020). - Existencia de subsecciones, <i>blogs</i> o apartados específicos con jerarquización clara. - Periodicidad estable de publicación y autoría especializada en TE. - Colaboraciones o acuerdos con terceros para ampliar la visibilidad del enfoque ecosocial.
ESTRATEGIAS DISCURSIVAS	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de mirada ecosocial transversal en las secciones. - Análisis de diseño y jerarquización de secciones y cabeceras principales. - Uso de lenguaje inclusivo y estilo discursivo alineado con la justicia social y ambiental. - Adopción pública de principios de <i>slow information</i>: análisis reposado, mirada crítica y enfoque reflexivo.

Fuente: elaboración propia

Para abordar el estudio de las estrategias empresariales y editoriales se ha acudido al análisis documental y a la observación sistemática de información corporativa y pública disponible (estatutos, memorias, códigos éticos, información sobre plantillas y políticas internas), lo que permite realizar una comparación homogénea entre medios y obtener resultados interpretativos sobre los distintos grados de institucionalización de la TE.

Para las estrategias temáticas y de tematización, se llevó a cabo una identificación metódica de secciones, subsecciones y *blogs* vinculados explícita o implícitamente con la TE, atendiendo a su estabilidad, jerarquización, periodicidad y especialización de los autores y autoras. Este planteamiento responde a la necesidad de identificar no solo la presencia de contenidos afines, sino su recurrencia, continuidad editorial

y encuadre discursivo. Y ello, con el fin de comprobar si las problemáticas ecosociales se integran –o no– en la arquitectura informativa de los medios. Para facilitar una lectura más analítica y comparativa, se ha optado por presentar los resultados mediante grandes ejes temáticos de la TE, en lugar de seguir un recorrido más descriptivo de medio por medio.

En el caso de las estrategias discursivas, el análisis se apoya en una lectura cualitativa inspirada, en primer lugar, en los estudios de *framing* y comunicación ambiental (Nisbet & Newman, 2015; Chen et al., 2022), que postulan que los problemas ambientales no «hablan por sí mismos», sino que adquieren significado público a través de marcos interpretativos que seleccionan ciertos aspectos de la realidad, los hacen más sobresalientes y orientan juicios, emociones y disposiciones a la acción. El *framing* no solo afecta a qué se piensa sobre el medio ambiente, sino que profundiza en quién es responsable, qué soluciones se consideran legítimas y qué conflictos se visibilizan u ocultan. Entre las estrategias discursivas que aportan Nisbet & Newman (2015), se encuentra la idea de ajustar los marcos a contextos culturales y audiencias concretas, evitando el universalismo moral abstracto. Por otro lado, las narrativas ambientales resultan más persuasivas cuando se articulan en torno a valores culturalmente resonantes (bienestar, salud, justicia, seguridad, cuidado intergeneracional), en lugar de apoyarse exclusivamente en argumentos científicos o catastrofistas. La evidencia científica, añaden, ha de complementarse con relatos, ejemplos y conflictos concretos. En la misma línea, Chen et al. (2022) aluden a la necesidad de vincular problemas ecosociales con prácticas, políticas y actores concretos capaces de intervenir. Insisten en la necesidad de mostrar procesos macro (crisis climática, desigualdad), porque se traducen en impactos y decisiones cercanas, así como en modular el tono emocional para favorecer implicación de la ciudadanía, no el bloqueo.

Por su parte, la *Guía de transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios* (Chaparro-Escudero et al., 2020) supera la idea de la comunicación entendida como un mero canal informativo y la considera una herramienta cultural y política capaz de orientar imaginarios sociales, prácticas y horizontes de posibilidad. Desde esta premisa, propone un conjunto de estrategias discursivas orientadas a disputar los marcos dominantes del paradigma del desarrollo, el progreso y el crecimiento ilimitado; visibilizar alternativas ecosociales concretas; argumentar ética y políticamente la transición como imperativo de justicia; enfatizar las escalas locales y comunitarias, e incorporar voces no hegemónicas más allá de expertos y expertas institucionales. Para ello, resulta fundamental legitimar alternativas reales, situadas y existentes, no solo futuros abstractos; traducir conceptos complejos sin banalizarlos, evitando jergas especializadas excluyentes, y priorizar el análisis, seguimiento y contextualización frente al *breaking news* ambiental, entre otros criterios.

4. Resultados

4.1. Estrategias empresariales y editoriales

4.1.1 Implicación expresa con la TE

Los estatutos de redacción de los medios de comunicación regulan sus principios rectores, por lo que suelen incluir cuestiones de funcionamiento básicas, los principios ideológicos, las prioridades editoriales, el modelo económico, los derechos y deberes de las personas trabajadoras y/o socias o la organización interna, entre otras cuestiones. Casi todos los periódicos aluden a su carácter independiente, ámbito nacional, su apuesta

por la información general y vocación europea. Se declaran defensores de la democracia pluralista, y se comprometen a guardar el orden democrático y legal establecido en la Constitución. Estos estatutos debieran ser fácilmente accesibles en la web del medio, si bien no se han localizado los de *abc.es*.

Si nos ceñimos a aspectos de la TE, la casuística es variada: mientras algunos tienen un carácter más general, otros son más explícitos en asuntos como la justicia social y medioambiental. Aunque *elpais.com* (s.f.) no recoge ninguna mención a la TE en sus estatutos originarios, como la mayoría de los medios, incluye un anexo donde se autodefine como «periódico socialmente solidario, dirigido a una sociedad que interviene en el quehacer común» y que defiende «la seguridad ecológica, nacional y mundial, por ser un patrimonio vital para toda la humanidad». *elmundo.es* (s.f.) se considera «especialmente sensible a los derechos de las minorías» y defensor de los ciudadanos «frente a las agresiones de cualquier tipo de poder» y de «la calidad de vida». Autoproclama que denunciará «las agresiones contra el equilibrio ecológico y el medio ambiente».

Las «10 banderas» de *publico.es* (s.f.) son toda una declaración de intenciones cuando afirma que trabaja de forma favorable y holística por cuestiones directamente relacionadas con la TE. Cuatro de sus «banderas» (1, 2, 8 y 9) resultan especialmente enriquecedoras desde la perspectiva transicional. Se define como un medio con clara vocación social, comprometido con la justicia, la igualdad y la transformación de realidades injustas. Defiende activamente los derechos de los colectivos vulnerables (menores, mayores, migrantes, víctimas de violencia machista, colectivo LGTBI) y se declara abiertamente feminista. Sensible a los efectos del cambio climático, y en cómo la política energética afecta al medioambiente y a la convivencia global, defiende los derechos de los animales y promueve una legislación que garantice su protección.

lamarea.com califica la naturaleza asamblearia de su línea editorial como «libre del yugo de los intereses empresariales y políticos colectivizando la propiedad de la revista». Sus principios básicos son:

La libertad, la igualdad, la laicidad, la defensa de lo público, la soberanía de los pueblos, la economía justa, la regeneración democrática y la denuncia de la ilegitimidad de la monarquía, la memoria histórica, la cultura libre, el trabajo y la vivienda dignos y el respeto por el medio ambiente (lamarea.com, 2014).

Los estatutos de *eldiario.es* (2023) subrayan que la emergencia climática es el mayor reto al que se enfrenta la humanidad, y que es urgente informar sobre el problema de las emisiones contaminantes, el deterioro de los ámbitos naturales, la extinción de especies y las iniciativas a favor del medio ambiente, así como combatir el negacionismo climático. Hacen hincapié, además, en la corresponsabilidad en los cuidados y en las labores domésticas, al tiempo que proclaman que sus informaciones dejarán constancia del impacto de las empresas en la sostenibilidad social y medioambiental. En relación con la inmigración, declaran que el auge de un nuevo discurso «racista y xenófobo» obliga a los periodistas «a estar alerta contra los bulos, contra la criminalización y contra la instrumentalización política del miedo al otro».

Los objetivos sociales que se marcan los estatutos de *elsaltodiario.com* (s.f.-a) inciden en poner a disposición de la ciudadanía «instrumentos de comunicación e información participados y críticos con el modelo de sociedad en el que vivimos y que permita visualizar alternativas cotidianas desde la denuncia, el análisis crítico, la formación, difusión y la investigación». Priorizan temáticas como la difusión de prácticas y experiencias transformadoras relacionadas con la economía social y solidaria, la autogestión y la construcción de un sistema económico más justo; el fomento de los derechos humanos, y contra la

discriminación por razón de género, creencia o raza; el periodismo de investigación para tratar temas silenciados o tergiversados, y la visibilización de los colectivos que trabajan por la transformación social.

4.1.2 Recursos humanos con perspectiva inclusiva y ética de los cuidados

Las plantillas de los diarios no han alcanzado aún la igualdad de género. El diario *abc.es* (s.f.) recoge en «Sobre nosotros» sus cargos directivos, que cifra en 26 hombres y 12 mujeres. En *ctxt.es* existen 17 firmas de mujeres y casi el doble de hombres, 32. En *público.es*, en el apartado «Quiénes somos», se contabilizan 26 mujeres y 33 hombres, por lo que se acerca algo más a la paridad.

eldiario.es, que cuenta con 96 hombres y 87 mujeres, mantiene desde 2019 un Plan de Igualdad que establece una auditoría de salarios –para prevenir y combatir la brecha salarial–, así como protocolos para la selección de personal con perspectiva de género y actuar contra el acoso sexual. En el art. 32 de sus estatutos recoge aspectos relativos a los cuidados, en pro de la conciliación de la vida laboral y personal de sus trabajadores y trabajadoras:

El periodismo es un oficio de horarios difíciles, pero no debería ser incompatible con el ocio, la crianza, la cultura, el deporte, la familia o la amistad. eldiario.es se compromete a fomentar el teletrabajo en aquellos puestos donde sea posible y a la racionalización de los horarios, buscando la eficiencia y huyendo de la presencialidad innecesaria. eldiario.es promoverá un entorno laboral saludable para su redacción, también en lo que concierne a la salud mental (eldiario.es, 2023).

Resulta de interés comprobar si los medios cuentan con profesionales con conocimiento en temáticas de TE. *elpais.com* (2022) creó una corresponsalía de género en 2018, «una cartera pionera en España y una de las primeras en el mundo», poniendo al frente de la misma a la periodista Pilar Álvarez, a quien tomó el relevo, desde 2022, Isabel Valdés. Ese mismo año, *eldiario.es* incorporó la figura de «redactora jefa de género», para coordinar e impulsar la información sobre igualdad. La responsabilidad fue asumida por una de las cofundadoras de este medio, Ana Requena, especialista en esta materia y creadora en 2014 del *blog* «Micromachismos» (Peralta-García et al., 2019).

En el apartado «nuestras firmas», *ctxt.es* explicita el nombre de las personas competentes en TE, como Yayo Herrero, reconocida activista y ecofeminista. Incorpora plumas con sensibilidad hacia otras epistemologías, como Ana Bibang, madrileña, afrodescendiente y afrofeminista, quien asesora al periódico en materia de inmigración, extranjería y movilidad internacional, o la escritora, filósofa y antropóloga marroquí Karima Ziali, o Adriana T., que se autodefine como «treintañera exmigrante».

4.1.3 Aspectos económicos

El diario *público.es* precisa en su web la procedencia de sus ingresos: un 95%, aproximadamente, proviene de la publicidad, ya sea convencional, programática, de contenido patrocinado o institucional. Esta última se sitúa entre el 5% y el 8%. Aclara que el *branded content* «se presenta de manera diferenciada a la información que se genera dentro de la redacción». En el caso de la publicidad programática, veta aquella cuya temática colisione «con sus principios editoriales». Finalmente, indica que el resto de sus ingresos procede de «las aportaciones mensuales de los lectores miembros de la *República de Público*».

lamarea.com cuenta con un severo código ético de inserción publicitaria que impide aceptar anuncios de empresas o instituciones que choquen con sus principios editoriales. Por ejemplo, no admite anuncios de

bancos que ejecutan desahucios o de empresas que invierten en armas. Tampoco aquellos sexistas, racistas o que menoscaban la dignidad humana, como los relacionados con la prostitución.

eldiario.es defiende que la compra de publicidad no proporciona a los clientes un trato privilegiado por parte de la redacción, en caso de que la marca forme parte de un hecho noticioso. Especifica que los distintos formatos publicitarios estarán siempre identificados, y que ningún anunciante podrá superar el 10% de los ingresos totales de *eldiario.es*, limitación que rige de igual forma para la publicidad institucional. Finalmente, se compromete a reinvertir, al menos el 30% de los beneficios netos anuales, en medidas destinadas a optimizar el periódico.

ctxt.es, que plantea suscripciones desde 3 euros mensuales con diferentes fórmulas, asegura que mantiene su radical independencia gracias a que estas suponen el 70% de sus ingresos. Por otra parte, no acepta «noticias» patrocinadas y apenas posee publicidad. El balance de sus cuentas aparece publicado en su web (*ctxt.es*, s.f.).

Para *elsaltdiario.com*, un periodismo independiente significa disponer de un código ético de publicidad y subvenciones para no depender económicamente de las empresas, «ni de forma directa, ni a través de publicidad o de contenidos patrocinados». Esta coherencia la mantiene en el *marketing* y los acuerdos de colaboración que lleva cabo. Así, sus estrategias pasan por ofrecer a los nuevos suscriptores seis meses gratuitos en la plataforma *Filmin*, o por desplegar mensajes publicitarios para aumentar su número de cooperativistas. Invita al lector a unirse al periódico para promover «un modelo de empresa ético, sostenible, con valores y libre de postureo [...]». Sal del bucle y empieza a conciliar. No naciste para ser un *bot*».

4.2. Estrategias temáticas y de tematización

4.2.1 Temáticas de TE

La Tabla 3 muestra las principales secciones y subsecciones especializadas de los periódicos de la muestra. La clasificación ha sido adoptada de la *Guía de Transición Ecosocial y principios éticos para nuestros medios* (Chaparro-Escudero et al., 2020), donde se establecen once categorías temáticas: Medioambiente, Economía del bien común, Calidad de vida, Género, Colectivo LGBTI+, Grupos Minorizados –minorías religiosas o culturales–, Personas Migrantes, Discapacidad, Derechos de la Infancia, Otros –contenidos acordes a la TE que no se hayan contemplado en el resto variables– y Miscelánea –espacios que abordan una variedad de temas, en línea con el concepto holístico de TE–. Como tal, no se han identificado secciones específicas de Economía del bien común, Colectivo LGBTI+ y Grupos Minorizados, aunque el abordaje de estos temas puede tener cabida en otras secciones; por ejemplo, en algunas sobre Calidad de vida, se hace referencia a la economía circular al hablar de consumos alternativos.

Tabla 3: Secciones y subsecciones de TE

Medio	Medio ambiente	Calidad de vida	Género	Discapacidad	Infancia	Otros	Miscelánea
<i>abc.es</i>	. ABC Natural	. Bienestar				. ABC Familia	
<i>elpais.com</i>	. Clima y Medioambiente						. Planeta Futuro
<i>elmundo.es</i>			. Yo Dona		. Sapos y princesas	. Ciencia y Salud	. Sostenibles EM
<i>publico.es</i>	. Medio ambiente		. Mujer .Radiojaputa (<i>Podcast</i>)			. Ciencias	. Espacio Público
<i>lamarea.com</i>	. Medio ambiente						
<i>eldiario.es</i>	. Ballena Blanca	. Consumo claro . Era	. Micro-machismos (<i>Blog</i>)	. De retrones y hombres (<i>Blog</i>)			. Desalambre . Nidos . Focos
<i>infolibre.es</i>	. Medio ambiente . Insostenible (<i>Blog</i>) .Última llamada (<i>Blog</i>)	. Salud Global (<i>Blog</i>)	. Igualdad . Derechos de la mujer (<i>Blog</i>)			. Foros Infolibre . Al Revés y al Derecho (<i>Blog</i>)	
<i>ctxt.es</i>						. Acción Contra el Odio	. El Observatorio Social
<i>elsaltodiario.com</i>		. Consumo que suma	.Saltamontes (<i>Blog</i>) .Masculinidad en demolición (<i>Blog</i>)			. Cuadernos de trabajo (<i>Blog</i>) . El <i>Blog</i> de Pueblos . La Plaza (<i>Blog</i>)	. Me cambio (<i>Blog</i>)

Fuente: elaboración propia

4.2.2 Medioambiente y crisis climática

La temática medioambiental es la más ampliamente representada en la muestra analizada, aunque con tratamientos claramente desiguales. Todos los medios incluyen contenidos relacionados con el medioambiente o el cambio climático, pero solo en algunos se observa una apuesta estructural y sostenida, con secciones estables, autorías especializadas y una narrativa que conecta la crisis ecológica con dimensiones sociales, económicas y políticas.

Medios como *eldiario.es* («Clima»), *elpais.com* («Clima y medioambiente») o *lamarea.com* (en colaboración con *Climática*) presentan espacios claramente identificables, con continuidad temporal y un enfoque que trasciende el acontecimiento puntual. En estos casos, la crisis climática se aborda desde una lógica transversal, vinculada a la salud pública, la gobernanza del territorio, la transición energética o la desigualdad social. En *eldiario.es* (s.f.) esta aproximación se refuerza mediante los denominados *Focos*, definidos como «prioridades editoriales», que integran la crisis climática junto a otras problemáticas estructurales como la movilidad, la vigilancia del poder o la justicia social.

De forma similar, la sección «Planeta futuro» (*elpais.com*) se define como un espacio centrado en desarrollo sostenible, pobreza, desigualdad y salud global, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS),

y nutrido por colaboraciones de periodistas y personas expertas de organizaciones internacionales y del tercer sector, lo que refuerza su grado de institucionalización temática.

En medios como *abc.es* («ABC Natural») o *elmundo.es* («Ciencia y Salud»), los contenidos medioambientales aparecen dispersos en secciones más amplias, con predominio de piezas breves, frecuentemente procedentes de agencias y con escasa contextualización estructural. El medioambiente tiende a representarse como una suma de impactos aislados o curiosidades, lo que limita su articulación como eje central de la TE.

4.2.3 Feminismos, género y cuidados

La presencia de temáticas vinculadas a género y feminismos muestra diferencias cualitativas significativas entre los medios analizados. En *eldiario.es* («Igualdad»), *infolibre.es* («Igualdad») y *elsaltodiario.com* (a través de múltiples *blogs* ecofeministas), la perspectiva de género se integra como un eje transversal, abordando desigualdad estructural, violencia machista, cuidados y corresponsabilidad social desde un enfoque claramente político y sostenido en el tiempo.

En contraste, espacios como «Yo Dona» (*elmundo.es*) o «ABC Familia» tienden a un tratamiento despolitizado y hedonista, centrado en estilos de vida, moda o bienestar individual, con escasa conexión con los cuidados como categoría ecosocial o con la justicia social. Esta diferencia no se manifiesta únicamente en los temas abordados, sino en el marco interpretativo desde el que se construyen las narrativas.

Un ejemplo ilustrativo de institucionalización discursiva es el *blog* «Micromachismos» (*eldiario.es*). Coordinado por Ana Requena, articula relatos cotidianos, con análisis estructural del machismo, frente a contenidos centrados en vida saludable o belleza, donde la dimensión colectiva y política desaparece casi por completo.

4.2.4 Migraciones, derechos humanos y colectivos minorizados

Las temáticas relacionadas con migraciones, racismo, discapacidad o diversidad LGTBIQ+ presentan una menor institucionalización seccional en los medios generalistas tradicionales, pero adquieren presencia en determinados medios digitales. Destacan *eldiario.es* («Desalambre»), *elsaltodiario.com* y *ctxt.es*, donde estas cuestiones se abordan desde un enfoque de derechos humanos, justicia global y crítica a los discursos securitarios o criminalizadores.

En el caso de «Desalambre», la institucionalización se refuerza mediante subsecciones estables y una línea editorial orientada a combinar cobertura informativa con testimonios en primera persona, evitando la representación de las personas migrantes o racializadas como sujetos pasivos. Por su parte, en «Al revés y al derecho» (*infolibre.es*) se centra en los derechos humanos y se precia de ser un *blog* colectivo, en un doble sentido: porque contiene voces que desde distintas perspectivas plantean denuncias y reivindicaciones para la defensa de las libertades civiles, y porque está abierto a la participación y discusión de la comunidad lectora. Este enfoque contrasta con tratamientos más episódicos o asistencialistas de otros medios de la muestra.

En relación con los colectivos minorizados, destaca el *blog* «De retones y hombres» (*eldiario.es*), protagonizado por personas con discapacidad. Los propios coordinadores, Nuria del Saz y Mariano Cuesta, fueron quienes solicitaron un espacio en el periódico para abordar temas sobre la «retronez», el falso

paternalismo y los tabúes, que pretendían destrozarse «a martillazos», argumentando en los siguientes términos:

No nos gusta la palabra «discapacitado». Preferimos retrón, que recuerda a retarded en inglés, o a «retroceder». La elegimos para hacer énfasis en que nos importa más que nos den lo que nos deben que el nombre con el que nos llamen. Las noticias sobre retones no deberían hablar de enfermitos y de rampas, sino de la miseria y la reclusión (Aspace, 2013).

4.2.5 Calidad de vida, consumo y alternativas al desarrollo

La tematización de la economía desde una perspectiva ecosocial es minoritaria en los medios generalistas tradicionales, pero adquiere centralidad en medios nativos digitales alternativos. *Blogs* y secciones como «Consumo que suma» (*elsaltodiario.com*), coordinado por Ecologistas en Acción, «¡Insostenible!» (*infolibre.es*) o determinados espacios de *ctxt.es* articulan una crítica explícita al modelo productivista, abordando consumo responsable, economía social, cooperativismo o decrecimiento.

En estos espacios, aunque el diagnóstico crítico es predominante, se concentran también propuestas orientadas a alternativas socioeconómicas que buscan armonizar el bienestar de la población con los límites ecológicos. Un ejemplo es el *blog* «Última llamada», donde se plantea de forma explícita que la crisis ecosistémica no puede abordarse sin afrontar simultáneamente la crisis social, reforzando así una concepción integral de la TE.

La Tabla 4 muestra el grado de institucionalización temática de la TE en la muestra analizada, entendida como la incorporación estable, sistemática y explícita de este enfoque en las estructuras discursivas y editoriales de los medios.

Tabla 4: Grado de institucionalización temática de la TE en la muestra

Eje temático	Alta	Media	Baja
Medioambiente/clima	<i>eldiario.es, elpais.com, lamarea.com</i>	<i>publico.es, infolibre.es</i>	<i>abc.es, elmundo.es</i>
Género/cuidados	<i>eldiario.es, elsaltodiario.com</i>	<i>infolibre.es, ctxt.es</i>	<i>abc.es, elmundo.es</i>
Migraciones/DD.HH.	<i>eldiario.es, elsaltodiario.com, ctxt.es</i>	<i>publico.es</i>	<i>abc.es, elmundo.es</i>
Economía ecosocial	<i>elsaltodiario.com, ctxt.es</i>	<i>infolibre.es</i>	<i>abc.es, elpais.com, elmundo.es</i>

Fuente: elaboración propia

4.3. Periodicidad y autorías

El análisis de la periodicidad y la autoría de los contenidos vinculados con la TE revela patrones diferenciados de estabilidad, frecuencia e inactividad (Tabla 5) que permiten evaluar el grado de institucionalización editorial de estas temáticas en los medios analizados.

Tabla 5: Patrones de periodicidad y autoría en secciones y *blogs* ecosociales

Tipo de comportamiento	Proporción aproximada	Periodicidad habitual	Autoría predominante	Ejemplos en secciones y <i>blogs</i>
Activo y estable	≈ 50%	≥ 1–5 publicaciones semanales	Firmas especializadas/ coordinación editorial	. Clima (<i>eldiario.es</i>) . Igualdad (<i>infolibre.es</i>) . Medio Ambiente (<i>publico.es</i>)
Activo irregular	≈ 30%	Variable, con semanas sin publicación	Firmas recurrentes sin coordinación formal	. ABC Familia (<i>abc.es</i>) . Al Revés y al Derecho (<i>infolibre.es</i>)
Inactivo visible	≈ 20-25%	Sin actualización ≥ 1 año	Firmas históricas/ sin actividad	. Planeta Futuro (<i>Blog elpais.com</i>) . Pena de muerte (<i>Blog eldiario.es</i>)

Fuente: elaboración propia

Aproximadamente, la mitad de las secciones y *blogs* identificados –en torno a 5 de cada 10– presentan un comportamiento activo y estable, con actualizaciones semanales durante el periodo de observación. Este patrón se concentra principalmente en medios digitales progresistas y ecosociales nativos. En estos casos, la periodicidad tiende a ser regular –entre 2 y 5 publicaciones semanales–, especialmente en secciones consolidadas como «Clima» (*eldiario.es*), «Igualdad» (*infolibre.es*) o «Medio Ambiente» (*publico.es*). En *elmundo.es*, la sección «Ciencia y Salud» se actualiza prácticamente a diario, aunque con un claro desequilibrio interno, ya que los contenidos de salud predominan ampliamente sobre los medioambientales. Algunas de ellas están sujetas a contenidos patrocinados.

Un segundo grupo, que representa en torno a un 30% de las secciones analizadas, muestra una periodicidad irregular. Se trata de espacios activos, pero con ritmos variables. Ejemplos de este comportamiento son «ABC Familia» (*abc.es*), con entre 6 y 7 entradas semanales, no necesariamente distribuidas de forma homogénea, o el *blog* «Al revés y al derecho» (*infolibre.es*) –a pesar de mantenerse activo, le caracteriza una frecuencia fluctuante–. Por ejemplo, en la subsección «Diálogos de familia» (*abc.es*) no se habían renovado contenidos desde hacía casi 3 meses en el momento del análisis. Esta irregularidad sugiere una menor integración de estas temáticas en la agenda editorial cotidiana.

Finalmente, entre un 20% y un 25% de las secciones y *blogs* identificados pueden considerarse inactivos pero visibles, es decir, mantienen presencia estructural en la web, pero no publican contenidos desde hace periodos prolongados. En este grupo se incluyen varios *blogs* de *abc.es* inactivos desde hace más de un año –«El lunes empiezo», «Aula de nutrición» y «Que la fuerza te acompañe»–. La subsección «Pena de muerte» (*eldiario.es*), dedicada a migraciones, cooperación y derechos humanos, por ejemplo, ha tenido una vida muy corta: en concreto solo dispone de tres artículos, el último de 2014. *Blogs* adscritos a «Planeta futuro» (*elpais.com*) –«Migrados» o «Alterconsumismo»– cesaron su actividad en 2023. También se observan formatos sin periodicidad definida, como los «Especiales» de *publico.es*, cuya producción es esporádica y no sistemática.

En cuanto a la autoría, se identifican igualmente tres pautas principales. En los casos de mayor institucionalización, las secciones cuentan con personas coordinadoras claramente identificadas o con una alta recurrencia de firmas especializadas. *infolibre.es* supone un buen ejemplo: la sección «Medioambiente»

está coordinada por Daniel Lara, y los *blogs* «Al revés y al derecho» y «De retrones y hombres» poseen una coordinación editorial explícita. Este modelo favorece la continuidad temática y la profundización analítica.

Un segundo patrón corresponde a secciones sin coordinación formal, pero con predominio de una o varias firmas recurrentes, como ocurre en «Igualdad» (*infolibre.es*), con rúbricas de Pablo de la Serna y Sabela Rodríguez Álvarez, o en «ABC Natural», donde destaca una autoría frecuente, la de Javier González Navarro, aunque no institucionalizada. Por último, en los medios generalistas tradicionales se observa una mayor presencia de contenidos de agencia o sin firma especializada, lo que limita la construcción de una narrativa ecosocial coherente y sostenida en el tiempo.

4.4. Estrategias discursivas

4.4.1 Marcos interpretativos estructurales versus tecnocráticos

Los medios muestran compromiso ecosocial cuando tienden a enmarcar la transición como un proceso estructural y político, vinculado a la justicia social, la redistribución y la sostenibilidad de la vida. En estos casos, la crisis climática no aparece como un fenómeno aislado ni exclusivamente técnico, sino como una crisis civilizatoria, interconectada con el modelo económico, las desigualdades y las relaciones de poder. Artículos como «Tres ministerios para un reto global: La crisis climática es una crisis de salud» (Noriega, 2024) denotan un esfuerzo por ofrecer una mirada holística, porque integran de forma explícita distintas dimensiones del problema climático, articulando una lectura transversal que conecta medio ambiente, salud pública y políticas sociales. Se evita así un abordaje sectorial o exclusivamente técnico. Este enfoque responde a una lógica global propia de la TE, en la medida en que vincula impactos materiales, responsabilidades políticas y consecuencias sobre el bienestar colectivo en un mismo marco interpretativo.

Por el contrario, los enfoques tecnocráticos o naturalizantes presentan los impactos ambientales como inevitables, o bien como problemas resolubles mediante innovación tecnológica o cambios individuales de comportamiento. Puede ilustrarse con el artículo «Crónica de una catástrofe anunciada» (Campillo, 2024), donde se recogen extensas advertencias de organismos internacionales, como el Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático, o informes científicos que describen el aumento de desastres climáticos. El foco principal se sitúa en la inevitabilidad de esos impactos y en el dato estadístico de su incremento, más que en la articulación política de soluciones integrales o en la propuesta de marcos interpretativos que empoderen a audiencias o colectivos frente a la crisis.

4.4.2 Función pedagógica y contextualización

Una de las diferencias más significativas entre los medios analizados reside en el grado de pedagogía y contextualización discursiva. En medios como *eldiario.es*, *elsaltodiario.com* o *ctxt.es*, los contenidos ecosociales suelen incorporar explicaciones de causas estructurales, referencias históricas y/o glosarios implícitos o explícitos de conceptos complejos. Véase, por ejemplo, el repertorio de contenidos bajo la etiqueta «Crisis climática» (*elsaltodiario.com*, s.f.-b), que combina análisis estructurales con crítica política. También el *blog* «Saltamontes» (*elsaltodiario.com*, s.f.-c) supone un espacio de pedagogía ecofeminista para la difusión y el diálogo en torno al buen vivir. Su enfoque es eminentemente holístico, dado que al tiempo que invita a «vivir bien» en cualquier lugar del mundo, se compromete a reflexionar sobre la naturaleza, sus límites y el modo en el que el ser humano convive con su entorno.

En relación con esta función pedagógica resulta fundamental la idea de Comunicación Antídoto (CA) que desarrollan Peralta-García y Chaparro-Escudero (2026). Frente al fatalismo social y climático, la CA incluye —de forma explícita y recurrente— la visibilización de alternativas ecosociales concretas, proyectos de transformación ya existentes y la movilización ciudadana orientada a la acción. Invita a presentar experiencias reales de transición ecológica o justicia climática y social, muestra cómo funcionan alternativas prácticas (autoconsumo, energías renovables comunitarias, economía solidaria, etc.) y articula un horizonte de posibilidades que ayuda a construir sentido y esperanza frente a narrativas de bloqueo o colapso. Este tipo de prácticas discursivas son especialmente visibles en coberturas que se sitúan fuera de la agenda dominante y que buscan generar apropiación social de las soluciones y movilización colectiva hacia cambios sistémicos. Así, *El Asombrario & Co*, revista digital sobre Cultura y Medio Ambiente asociada a *publico.es*, incluye el reportaje «Comunidades energéticas frente a la crisis climática y la despoblación» (Rico, 2024). En la pieza periodística se describe el desarrollo del proyecto «Hacendera Solar», que se lleva a cabo en Castilfrío de la Sierra (Soria): una comunidad energética rural busca cubrir parte de la demanda eléctrica local con fuentes renovables, reduciendo emisiones y contribuyendo al desarrollo rural. La iniciativa articula soluciones técnicas y sociales, al tiempo que promueve la participación comunitaria y la resiliencia territorial.

4.4.3 Relatos y voces de las personas afectadas

Una estrategia discursiva con una orientación ecosocial relevante consiste en poner en primer plano a los sujetos y comunidades afectadas, con el fin de colocar su experiencia en el centro del análisis. Este tratamiento narrativo favorece una comprensión de la TE como proceso colectivo y situado, frente a narrativas abstractas o excesivamente expertocráticas. La noticia «Las personas con títulos académicos extranjeros exigen menos promesas y más hechos» (Babiker, 2024) muestra que, incluso cuando no hay un relato de vida individualizado, el medio da voz a sujetos afectados y dispone su vivencia en diálogo con las estructuras sociales y administrativas. Esto contribuye a romper narrativas verticales y favorece una comprensión situada del fenómeno migratorio: desde quienes lo viven a quienes reclaman transformación social. Los colectivos protagonistas aparecen así, no como objetos pasivos de la política, sino como sujetos que articulan demandas, visibilizan injusticias y proponen alternativas concretas.

4.4.4 Lenguaje inclusivo, transversalidad y cuidado

Otra estrategia discursiva observable en algunos medios nativos digitales consiste en el uso explícito de un lenguaje inclusivo y transversal, en el que se integra la perspectiva de género y de cuidado en la narrativa sobre la TE. Esta práctica no se limita a fórmulas léxicas, sino que se expresa en la forma en que los contenidos articulan preocupaciones sobre justicia social, equidad y sostenibilidad integral dentro de sus marcos interpretativos. La TE emerge, entonces, como un proceso que incluye la transformación de las relaciones sociales y de género.

Nuestro estudio observacional muestra que este tipo de decisiones lingüísticas y estratégicas están más presentes en *elsaltodiario.com* que en otros medios de la muestra. El periódico cuenta con la sección «Solo para Socias», que no significa que sea un espacio «solo para mujeres», sino para las «personas socias». Publica también «El *blog* de las Socias» (*elsaltodiario.com*, s.f.-d), que se define como «el espacio para la libre expresión de los socios y las socias de *El Salto*». Esto supone toda una declaración de intenciones a la hora de usar el género femenino como género englobador.

4.4.5 *Slow journalism* y tiempos narrativos

Finalmente, se ha identificado que los medios más comprometidos con la TE tienden a adoptar estrategias narrativas afines al *slow journalism*, caracterizadas por reportajes extensos, análisis reposados y resistencia a la lógica de la inmediatez. De esta manera, la TE se aborda como un quehacer a largo plazo. La cabecera *ctxt.es* contiene el lema «Orgullosas de llegar tarde a las últimas noticias» –nótese el femenino genérico–, lo que supone toda una apuesta editorial por ofrecer textos trabajados y contextualizados, frente al ciclo frenético de titulares breves. Esta línea editorial se manifiesta en la producción de sus números semanales, y constituye un ejemplo paradigmático de cómo un medio puede enfatizar la voz situada, la mirada amplia y la explicación detallada de fenómenos sociales complejos frente a las noticias emergentes de consumo rápido.

5. Discusión y conclusiones

Los resultados de este estudio confirman que la vinculación de la prensa digital española con la TE no depende exclusivamente de la presencia temática en sus contenidos, sino de decisiones editoriales, discursivas y organizativas de mayor calado. En línea con la literatura sobre comunicación ambiental y periodismo crítico, se observa que los medios con mayor compromiso tienden a institucionalizar los contenidos, apostar por la especialización y construir marcos narrativos que conectan crisis ecológica y justicia social. Estos hallazgos dialogan con estudios previos que señalan la necesidad de superar enfoques tecnocráticos y despolitizados de la sostenibilidad (Chaparro-Escudero et al., 2020; Nisbet, 2009).

El estudio revela un escenario comunicativo heterogéneo en cuanto al compromiso de la prensa digital con los valores de la TE. Se observan diferentes ritmos y, por tanto, un avance desigual hacia una comunicación que transite por nuevos imaginarios colectivos. Mientras algunos periódicos adoptan prácticas transformadoras y estructurales, otros mantienen una adhesión más simbólica, fragmentaria o superficial. Consolidar este camino requiere fortalecer la periodicidad en el tratamiento de los contenidos ecosociales, asegurar la coherencia entre el discurso y la estructura mediática e implementar modelos de evaluación que auditen el compromiso real con la TE.

Cabeceras como *eldiario.es*, *publico.es*, *elsaltodiario.com* o *lamarea.com* muestran una incorporación orgánica de estos principios en sus estatutos, códigos éticos y líneas editoriales. El estudio ha recurrido habitualmente a *elsaltodiario.com* para ilustrar y ejemplificar la mirada ecosocial. No en vano, este medio computa hasta 40 *blogs* con mirada transicional, si bien no todos se encuentran actualizados. En cualquier caso, la implicación de los diarios se traduce, en muchos casos, en modelos de gobernanza participativos, políticas internas de igualdad y cuidados, y una gestión ética de la publicidad, tal y como defienden autores como Escobar (2010), Walsh (2013) o Gudynas (2011) al hablar de estructuras posdesarrollistas coherentes con una transformación sistémica.

En el plano temático, la existencia de secciones específicas dedicadas al clima, la igualdad, la diversidad o la justicia social evidencia un esfuerzo por alinearse con los principios de la TE. No obstante, uno de los principales déficits detectados es la falta de continuidad y estabilidad: numerosos *blogs* y secciones muestran una periodicidad inestable, han dejado de actualizarse o se encuentran prácticamente abandonados. Esta discontinuidad limita su capacidad transformadora y genera una disonancia entre el

discurso declarado y la práctica real. Se constata una relación directa entre regularidad temporal, autoría especializada y profundidad analítica. Las secciones activas y coordinadas tienden a ofrecer enfoques más contextuales e interseccionales, mientras que los espacios intermitentes o inactivos presentan contenidos más descriptivos y episódicos.

Desde el enfoque discursivo, aunque algunos medios introducen un lenguaje inclusivo y una narrativa interseccional, se vislumbra el predominio de una cobertura reactiva más que proactiva, más centrada en la denuncia que en ofrecer alternativas, en el diagnóstico más que en el antídoto. La escasa sistematización en la autoría y la falta de estructuras narrativas estables comprometen la profundidad crítica y empática que resulta fundamental para una comunicación ecosocial ética y transformadora (Segal, 2011; Peralta-García, 2025).

Entre las limitaciones de este estudio se encuentra su carácter cualitativo y exploratorio, así como la imposibilidad de generalizar los resultados al conjunto del sistema mediático español. No obstante, esta aproximación permite identificar tendencias significativas y buenas prácticas transferibles, así como sentar una base para la elaboración del Índice en Responsabilidad Social para la Comunicación de la TE (IMRESCom). Futuras investigaciones deberán ampliar la muestra y el periodo de análisis, añadir estudios cuantitativos y más sistemáticos o explorar el impacto de estos discursos en las audiencias. Profundizar en estas cuestiones permitiría arrojar luz sobre el desarrollo y evolución de las empresas periodísticas hacia una comunicación comprometida con los valores de la TE.

A modo de conclusión y a partir del análisis empírico de estrategias editoriales, temáticas y discursivas, se propone el siguiente decálogo de buenas prácticas para medios que deseen orientarse hacia una comunicación vinculada a la TE. No tiene carácter normativo, sino práctico y orientativo. Consta de los siguientes enunciados:

1. Institucionalizar la TE en la organización y contenidos. Agregar valores ecosociales en estatutos, códigos éticos y manuales de estilo, así como en secciones permanentes dedicadas a la TE y sus intersecciones (clima, feminismos, economía justa, biodiversidad, derechos humanos, infancia, movilidad, etc.).
2. Garantizar continuidad y periodicidad. Mantener secciones estables y actualizadas con regularidad. Evitar coberturas esporádicas para fortalecer el impacto y la autoridad de los contenidos ecosociales.
3. Fomentar la especialización y la diversidad de voces. Incluir autorías expertas y plurales, así como testimonios directos de colectivos vulnerables y subrepresentados (migrantes, LGTBIQ+, personas con discapacidad, racializadas, juventud, mayores).
4. Adoptar marcos interpretativos estructurales y contextuales. Presentar los fenómenos ecosociales como procesos interconectados con desigualdades sociales, económicas y culturales, con el fin de evitar enfoques meramente técnicos o fragmentados.
5. Integrar perspectiva de género y ética de los cuidados. Transversalizar igualdad, feminismos y justicia social en todas las secciones, tanto en el lenguaje como en la selección y tratamiento de contenidos.

6. Practicar la *slow information* y periodismo reflexivo. Priorizar análisis profundos, reportajes extensos y narrativas situadas. Evitar la inmediatez frenética para favorecer la comprensión de hechos ecosociales a largo plazo.
7. Poner en primer plano a las personas y comunidades afectadas. Mostrar relatos humanizados, experiencias concretas y prácticas de transformación frente a estructuras sociales o políticas.
8. Visibilizar alternativas y horizontes de posibilidad. Combinar diagnóstico crítico con ejemplos reales y replicables de transición energética, social o económica. Promover esperanza, acción y aprendizaje colectivo.
9. Comprometerse con la ética publicitaria y organizativa. Rechazar ingresos de entidades contrarias a derechos humanos, animales o medioambientales; fomentar la transparencia, la participación interna y las estructuras de gobernanza democrática.
10. Asumir la comunicación como herramienta de transformación social. Informar con conciencia crítica, fomentar la acción colectiva y fortalecer la implicación ciudadana en iniciativas ecosociales. Convertir la información en motor de cambio.

Agradecimientos / Financiación

Esta investigación se enmarca dentro del proyecto PID2022-140281OB-I00 –«Indicador de Responsabilidad Mediática para la Comunicación de la Transición Ecosocial»–, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (Proyectos de Generación del Conocimiento 2022) para el período 2023-2026.

Conflicto de intereses

La autora declara no tener ningún conflicto de intereses.

Declaración ética

Este estudio se llevó a cabo de acuerdo con los principios de la investigación científica y no requirió la aprobación adicional de un comité de ética.

Declaración sobre el uso de IA

En la elaboración de este manuscrito no se han utilizado herramientas de inteligencia artificial generativa.

Disponibilidad de datos

Los datos que sustentan los resultados de este estudio están disponibles mediante solicitud.

Contribuciones de autoría

	Lidia Peralta-García	Fernando Tucho Fernández	José M ^a García-de-Madariaga Miranda	Clara Sanz-Hernando
Conceptualización	X	X	X	X
Curación de datos	X	X	X	X
Análisis formal	X	X	X	X
Obtención de financiación	X			
Investigación	X	X	X	X
Metodología	X	X	X	X
Administración del proyecto	X			
Recursos	X	X	X	X

Software	X	X	X	X
Supervisión	X	X	X	X
Validación	X			
Visualización	X	X	X	X
Redacción del borrador original	X			
Redacción – revisión y edición	X	X	X	X

Referencias

- abc (s.f.). ABC, el decano de la prensa española. <https://www.abc.es/contacto/quienes-somos.html>
- Aspace (2013). De retrones y hombres. <https://aspace.org/noticia/170/de-retrones-y-hombres>
- Babiker, S. (2024, 9 de noviembre). Las personas con títulos extranjeros exigen menos promesas y más hechos. *elsaltodiario.com*. <https://www.elsaltodiario.com/migracion/personas-titulos-academicos-extranjeros-exigen-menos-promesas-hechos>
- Brand, U. & Wissen, M. (2021). *The imperial mode of living: Everyday life and the ecological crisis of capitalism*. Verso.
- Brody, M. (Ed.). (2019). *Handbook of environmental education*. Routledge.
- Campillo, A. (2024, 6 de noviembre). Crónica de una catástrofe anunciada. *eldiario.es*. https://www.eldiario.es/murcia/murcia-y-aparte/cronica-catastrofe-anunciada_132_11794931.html
- Casares Corrales, A. (2021). *La hora del periodismo constructivo. El poder transformador de la información orientada al futuro y a las soluciones*. Astrolabio Comunicación.
- Chaparro-Escudero, M., Espinar-Medina, L., El Mohammadiane-Tarbift, Á. & Peralta-García, L. (2020). *Guía de transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios*. Fragua.
- Chen, Y., Thorson, K., & Lavaccare, J. (2022). Convergence and Divergence: The Evolution of Climate Change Frames Within and Across Public Events. *International Journal of Communication*, 16, 23. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/17609>
- ctxt.es (s.f.). Cuentas CXTX 2015-2024. <https://ctxt.es/es/20210501/Firmas/36/Cuentas-qui%C3%A9nes-somos.htm>
- eldiario.es (s.f.). Los Focos <https://www.eldiario.es/focos/>
- eldiario.es (2023, 20 de mayo). El Estatuto de elDiario.es <https://static.eldiario.es/eldiario/public/content/file/original/2023/0630/07/estatuto-ed-definitivo-pdf.pdf>
- elmundo.es (s.f.). El Estatuto de redacción de *El Mundo*. <https://www.comisiondequejas.com/otras-normas-eticas/estatutos-de-redaccion/estatuto-de-redaccion-de-el-mundo/>
- elpais.com (s.f.). Estatuto de *El País*. <https://www.comisiondequejas.com/otras-normas-eticas/estatutos-de-redaccion/estatuto-de-el-pais/>
- elpais.com (2022, 9 de marzo). Isabel Valdés recoge el testigo como nueva corresponsal de género de *El País*. <https://elpais.com/comunicacion/el-pais-que-hacemos/2022-03-09/isabel-valdes-recoge-el-testigo-como-nueva-corresponsal-de-genero-de-el-pais.html>
- elsaltodiario.com (s.f.-a). Estatutos de la sociedad cooperativa «Cooperativa Editorial S. Coop.» https://www.diagonalperiodico.net/sites/default/files/edicion_impresa/estatutos_coopeditorial.pdf
- elsaltodiario.com (s.f.-b). Crisis climática. *elsaltodiario.com*. <https://www.elsaltodiario.com/cambio-climatico>
- elsaltodiario.com (s.f.-c). Saltamontes <https://www.elsaltodiario.com/saltamontes>

- elsaltodiario.com* (s.f.-d). El blog de las socias <https://www.elsaltodiario.com/el-blog-de-el-salto>
- Escobar, A. (2010). *Farewell to development*. Great Transition Initiative. <https://greattransition.org/publication/farewell-to-development/>
- Escobar, A. (2018). *Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds*. Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9780822371816>
- Espinar-Medina, L. M., López-Gómez, S. & Peralta-García, L. (2023). La transición ecosocial en las cadenas generalistas de televisión en España: presencia y temáticas. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(2), 85–103. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23844>
- Esteve, G. (2011). Más allá del desarrollo: la buena vida. *América Latina en Movimiento*, (445). <http://hdl.handle.net/10644/2802>
- Fraser, N. (2022). *Cannibal capitalism: How our system is devouring democracy, care, and the planet—and what we can do about it*. Verso.
- Gudynas, E. (2011). Buen vivir: germinando alternativas al desarrollo. *América Latina en Movimiento* (ALAI), 46(2), 1–20. <https://biblioteca.hegoa.ehu.es/registros/18429>
- Herrero, Y. (2012). *Miradas ecofeministas para transitar a un mundo justo y sostenible*. Fundación Entretantos.
- Hidalgo-Capitán, A. L. & Cubillo-Guevara, A. P. (2014). El pensamiento sobre el Buen Vivir: entre el indigenismo, el socialismo y el posdesarrollismo. *Revista Iberoamericana de Estudios de Desarrollo*, 3(1), 30–53. https://doi.org/10.26754/ojs_ried/ijds.191
- Hui, Y. (2016). *The question concerning technology in China: An essay in cosmotechnics*. Urbanomic.
- Illich, I. (1973). *La convivialidad*. Barral Editores.
- lamarea.com* (2014). La Marea: un periódico en el que reconocerse <https://revistautopia.org/la-marea-un-periodico-en-el-que-reconocerse/>
- Latouche, S. (2006). *La apuesta por el decrecimiento*. Icaria.
- Matthies, A. L. (2017). The conceptualisation of ecosocial transition. In A. Matthies & K. Närhi (Eds.), *The ecosocial transition of societies: The contribution of social work and social policy* (pp. 17–35). Routledge.
- Molina, I. (2024, 10 de junio). *Casares: El periodismo constructivo devuelve a los medios su función social*. Fundación Luca de Tena. <https://laboratoriodeperiodismo.org/casares-a-los-medios-les-cuesta-incorporar-el-periodismo-de-soluciones-porque-creen-que-lo-hacen-todo-bien/>
- Morena, E., Krause, D., & Stevis, D. (Eds.). (2020). *Just transitions: Social justice in the shift towards a low-carbon world*. Pluto Press.
- Naess, A. (2016). *The ecology of wisdom: Writings by Arne Naess*. Counterpoint.
- Nisbet, M. C. & Newman, T. P. (2015). Framing, the Media, and Environmental Communication. En A. Hansen & R. Cox (Eds.), *The Routledge Handbook of Environment and Communication* (pp. 325-338). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315887586-24>
- Noriega, D. (2024, 22 de febrero). Tres ministerios para un reto global: «La crisis climática es una crisis de salud». *eldiario.es*. https://www.eldiario.es/sociedad/tres-ministerios-reto-global-tesis-climatica-tesis-salud_1_10947361.html
- Peralta-García, L., Ufarte-Ruiz, M. J. & López Caniego, M. D. (2019). Micromachismos y prensa digital: el *diario.es* como estudio de caso. *Icono 14*, 17 (1), 162-183. <https://doi.org/10.7195/ri14.v17i1.1220>
- Peralta-García, L. (2025). *Narrativas cinematográficas ante la Transición Ecosocial. Del cine diagnóstico al cine antídoto*. Tirant Lo Blanch.
- Peralta-García, L. & Sanz-Hernando, C. (2025). La radio en España ante la Transición Ecosocial: temáticas, puntos de vista narrativos, carencias y retos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31 (26), 209-224. <https://doi.org/10.5209/emp.98921>
- Peralta-García, L. & Chaparro-Escudero, M. (2026) Reshaping Communication on the Ecosocial Transition: From Diagnosis to Antidotes. *Index.Comunicación* (en prensa).

- publico.es* (s.f.). Las 10 banderas de Público <https://www.publico.es/info/banderas-publico.html>
- Puleo, A. (2011). *Ecofeminismo para otro mundo posible*. Cátedra.
- Quijano, A. (2011). «Bien vivir»: entre el «desarrollo» y la des/colonialidad del poder. *Ecuador Debate*, (84), 77–87. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/items/68dfa60d-3969-498a-b6c8-00c5b93db24e>
- Rambaree, K., Powers, M. C. F., & Smith, R. J. (2019). Ecosocial work and social change in community practice. *Journal of Community Practice*, 27(3–4), 205–212.
- Reinaga, F. (1970). *La revolución india*. Ediciones PIA.
- Rico, J. (2024, 27 de marzo). Comunidades energéticas frente a la crisis climática y la despoblación. *publico.es*. <https://elasombrario.publico.es/comunidades-energeticas-frente-tesis-climatica-despoblacion/>
- Rist, G. (1996). *El desarrollo: historia de una creencia occidental*. Siglo XXI.
- Rivera Cusicanqui, S. (2010). *Un mundo ch'ixi es posible*. Tinta Limón.
- Roszak, T. (1995). *Ecopsychology: Restoring the Earth, healing the mind*. Sierra Club Books.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. Guilford Press.
- Sachs, W. (Ed.). (1992). *The development dictionary: A guide to knowledge as power*. Zed Books.
- Sanz-Hernando, C. & Peralta-García, L. (2026). Los espacios feministas en la programación radiofónica española y su contribución a la Transición Ecosocial. *AdComunica*, 31, 273–298. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.9161>
- Segal, E. A. (2011). Social empathy: A model built on empathy, contextual understanding, and social responsibility that promotes social justice. *Journal of Social Service Research*, 37(3), 266–277. <https://doi.org/10.1080/01488376.2011.564040>
- Shiva, V. (2005). *Earth democracy: Justice, sustainability, and peace*. South End Press.
- Spivak, G. C. (1988). ¿Puede hablar el subalterno? *Revista del Centro de Estudios de Género*, (1), 1–23.
- Svampa, M. (2022). Dilemas de la transición ecosocial desde América Latina. *Documentos de Trabajo Fundación Carolina y Oxfam Intermón*, (2). <https://doi.org/10.33960/issn-e.1885-9119.DTFO02>
- Viteri Gualinga, C. (2002). Visión indígena del desarrollo en la Amazonía. *Polis*, 3, 1-6. <https://journals.openedition.org/polis/7678>
- Walsh, C. (Ed.). (2013). *Pedagogías decoloniales: Prácticas insurgentes de resistir, (re)existir y (re)vivir* (Tomo I). Ediciones Abya-Yala.