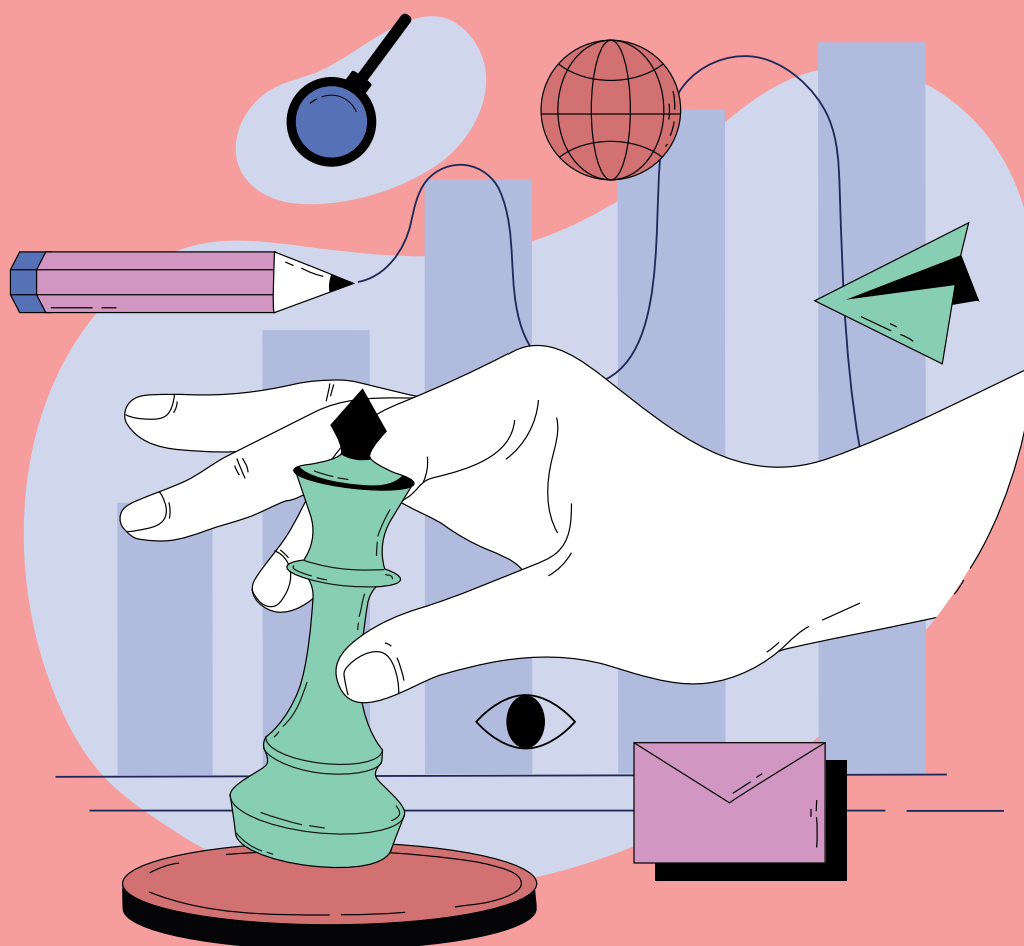




Estrategias y herramientas para fortalecer el periodismo de soluciones



En este último recurso de la serie «Construir un medio de comunicación sostenible con soluciones y periodismo constructivo», exploramos cómo las redacciones pueden utilizar una serie de estrategias y herramientas para reforzar su trabajo con el periodismo de soluciones y aumentar su visibilidad con el fin de atraer a posibles patrocinadores.

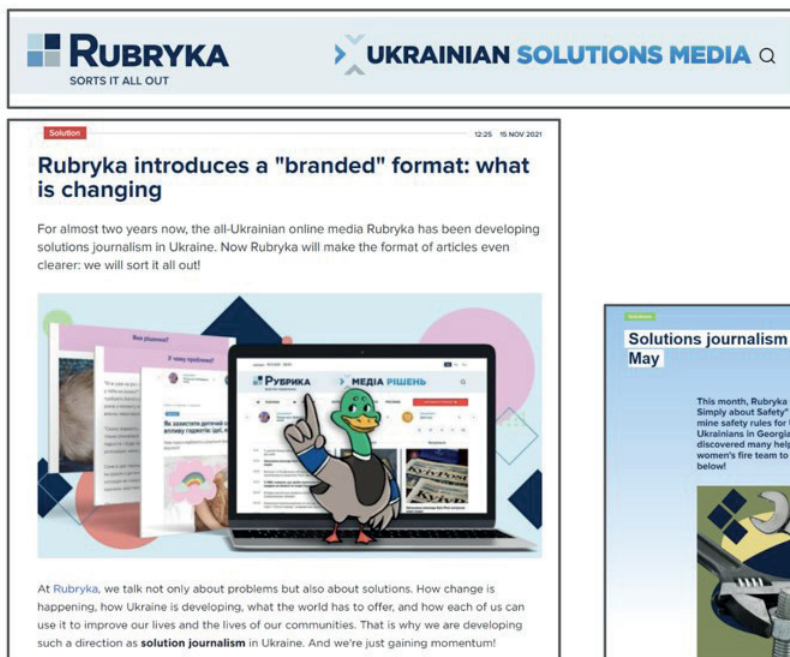
Orientación y alfabetización mediática

En el contexto de la creciente ansiedad del público causada por el tipo de noticias a las que están expuestos, las organizaciones mediáticas tienen la oportunidad de mostrar y comunicar a sus audiencias que están abordando su trabajo de una manera diferente.

Incluso para el público más fiel, identificar las soluciones informativas puede no ser siempre obvio. Y los profesionales de los medios de comunicación no tienen claro si darle el protagonismo a las soluciones es una forma distinta de periodismo.

Por un lado, están quienes creen que el periodismo de soluciones es simplemente buen periodismo. Dado que se adhiere a los más altos estándares del oficio, recurre a fuentes numerosas y diversas, explica exhaustivamente y aporta pruebas de lo que funciona y lo que no en respuesta a un problema social, no merece ser destacado de ninguna manera en particular. En su opinión, el público es lo suficientemente receptivo a la información y al enfoque narrativo de una historia como para reconocerla como periodismo de soluciones.

Además, creen que el público puede ser escéptico ante la idea del periodismo de soluciones. Durante la investigación sobre la audiencia, algunos periodistas han escuchado a miembros del público explicar cómo este enfoque editorial podría darles la sensación de que se les está diciendo que piensen en una única forma de abordar un problema. Aunque esto puede deberse a un malentendido sobre el minucioso trabajo periodístico que implica, etiquetar el contenido como tal podría contribuir a encasillar el trabajo y desviar la atención de la audiencia.



**Foto: Rubryka, una publicación ucraniana centrada en el periodismo de soluciones, ha adoptado en enfoque proactivo para comunicar su enfoque editorial.*



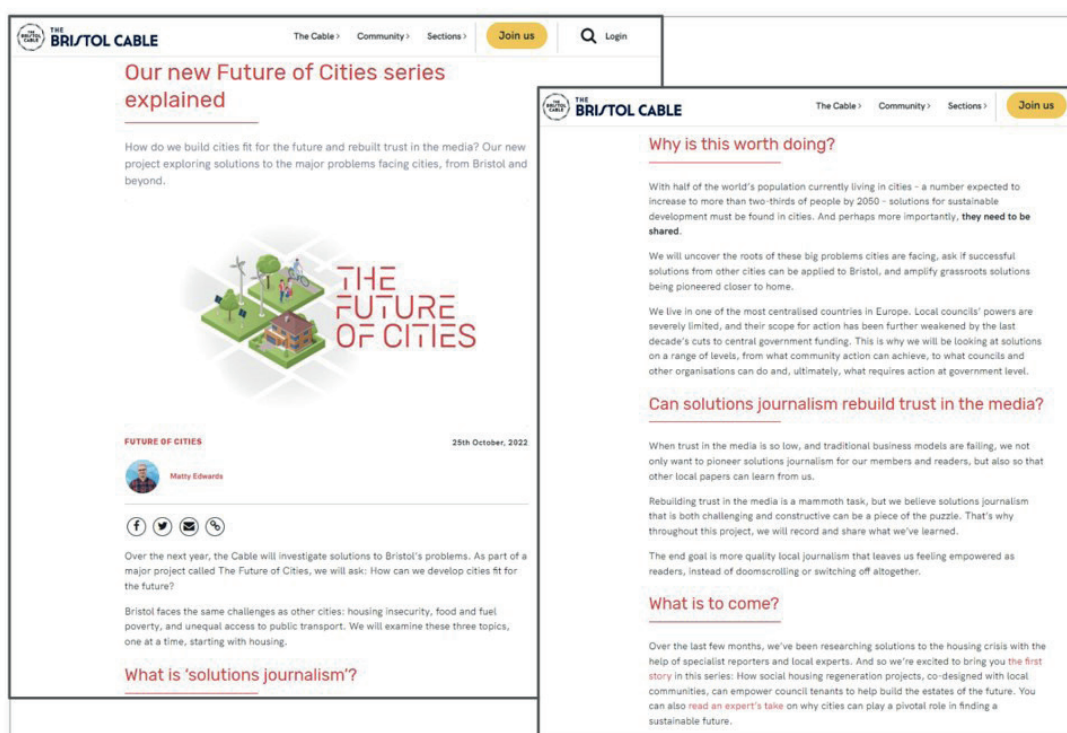
Por otro lado, otros profesionales ven la situación de manera diferente. Un enfoque más constructivo para informar sobre el mundo ofrece la oportunidad de demostrar que el periodismo no tiene por qué estar tan centrado en la cobertura de problemas. Ven una oportunidad para fomentar la alfabetización mediática y explicar cómo los periodistas toman decisiones sobre qué cubrir y cómo hacerlo. El mundo de la información es tan complejo que contar lo que pasa entre bastidores y ser transparentes puede contribuir a generar comprensión y aceptación por parte del público. La lógica es que esto también ayudaría a crear hábitos más saludables para los consumidores de información.

Explicar claramente y etiquetar el periodismo de soluciones como un producto editorial independiente es una forma de que las organizaciones periodísticas enriquezcan el ecosistema informativo de las comunidades

en las que trabajan. [Trusting News](#), una organización que trabaja ayudando a los periodistas a ganarse la confianza de su público, ha publicado un artículo titulado «[Si haces periodismo de soluciones, no olvides decírselo a tu público](#)».

Si bien ambas perspectivas son válidas, corresponde a la organización de noticias decidir qué estrategia les resulta más conveniente para ser transparentes y mostrar su trabajo orientado a las soluciones (véase el [recurso n.º 2](#)).

Desde etiquetas y logotipos hasta secciones diferenciadas en su página web, notas del editor, editoriales y boletines informativos específicamente seleccionados, los medios de comunicación han adoptado una serie de tácticas de comunicación para que la información sobre soluciones resulte más o menos destacada.



*Foto: The Bristol Cable, una cooperativa de medios de comunicación local del Reino Unido, produjo una serie de reportajes orientados a las soluciones y explicó los motivos de sus decisiones editoriales.

Aquí hay [una presentación](#) que recopila algunos ejemplos destacados de señalización y mensajes utilizados por las organizaciones de medios de comunicación, así como [algunas pautas](#) sobre cómo se puede crear coherencia en este trabajo.



Herramientas de autoevaluación y establecimiento de objetivos

Como se ha visto en el recurso n.º 1 de esta serie, crear cambios culturales en las prácticas editoriales dentro de un medio de comunicación no es algo que se consiga de la noche a la mañana. Requiere una amplia gama de intervenciones estratégicas más generales y tácticas más pequeñas. Estas pueden implementarse a lo largo del tiempo, a través de varias fases de desarrollo, al ritmo que se considere más adecuado para cada redacción.



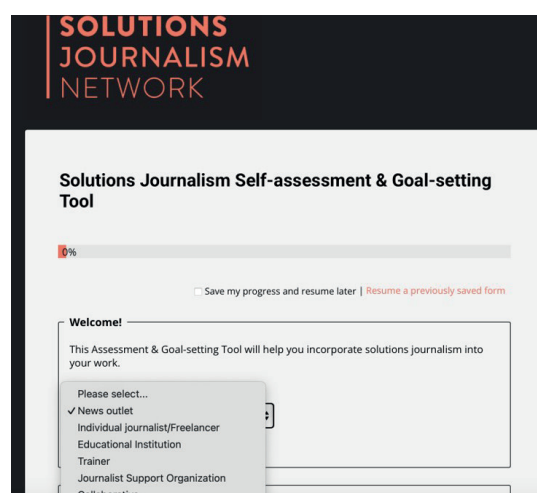
A partir de las herramientas y los procesos utilizados para generar un cambio estratégico, la Red de Periodismo de Soluciones creó su propio instrumento para ayudar a orientar a distintos actores del sector a perfeccionar su trabajo orientado a las soluciones: la [herramienta de autoevaluación y establecimiento de objetivos del periodismo de soluciones](#).

Existen distintas versiones adaptadas para diferentes tipos de agentes de la industria: redacciones, periodistas individuales y autónomos, formadores, instituciones educativas, organizaciones de apoyo al periodismo y colaboradores.

La herramienta de evaluación está diseñada en torno a una serie de áreas de desarrollo y preguntas que invitan a reflexionar sobre los aspectos de su trabajo en los que podría incorporar el periodismo de soluciones. Al rellenar el formulario, establecen un punto de referencia sobre la situación actual de su

práctica e identifican los objetivos que desean alcanzar. La herramienta se puede utilizar repetidamente para realizar un seguimiento del progreso a lo largo del tiempo, con la posibilidad de registrar reflexiones sobre los retos y las oportunidades que se deben perseguir.

En el correo electrónico de seguimiento que reciben los usuarios se incluyen varios enlaces a recursos y herramientas adicionales, que pueden utilizarse para elaborar estrategias orientadas a alcanzar esos objetivos.



**Foto: La sección principal de la herramienta de autoevaluación y establecimiento de objetivos para el periodismo de soluciones.*

Seguimiento del impacto

El seguimiento del impacto de un enfoque editorial puede ayudar a demostrar su valor y consolidar su práctica dentro de una redacción. Esto resulta especialmente relevante a la hora de relacionarse con posibles donantes o inversores, como se pone de manifiesto en el [recurso n.º 4](#). Para ello es necesario establecer una infraestructura y unos flujos de trabajo que garanticen la recopilación adecuada de información sobre el impacto de la información periodística.

[Esta guía](#) explica cómo los medios pueden crear una cultura de seguimiento del impacto dentro de las propias organizaciones, describiendo un proceso para desarrollar prioridades y flujos de trabajo en esta materia.



La herramienta está diseñada para ayudar a los periodistas y editores a definir ideas claras sobre el tipo de efecto e impacto que esperan de sus reportajes, así como a aclarar las diversas métricas y métodos para medirlo. Una hoja de trabajo vinculada a la guía incluye la formulación de una hipótesis de impacto y la elaboración de una estrategia para maximizar las posibilidades de alcanzar el resultado previsto. Por último, esta herramienta también muestra cómo las redacciones han destacado el impacto de su trabajo ante una serie de partes interesadas diferentes.

Our reporting on <TOPIC> will <DESIRED OR POTENTIAL IMPACT> for <AUDIENCE SEGMENT X>. We will measure this impact through <MEASUREMENT or METRIC>.

Example 1

Our reporting on public transport accessibility will increase a sense of empowerment to advocate for change for underserved members of the community. We will measure this impact through baseline and post-reporting audience surveys.

*Foto: ejemplo de una hipótesis de impacto.

El formulario [Impact Tracker](#) utilizado por la Red de Periodismo de Soluciones puede servir como modelo para recopilar información. Está diseñado para que el usuario identifique el impacto específico relacionado con el periodismo de soluciones, como la rendición de cuentas, la acción comunitaria y la participación de la audiencia (véase también la herramienta desarrollada por Impact Architects). A continuación, invita a explicar con más detalle la conexión entre ambos aspectos, para determinar así si existe una relación de causalidad entre la información y sus consecuencias.

La SJN también cuenta con [una base de datos de impacto](#) en su sitio web, en la que se enumeran varios ejemplos de publicaciones que practican el periodismo de soluciones.

Obtener apoyo para soluciones y periodismo constructivo

Las siguientes organizaciones producen regularmente recursos, ofrecen financiación y proporcionan orientación para ayudar a las empresas periodísticas a avanzar en su práctica de soluciones y periodismo constructivo.

[Constructive Journalism Institute:](#)

Con sede en Aarhus, Dinamarca, esta organización fundada en 2017 ha apoyado principalmente a medios escandinavos a reforzar su cobertura centrada en soluciones, equilibrada y capaz de conectar con la sociedad.

Sus becas han ayudado a difundir la práctica del periodismo constructivo en numerosas redacciones grandes y pequeñas.

Entre otros servicios, recientemente han desarrollado una herramienta de inteligencia artificial, [Constructive News Mirror](#), capaz de evaluar la producción de contenidos de periodismo constructivo. Se ha desarrollado utilizando un modelo lingüístico, entrenado con contenidos seleccionados por periodistas y editores que participan en la producción de periodismo constructivo. A partir de los datos generados por esa tecnología, se elabora un informe semanal para los editores y resúmenes de información para la plantilla.

[Solution Journalism Network](#)

La organización se fundó en 2013 en Estados Unidos, pero opera a nivel mundial. Su actividad se centra en:

- Apoyar a los emprendedores para que lleven el periodismo de soluciones a sus audiencias y comunidades (formando a educadores y editores de periodismo de soluciones, y asociándose con otras organizaciones de apoyo al periodismo).
- Conectar comunidades de aprendizaje reuniendo a actores periodísticos con ideas afines para reforzar y acelerar el



aprendizaje y el cambio de prácticas en todas las redes (¡puedes inscribirte en el directorio de SJN [en este enlace](#)).

- Amplificar y difundir conocimientos sobre la innovación en el periodismo y en la sociedad, y recopilar su impacto.

Transitions

Fundada en 1999, Transitions es una organización sin ánimo de lucro con sede en Praga, República Checa. Su misión es ayudar a generar confianza en el periodismo independiente y fomentar un público crítico, informado y comprometido, con especial atención a los países poscomunistas de Europa y la antigua Unión Soviética. Para

ello publican Transitions, una revista en línea en inglés que ofrece análisis y opiniones en profundidad sobre esta región, y llevan a cabo programas de formación periodística y alfabetización informativa.

Sus esfuerzos se han centrado en difundir el periodismo de soluciones en toda Europa Central y Oriental y en conceder subvenciones a periodistas para que prueben de primera mano, con su apoyo y orientación, este tipo de periodismo.

Su sitio web incluye un [centro de recursos SoJo](#) (SolutionJournalism) recientemente rediseñado, que incluye [el primer curso interactivo en línea](#) sobre periodismo de soluciones.

