

TALK IN GREEN

TFG C.2 MEDIO DIGITAL



URL:
[HTTPS://TALKINGREEN.WIXSITE.COM/MISITIO](https://talkingreen.wixsite.com/misitio)

FECHA DE CREACIÓN: 12- 3- 2019

TEMÁTICA: PERIODISMO AMBIENTAL

NOMBRE ALUMNA: PAULA GARCÍA TORREGROSA

TUTORA: LAURA MUÑOZ PAREDES

CURSO ACADÉMICO 2018/ 2019

PE0932 - TRABAJO DE FIN DE GRADO

NOMBRE DEL BLOG: TALK IN GREEN

GRADO EN PERIODISMO

ÍNDICE

1. Introducción	pág. 2	4. Fase de postproducción	pág.13
1.1 Presentación del producto periodístico	pág. 2	4.1 Equipo técnico	pág.13
1.2 Objetivo del medio	pág. 3	4.2 Software	pág.13
1.2.1 Objetivos específicos	pág. 3	4.3 Redes Sociales	pág.14
1.3 Interés del medio	pág. 4	5. Valoración final	pág.14
1.4 Justificación selección	pág. 4	6. Anexos	pág.17
2. Fase de preproducción	pág. 5	6.1 Summary	pág.18
2.1. Selección de contenidos	pág. 5	7. Bibliografía	pág. 24
2.2 Fuentes	pág. 6		
2.3 Gastos necesarios para su realización	pág. 7		
3. Fase de producción	pág.8		
3.1 Justificar el enfoque seleccionado para abordar la temática	pág.8		
3.2 Secciones	pág.9		
3.3 Estructura	pág.10		
3.4 Diseño	pág.11		
3.5 Interactividad	pág.12		

1. Introducción

1.1 Presentación del producto periodístico

Talk In Green es una revista *online* especializada en el campo medioambiental, y orientada a la difusión de información y a la concienciación de la situación actual en el planeta.

Este medio busca contribuir a la mejora de la actitud de la sociedad mediante la información, para fomentar un cambio positivo en los hábitos de consumo y cuidado del planeta, tanto su medio natural como las especies (animales y vegetales) que en él habitan. A diferencia de la prensa generalista, en *Talk in Green* se tratan temáticas en profundidad que son relevantes para toda la población, explicadas en profundidad y de manera rigurosa y clara, para que sea fácilmente comprensible para un público heterogéneo.

Las revistas especializadas en la información sobre el medio ambiente enfocan sus contenidos a un público especializado o mínimamente educado en el campo científico, por lo que alejan al público general al no tener conocimientos sobre la materia. *Talk in Green* pretende cubrir ese vacío informativo mediante la claridad expositiva de una información tan compleja como es la medioambiental, y que es a su vez tan importante para el desarrollo de la sociedad.

Talk in Green distribuye sus contenidos alrededor de tres campos temáticos básicos: entorno natural, mundo animal y mundo vegetal. Cada una de estas áreas forma una sección dentro del medio. La razón de esta distribución es sencilla, y es que para comprender los efectos de las cosas que suceden en el medio natural y su importancia es necesario entender que estos tres pilares básicos están completamente relacionados entre sí, los tres se mantienen en perfecto equilibrio, por lo que si uno se daña los otros dos sufrirán los efectos también.

1.2 Objetivo del medio

El objetivo de *Talk in Green* es conseguir crear un medio al que la gente acuda para conseguir información de calidad, fácilmente comprensible y que sea atractiva e interesante para el lector, para así dar una mayor visibilidad a este campo y ayudar a entender la relevancia de los sucesos medioambientales, así como la necesidad de adoptar una posición activa frente a estas problemáticas que se nos presentan.

Además, el medio busca despertar la capacidad crítica del público mediante las funciones interactivas que habilita para ello. Especialmente el Foro, una herramienta innovadora donde de manera mensual se abre una discusión temática para que los lectores pueden opinar libremente sobre diferentes cuestiones.

1.2.1 Objetivos específicos

1. Crear información sobre el ámbito medioambiental de calidad, rigurosa y sencilla de comprender para la ciudadanía.
2. Promover la concienciación social y la visibilización de los asuntos medioambientales como prioritarios para el progreso, mediante la publicación de información interesante y de calidad.
3. Estimular el interés de la población por los temas medioambientales mediante la publicación de información especializada, rigurosa y comprensible.
4. Estimular la capacidad crítica de los lectores con respecto a sus acciones y sus efectos en el medio ambiente, así como respecto a las temáticas tratadas en el medio.
5. Hacer más atractiva la información ambiental mediante la redacción explicativa de este campo tan complejo, que facilite al lector su comprensión y, por tanto, no lo aleje de la información especializada.

6. Hacer uso de fuentes oficiales y expertas que den rigor y profesionalidad a nuestro medio, y que proporcionen a las piezas informativas veracidad y precisión.

7. Complementar los contenidos con herramientas visuales que proporciona el medio *online*, como imágenes, gráficas e infografías que faciliten la comprensión de la complejidad de ciertos asuntos, y que los hagan mucho más evidentes.

1.3 Interés del medio

El interés de *Talk in Green* reside en la necesidad de proporcionar al público general el acceso a una información específica compleja, pero muy relevante para sus vidas, de manera que puedan comprender de manera clara y fundamentada en datos y expertos la relevancia de dicha información y sus efectos, para así poder potenciar la capacidad crítica y de acción hacia un cambio social.

El periodismo medioambiental en España no está muy extendido, a pesar de que hay medios de este ámbito con contenido de calidad. No están en mi opinión bien adaptados al público general, por lo que a la gente que quiere informarse le cuesta encontrar información de calidad y rigurosa pero explicada de manera comprensible.

Creo que crear un contenido así es esencial para poder llegar a una mayor concienciación social sobre la decadente situación ambiental en la que nos encontramos, y por ende comenzar a realizar cambios en los hábitos de la sociedad que ayuden a mejorarla.

1.4 Justificación selección

Este es un tema que realmente me entusiasma y me parece esencial para la humanidad, puesto que nos encontramos ante una situación ambiental mucho más grave de lo que los medios generalistas exponen. Hablar e informar de manera directa sobre estos temas es fundamental para poder lograr un avance hacia la

concienciación social de la importancia de las acciones individuales y su impacto en el medio ambiente y el futuro de la sociedad, y *Talk in Green* ha conseguido crear piezas que se ajustan a estos estándares colaborando con expertos y haciendo uso de bases de datos expertas.

Además, creo que actualmente el consumo de contenidos informativos en internet es la base de conocimiento de muchos ciudadanos, por lo que me parecía que abrir un medio *online* podría formarme de manera más profesional en el uso de las nuevas herramientas, para conseguir un medio interactivo y ameno para el lector, además de útil.

Otra de las razones por las que decidí comenzar con este proyecto es que me gustaría dedicarme en el futuro al periodismo ambiental, por lo que pretendo mantener *Talk in Green* a largo plazo una vez acabado el Trabajo de Fin de Grado. Con este medio pretendía acercarme más y aprender sobre este ámbito temático tan específico y complejo, de manera que me pudiera acercar a fuentes y conocimientos que me sirvieran para el futuro laboral.

2. Fase de preproducción

2.1. Selección de contenidos

Tal y como se ha comentado anteriormente, *Talk in Green* distribuye sus contenidos alrededor de tres campos temáticos básicos: el entorno natural, el mundo animal y el mundo vegetal, y cada uno de estos campos temáticos forma una sección dentro del mismo medio.

Sin embargo, puesto que el campo temático en el que trabaja el medio es influenciado por muchas y muy variadas temáticas y factores externos, en *Talk in Green* no solo hemos querido cubrir las temáticas directas de los tres subcampos esenciales del medio ambiente, sino que dentro de estos también hemos buscado dar información más amplia que ponga en perspectiva todos los factores que

afectan a estos campos, como la política, la ciencia y la investigación, la alimentación y el consumo, etc.

2.2 Fuentes

En *Talk in Green* se han usado tanto fuentes personales expertas como fuentes documentales especializadas para la elaboración de las piezas publicadas. Con esta combinación se espera dar tanto datos claros y concretos que muestren la veracidad y precisión de la información que publicamos, como los conocimientos y opiniones de profesionales especializados del sector, que explican de manera rigurosa ciertos aspectos de los diferentes temas y aportan distintos enfoques dentro de su campo y calidad al proyecto. Así, buscamos aportar cierta objetividad con las fuentes documentales variadas y contrastadas, y confirmación y calidad informativa a través de los expertos que han colaborado en nuestras piezas.

Las fuentes a las que se ha accedido han variado en función del tema específico tratado y la posibilidad de acceso a las mismas. Entre ellas, podemos destacar las siguientes:

- **Jaime Prohens Tomás** - Investigador, catedrático de la Universidad Politécnica de València y Doctor *honoris causa* de la Universidad Politécnica de València.
- **Pablo García** - Biólogo de la Fundación Oceanogràfic, y uno de los responsables del proyecto de recuperación de huevos de tiburones y rayas de la misma fundación.
- **Vicente Marco** - Veterinario de la Fundación Oceanogràfic.
- **Juan Antonio Gómez** - Biólogo con más de 30 años de experiencia y actual director del Centro de Recuperación de Fauna “La Granja”.
- **Aurelio Gómez Cadenas** - Dr. en Ciencias Biológicas, catedrático de la Universidad Jaume I y director del grupo de Ecofisiología y Biotecnología que pretende profundizar en la red de señalización de las respuestas vegetales.

- **Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura (FAO)**
- **The IUCN Red List of Threatened Species** - La Lista Roja de la IUCN es un indicador crítico de la salud de la biodiversidad del mundo, utilizada por agencias gubernamentales, departamentos de vida silvestre, organizaciones no gubernamentales (ONG), planificadores de recursos naturales, organizaciones educativas, etc.
- **World Watch** - Organización mundial de investigación sobre el medio ambiente.

2.3 Gastos necesarios para su realización.

La plataforma elegida para crear *Talk in Green* es WIX, una plataforma para el desarrollo web que permite crear y diseñar sitios web HTML5 y sitios móviles. Esta plataforma ofrece las funciones básicas de manera gratuita, pero da la posibilidad de adquirir y conectar un dominio web propio por 14'95 euros anuales.

Actualmente el logotipo que usa *Talk in Green* es también diseñado por WIX de manera gratuita, pero tanto este como el nombre del medio deberían registrarse oficialmente. La cuota de solicitud y concesión, únicamente para la explotación de estos derechos en España, ascendería a un total de 188 euros por cada diez años.

Para la gestión del medio y sus correspondientes redes sociales no haría falta hacer ninguna inversión económica, sin embargo para la producción de los contenidos habría que invertir en cámaras, micrófonos y demás equipación técnica.

Resumen de gastos de inversión aproximado:

Equipo técnico

Cámara reflex (fotografías) - 300 euros aprox. (variación dependiendo del modelo)

Trípode para cámara de video básico- 30 euros aprox.

Micrófono de corbata inalámbrico - 300 euros aprox.

Cámara de video Panasonic 160 (Modelo usado en la UJI) - 1.900 euros aprox.

Medio online

Adquisición del dominio web - 14'95 euros/ año.

Cuota registro de la marca - 188 euros

Total de gastos aproximados del primer año: 2.732'95 euros

3. Fase de producción

3.1 Justificar el enfoque seleccionado para abordar la temática

En *Talk in Green* hemos tratado de enfocar la información publicada basándonos en tres valores clave: la rigurosidad, la claridad y la imparcialidad.

Debido a la complejidad de la información que se da en el medio, es clave tener una exposición clara para poder llegar al público objetivo al que nos dirigimos, un público general que sin tener conocimientos pueda estar interesado en esta materia. Por ese motivo en *Talk in Green* tratamos de enfocar nuestras piezas con la mayor precisión posible, simplificando el lenguaje científico sin perder el rigor informativo y la exactitud expositiva.

Por otro lado, ser rigurosos en la búsqueda y contrastación de la información es un factor clave para este medio, puesto que en este campo hay que ser muy cuidadoso con la comprensión de los conceptos y cada uno de los factores para poder después dar un buen producto periodístico que lo explique de manera comprensible y concisa pero precisa y veraz. La investigación y contrastación con diversas fuentes, tanto documentales como personales, ha sido clave para poder comprender cada uno de los elementos individuales que forman un tema concreto.

Además, hemos tratado de ser lo más objetivos posible, haciendo uso de fuentes de diversa naturaleza y evitando el lenguaje que pudiera dar a entender cierto juicio de

valor por parte de *Talk in Green*, para que el lector tuviera la información y la capacidad crítica de crear su propia idea con respecto a los temas tratados y formar su opinión, lo cual es uno de nuestros objetivos clave.

3.2 Secciones

Como se ha comentado anteriormente, en *Talk in Green* basamos nuestra información en los tres pilares básicos que conforman el mundo natural: el entorno, el mundo animal y el mundo vegetal. Estos tres pilares están directamente interrelacionados entre sí, como las informaciones de nuestro medio, y conforman las secciones de *Talk in Green*.

En “Entorno” hemos incluido las piezas que tratan los temas relacionados con el ambiente y el medio natural, y todo aquello que le pueda afectar. En esta sección se pueden encontrar reportajes como *Elecciones generales 28-A: las propuestas medioambientales de los principales partidos políticos*, un reportaje de servicios que pretende exponer un resumen de las diferentes propuestas medioambientales de los cinco principales partidos políticos para las últimas elecciones generales del país en vísperas de su celebración.

Por otro lado, en “Mundo Animal” se han tratado informaciones que están más enfocadas hacia la conservación de este ámbito o a exponer las prácticas y acciones que le pueden afectar de manera directa. Aquí podemos encontrar, por ejemplo, la entrevista realizada al biólogo Pablo García o reportajes como *Sí, comer carne daña el planeta*, un reportaje de datos que muestra y explica al detalle las razones de esta afirmación tan polémica.

Por último, en la sección “Mundo Vegetal” encontramos las temáticas más centradas en este campo, con reportajes como *Cuando las frutas hiervan en el árbol*, que habla sobre las posibilidades de adaptación de los cultivos a las condiciones del cambio climático.

Además de las tres secciones del medio, existen paralelamente cinco apartados más dentro de la web. El primero es el “Podcast”, donde se encuentran las piezas radiofónicas de *Talk in Green*. Actualmente se puede encontrar el reportaje *Los centros de recuperación de fauna y la biodiversidad*, donde se entrevista a dos profesionales que trabajan en uno de estos centros y explican la relevancia de los mismos para el mantenimiento de los ecosistemas y la biodiversidad. Después encontramos la “Galería”, donde se encuentran imágenes propias del medio.

A continuación está el “Foro”, donde mensualmente se abre una discusión para que los lectores puedan opinar libremente sobre diferentes perspectivas y temas polémicos relacionados con el medio ambiente y el ámbito natural. Esta es además una de nuestras herramientas de interacción con los lectores que permite potenciar una de los objetivos principales de *Talk in Green*, el impulsar el desarrollo de la capacidad crítica de los consumidores con respecto a estos temas.

Por último están las secciones “Sobre nosotros”, una carta de presentación de nuestro medio para los lectores; y “Contacto”, donde facilitamos al usuario la opción de escribir sin salir de la misma web un correo electrónico a *Talk in Green*, así como también la dirección de correo para cualquier tipo de *feedback*.

3.3 Estructura

Lo primero que se encuentra al entrar en el medio es la página de “Inicio”, donde se encuentra un mosaico con las publicaciones del medio, al hacer *click* en ellas la página abre dicha pieza en su ubicación original.

Además, hay tres imágenes interactivas con datos sobre la situación medioambiental, es un elemento decorativo del medio que además cumple una función informativa y que ayuda a poner en perspectiva algunos puntos claves del ámbito ambiental.

En la misma página de “Inicio” también se encuentran las publicaciones de Instagram de *Talk in Green*, que se actualizan de manera automática cada vez que se sube algo en la red social, de manera que también aparece en la web. Si se hace *click* en ellas la página abre la publicación completa y da la opción de redirigir a la red social donde ésta se encuentra publicada.

Por otro lado, se encuentra la página “Publicaciones”, subdividida por las tres secciones comentadas anteriormente: Entorno, Mundo animal y Mundo vegetal. Además ofrece la posibilidad de ver todas las publicaciones de manera general.

Finalmente se encuentran las secciones “Podcast”, “Galería”, “Foro”, “Sobre nosotros” y “Contacto”, las cuales ya han sido comentadas en el punto anterior.

3.4 Diseño

La página web está ligada a la imagen corporativa del medio. Basa sus colores en los que se relacionan de manera instintiva al medio natural, especialmente el verde y el amarillo. También se han usado algunas fotos, ninguna de ellas sujetas a derechos de autor, para complementar la imagen del medio y hacerla más atractiva visualmente.

El diseño al completo fue realizado con la página WIX, que permite más libertad de diseño que otro tipo de herramientas. La letra y el diseño de las publicaciones están limitadas por esta plataforma, por lo que no es posible cambiar la fuente de la letra con la que se redacta, y las opciones de tamaño son también reducidas.

Las publicaciones están organizadas por orden cronológico en visión de mosaico, para que sean muy visuales y fáciles de encontrar. Se ha buscado presentar los contenidos informativos de manera clara y sencilla, de forma que esté de acorde con la consecución de los objetivos de claridad de *Talk in Green*.

3.5 Interactividad

En *Talk in Green* creemos que la interactividad es un factor clave para el periodismo esencial, especialmente en el medio *online*. Para potenciar las posibilidades que da el espacio *online*, hemos hecho uso de diversas herramientas que fomenten la interacción con los usuarios.

El medio presenta una sección llamada “Foro”, donde se abre mensualmente un tema de debate relacionado con la temática especializada de *Talk in Green*, en el que todos los usuarios son libres de participar. Además, dentro del mismo medio se ofrece la posibilidad de comentar en las piezas publicadas o de darles al botón de “me gusta”. Dentro de la misma página web se ha habilitado una sección llamada “Contacto”, donde se le facilita al usuario la opción de escribir un correo electrónico sin salir la misma web, así como también la dirección de correo talkinggreenweb@gmail.com a la que se pueden remitir.

Además, en la parte superior derecha y a pie de página se encuentran iconos en miniatura para que la conexión y la búsqueda de las plataformas de *Talk in Green*, Instagram, Facebook y Gmail, sea fácil y conveniente.

Por otro lado, en la página de inicio se encuentra el *feed* de Instagram, nuestra red social principal, que automáticamente se actualiza y muestra las novedades también en la página web. Si el lector hace click en una de estas imágenes, la página lo redirecciona al post de Instagram original. Con respecto a esta red social, queremos destacar el uso que le hemos dado a las *stories*, un modo de participación que ha tenido mucho éxito entre nuestro público al publicar encuestas sobre temáticas del ámbito informativo en el que desarrollamos nuestra labor periodística.

Por último, el contenido informativo de *Talk in Green* se apoya en imágenes, gráficas e infografías, además de hipervínculos a información complementaria como informes de los que se sacan datos citados en el texto o páginas web oficiales

donde ampliar más información sobre cierto aspecto en fuentes documentales oficiales o expertas.

4. Fase de postproducción

4.1 Equipo técnico

El equipo técnico que se ha usado para la elaboración de los productos informativos de *Talk in Green* han sido tanto propios como de la Universitat Jaume I.

Para llevar a cabo el proyecto se han usado los siguientes:

Macbook Pro - propio

Micrófono RODE NT1-A - propio

Cámara de video Panasonic 160 - Labcom UJI

Micrófono de mano - Labcom UJI

Micrófono inalámbrico de corbata- Labcom UJI

Trípode de vídeo- Labcom UJI

4.2 Software

Los programas y software utilizados para la elaboración del proyecto son los siguientes:

WIX - plataforma de desarrollo web

Canva - editor de diseño online para creación de infografías, gráficas, etc.

Pexels - base de imágenes de archivos sin derechos de autor

Final Cut PRO- Editor profesional de vídeo

Logic PRO X - Editor profesional de audio

Youtube - plataforma online, para la publicación de la pieza televisiva

Soundcloud - plataforma online, para la publicación de la pieza radiofónica

4.3 Redes Sociales

Instagram - Red social principal. En esta red hemos compartido imágenes de nuestras publicaciones, en las que mostramos una imagen junto a un pequeño texto descriptivo. Además, destacamos el uso de esta red social, ya que nos ha aportado una herramienta de interactividad añadida mediante la realización de encuestas a nuestros lectores sobre distintos temas relacionados con el ámbito temático del medio. Estas encuestas se realizaban al anunciarse en esta red social la apertura de un nuevo tema en el Foro, y con ella recibimos las opiniones del público.

Facebook - Red social secundaria. La función que hemos asignado a Facebook es un poco más secundaria que la de Instagram, y se ha basado en compartir los *links* de las publicaciones, de manera que al pinchar en ellas te redirige a la página donde está publicada, algo que no es posible en Instagram.

Youtube - Hemos usado esta plataforma para subir el material audiovisual de *Talk in Green*, el cual aparece directamente en el medio online como una publicación.

Soundcloud- Es una plataforma de distribución de audio en línea que hemos utilizado para publicar los reportajes radiofónicos del medio. El *feed* de esta red está ligado con la página de Podcast de *Talk in Green*, y se actualiza automáticamente cada vez que se añade una nueva pieza.

5. Valoración final

Llevar a cabo este proyecto ha sido enriquecedor tanto profesional como personalmente. Como comenté anteriormente, este tema me parece fascinante y de una gran importancia social, y me gustaría poder especializarme en este campo en el futuro.

Tener la posibilidad de trabajar durante meses en un proyecto que realmente me gusta me ha ayudado a comprender más el funcionamiento periodístico de este ámbito, y me ha hecho darme cuenta de algunas cosas. Entre ellas, me ha hecho comprender la inmensa cantidad de investigación previa y estudio que hay que realizar para poder comenzar el trabajo de un reportaje. Durante estos meses he aprendido muchos conceptos específicos de diferentes materias relacionadas con el medio natural, cosas que previamente ni siquiera conocía. Antes de realizar cualquier entrevista, me dedicaba a leer un artículo tras otro, libros y enciclopedias específicas simplemente para poder elaborar las preguntas adecuadas para cada uno de los entrevistados, y esto era un trabajo complejo por mi falta de conocimiento profesional en el campo científico. Sin embargo, ese esfuerzo ha sido muy gratificante, por los resultados que he obtenido y porque siento que me ayuda a crecer profesionalmente hacia este ámbito periodístico al que me quiero dedicar.

Encontrar información rigurosa es una tarea ardua, ya que hay que contrastar los diferentes estudios existentes sobre un tema, comprenderlos, compararlos y confirmarlos con fuentes expertas que aporten su visión y que, en muchas ocasiones, aclaran incógnitas que hayan surgido durante el proceso de investigación previo a la redacción.

Durante este proceso he conocido a profesionales que han aceptado colaborar con *Talk in Green*, y que espero poder volver a contactar en el futuro, ya que sus conocimientos han sido de gran ayuda para los proyectos llevados a cabo.

Por otro lado, he de añadir que dirigir y producir los contenidos de la página web en solitario ha sido una gran experiencia formativa, ya que es una tarea complicada y dura. La planificación previa de los contenidos es clave para poder cumplir con los tiempos y objetivos establecidos, sin embargo me he dado cuenta de que en este campo tan complejo y específico dos semanas por reportaje es un tiempo demasiado justo que no deja margen a los más que posibles contratiempos que puedan ocurrir. Además, teniendo en cuenta el tiempo de investigación previa y el contacto con las fuentes, muchas veces se tenía que trabajar en varios proyectos

simultáneamente para poder cumplir los objetivos. Por ello, y teniendo en cuenta el trabajo en solitario, creo que hubiera sido mejor publicar un reportaje cada tres semanas, y no cada dos.

Creo que el nivel de trabajo es muy alto en esta modalidad, sin embargo el grado de satisfacción a cambio es enorme, ya que definitivamente te pones a prueba a ti mismo, y te acerca al mundo periodístico real al que nos vamos a enfrentar.



ANEXOS

6. Anexos

6.1 Summary

PRESENTATION

Talk In Green is an online magazine specialized in the environmental field, and oriented to the propagation of information and awareness of the current situation of the planet.

This media source wants to contribute to the improvement of the attitude of society through information, to encourage a positive change in the habits of consumption and care of the planet, both in its natural environment and the species (animals and plants) that inhabit it. Unlike the general press, *Talk in Green* deals with in-depth topics that are relevant for the entire population, explaining it extensively while also doing so in a clear manner, making it is easily understandable to the general public.

GOALS

Talk in Green's goal is to create a medium that people go to get easy and understandable quality information, that is appealing and interesting for the reader, enabling greater visibility to this field while helping to understand the relevance of the environmental events that continue happening, as well as the need to adopt an active attitude towards these problems that are presented to us.

- Specific objectives

1. Create thorough yet simple quality information about the environmental field, facilitating the knowledge to the average citizen.
2. Promote social awareness and the visibility of environmental issues as priorities for progress, through the publication of interesting and quality content.

3. Engage the interest of the population for environmental issues through the publication of specialized, in-depth and understandable information.
4. Enhance the critical capacity of readers regarding to their actions and their effects on the environment, as well as the topics dealt within Talk in Green.
5. Make environmental information more appealing by extensively redacting content that explains this complex field, which facilitates the reader's understanding and therefore does not distance it from specialized information.
6. Make use of official and expert sources that give rigor and professionalism to our online material, and that provide veracity and precision to the informative pieces published in it.
7. Complement the content with visual tools provided by the online medium, such as images, statistics and infographics that facilitate the understanding of the complexity of certain issues, and make them much more visual.

INTEREST AND JUSTIFICATION OF THE SELECTION

I believe that creating such content is essential to be able to reach a greater social awareness about the decadent environmental situation in which we find ourselves in, and therefore begin to make changes in the habits of society that help improve it. Speaking and reporting directly on these issues is essential to achieve an improvement towards awareness of the importance of individual actions and their impact on the environment, and *Talk in Green* has managed to create journalistic pieces that confront these issues by collaborating with experts and making use of expert databases.

PREPRODUCTION

CONTENT AND SOURCES

Talk in Green distributes its content around three basic thematic fields of the environmental science: natural environment, flora and fauna. Each of these thematic fields forms a section within the online page/media. The reason for this distribution is simple, in order to understand the effects of issues that happen in the environment and their importance, it is necessary to understand that these three fields are fundamental pillars that are completely intertwined to each other. These three fields are maintained in perfect balance, thus, if one is damaged the other two will suffer the effects too.

In *Talk in Green*, both expert personnel sources and specialized documentary sources have been used for the production of the published pieces. With this combination, it is expected to give clear and concrete data that show the veracity and accuracy of the information we publish, as well as the knowledge and opinions of specialized professionals in the sector.

The sources that have been utilized have varied depending on the specific topic dealt with and the possibility of access to them.

EXPENSES AND INITIAL INVESTMENT

The platform chosen to create *Talk in Green* is WIX, this platform for web development allows creation and designing for HTML5 websites and mobile sites. This platform offers basic functions for free, but offers the possibility of acquiring and linking a web domain for 14'95 euros per year.

Currently the logo used by *Talk in Green* is also designed by WIX for free, but both the image and the name of the media should be officially registered. The application

and concession fee, solely for the exploitation of these rights in Spain, would amount to a total of 188 euros for every ten years.

For the management of the media and its corresponding social networks there would be no need to make any economic investment, however for the production of content it would be necessary to invest in professional equipment such as cameras, microphones and other technical equipment. The total of approximate expenses of the first year, adding the technical equipment and the expenses of management of the legal rights, would ascend approximately to a total of 2,732'95 euros.

PRODUCTION

JUSTIFICATION OF THE SELECTED APPROACH TO ADDRESS THE THEMATIC

In *Talk in Green* we've tried to base the published information on three key values: thoroughness, clarity and impartiality.

Due to the complexity of the information that is given in this media, it is essential to have a clear exposition in order to reach the target audience, an audience with basic knowledge that seeks to know more about these issues and understand them. For that reason in *Talk in Green* we try to focus our pieces as accurately as possible, simplifying the scientific language without losing the informative rigor and the expositive accuracy.

On the other hand, being rigorous in the search and comparison of information is a key factor for *Talk in Green*, in addition to trying to be as objective as possible, making use of diverse sources and avoiding the language that could imply a certain judgment of value by our part.

INTERACTIVITY

This media presents a section called “Forum”, where a topic of debate related to the specialized information of *Talk in Green* is opened monthly, in which all users are free to participate. In addition, within the same medium the possibility of commenting on the published pieces or giving them the “like” button is offered. Within the same web page a section called “Contact” has been enabled, where the user is given the option of writing an email without leaving the same web, as well as the email address talkinggreenweb@gmail.com to which they can refer.

In addition, at the top right and bottom of the page there are miniature icons so that connecting with *Talk in Green*’s social media platforms Instagram, Facebook and Gmail, is easy and convenient.

On the other hand, on the home page you can find the Instagram feed, our main social network, which automatically updates itself and shows the new posts also on the website, and which, when clicked, takes you to Instagram where the post is originally located.

Lastly, the content of *Talk in Green* is complemented by images, graphics and infographics, as well as hyperlinks to information such as reports quoted in the text, where more information about a certain aspect can be found in official and expert sources.

FINAL ASSESSMENT AND PERSONAL OPINION

Carrying out this project has been nourishing both professionally and personally. As I mentioned earlier, this topic seems fascinating and of great social importance to me, and I would like to be able to specialize in this field in the future.

Being able to work for months on a project that I really like has helped me to understand more the journalistic process to write and investigate about this specific field, and it has made me realize some things. Among them, it has made me

understand the immense amount of previous research and study that must be done in order to begin the work of a report. However the effort has been very rewarding, because of the results I have obtained and because I feel that it has helped me to grow professionally towards this journalistic field that I want to dedicate myself to.

Finding rigorous information is an arduous task, since you have to contrast the different existing studies on a subject, understand them, compare them and confirm them with expert sources that provide their vision and, in many cases, clarify uncertainties that have arisen during the process of research prior to writing.

During this process I have met professionals who have agreed to collaborate with Talk in Green, and I hope to be able to contact them in the future since their knowledge has been of great help for the projects carried out.

As a final suggestion I would like to add that this type of work, the Final Degree Thesis line C.2, could offer many possibilities to the students if it were carried out in pairs, since more pieces could be made or more topics could be dealt with.

I think that the level of work is very high in this modality, however the degree of satisfaction in return is enormous, since it definitely puts oneself to the test, and brings you closer to the real journalistic world that we are going to face very soon.

7. Bibliografía

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)(2006). *Livestock's long shadow: environmental issues and options* [en línea]. Consultado el 4 de abril de 2019. Disponible en: <http://www.fao.org/3/a0701e/a0701e.pdf>

Spratt, D. y Dunlop, I. (2019). *Existential climate-related security risk: A scenario approach* [en línea]. Consultado el 1 de mayo de 2019. Disponible en: https://docs.wixstatic.com/ugd/148cb0_b2c0c79dc4344b279bcf2365336ff23b.pdf

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)(2017). *Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca* [en línea]. Consultado el 3 de mayo de 2019. Disponible en: <http://www.fao.org/3/i0142s/i0142s.pdf>

Goodland, R. y Anhang, J. (2009). *Livestock and climate change: what if the key actors in climate change are cows, pigs and chickens?* [en línea]. Consultado el 4 de abril de 2019. Disponible en: <http://www.worldwatch.org/files/pdf/Livestock%20and%20Climate%20Change.pdf>

Kolbert, E. (2015). *La sexta extinción: Una historia nada natural*. Barcelona: Editorial Crítica.

U.S. Environmental Protection Agency (EPA) (2010). *Risk Assessment Evaluation for Concentrated Animal Feeding Operations* [en línea]. Consultado el 6 de abril de 2019. Disponible en: <https://nepis.epa.gov/Exe/ZyPDF.cgi/901V0100.PDF?Dockey=901V0100.PDF>

Machovina, B. Feeleya, K. y Ripple, W. (2015). *Biodiversity conservation: The key is reducing meat consumption* [en línea]. Consultado el 8 de abril de 2019. Disponible en: https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/19196/Machovina_2015.pdf

Thornton, P., Herrero, M., y Ericksen, P. (2011). *Livestock and climate change* [en línea]. Consultado el 8 de abril de 2019. Disponible en: <https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/10601/IssueBrief3.pdf>

Margulis, S. (2004). *Causes of Deforestation of the Brazilian Amazon* [en línea]. Consultado el 8 de abril de 2019. Disponible en: <http://documents.worldbank.org/curated/en/758171468768828889/pdf/277150PAPER0wbwp0no1022.pdf>

Ceballos, G., Ehrlich, P. y Dirzo, R. (2017). *Biological annihilation via the ongoing sixth mass extinction signaled by vertebrate population losses and declines* [en línea]. Consultado el 6 de abril de 2019. Disponible en: <https://www.pnas.org/content/114/30/E6089>

Ceballos, G., Ehrlich, P., Barnosky, A., García, A. Pringle, R. y Palmer, T. (2015). Accelerated modern human-induced species losses: *Entering the sixth mass extinction* [en línea]. Consultado el 6 de abril de 2019. Disponible en: <https://advances.sciencemag.org/content/1/5/e1400253.full>