

Boletín Informativo



Circular Informativa de la Asociación de Empresarios, Comerciantes y Profesionales de Arona

PLAYA SÍ MUELLE NO

Noticias:

ARTÍCULO: Medios y pseudo medios

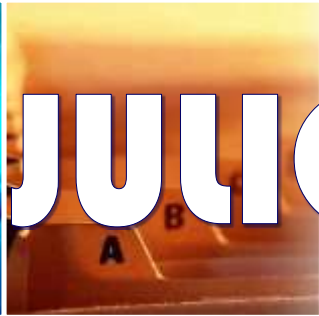
Campaña de Verano en ARONA y COSTA ADEJE

Medidas de Prevención para Trabajar con CALOR

Los Cristianos dice no a construir un macropuerto



3000 personas gritan en Los Cristianos "Playa Sí, Muelle NO"



JULIO - 2026

Edita:
**Asociación de Empresarios,
Comerciantes y Profesionales
de Arona**

Deposito Legal:
TF - 1.340 - 2.001

Época : 5º - *Año:* 2025

Dirección:
Antonio Luis Glez. Núñez
Presidente

Redacción:
**M^a. Esmeralda Rguez.,
Iván García.**

Fotógrafos:
**Pedro Fuentes Quesada
Jesús Sousa - Juan A. López
F. Luz Sosa - Ayto. Arona**

Diseño Gráfico:
ALGN - MSE

Sumario:



Verano comercial 2026 en ARONA y COSTA ADEJE	4.
FEDECO solicita la adaptación del sistema fiscal al nuevo marco europeo del comercio electrónico	6.
Los Cristianos dice NO, a construir un macro puerto	8.
3000 personas gritan en Los Cristianos "Playa SÍ, Muelle NO"	10.
El trabajo autónomo alcanza un máximo histórico de afiliados	12.
Medidas de Prevención para Trabajar con CALOR (Mutua Balear)	13.
ARTÍCULO: Medios y pseudo medios	14.
El Comercio hace ciudad	16.



Arona
ciudad comercial
Asociación de Empresarios
de Arona

ARTÍCULO 20, Apartado a) Se reconocen y protegen los derechos, a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.

COLECTIVOS EMPRESARIALES INTEGRADOS:



LA ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE ARONA ESTA INTEGRADA EN:



CAMPAÑA DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL

PARTICIPA en los SORTEOS

VERANO COMERCIAL

ARONA



#ConsumeArona

Campana del 17 de julio al 31 de agosto 2026 - sorteo el día 2 de septiembre - entrega de premios el 10 de septiembre



empresariosdearonas.com

BASES DE LA CAMPAÑA DEPOSITADAS EN LA SEDE DE LA ASOCIACIÓN

PARTICIPA en los SORTEOS
VERANO COMERCIAL
COSTA ADEJE

Campaña del 17 de julio al 31 de agosto 2026 - sorteo el día 2 de septiembre - entrega de premios el 10 de septiembre

“Verano comercial en Arona y Costa Adeje”

Los comercios de Arona, Playa de Las Américas y Costa Adeje premian las compras en verano

Las Asociaciones de Empresarios de Arona, AEPACA, y las Zonas Comerciales Abiertas de Valle San Lorenzo y Playa de Las Américas, organizan desde el próximo 17 de julio y hasta al 31 de agosto, sorteo el día 2 de septiembre y entrega de premios el día 10 de septiembre. Una nueva iniciativa de dinamización comercial para incentivar el consumo, coincidiendo con las vacaciones de verano.

Para participar en esta campaña, los clientes tendrán que realizar compras -por un valor igual o superior a 10 euros- en cualquier establecimiento asociado, posteriormente tendrán que enviarlo a los emails (info@empresariosdearonas.com o info@aepaca.es) el ticket de compra o factura y entrarán en el sorteo de varios premios y regalos cedidos por los asociados.

Las bases de la presente campaña de dinamización de verano están a disposición de los interesados en la web www.empresariosdearonas.com y www.aepaca.es y en la sede de la asociación donde podrán consultar los datos y ampliar la información.

El presidente de la Asociación de Empresarios de Playa Las Américas y Costa Adeje, Víctor Sánchez, resalta que –“ponemos en valor con estas iniciativas el pequeño comercio durante el verano, acercando la gran oferta comercial de nuestro municipio”.

Por su parte el presidente de A.E.C.P. Arona Antonio Luis González Núñez también quiso agradecer a las asociaciones colaboradoras su implicación en la iniciativa y a los asociados por entregar los regalos, permitiendo–“una mayor difusión de la campaña, facilitando que el comercio del municipio siga sumando en las distintas acciones de dinamización que se realizan”-añadió.

Esta actividad está organizada por las Asociaciones de Empresarios de Arona, Playa de Las Américas y las Zonas Comerciales Abiertas de Valle San Lorenzo y Playa de Las Américas y cuenta con la colaboración de la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias, además de CNAC y Fedeco Canarias.



FEDECO solicita la adaptación del sistema fiscal al nuevo marco europeo del comercio electrónico

La Federación de Desarrollo Empresarial y Comercial de Canarias al igual que el resto de organizaciones representativas del comercio en el archipiélago han trasladado al Gobierno autonómico la necesidad de actualizar la normativa fiscal que regula las compras de comercio electrónico procedentes del exterior, solicitando la eliminación de la actual exención del IGIC para los envíos de valor inferior a 150€.

La petición se produce ante la entrada en vigor, el próximo 1 de julio de 2026, de la nueva regulación aduanera europea para los envíos de bajo valor, que modifica de forma muy significativa el tratamiento de estas operaciones en el conjunto de la Unión Europea.

La normativa europea que comenzará a aplicarse este verano introduce cambios relevantes en la gestión de los envíos internacionales de pequeño importe. Entre otras medidas, desaparece la actual franquicia arancelaria para mercancías de valor inferior a 150€, se refuerzan las obligaciones de declarar contenido e importes y se establecen nuevos mecanismos de control sobre este tipo de operaciones.

Desde el sector comercial canario se considera que este cambio obliga a replantear la situación existente en Canarias, donde continúa vigente una exención que permite la entrada de determinados envíos sin tributación por IGIC.

Para los representantes empresariales, la coexistencia de un sistema europeo más exigente con una exención fiscal específica en Canarias genera una diferencia de trato que merece una revisión profunda desde el punto de vista económico, fiscal y competitivo.

El comercio establecido en Canarias asume los costes fiscales, laborales y operativos asociados al desarrollo de su actividad, contribuyendo además a la creación de empleo, al mantenimiento de la red comercial y a la generación de riqueza en las islas.

Sin embargo, una parte significativa de los envíos procedentes de plataformas internacionales puede acceder al mercado canario bajo un régimen fiscal diferente, circunstancia que provoca una situación de importante desigualdad competitiva entre operadores que comercializan productos similares.

El sector recuerda que la competencia debe basarse en la calidad, el servicio, la innovación o la eficiencia empresarial, y no en diferencias derivadas del tratamiento fiscal aplicable a cada canal de venta.

La actividad comercial constituye uno de los principales motores económicos de Canarias y está vinculada a cerca de 160.000 puestos de trabajo directos e indirectos.

El crecimiento continuado del comercio electrónico internacional está transformando los hábitos de consumo y modificando las dinámicas del mercado, por lo que es necesario garantizar que todos los operadores desarrollen su actividad bajo criterios de neutralidad fiscal.

Los incrementos constantes del volumen de paquetería asociados a las compras online generan nuevos retos logísticos, medioambientales y de gestión de residuos que deben ser tenidos en cuenta en el diseño de las políticas públicas.

FEDECO Canarias subraya que la propuesta no persigue incrementar la carga tributaria de los ciudadanos, sino actualizar un mecanismo que fue diseñado en un contexto tecnológico y administrativo muy diferente al actual. La organización considera que los avances en digitalización, trazabilidad y gestión aduanera permiten hoy aplicar sistemas más eficientes, compatibles con la simplificación administrativa y con la protección de los consumidores.

Por ello, se solicita al Gobierno de Canarias que impulse una posición institucional clara sobre esta cuestión y promueva las medidas necesarias para garantizar un marco de competencia equilibrado, coherente con la evolución normativa europea y alineado con la defensa del tejido productivo local.

Desde el sector se insiste en que la adaptación de esta exención debe abordarse con criterios de seguridad jurídica, proporcionalidad y eficiencia, evitando generar cargas innecesarias a los consumidores y facilitando la implantación de soluciones modernas de tributación en origen.

“Canarias dispone hoy de una oportunidad para adaptar su sistema a la nueva realidad del comercio internacional, reforzar la neutralidad fiscal y garantizar que todos los operadores compitan bajo reglas homogéneas”, concluye el presidente de la Fedeco Canarias.



EL DIA - 21/06/2026—Texto: Salvador Lachica / Fotos: María Pisaca

Los Cristianos dice no a construir un macropuerto

Mas de 3.000 vecinos, familias y representantes políticos de todos los partidos de Arona arrojan la protesta contra la ampliación del muelle bajo el lema 'Playa sí, muelle no'

Los Cristianos volvió este domingo a reconocerse en el espejo de su bahía. 3.000 gorras rojas —símbolo de la protesta— camisetas, pancartas, niños subidos a hombros, mayores caminando despacio y ese grito que fue creciendo desde la arena hasta las calles: «Playa sí, muelle no», coreaban las gargantas con el puño alzado. En un pueblo acostumbrado a mirar al mar, la movilización convocada por la Plataforma en Defensa de Los Cristianos tuvo el aire de esas jornadas cívicas que no se olvidan porque mezclan emoción, pertenencia a un territorio y reivindicación.

Familias enteras —abuelos, nietos, madres y padres—, vecinos de siempre, gente llegada de la comarca y representantes de todos los partidos con representación en el Ayuntamiento de Arona compartieron recorrido y consigna. No fue, insistían los convocantes, una marcha contra nadie, sino a favor de un modo de vida amenazado por la presión portuaria y proyectos de expansión que alejan al pueblo de su playa.

Jorge Bello, presidente de la Plataforma en Defensa de Los Cristianos, resumió el sentido de la movilización con una frase. "No somos cuatro locos, es todo un pueblo quien reclama soluciones reales, factibles y de forma inmediata, sin desembolso económico adicional".

Años de atasco, ruido, guaguas y camiones pesados

Bello defendió que la reivindicación no nace de un arrebató, sino de años de atasco, ruido, colas, mercancías, guaguas y camiones entrando y saliendo por una localidad que conserva memoria de pueblo.

El dirigente recordó que "la propia Rosa Dávila, presidenta del Cabildo, y Pedro Anatael Meneses, expresidente de la Autoridad Portuaria, apoyan la posibilidad de sacar las mercancías al puerto de Granadilla". Esa, dijo, es una alternativa razonable frente a soluciones tardías. "La solución actual de soterramiento de calles con túneles tardaría 15 años, porque ahora solos son ideas y no hay ni proyectos", señaló Bello.

El manifiesto afirma que la comarca sur "quiere que se la respete y escuche y no ser periferia de nadie"

Un problema del sur tinerfeño

El apoyo recibido "de mucha gente de la comarca" confirma que el problema es de todo el sur de la isla tinerfeña.

La mañana tuvo algo de romería laica. Había quien recordaba baños de infancia junto al muelle viejo, quien hablaba de la playa como patio común y quien miraba hacia el puerto con la sensación de que el crecimiento acaba ocupándolo todo. Entre los manifestantes se repetía que nadie discute mejorar las conexiones con La Gomera, El Hierro y La Palma, pero no a costa de convertir Los Cristianos en estación de tráfico pesado.

El momento más emotivo llegó con la lectura del manifiesto por parte de Desiré Valentín Herrera, secretaria de la plataforma. Su intervención empezó saludando a "playeras y playeros" y situó

la protesta en un marco de defensa ambiental, social y económica. El texto reclamó proteger la bahía, buscar soluciones sostenibles para las conexiones marítimas, reducir la presión portuaria, mejorar la movilidad del sur y aumentar la participación ciudadana.

Un mamotreto de 'parking'

El manifiesto fue claro en sus rechazos. "Nos oponemos a la ampliación del puerto de Los Cristianos. Nos oponemos a la realización de un pantalán en la prolongación del muelle viejo. Y nos oponemos a la reordenación del puerto que solo quiere colocar un mamotreto de 'parking' de más de 15 metros de altura". Después, Desiré Martín apeló a la identidad de un pueblo "que no quiere seguir marginado; Los Cristianos necesita que se le respete y se le escuche —en referencia al discurso que pronunció el presidente Fernando Clavijo en el Día de Canarias—, porque el Sur no quiere ser periferia de nadie".

Bello explicó que la plataforma ya ha mantenido contactos con la Autoridad Portuaria y con los cabildos de Tenerife y La Gomera, y que ahora seguirá reuniéndose con el Gobierno, cabildos y ayuntamientos. "Haremos llegar nuestras propuestas a todos los ayuntamientos del sur **de Tenerife, pues este problema afecta a toda la comarca**", afirmó.





Juan Carlos Mateu

Publicado el 21/06/2026

Diario de Avisos

3.000 personas gritan en las calles de Los Cristianos: “Playa sí, muelle no”

Los manifestantes contra la ampliación del puerto y la construcción de un edificio de aparcamientos exigen este domingo frenar los “atropellos y abusos” y reivindican la “identidad playera”

Alrededor de **3.000 personas** se manifestaron este domingo por las calles de **Los Cristianos** al grito de “**playa sí, muelle no**” para protestar contra la ampliación del puerto y exigir un modelo de desarrollo “**respetuoso con el litoral, el entorno natural y la calidad de vida de sus vecinos**”.

La marea de ‘**gorras rojas**’, convocada por la Plataforma en Defensa de Los Cristianos, que aglutina a diversos colectivos sociales, culturales y empresariales, partió pasadas las 11 de la mañana desde el centro cultural del núcleo costero y se dirigió a la plaza de La Pescadora, donde se leyó un manifiesto en defensa de la bahía y en el que se puso de manifiesto la **necesidad de proteger esta zona** del litoral de Arona.

“Hoy decimos basta a los atropellos y abusos al medio ambiente. Hay que reducir la presión portuaria y el impacto que está generando sobre la ciudad de Los Cristianos. Tenemos que defender la identidad playera”, se indicó en el manifiesto, en el que se recordaron las palabras del presidente canario, Fernando Clavijo, el día de Canarias, exigiendo respeto al Estado. “Qué bien quedan cuando se le exige a los demás y qué difícil resulta que lo pongan en práctica con los ciudadanos”, recogió el comunicado leído por Desiré Valentín Herrera, secretaria de la plataforma.

“La convocatoria ha sido un éxito por el respaldo del pueblo y nos recuerda que esta es una labor de todos; había ganas de manifestarse y se ha demostrado; ahora toca seguir”, señaló a este periódico Jorge Bello, presidente de la plataforma, al término de la manifestación, a la que asistieron representantes de todos los grupos municipales del Ayuntamiento de Arona.

A lo largo de la marcha, los manifestantes expresaron su rechazo a los planes de reordenación de la Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife para el muelle y que incluye -denuncian- la construcción de un “macroparking” de tres alturas más la cubierta en la explanada actual de aparcamientos, que la plataforma ciudadana considera un “mamotreto” y una “aberración” además de un “atropello al sentido común”. En las previsiones de la Autoridad Portuaria también se contempla el cambio de ubicación de la terminal de pasajeros.

También preocupa, aunque ya fuera del plan de reordenación, la iniciativa de dos empresas privadas para ampliar el dique del muelle viejo con un pantalán flotante destinado a barcos de turistas “pegado a la playa”, alerta la plataforma, que califica la propuesta de “locura”. En su día ya se barajó -y no cuajó- esta posibilidad para las embarcaciones de Salvamento Marítimo y de la Guardia Civil, recuerdan los colectivos manifestantes.

Para hacer frente a las limitaciones del muelle, que genera graves problemas de movilidad en Los Cristianos y en los accesos de la autopista del Sur (TF-1) por el gran movimiento de camiones, coches y pasajeros que genera, la plataforma propone dos medidas que no requieren inversiones, asegura, para aliviar la presión que soporta el puerto aronero: escalonar los horarios de las navieras que operan en él y desviar las mercancías del muelle de Los Cristianos a Santa Cruz o Granadilla.

“Trasladar directamente las mercancías desde Santa Cruz a La Gomera, La Palma y El Hierro es mucho más barato que hacerlo, como ahora, en camiones por la autopista hasta Los Cristianos y luego en barco. Los consumidores de esas islas pagarán menos, se restará tráfico en la TF-1, se emitirá menos CO2 a la atmósfera y las rutas marítimas no afectarían a los cetáceos porque navegarían fuera de la Zona Especial de Conservación”, explicó Jorge Bello.

La plataforma, constituida hace poco más de un año, considera necesaria una reordenación “con cabeza” y reclama que se tengan en cuenta sus opiniones a la hora de definir las futuras obras que se acometerán en un recinto portuario que define como “enjaulado”.

Además, advierte del “deterioro progresivo” que sufre la bahía por la elevada presión que soporta. En ese sentido, recuerda que este año se perdió la bandera azul, que distingue la excelencia de los servicios y la calidad de las aguas y sus instalaciones, y no descarta que, de seguir así las cosas, el próximo paso sea declarar la zona no apta para el baño. “Eso ya sería lo último”, asegura la asociación.

El trabajo autónomo alcanza un nuevo máximo histórico y supera los 3,46 millones de afiliados

- El RETA suma 15.470 nuevas afiliaciones y encadena un nuevo récord en un contexto de crecimiento generalizado del empleo
- UATAE destaca la fortaleza del trabajo autónomo, pero advierte de la necesidad de consolidar derechos para sostener este avance

Madrid, 2 de junio de 2026

El mes de mayo vuelve a dejar cifras históricas para el mercado laboral y el colectivo de trabajadores por cuenta propia sigue siendo parte activa de este impulso. Según los datos publicados esta mañana por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) sumó 15.470 nuevas afiliaciones, alcanzando un total de 3.460.443 autónomas y autónomos, el mayor registro desde que existen datos consolidados. En términos interanuales, se contabiliza un crecimiento de 45.850, lo que supone un avance del 1,34%. Este incremento acompaña un contexto general de mejora del empleo en el país, que ha registrado un nuevo máximo histórico superando por primera vez los 22,3 millones de afiliados, tras sumar 232.000 en el segundo mejor mes de mayo de la serie histórica.

La evolución del trabajo autónomo mantiene una tendencia positiva que se apoya especialmente en actividades vinculadas a la construcción y los servicios profesionales. En el último año, la construcción ha incorporado 11.211 autónomos más, seguida de las actividades profesionales, científicas y técnicas, con 12.092 nuevos afiliados. También destaca el dinamismo de los sectores tecnológicos y de información y comunicaciones, que crecen un 12% interanual y consolidan su papel como uno de los principales motores de creación de actividad por cuenta propia. Para María José Landaburu, secretaria general de UATAE, “los datos vuelven a demostrar la enorme capacidad de adaptación del trabajo autónomo y

su contribución al crecimiento económico y al empleo, alcanzar un nuevo máximo histórico no es fruto de la casualidad, sino del esfuerzo diario de millones de personas que sostienen sus actividades económicas, generando actividad y manteniendo vivos nuestros barrios y municipios”.

No obstante, Landaburu advierte que la lectura de los datos exige ir más allá de las cifras globales. “Hay sectores que avanzan con fuerza y otros que siguen perdiendo tejido productivo, nos preocupa especialmente la situación del comercio, el transporte y las actividades agrarias, porque detrás de cada baja hay actividades que desaparecen y servicios que dejan de prestarse en nuestros pueblos y ciudades”. Desde UATAE consideran que el crecimiento de la afiliación debe venir acompañado de medidas que permitan consolidar la actividad y mejorar las condiciones de vida de quienes trabajan por cuenta propia.

La Organización insiste en la necesidad de reforzar la protección social, garantizar ingresos suficientes, facilitar el acceso a la vivienda y a los locales comerciales, y seguir desarrollando herramientas que permitan afrontar con mayores garantías situaciones de enfermedad, cese de actividad o dificultades económicas. “El objetivo no puede ser únicamente sumar afiliaciones, tenemos que conseguir que cada vez más autónomas y autónomos puedan desarrollar su actividad con estabilidad, con derechos y con la seguridad de que no quedarán desprotegidos cuando atraviesen una dificultad, ahí es donde se juega el futuro del trabajo autónomo”, concluye Landaburu.

Medidas de prevención Trabajar con CALOR

MUTUA BALEAR

Protege tu salud durante las olas de calor en el trabajo

Entorno de trabajo

- Temperatura <math><26^{\circ}\text{C}</math>
- Ventiladores y cortinas térmicas
- Evitar trabajo físico en horas de calor
- Planificar tareas exigentes



Organización

- Horarios flexibles
- Pausas cada 60" - 90" de 5" - 10"
- Rotar tareas para evitar esfuerzos
- Adaptar ritmos a tolerancias



H₂O y alimentación

- Beber mucha agua
- Comida ligera y con minerales
- Fruta fresca: melón, manzana...
- Evitar bebidas azucaradas



Vestimenta

- Ropa ligera, transpirable y clara (algodón, lino...)
- En exterior: gorras, crema solar y gafas de sol



Información y actuación

- Infórmate a través de Dyna sobre riesgos y prevención
- Si te encuentras mal, avisa inmediatamente



Síntomas de golpe de calor

Alarma:



- Dolor de cabeza
- Mareos, confusión
- Piel roja, caliente
- Náuseas
- Desmayos
- Pulso acelerado

Actúa rápido:



- Desplazar a un sitio fresco
- Aflojar la ropa
- Ofrecerle agua
- Llamar al 112 si no mejora en 10"



Medios y pseudomedios

Por Antonio Luis González Núñez (*)



Vivimos en una época paradójica. Nunca en la historia de la humanidad habíamos tenido acceso a tanta información y, sin embargo, nunca había resultado tan difícil distinguir la verdad de lo falso. Se publican miles de noticias, opiniones, vídeos, análisis y comentarios. El problema es que no todo lo que parece información lo es. Y tampoco todo el que se presenta como periodista ejerce el periodismo ya que se venden más periodistas que periódicos y tenemos que sufrir millones de plumas cargadas a la obediencia de sus pagadores y no al interés de la ciudadanía y en defensa de la verdad.

La proliferación de los llamados pseudomedios constituye uno de los fenómenos más relevantes y preocupantes de nuestro tiempo. No hablamos necesariamente de pequeños medios alternativos o de voces discrepantes, algo perfectamente legítimo y necesario en una democracia sana. Hablamos de estructuras cuya finalidad principal no es informar, sino influir; no es contrastar, sino confirmar prejuicios; no es buscar la verdad, sino fabricar relatos que generen clics, audiencia o adhesión ideológica.

La diferencia entre un medio y un pseudomedio no siempre está en su tamaño, ni siquiera en su línea editorial. Está en el método. El periodismo auténtico verifica, contrasta, da derecho de réplica, rectifica cuando se equivoca y distingue claramente entre información, opinión y publinreportaje. El pseudomedio hace exactamente lo contrario: selecciona los hechos que encajan en una narrativa previa, omite los que la contradicen y convierte la opinión en una supuesta verdad incontestable.

No debemos nunca confundir la opinión pública con la opinión publicada. No todo lo que se escribe y llega a los ciudadanos es la verdad. Está en nosotros ser críticos y descubrirlo. Estimular el sentido crítico y no dejarnos engañar por interesados cantos de sirena.

Lo preocupante es que estos contenidos encuentran cada vez más audiencia. Y la pregunta no debería ser únicamente por qué existen, sino por qué triunfan.

La respuesta tiene mucho que ver con la psicología humana. Los seres humanos no solemos buscar información para cambiar de opinión. Buscamos información para confirmar la opinión que ya tenemos. Es lo que los psicólogos denominan "sesgo de confirmación". Si alguien cree que todos los

problemas económicos tienen una determinada causa, tenderá a consumir medios que refuercen esa idea. Si otro está convencido de lo contrario, hará exactamente lo mismo desde el otro extremo.

La verdad tiene un problema competitivo: suele ser compleja, matizada y aburrida. La mentira, en cambio, suele ser sencilla, emocional y contundente. Explicar una crisis económica exige datos, contexto y análisis. Buscar a un único culpable genera más audiencia en menos tiempo.

Las redes sociales han amplificado este fenómeno hasta límites insospechados. Los algoritmos no premian la verdad. Premian la interacción. Y nada genera más interacción que la indignación, el miedo o la confrontación. Un titular sensacionalista tiene muchas más posibilidades de viralizarse que una explicación rigurosa de un asunto complejo.

Esto ha generado una industria de la atención donde la información se ha convertido, en demasiadas ocasiones, en un producto diseñado para generar emociones antes que conocimiento. Cuanto más enfadado esté el usuario, más tiempo permanecerá conectado. Cuanto más polarizado se encuentre, más predecible será su comportamiento digital.

Sin embargo, sería injusto meter a todos en el mismo saco. Frente a esta tendencia siguen existiendo periodistas, analistas, investigadores y medios que realizan un trabajo extraordinario. Profesionales que verifican datos, consultan fuentes, contrastan versiones, dan replica y dedican horas a comprobar lo que otros publican en segundos.

Su labor resulta menos visible y poco agradecida porque el rigor raramente compite bien contra el espectáculo. Pero precisamente por eso merece ser reconocida y defendida.

La cuestión es que la responsabilidad ya no recae únicamente sobre quien informa. También recae sobre quien consume información. Del mismo modo que exigimos calidad cuando compramos alimentos o contratamos un servicio, deberíamos exigir rigor, veracidad y calidad cuando elegimos nuestras fuentes informativas.

¿Cómo combatir la desinformación? Pues deberíamos recuperar el hábito de la duda razonable. Desconfiar tanto de aquello que nos parece escandalosamente falso como de aquello que coincide exactamente con nuestras convicciones. La verdad rara vez encaja perfectamente en los extremos.

Tendremos que diversificar las fuentes. Quien solo escucha una versión de los hechos acaba confundiendo información con propaganda, aunque esta coincida con sus propias ideas.

Debemos valorar el trabajo profesional. La información rigurosa tiene un coste. Requiere tiempo, recursos y experiencia. Cuando los ciudadanos solo consumen contenidos gratuitos y de baja calidad, terminan alimentando el ecosistema que dicen rechazar.

Tenemos que fortalecer la educación crítica. No basta con enseñar a leer; hay que enseñar a interpretar, contrastar y contextualizar. La alfabetización mediática será una de las competencias más importantes de este siglo.

Porque el verdadero problema no es que existan mentiras. Las mentiras han existido siempre. El problema aparece cuando una sociedad deja de valorar la verdad.

Las democracias pueden sobrevivir a las crisis económicas, a los cambios tecnológicos e incluso a los errores políticos. Lo que les resulta mucho más difícil es sobrevivir cuando los ciudadanos ya no comparten una realidad común sobre la que debatir.

Por eso defender el periodismo riguroso no es defender una profesión. Es defender una herramienta esencial para que la libertad siga teniendo sentido.

Y en tiempos donde cualquiera puede publicar, opinar o viralizar un mensaje, quizá la verdadera rebeldía consista en hacer algo tan sencillo y tan revolucionario como comprobar si es cierto.

() Presidente de FEDECO Canarias, AECF Arona y Secretario Gral. de la FTAC*

El
**COMERCIO
HACE CIUDAD**

participa



Arona

ciudad comercial

Asociación de Empresarios
de Arona



Desde la Asociación de Empresarios de Arona

te recomendamos que hagas tus

COMPRAS en el **PEQUEÑO COMERCIO**

Con esta simple **ACCIÓN** nos ayudas
a mejorar la **ECONOMÍA** del **MUNICIPIO**.

Y mantienes los puestos de **Trabajo**
de los vecinos y la **VIDA** de tu Ciudad.

HOJA DE INSCRIPCIÓN

DATOS PERSONALES:

Don / Doña: _____

Empresa: _____ C.I.F./ N.I.F.: _____

Dirección: _____

Población: _____ Municipio: _____

Código Postal: _____ Actividad de la Empresa: _____

Teléfonos: _____ / _____ / _____ / _____ Fax: _____

E-mail: _____ Pagina Web: _____

Observaciones: _____

DATOS DOMICILIACIÓN BANCARIA:

Caja / Banco: _____ Sucursal: _____

IBAN: _____ Entidad: _____ Oficina: _____ D.C.: _____ Nº Cuenta: _____

Autorizo a la **Asociación de Empresarios, Comerciantes y Profesionales de Arona** a cargar en mi Nº de Cuenta las cuotas mensuales establecidas y aprobadas en Asamblea General.

Nº Trabajadores	1 a 5	6 a 10	11 a 25	26 a 50	51 a >100
CUOTA MENSUAL	20€	30€	50€	70€	95€

Importe de la Cuota: _____ €.

Arona, a ____ de _____ de 202__.

Firmado: _____

El interesado otorga su consentimiento inequívoco, para el tratamiento de sus datos por parte de la A.E.C.P. Arona.

empresariosdearona.com



Arona
ciudad comercial
Asociación de Empresarios
de Arona

C./ Barranquillo, n°. 11 - Bajo, 38.650 Los Cristianos - Arona
Tel./Fax: 922 751 555 - email: info@empresariosdearona.com