

[Inicio](#)[¿Quiénes somos?](#)[Sobre nosotros](#)[Premio Vicente Verdú](#)[Idea, diseña, emprende](#)[IR AL MÁSTER](#)

Alfredo Casares (Instituto de Periodismo Constructivo): "Hay que cambiar las preguntas y las perspectivas con las que miramos, hay que salirse del carril"

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 26/03/2024

Alfredo Casares es fundador y director del [Instituto de Periodismo Constructivo](#), integrado en una red global y respaldado por la Solutions Journalism Network con su LEDE Fellowship 2021. Casares tiene una amplia trayectoria en puestos directivos y ha dirigido proyectos que han cosechado premios nacionales e internacionales. Ejerce como consultor y formador de directivos y periodistas para incorporar el periodismo constructivo a su estrategia editorial. Ha trabajado como redactor jefe en The Miami Herald (Estados Unidos); como director de comunicación en El Corte Inglés en Pamplona, y en Diario de Navarra, donde fundó en 2013 el primer laboratorio de innovación en un diario español. Ha publicado el



Entradas recientes

[Las narrativas más innovadoras de 2024 \(3\)](#)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/23/25

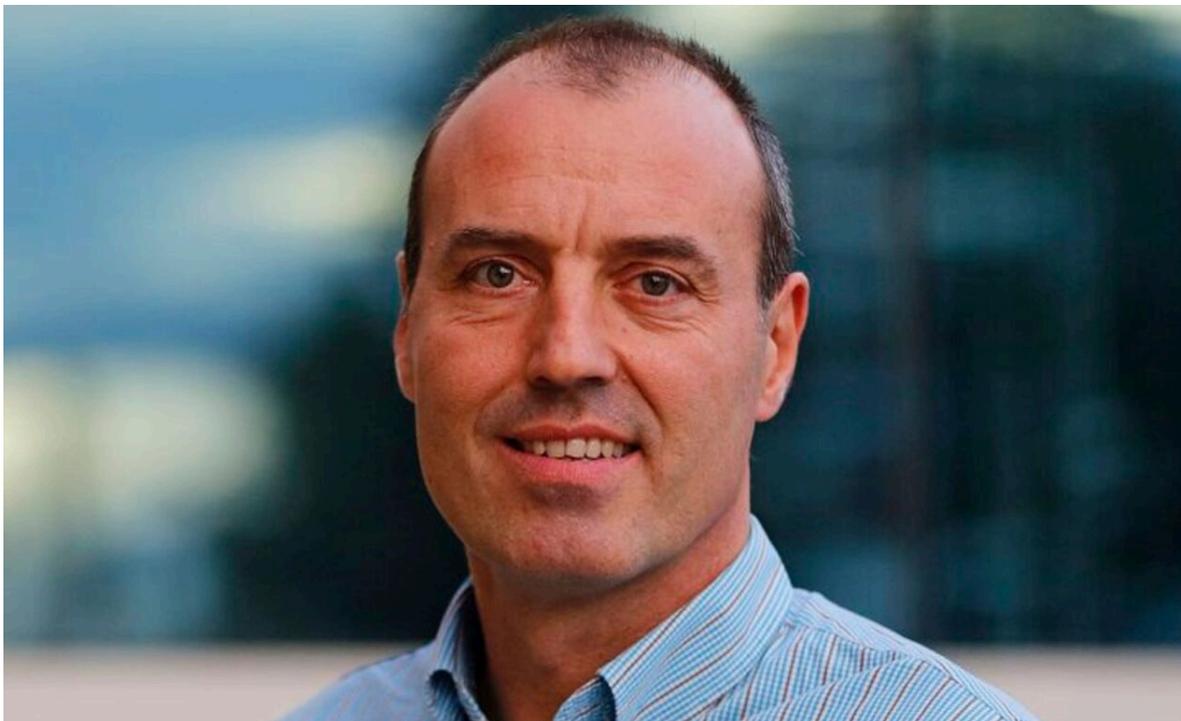
[Fuera de los medios tradicionales: periodistas independientes en la era de la suscripción y los boletines \(1\)](#)

MIGUEL CARVAJAL — 03/11/25

[Las narrativas más innovadoras de 2024 \(2\)](#)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/11/25

libro “[La hora del periodismo constructivo](#)” (2022). En esta entrevista, Casares explica cómo el periodismo constructivo puede contribuir a transformar la profesión.



El periodista Alfredo Casares. Foto: cedida.

Pregunta: En [La hora del periodismo constructivo](#) afirma que “este marco de trabajo conduce a ofrecer una imagen de la realidad más completa y equilibrada. No niega a los problemas sociales, sino que los examina desde una perspectiva más amplia, analizando con rigor

Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

Javier Bardají, consejero delegado de Atresmedia: “La regulación es un aliado de la innovación al servicio de las personas, no simplemente al servicio de las cuentas de resultados de las empresas”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 02/25/25

Cómo el periodismo de proximidad construye comunidad: cinco estrategias innovadoras

MANUEL ARENAS — 02/18/25

¿Conoces el *Local*

las iniciativas para solucionarlos y exponiendo sus resultados y aprendizajes". ¿Cuáles son las claves para que un medio adopte ese enfoque constructivo?

Respuesta: Fundamentalmente el tomar conciencia de que quiere hacerlo y que lo haga. El periodismo constructivo no es nuevo, ni pretende serlo, sino que es una llamada de atención sobre cómo podemos recuperar algo que hemos hecho siempre pero quizá de forma más intuitiva, dependiendo también de los criterios de cada periodista, del tiempo que disponga, del área en la que trabaje. Se trata de tomar conciencia, teniendo claro el por qué y el para qué lo hacemos, algo que no puedes hacer con todas las piezas periodísticas todos los días, pero sí con mucho de lo que haces y sobre todo con las grandes líneas. Y hacerlo de forma más frecuente, incorporarlo de manera estructural a la estrategia editorial y hacerlo más visible a la ciudadanía, contar lo que estamos haciendo a nuestras audiencias, por qué y para qué y abrir esa conversación con las audiencias, que nos pueden ayudar mucho no solo a diagnosticar sino también a incorporarlas al proceso informativo.

P. El periodismo constructivo surge en Estados Unidos...

R. Sí, nace en Estados Unidos. Hace diez años toma forma en la red de periodismo de soluciones, [Solutions Journalism Network](#), que fundan [Tina Rosenberg](#) y [David Bornstein](#), periodistas de The New York Times. El periodismo de soluciones surge como una caja de herramientas muy práctica, orientada a cómo hacer este tipo de historias con rigor,

Data Lab?

Es un seminario integrado por profesionales, profesores y alumnos que producen historias locales apoyadas en datos

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

Contribuciones a las XIV Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

explicando a fondo el problema y sus consecuencias, detallando la respuesta que se está dando, las evidencias de éxito, las limitaciones que tiene y los aprendizajes y claves que se pueden extraer. Ha ido evolucionando a lo largo del tiempo. En 2015 el periodismo constructivo empieza a conceptualizarse en Europa con una intersección con la psicología positiva, que es muy interesante porque la psicología habitualmente se preocupa de por qué la gente actúa y de las enfermedades mentales y la psicología positiva sostiene que podemos aprender de la gente que es feliz, y analizar qué claves podemos incorporar.

Esto lo aplican al periodismo una serie de investigadoras en el Reino Unido y en el norte de Europa. El periodismo constructivo tiene una vocación relacionada con la convivencia democrática, con el diálogo social, con la escucha, con el derribar estereotipos y prejuicios. Te diría que el periodismo de soluciones y el periodismo constructivo son mucho más sinónimos de lo que lo fueron, porque el periodismo constructivo era un paraguas que incorporaba la visión de soluciones. Los estadounidenses han evolucionado en su definición: hoy periodismo constructivo y periodismo de soluciones no solo se usan como sinónimos, sino conjuntamente.

P. ¿Puede destacar algún medio a nivel internacional que haya sido pionero? ¿Cómo aplican en su práctica periodística esa escucha a los lectores de forma continuada?

Descarga gratis el libro *Pistas y tendencias sobre innovación en periodismo*

Este libro recoge los mejores post publicados en el blog durante los últimos cinco años

Descarga gratis el libro *Mobile first: comunicación multipantalla*

Contribuciones a las XI Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

R. Más allá del New York Times, que lo puedes poner de ejemplo para todo y es verdad que fueron pioneros en el periodismo constructivo, hay una corriente de medios independientes para quienes es mucho más sencillo hacerlo, con todo lo difícil que resulta ser sostenibles. Algunos medios nativos digitales nacen con esa visión orientada a las soluciones que impregna todo su quehacer y en muchos casos son muy cercanos a su comunidad, en el periodismo local. [La Voz de Guanacaste](#) en Costa Rica es un ejemplo estupendo, [Redacción](#) en Argentina también está haciendo cosas muy interesantes y ese apellido de periodismo humano también encaja. Básicamente hablamos de lo mismo, son aproximaciones muy interesantes. Por ejemplo, La Voz de Guanacaste o [The Bristol Cable](#), que es una cooperativa, son fórmulas muy buenas porque surgen de grupos de periodistas. The Bristol Cable incorpora la comunidad al propio accionariado y es un modelo de periodismo local sostenido por la ciudadanía y esta participa en muchas decisiones. Es un modelo que encaja muy bien con el periodismo de soluciones.

También lo han hecho medios más grandes, la cuestión es cómo lo incorporan. Para un nativo digital que decide orientarse a esto, es más o menos sencillo; en cambio, si eres un medio generalista que compite en volumen, en tráfico y en el modelo de suscripción o con un programa de membresía, incorporar esto es un desafío muy grande y nos enfrentamos a eso en las consultorías, con los medios que trabajamos. Cada uno lo resuelve de una manera. Algunos como Le Monde o como El País, agrupan en un boletín ese tipo de periodismo constructivo, de manera que la estrategia del boletín permite la desegmentación que es

Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo*

Este libro reúne entrevistas a 27 profesionales que han pasado por el Máster

Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo*

Contribuciones a las X Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Ranking de Innovación Periodística 2014

Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España

exitosa en muchos casos, alimenta el embudo de conversión y logras un tipo de público, les empaquetan lo que hacen y lo mezclan con otras cosas. Los generalistas están mezclando el periodismo constructivo de soluciones con el periodismo más positivo, con las buenas noticias. Le Monde empezó antes que El País, que lanzó en octubre de 2022 el boletín "Correo sí deseado"; el boletín de Le Monde es más antiguo. El diario alemán [Süddeutsche Zeitung](#) también lo hace en una columna semanal.

Muchos otros medios lo hacen sin contarlo, de manera intuitiva, "yo lo hago y no lo cuento", que es un gran adagio periodístico. Pues convendría contarlo, porque te compromete. Me da la sensación de que a muchos medios no nos gusta comprometernos porque te obliga a cumplir y donde las circunstancias empresariales y el entorno periodístico no son las mejores en muchos casos y los recursos son limitados, comprometerte a cosas supone un esfuerzo grande, pero es cuestión de tu estrategia y de dónde ocupas tus recursos. Todos los medios tienen ocupados sus recursos al 100% en el día a día y si les pones 20 personas más las dedican al día a día. Todo el mundo tiene poca gente porque es verdad que la actualidad es capaz de consumir todo. La cuestión es estratégicamente cómo quiero cubrir la actualidad para apostar por un tipo de periodismo de manera recurrente que no es fácil, porque incorporarlo a una redacción no es sencillo.

Consulta el *Diccionario del cliché*

Un proyecto de innovación docente desarrollado por profesores y estudiantes del Máster y el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández

¿Quieres conocer a otros *periodistas de datos*?

Este innovador proyecto de profesores del Máster te ofrece una lista de profesionales en España y Latinoamérica



Universidad con Sello de Excelencia Europea

La Universidad Miguel Hernández de Elche consiguió el Sello de Excelencia Europea 500+ en 2004, y posteriormente fue renovada en dos ocasiones consecutivas, la primera en 2007 y la segunda en 2009.

P. ¿El periodismo constructivo se presta mejor a los medios locales y regionales por la cercanía con sus lectores y espectadores, para establecer vínculos y escucharlos?

R. La BBC, que es un medio global, tiene secciones extraordinarias de periodismo de soluciones, como Future Planet. Has de buscar las fórmulas para incorporarlo y la BBC empezó a hacerlo de forma regional hace años. Cuanto más local seas es mucho más fácil, pero no solo para el periodismo constructivo, hay una parte del periodismo local -y yo vengo del periodismo local- que te conecta mucho más con el territorio y hay cuestiones que son más fáciles de hacer. No es que el periodismo

constructivo sea más fácil desde lo local, sino que creo que tiene un impacto más inmediato y medible y la participación de la ciudadanía obviamente es un elemento muy importante.

P. En nuestro país este tipo de periodismo todavía es bastante desconocido, en comparación con otros. ¿Por qué ese desconocimiento en España?

R. No es más desconocido que en Italia o que en Francia. España no creo que esté a la cola de los países, hay una cultura periodística más anglosajona que en algunos países la han incorporado como el caso de Estados Unidos, pero hablo con colegas de Estados Unidos que no saben lo que es el periodismo de soluciones. Pero en España es cierto que quizá, y en Italia o en Portugal ocurre algo parecido, el sistema de medios que tú conoces mejor que yo y la clasificación de los sistemas de medios pluralista polarizado, y el peso que tienen la ideología, la política, la economía y las empresas en el sistema de medios y en la propiedad y en la propiedad y en las líneas editoriales de muchos medios, hace que el interés de muchos medios de comunicación esté en la parte política, es decir que no queda mucho espacio para lo social, entendiendo lo social como muy amplio, donde está buena parte del impacto de este periodismo.

En España hubo un gran cambio entre 2021 cuando empezamos a trabajar y en tres años, que a mí se me han hecho muy largos, hay un enorme cambio. Hoy se habla de esto, podemos organizar con la Caixa

un ciclo de conferencias en cinco ciudades y se entiende como algo natural, participa la gente y facilitamos esa conversación. Hoy es más sencillo en España. Vamos más lentos, pero en Francia, en Italia o en Portugal no van más rápidos.

P. ¿Qué medios están adoptando o han incorporado de alguna manera esta filosofía del periodismo constructivo en sus redacciones en España?

R. Ya es más natural hablar de esto. La Vanguardia se define según su director con un medio constructivo, y muchos medios compran el discurso. A la hora de aplicarlo de manera estructural hay un solo ejemplo en España, la [Revista Haz](#), que fundamentalmente habla de buen gobierno y emprendimiento social. Con la Revista Haz trabajamos un proyecto de muchos meses en el que les aportamos consultoría, mentoría a su directora, formación al equipo de reporteras y reporteros, que muchos de ellos son colaboradores y un acompañamiento en la puesta en práctica de las primeras historias y aún seguimos acompañándolos en parte. Tienen la primera sección de periodismo de soluciones.

Hemos trabajado con Heraldo de Aragón, con Infolibre, con Noticias de Guipúzcoa, que es un caso también interesante porque ahí lo que hicimos fue capacitar a un redactor jefe y este a su vez formó a reporteras y reporteros de su equipo y ellos produjeron historias que están [en la base de datos de la Solution Unit Network](#), que recopila

historias de periodismo constructivo: Noticias de Guipúzcoa y la Revista Haz ahí tienen muchas. En el Heraldo hemos hecho varios talleres y con Infolibre estamos trabajando en un proyecto de consultoría.



P. En el prólogo del libro, Alex Grigelmo afirma que el periodismo constructivo da esperanza al futuro de la profesión. ¿Cómo puede contribuir a transformar el sector?

R. Puede ayudar en un momento en el que todos estamos buscando soluciones mágicas al sector, que sabemos que no existen, pero es un ingrediente más que puede aportar el refuerzo a los periodistas, porque

quienes pasan por los talleres muestran un enorme interés, les reconecta con la razón por la que se hicieron periodistas y agradecen el tener espacios para conversar, reflexionar y formarse. Cuando hablamos de formación de periodistas no les enseñamos, les mostramos y ellos reconocen dentro de lo que hacen que conecta con este tipo de periodismo y cómo podemos potenciarlo. Es verdad que las relaciones son en ocasiones lugares que te aíslan un poco del exterior, paradójicamente, pero ellos necesitan estos espacios y los agradecen mucho. Es un impacto importante en la autoestima de los periodistas, en su reconocimiento.

Hay estudios que muestran cómo se pueden incrementar los ingresos por la vía de las suscripciones a boletines; de hecho, Corriere della Sera tiene un suplemento que no es exactamente periodismo constructivo, pero trata de acercarse al emprendimiento social desde una perspectiva constructiva y se abren caminos de patrocinio, de participación y de generación de ingresos y también compromisos de instituciones mediante filantropía.

En España no hay filantropía, este es otro de los motivos por el que resulta difícil en algunos países como el nuestro conseguir ese apoyo al periodismo constructivo. Hay países donde sí funciona mejor porque la filantropía en el norte de Europa y en Estados Unidos aporta mucho dinero al periodismo mediante iniciativas como estas.

Según las predicciones del Instituto Reuters para 2024, el 73% de los directivos de medios van a apostar por este tipo de periodismo explicativo, positivo o de soluciones como una forma de combatir dos grandes desafíos: la fatiga informativa y el abandono de medios.

P. En España está creciendo el porcentaje de personas que no sigue las noticias porque no les representan, porque están demasiado politizadas, e incluso les generan ansiedad, con temas como la guerra en Gaza o en Ucrania. ¿En qué medida el periodismo constructivo puede ayudar a que la gente reconecte con la información?

R. Si incorporamos al relato informativo de una manera más equilibrada y relevante, porque no solo aquí no hablamos también, no solo cantidad, sino con qué abrimos, dónde van las historias, si van en el primer scroll o en el decimoséptimo o si van en el minuto tres de un informativo o en el cuadragésimo o en una página par, dónde pones las cosas y cuántas haces. Hay estudios que identifican rasgos como el que me hace sentir mejor, me hace sentir más informado, me genera o me provocan ganas de compartirlo en mi entorno y consumir más información de este tipo, de este medio y de esta periodista.

Algunos estudios acreditan desde hace tiempo que existe una vinculación con que la gente alivie esos efectos que tiene la negatividad o el catastrofismo estructural del periodismo. Porque es algo estructural, nadie deliberadamente decide poner todas esas cosas, sino que lo

hacemos porque funcionamos en piloto automático y las redacciones son lugares que han de atender un ritmo industrial de producción informativa y necesitan tener esos procesos muy engrasados por lo que fomenta ese tipo de informaciones. Hay estudios que acreditan que los efectos se alivian mucho si se aplica el periodismo constructivo.

The screenshot shows the website 'Instituto Periodismo Constructivo' with a teal header. The main content area is dark with white text and icons. The title is '¿Con quién trabajamos?'. There are four sections, each with an icon in a teal circle, a title, a description, and a 'Leer más' link.

- Medios**: Asesoramos sobre cómo integrar el periodismo constructivo en su estrategia. Ayudamos a diseñar propuestas editoriales y a medir su impacto social. [Leer más](#)
- Periodistas**: Ofrecemos talleres y sesiones de formación. Aportamos un acompañamiento individual y en equipo durante el desarrollo de sus proyectos. [Leer más](#)
- Universidades**: Colaboramos en programas de periodismo constructivo que involucran a profesores y estudiantes. Estimulamos la investigación sobre los efectos de un periodismo más constructivo. [Leer más](#)
- Organizaciones**: Aplicamos los principios del periodismo constructivo a la comunicación de impacto en empresas e instituciones con un claro propósito social. [Leer más](#)

P. ¿Hay temas que se adaptan mejor? ¿Cuál sería la diferencia entre elaborar una cobertura sin tener en cuenta el periodismo constructivo e incorporando las prácticas y los valores de este tipo de periodismo?

R. Esta mañana me preguntaban, ¿hay práctica de periodismo constructivo en tiempos de guerra? ¿En Ucrania hay algún medio que aplica el periodismo de soluciones? En las catástrofes siempre hay intentos de buscar otros ángulos que no sólo tienen que ver con las historias humanas, que es otro clásico, sino con cómo hacer visibles las respuestas que la comunidad está ofreciendo de manera más o menos sostenible, con unos efectos medibles y unos aprendizajes que se pueden extraer. No resolviendo los problemas, porque hay cosas que no se pueden resolver, pero sí paliar. Eso ocurre en las catástrofes, en el ámbito de lo social y medioambiental es clarísimo.

Hay una historia extraordinaria en la Revista Haz [sobre cómo en Suiza el sistema político está implantando una serie de procesos de gestión ágil](#), para tomar determinadas decisiones en la política. Es decir, las respuestas que se están dando en todos los ámbitos. Es verdad que el impacto y la relación con los ODS o con lo medioambiental es clarísimo. Nosotros lo hemos trabajado, hay muchos trabajos sobre la educación, la salud mental, la pobreza, la emergencia climática, y otros grandes temas sobre los que se puede aterrizar en decenas de ángulos distintos. El ámbito es la vida y la sociedad. Los medios tienen secciones en las que compartimentan, pero la vida no está compartimentada. Si tengo una sección que se llama economía industrial, igual ahí no encaja. En cambio, si hay una sección que se llama "Inventar el futuro", ahí cabe todo. El problema no es del periodismo de soluciones, sino de los contenedores.

¿Cómo diferenciarlo? Hay algunos ejemplos sobre cómo conciliar determinadas cuestiones, como el desarrollo de los parques eólicos con el respeto a la biodiversidad. Ese es un ángulo que explora mucho el periodismo constructivo, y hay muchas historias en la Revista Haz, [en su sección de soluciones](#). Ahí lo aplican a una gran variedad de temas.

El periodismo constructivo es un complemento al periodismo de investigación y denuncia, no pretende corregir ni criticar nada de lo que se hace, simplemente plantea incorporar de manera más consciente este ángulo. Es periodismo de investigación porque aplica los mismos estándares y el mismo rigor, con lo cual estamos haciendo un periodismo no solo más constructivo y esperanzador, sino igual de riguroso. Tenemos argumentos para no relegar lo social a esas iniciativas simpáticas que hacen los becarios, sino incorporarlas en el día a día, en la parte más dura del periodismo.

Lo que aporta el periodismo de soluciones sobre el enfoque más tradicional son las limitaciones que tienen estas iniciativas y el centrarse en las claves y en el aprendizaje. Y que las evidencias de éxito o de fracaso en ocasiones, estén acreditadas de forma independiente, a ser posible. Se puede hacer un fantástico reportaje sobre una iniciativa que no sea de soluciones y está muy bien. Lo que aporta es la incorporación de voces que tradicionalmente no suelen estar, el dedicar tiempo a escuchar y a entender bien, porque para extraer aprendizajes, claves y

limitaciones hay que dedicar tiempo a escuchar. Hay que cambiar las preguntas, cambiar las perspectivas con las que miramos, y hay que salirse del carril.

Pero el piloto automático todavía es muy potente. Por eso en las redacciones no es fácil implantarlo, y para hacerlo debes tener alguien que esté retando los enfoques tradicionales y vaya buscando estos ángulos. Explicar muy bien el problema y detallar en qué consiste la respuesta, las evidencias de éxito, las limitaciones a las que se enfrenta esa iniciativa, hasta dónde llega y qué problemas contribuye a paliar y cuáles no, o qué dicen los críticos de la iniciativa, y qué aprendizajes surgen.

P. ¿Cómo puede un periodista formarse en periodismo constructivo y qué formación ofrece el instituto que dirige?

R. Ofrecemos consultoría estratégica a los medios, lo que incluye el acompañamiento en el camino a los editores, la formación a periodistas y el acompañamiento en la puesta en marcha de sus historias, el diseño de secciones como en el caso de Haz y el incorporarlo a los procesos. Paralelamente trabajamos a través de asociaciones de periodistas y con universidades. Hay programas de formación cuya duración depende de cada caso. Tenemos talleres de 6 y de 4 horas en una mañana. Y tenemos fórmulas para poder adaptar eso, con un acompañamiento posterior. Y lo hemos hecho, como digo, de la mano de medios directamente en las redacciones, de asociaciones de periodistas, con la APIA (Asociación de

Periodistas de Información Ambiental), con asociaciones regionales o provinciales de periodistas, con organizaciones sociales y ahí estamos trabajando en el cambio de narrativas sobre recursos humanos, inmigración, en el ámbito rural. Con las organizaciones sociales organizamos capacitaciones a las que invitan a periodistas, por ejemplo, con un programa nacional de dos meses en el que diez periodistas de toda España pasaron por un programa de formación y sensibilización en periodismo de soluciones aplicado a la justicia restaurativa.

Nuestras formaciones son genéricas y luego se aplican en el día a día o enfocadas a un asunto concreto. Tenemos un boletín y un blog en el que actualizamos nuestros proyectos. Estamos lanzando una red de periodismo constructivo, hemos organizado un encuentro en Madrid, donde acudieron 22 periodistas de modo presencial, y vamos a tener encuentros online donde esperamos unos 60 periodistas, que nos reuniremos periódicamente para ir tejiendo redes. En las formaciones, uno de los aspectos fundamentales es crear un espacio para conversar y reflexionar y establecer alianzas.

Hemos capacitado unos 300 periodistas que han pasado por talleres y 12 medios en España, locales, nacionales, regionales y luego mentorías individuales. Estamos trabajando con 12 universidades en España, México y Brasil, dirigidas a periodistas, estudiantes y profesores. Con el tecnológico de Monterrey tuvimos un programa de formación de 30

horas para 20 profesoras en comunicación social constructiva, y cómo incorporarlo transversalmente a la universidad desde el ámbito de las humanidades.

Y con la sociedad, además de a través de entidades como Caixa Forum, [con este ciclo que nos permite llevar la conversación a cinco ciudades españolas](#), también estamos trabajando en capacitar a la propia ciudadanía y estamos diseñando más programas que llevan la alfabetización mediática desde la negatividad de los medios y el relato que hacen de determinados colectivos con la parte del sentido crítico para capacitar a la ciudadanía para que genere relatos de sí misma.

P. ¿Qué objetivos se plantean en el Instituto de Periodismo Constructivo para el futuro inmediato?

R. Tenemos tres grandes objetivos estratégicos: el contribuir a una sociedad más informada y con más espíritu crítico, más cohesionada, más unida y que dialogue más con el otro y sea más comprometida y tenga la capacidad de participar más en la sociedad. Y eso a través del cambio de narrativas con el cambio de mentalidad fundamentalmente de los periodistas y las facultades. Contribuir a generar conversación es fundamental, que hablemos de este tipo de periodismo y a eso nos ayuda el ciclo de la Caixa y algún otro evento que haremos a final de año. El consolidar la red de periodismo constructivo es el objetivo para 2024. Y hacer un proyecto con algún medio tradicional. El caso de la Revista Haz

es paradigmático, pero es una revista con unos condicionantes que son más fáciles de salvar. Intentar aplicarlo a un medio más tradicional sería muy interesante.



Jose A. García Avilés

Coordinador Módulo Audiencias

