

Autorregulación en el ámbito del periodismo medioambiental en español

Self-regulation in the field of Spanish-language environmental journalism

CARMEN DEL ROCÍO MONEDERO MORALES. *Universidad de Málaga*
roi@uma.es <https://orcid.org/0000-0002-3222-029X>

Recepción: 21.04.2023

Aceptación: 13.06.2023

Publicación: 30.06.2023

RESUMEN

En el ámbito de la comunicación social, los propios actores mediáticos vienen implementando herramientas deontológicas aplicables a la práctica profesional que van más allá de los mínimos estipulados por el ordenamiento jurídico. De este modo, empresas, profesionales, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, la propia sociedad civil, y en menor medida la Academia, se involucran activamente en aras de una comunicación de calidad, en el caso que nos ocupara referida al medio ambiente. Entre los instrumentos deontológicos enmarcados en el concepto de autorregulación existentes, en la presente investigación nos centraremos en el análisis normativo de los códigos éticos de 2ª generación para informar sobre la naturaleza y el entorno a través del análisis de contenido de los mismos.

Palabras clave: transferencia, deporte, industria, innovación

1. Introducción

La comunicación social en general y, el periodismo en particular, son actividades que conllevan una gran responsabilidad en aras de la salud social y democrática. Es por ello que su ejercicio precisa de altas cuotas de libertad y responsabilidad que permitan acometer una labor de "mediación" y prestación del servicio de la información adecuada.

ABSTRACT

In the field of social communication, the media actors themselves have been implementing deontological tools applicable to professional practice that go beyond the minimums stipulated by the legal system. In this way, companies, professionals, associations, non-governmental organizations, civil society itself, and to a lesser extent the Academy, are actively involved in the interest of quality communication, in the case that concerns us regarding the environment. Among the existing deontological instruments framed in the concept of self-regulation, in the present investigation we will focus on the normative analysis of the 2nd generation ethical codes to inform about nature and the environment through their content analysis.

Keywords: transfer, sport, industry, innovation

Compartimos con Real Rodríguez, la idea de que la legislación no tiene capacidad para atender a todos los potenciales escenarios en los que los profesionales del periodismo pueden encontrarse en el ejercicio cotidiano de su profesión. E incluso si esto fuese posible, se correría el riesgo de asfixiar a la propia información entre un número inalcanzable de regulaciones, pero ello que la ética y la deontología deben abarcar ese espacio “en donde la norma jurídica es preferible que permanezca al margen” (2018, 347).

La autorregulación alcanza además donde no puede o suele hacerlo el derecho (gracias a su mayor concreción normativa, su mayor rapidez de aplicación, su economía de costes, etc.), quedando este último para garantizar los derechos más fundamentales y abordar los casos más graves.

A la hora de implementar una serie de principios éticos en la práctica profesional encontramos que más allá de lo estipulado por el ordenamiento jurídico (limitado a evitar que la difusión de la información vulnere otros derechos básicos), desde los propios actores mediáticos (empresa, profesionales y público) se vienen elaborando distintas herramientas de “autorregulación” tales como los libros de estilo, el/la defensor/a del público/audiencia, los estatutos, los consejos audiovisuales y los códigos éticos. Estos instrumentos no resuelven completamente la complejidad de las disyuntivas deontológicas, aunque sí suponen un avance para el establecimiento de unos mínimos a cumplir.

Si bien no se debe confundir ética y autorregulación, es innegable que esta última es un mecanismo adecuado para que empresas y profesionales consensuen un conjunto de pautas de carácter vinculante para el desarrollo de su actividad. La autorregulación, al contrario de la autocensura, confiere libertad e independencia a los medios de comunicación y a sus profesionales lo que les permite desempeñar con éxito la función social que tienen atribuida (Serrano, 2015).

Por autorregulación periodística entendemos una forma de vigilancia responsable a través de un orden normativo promovido desde dentro del propio sector que no responde a intereses políticos o económicos, sino que más bien resulta del libre consenso de sus actores.

Distintos autores sitúan el nacimiento del concepto de autorregulación de la profesión periodística en la primera mitad del siglo pasado aunque con diferentes orígenes: De Carreras se remonta a la primera década del siglo XX en Suecia donde surge como un instrumento para evitar la intrusión legislativa del Estado (2008, 294) mientras que Quinn (2016) y Pickard (2010, 404) se decantan como génesis a la declaración formulada por la Comisión Hutchins en 1947 en EE.UU., en la que se anuncia a la ciudadanía que la Primera Enmienda es insuficiente para salvaguardar la libre actividad de los medios de comunicación.

En el caso específico de la autorregulación de la actividad comunicativa Real Rodríguez distingue dos categorías diferenciadas, la profesional y la comunicativa: la primera,

equiparable a la que se produce en otras profesiones, procede únicamente de los propios periodistas para sí mismos; por otro lado la segunda, que es abordada por el presente estudio, se limita al ámbito de la ética aplicada y, comprende a todos los integrantes del proceso comunicativo: medios de comunicación (sujeto organizador), profesionales (sujeto cualificado) y audiencia (sujeto universal) (2010, 277- 278).

La autorregulación normativa actúa por tanto a partir de la iniciativa propositiva (y no de manera automática, como se supone que ocurre en el mercado) de los agentes de la sociedad civil que conforman en nuestro caso la actividad de la comunicación social; y se orienta por los valores éticos de dicha actividad de acuerdo con la función subsistémica que cumple en la sociedad: informar, publicar la verdad, vigilar el funcionamiento de las instituciones, etc. (Aznar y Serrano, 2017,184).

Esta investigación pretende ofrecer una metodología útil y novedosa para la comunidad científica a la hora de analizar normativamente uno de mecanismos de autorregulación existentes, concretamente los códigos éticos, además de poner en valor su función entre la comunidad experta y los profesionales ante la escasez de estudios académicos al respecto.

The code of ethics is a special norm that applies to certain professions. The norm in the form of a code of ethics is different from the law. If the law is made by an authorized organisation within the country, the code of ethics is formulated as an agreement among members of the profession. Sanctions for violating the law are imposed by the state while the code of ethics is autonomous, in which case his own conscience feels the guilt (Tumengkol, Nasution y Tanjung, 2021: 41).

A través de los códigos éticos se ha reconocido la dimensión deontológica de la actividad periodística, y se ha pretendido llegar a determinados aspectos más allá de lo que la normativa prevé. Atendiendo a Aznar (2005: 31) son precisos “en aquellas actividades en las que los profesionales disponen de un mayor margen de decisión personal y en las que tienen que asumir responsabilidades más amplias por la índole y los efectos de sus decisiones”.

Si en un principio los códigos eran más genéricos, en la última década estos manuales han evolucionado hacia recomendaciones éticas sobre el tratamiento informativo y comunicativo de asuntos específicos, son los llamados códigos éticos de 2ª generación (a partir de ahora CSO-2G) y vienen a perfeccionar las nociones más básicas de sus antecesores.

2. Las dificultades de la autorregulación

La primera función de la autorregulación es dar a conocer públicamente las normas éticas y deontológicas que deben guiar la actividad de los periodistas y de los medios entendidos como empresas comunicativas. La segunda es la de facilitar que las condiciones laborales, profesionales y sociales de los que deben llevar a cabo la tarea periodística, hagan posible

que se apliquen dichas normas en su práctica diaria, sin represalias de ningún tipo. El diario El País, en un artículo publicado a este respecto en el año 2011 advertía lo siguiente:

La ética periodística solo será eficaz si sus normas son públicas y explícitas respecto a cuáles son los límites de la libertad de expresión y de prensa, las fronteras que no se pueden traspasar. Y éstas se hallan recogidas en los diversos Códigos Deontológicos de la profesión, siendo en España, la Comisión de Quejas de la FAPE o el *Consell de la Informació de Catalunya* los órganos encargados de velar por su cumplimiento. Sus resoluciones vienen a ser el "fíel" de un máximo ético y un mínimo jurídico, dado que no son instancias sancionadoras, pero sí conciliatorias que apelan a las responsabilidades de los medios de comunicación y los periodistas. (*El País*, 28 de julio de 2011).

Por otro lado, aunque no les exime del conocimiento y cumplimiento de los códigos éticos, la precariedad laboral de la mayoría de los periodistas complica su poder como garantes de la buena praxis de sus empresas. Son pocos los casos en los que estos profesionales se han atrevido a denunciar irregularidades en este sentido en España y esas excepciones han correspondido a trabajadores de empresas públicas, en su mayoría funcionarios, cuyo puesto de trabajo no está tan expuesto como el de aquellos que trabajan para organizaciones privadas, véase el caso de la campaña promovida por las trabajadoras de RTVE #AsíSeManipula para revelar malas prácticas en el ente público en 2018²; el de los trabajadores de *Canal Sur RTV* exigiendo la dimisión del director de informativos en 2020³; o el del personal de la *Compañía de Radio e Televisión de Galicia* denunciando represalias por apoyar una manifestación contra la manipulación en 2022⁴, entre otros ejemplos.

A este respecto Rodríguez y Aznar (2014: 174) afirman que “la ética es siempre una responsabilidad personal, pero es evidente que las condiciones sociolaborales deben establecer un marco para su cumplimiento normalizado”.

Pero no podemos descargar toda la responsabilidad del funcionamiento de la autorregulación y de los códigos éticos a la precariedad laboral. En un estudio publicado por Real Rodríguez, (2018: 360) en el que se entrevistaron a periodistas en activo en España se reveló que el desconocimiento y el desinterés subyacen en muchas de las

² El País, 30/04/2018: Trabajadoras de RTVE lanzan #AsíSeManipula para denunciar malas prácticas en el ente público https://elpais.com/politica/2018/04/30/actualidad/1525106888_386970.html

³ El Plural de Andalucía, 05/12/2020: "Hartos de injerencias", 546 trabajadores de Canal Sur exigen el cese del director de informativos https://www.elplural.com/autonomias/andalucia/hartos-injerencias-546-trabajadores-canal-sur-exigen-cese-director-informativos_254741102

⁴ Público, 03/11/2022: Los trabajadores de la tele pública gallega denuncian represalias por apoyar una manifestación contra la manipulación <https://www.publico.es/politica/trabajadores-tele-publica-gallega-denuncian-represalias-apoyar-manifestacion-manipulacion.html>

respuestas, entre otros motivos debido a que las propias empresas no exigen su aplicación.

La disyuntiva entre la eficacia y las deficiencias de la autorregulación periodística sigue sin resolverse a pesar de haber sido objeto de debate entre teóricos y profesionales del periodismo. Si bien aquellos académicos y periodistas consultados por el estudio anteriormente citado se inclinaban por considerar a los códigos deontológicos como una de las herramientas de autorregulación más efectivas (Real Rodríguez, 2018: 351), Aznar advierte de que su mayor inconveniente viene precisamente de su propia esencia: la ausencia de potestad sancionadora: “ninguno de sus mecanismos ofrece las garantías de un tribunal jurídico, lo que convierte sus resoluciones en meras recomendaciones éticas para mejorar la calidad informativa en cada caso” (1998).

Para Yanel (2021, 46) en el caso de España ha quedado patente que los medios de comunicación prestan poca atención a las resoluciones publicadas por distintos organismos ante la escasa regulación legal de la profesión periodística y la inexistencia de obligación de que los medios de comunicación publiquen dichas resoluciones. El autor sostiene que, ante la ausencia de legislación relativa al derecho a la información de la ciudadanía, la existencia de procedimientos de autorregulación es preferible al vacío.

Aznar y Serrano advierten de que “el anclaje de la autorregulación de la comunicación en la sociedad civil constituye a su vez su fortaleza y su debilidad”. Es su baluarte al garantizar la emancipación del poder político, además de servir como fuerza disuasoria ante tentaciones intervencionistas. (2017,184).

3. Metodología

Este estudio se enmarca en un proyecto mayor denominado Autorregulación de la comunicación social: Estudio y Análisis de contenido de los Códigos éticos de 2ª Generación y elaboración de Protocolos de Aplicación en el que se analizan códigos éticos relativos a distintas especializaciones periodísticas (violencia de género, discapacidad, cambio climático, adiciones, etc.).

El principal objetivo de esta investigación es realizar un análisis normativo de los todos los códigos CSO-2G en español relativos a la comunicación ambiental. Se han dejado fuera de este estudio a aquellos concernientes al cambio climático al formar parte de una pieza separada del proyecto general en el que se integra esta investigación.

Este texto corresponde a los resultados de la segunda fase del proyecto. Si previamente se habían identificado y caracterizado todos los códigos CSO-2G en español relativos a la comunicación ambiental, respondiendo a las siguientes preguntas de investigación: ¿qué características comparten y diferencian a los códigos analizados? ¿qué entidad y profesionales avalan sus contenidos? ¿cómo está abordada su redacción y carga normativa? y ¿cuáles son los procesos de difusión y seguimiento aplicados? En el documento que nos ocupa se empleará el análisis de contenido para lograr también

resultados de tipo descriptivo que ayuden a comprender de forma crítica el objeto de estudio seleccionado. Nuestro propósito es descriptivo y explicativo por lo que se ha guiado por la formulación de una serie de preguntas de investigación: ¿qué tipo de informaciones contextualizadoras ofrecen estos documentos? y ¿cuáles son las recomendaciones que brindan sobre distintos aspectos que atañen al ejercicio del periodismo medioambiental?

Tabla 1. ANÁLISIS DEL CONTENIDO NORMATIVO DE LOS CÓDIGOS

<p>1. RECOMENDACIONES SOBRE CONTEXTO DE LA INFORMACIÓN, NOTICIA O CONTENIDO</p> <ul style="list-style-type: none"> * Contexto del tema * Explicación / Causas del problema * Datos / Historia, evolución del tema * Recomendaciones específicas sobre verificación del contenido
<p>2. RECOMENDACIONES SOBRE EL GÉNERO PERIODÍSTICO Y UBICACIÓN DEL CONTENIDO</p> <ul style="list-style-type: none"> * Lugar oportuno en el medio – Lugar a evitar * Tiempos o destinatarios a evitar * Género de la información o el contenido a evitar o preferir
<p>3. RECOMENDACIONES SOBRE TERMINOLOGÍA / LENGUAJE</p> <ul style="list-style-type: none"> * Términos/expresiones correctas * Lenguaje adecuado * Términos/expresiones excluidas * Lenguaje inapropiado
<p>4. RECOMENDACIONES SOBRE LAS FUENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> * Sobre las fuentes a utilizar y evitar: Expertos // Científicos // Fuerzas Seguridad // Juzgados // Admón. Pública // Políticos // Testigos // Entorno // Familiares y Allegados // Afectados // ONG y otras asociaciones civiles // Público general * Pautas <i>específicas</i> de confidencialidad * Pautas <i>específicas</i> sobre identificación de fuentes * Pautas <i>específicas</i> sobre presión/acoso a las fuentes
<p>5. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS SOBRE SENSACIONALISMO RELATIVAS A</p> <ul style="list-style-type: none"> * Los afectados: Daño a la imagen personal // Violación de la intimidad // Respeto del dolor // Presencia menores

* El tratamiento: Titular // Texto y destacados // Imágenes y pie de fotos // Reconstrucciones // Uso imágenes de archivo // Otros recursos gráficos y sonoros
6. RECOMENDACIONES SOBRE ESTEREOTIPOS * Sobre etnia / Género / Religión / Otros prejuicios genéricos relevantes * Prejuicios relativos a los Implicados /// Afectados en y/o por el contenido comunicativo
7. RECOMENDACIONES SOBRE LOS EFECTOS * Efecto <i>copycat</i> (imitación) * Efecto Narcótico * Efecto Miedo (u otros según Tema)
8. ADVERTENCIA FRENTE A LA DESINFORMACIÓN
9. RECOMENDACIONES SOBRE EL COMUNICADOR * Toma (o no) de posición / No neutralidad * Formación especializada y/o Trayectoria especializada
10. RECOMENDACIONES DE SOLUCIONES * Ejemplos positivos * Ejemplos de soluciones
11. RECOMENDACIONES DE SERVICIO * Información útil * Información de proximidad
12. RECOMENDACIÓN DE EXPLICACIÓN

Fuente: Aznar 2022. Elaboración propia

A pesar de la naturaleza cuantitativa de la ficha de análisis, se considera que lo cualitativo también tiene un peso importante en el proceso, pues la intención final del proyecto del que forma parte esta investigación es, además de cuantificar y generalizar información, profundizar en interpretaciones subjetivas que permitan proponer un modelo consensuado y universal de códigos CSO-2G. El universo y la muestra la componen los siguientes 10 códigos:

- El agua se nos va de las manos. Manual para periodistas y comunicadores/as sobre la cobertura y abordaje de la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos.
- La red natura 2000. Una guía rápida para comunicadores.
- Información ambiental en el Mediterráneo: Guía para periodistas sobre cuestiones e instituciones relevantes.
- Guía verde: oro a la sostenibilidad.
- Guía Apia de legislación ambiental.
- Guía rápida para periodistas sobre economía circular.
- Guía para periodistas freelance que cubren los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Guía rápida para periodistas sobre compra y contratación pública verde.
- Guía del periodismo ambiental.
- Guía para periodistas freelance que cubren medio ambiente y cambio climático

4. Resultados

Una vez realizado el análisis de contenido en cada uno de los diez códigos citados en el apartado metodológico, se abordan a continuación los principales resultados obtenidos:

Observamos que todos los códigos ofrecen el contexto del tema, así como la explicación y causas del problema sobre el que versan. Sin embargo, en 2 de ellos no se ofrece un recorrido histórico o una revisión sobre la evolución de la temática abordada y solo 4 contienen recomendaciones específicas sobre la verificación del contenido. Revisando código por código podemos resumir su contenido principal de la siguiente manera:

En *El agua se nos va de las manos. Manual para periodistas y comunicadores/as sobre la cobertura y abordaje de la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos* nos hallamos ante una herramienta de consulta que pretende reforzar los conocimientos del trabajo de los comunicadores sobre el reparto de los recursos hídricos. El texto además se enfoca en la gestión realizada por las diferentes sedes de la Asociación Mundial para el Agua (Global Water Partnership, GWP en inglés) establecidas en Latinoamérica con el objetivo de fomentar el bienestar social y el desarrollo correcto de los ecosistemas.

Por su parte, *La red natura 2000. Una guía rápida para comunicadores* explica con qué objetivo nació, el de dar a conocer e identificar las causas que dificultan la difusión de la Red entre los medios de comunicación españoles. Para ello, aborda no solo una breve introducción y explicación de qué es, cuándo y cómo se creó, sino también un pormenorizado análisis, realizado por ocho periodistas medioambientales, sobre las razones que llevan a su desconocimiento entre la ciudadanía española. Se detallan maneras específicas de propiciar una mejor comunicación, aplicar estrategias de marketing, crear un plan de comunicación, personalizar las historias y elaborar un decálogo, entre otras. No se especifica ninguna recomendación sobre la verificación de los contenidos.

Información ambiental en el Mediterráneo: Guía para periodistas sobre cuestiones e instituciones relevantes es un manual de consulta para periodistas ambientales de la región mediterránea. La guía comienza con una breve introducción que permite poner en contexto la temática para pasar a desarrollar los diferentes problemas ambientales a los que se enfrenta el Mar Mediterráneo tales como la sobrepesca, la contaminación, el crecimiento de la población o incluso el turismo. A través de datos históricos, se explica cómo han evolucionado estos problemas a lo largo del tiempo. Para completar la información y facilitar a los periodistas el acceso a fuentes precisas, la guía ofrece un listado con las principales organizaciones ambientales y científicas. Recomiendan también a los periodistas siempre verificar la información y utilizar las fuentes más sólidas.

La Guía verde: oro a la sostenibilidad analiza históricamente los cinco cambios climáticos ocurridos en la Tierra y traza un ‘plan de emergencia’ para afrontar la situación actual que pasa por la implicación de todos los ciudadanos con medidas como reducir el

consumo de los recursos y emplear energías renovables, entre otras. Relaciona el deporte con la sostenibilidad por practicarse al aire libre y por los valores que representan muchos deportistas (esfuerzo, sacrificio, perseverancia, etc.). Este manual, impulsado por EFE y COE con motivo de la candidatura madrileña a los juegos olímpicos, incluye un glosario impulsado por EFEverde y Fundéu-BBVA, sobre cómo usar correctamente términos relacionados con toda la temática del medio ambiente. Sin embargo, no se encuentra ningún apartado sobre verificaciones de contenido.

En cuanto a la *Guía Apia de legislación ambiental* trata sobre la historia de la legislación ambiental a través de varios capítulos dedicados a distintos aspectos de ésta. Comienza con una introducción en la que se pone en contexto la guía y se ofrece un breve resumen de historia medioambiental. Esta estructura de contexto-resumen también se sigue en cada uno de los apartados que contiene el documento, donde también se incluyen las explicaciones/causas de los problemas de cada una de las temáticas que se abordan. Sin embargo, no se incluyen recomendaciones pese a presentarse como una guía esencial para los periodistas ni se dan recomendaciones específicas sobre verificación del contenido.

En la *Guía rápida para periodistas sobre economía circular* se analizan los conceptos principales de la economía circular. En primer lugar, se explica qué es la economía circular y cuáles son los principales beneficios y desafíos que afronta. Desde el año 2015, la Comisión Europea viene introduciendo algunas medidas con el fin de generar crecimiento sostenible y el País Vasco, cuyo gobierno elabora esta guía, es líder en economía circular desde una perspectiva industrial y ha definido su programa a este respecto hasta el año 2030, estableciendo algunos objetivos específicos. No se dan recomendaciones específicas sobre verificación del contenido.

La *Guía para periodistas freelance que cubren los Objetivos de Desarrollo Sostenible* explica 17 objetivos globales dirigidos a llevar “paz y prosperidad” a las personas y al planeta. Estos se enfocan en intentar minimizar las mayores crisis y desigualdades a las que se enfrenta la sociedad. Los 193 estados miembros de las Naciones Unidas se han comprometido con ellos y la guía incluye una serie de indicadores para medir su progreso hacia la fecha límite en el año 2030. El texto recomienda una serie de fuentes para que los periodistas puedan hallar información precisa, también realiza recomendaciones específicas sobre verificación del contenido. Sin embargo, no se ofrece información sobre la historia y la evolución de la temática, únicamente recoge objetivos futuros.

Por su parte, la *Guía rápida para periodistas sobre compra y contratación pública verde*, realizada también por el gobierno del País Vasco, marca una hoja de ruta con el objetivo final de que los periodistas tengan pleno conocimiento de lo que es la compra y contratación pública verde (CCPV) para que, después, puedan informar sobre esta materia de la forma más objetiva posible y con conocimiento total de la causa. La CCPV es un proceso en el que las entidades públicas adquieren productos y servicios con un menor impacto ambiental. En dicho documento se presentan diferentes cuestiones relacionadas con la CCPV que incluyen aspectos tan relevantes como las ventajas económicas,

ambientales y sociales; la legislación relacionada, los desafíos que plantea y los objetivos. No se dan recomendaciones específicas sobre verificación del contenido.

Guía del periodismo ambiental comienza con un prólogo del presidente del Consorcio de Servicios Públicos Medioambientales de la provincia de Toledo, institución que suscribe el informe. En esta primera toma de contacto se hace un llamamiento al correcto tratamiento en la divulgación de contenidos e informaciones relacionadas con la gestión responsable de residuos. Además, se incide en las relaciones entre las instituciones públicas y las empresas privadas implicadas en los procesos de recogida, selección y tratamiento de residuos sólidos urbanos como estrategia clave para obtener resultados. El objetivo principal al que alude la guía es la creación de un documento que sirva de ayuda para transmitir información comprensible en materia de estos trabajos y que ello suponga la creación de una mayor conciencia social. El último bloque resulta muy útil para poder ampliar información y contactar con organismos especializados en la materia e incorpora información detallada sobre las principales instalaciones donde se gestionan los residuos. No se ofrecen recomendaciones específicas sobre verificación del contenido.

Por último, *la Guía para periodistas freelance que cubren medio ambiente y cambio climático* proporciona información detallada sobre cómo los periodistas independientes pueden abordar estas temáticas de manera efectiva. La guía también ofrece consejos prácticos sobre cómo desarrollar habilidades multimedia, narración y manejo de datos para atraer mejor a las audiencias.

Gráfico 1. Recomendaciones sobre el género periodístico y ubicación del contenido



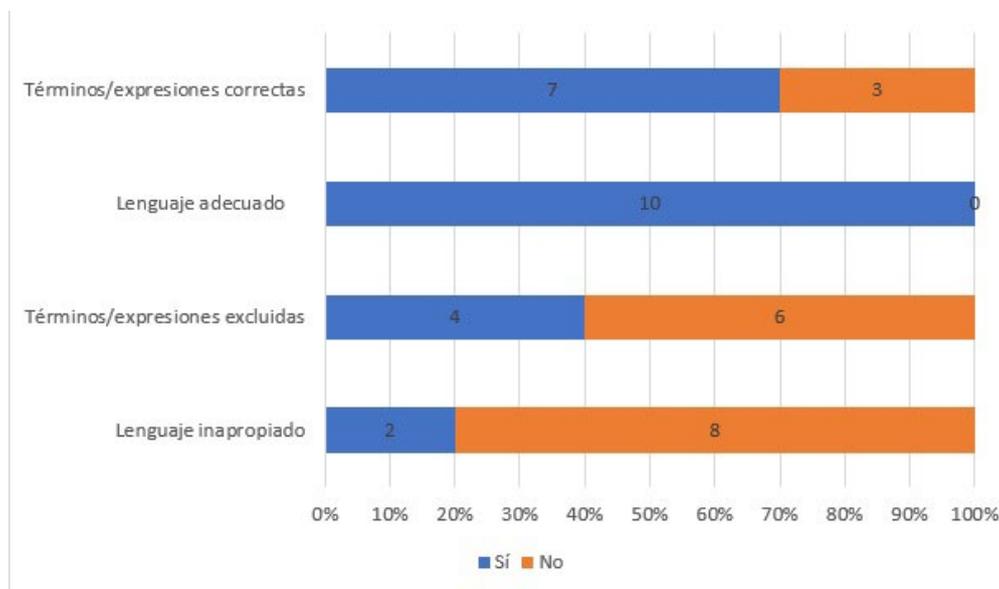
Fuente: Aznar 2022. Elaboración propia

En cuanto a las recomendaciones sobre el género periodístico y ubicación del contenido en el Gráfico 1 observamos que en la mayoría de los documentos no se dan este tipo de información. Tan solo son destacables (a un nivel muy básico) los casos de *La red natura 2000. Una guía rápida para comunicadores* en la que a pesar de que entre las claves no se encuentra mención alguna al lugar, la duración o el género que debe presentar la información, una de las periodistas invitadas a ofrecer un análisis sobre el estado de la situación de la Red Natura 2000 entre los periodistas, sí aporta algunas consideraciones

al respecto. En este sentido, Carolina Rueda, periodista especializada en información ambiental, alude al posible potencial que albergaría la televisión para comunicar de manera más eficaz la Red entre la ciudadanía. Así, Rueda destaca “los informativos de la segunda edición, los de las nueve de la noche” (p.46) como los más útiles para ofrecer información acerca de la Red. El género preferente serían los reportajes y su duración, entre dos y tres minutos. Por último, debería incluirse al cierre de los informativos, a ser posible en una cadena pública de carácter estatal como TVE, y en espacios de prime time para poder llegar al público general.

De una manera más superficial, la *Guía para periodistas freelance que cubren medio ambiente y cambio climático* sugiere que los profesionales usen una variedad de géneros tales como reportajes, entrevistas, perfiles y noticias breves y se recomienda que la ubicación del contenido varíe dependiendo del área geográfica en la que se publique y al tipo de audiencias a las que vaya dirigida la información.

Gráfico 2. Recomendaciones sobre terminología / lenguaje



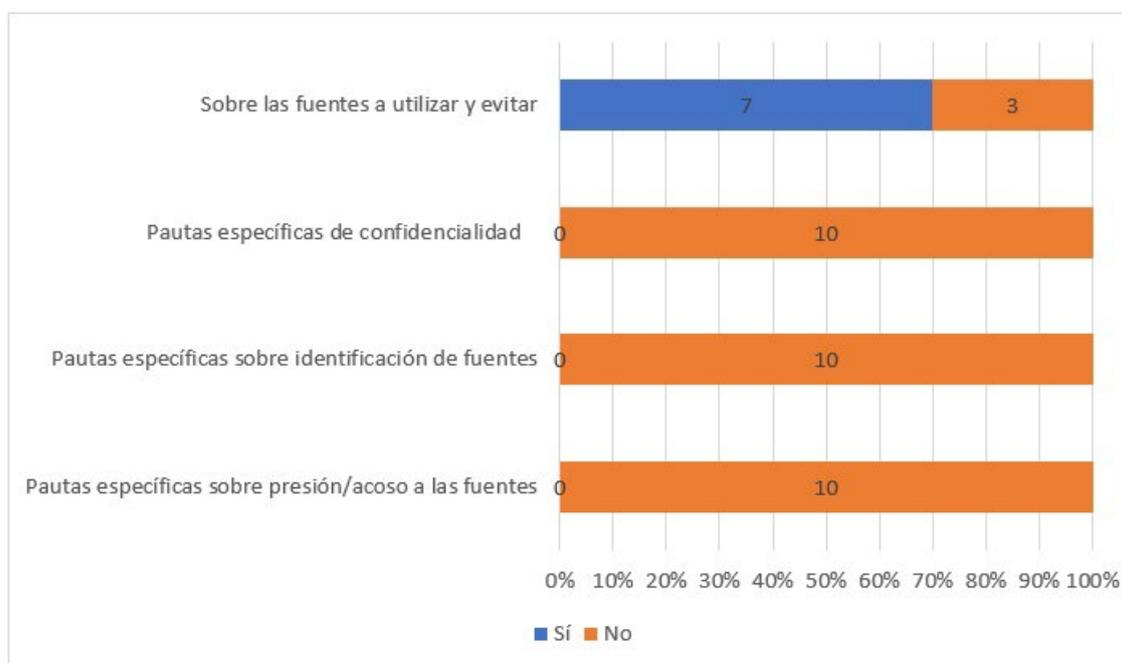
Fuente: Aznar 2022. Elaboración propia

En el Gráfico 2 se refleja una actitud más proactiva a la hora de llevar a cabo sugerencias en cuanto al uso de cierta metodología y lenguaje a la hora de abordar informaciones sobre el medioambiente. Todos los códigos analizados recomiendan a los periodistas usar un tono positivo y un lenguaje sencillo y asequible. La mayoría de ellos, además, incluyen glosarios sobre las distintas temáticas abordadas, hecho que puede entenderse como los términos más adecuados a emplear, aunque no figuren como recomendaciones propiamente dichas. Si embargo, a la hora de abordar qué términos deben excluirse o qué lenguaje resulta inapropiado vuelven a ser minoritarios los códigos que se dedican a ello.

En el caso de *La red natura 2000. Una guía rápida para comunicadores* pese a no aclarar qué términos son los más convenientes a la hora de referirse a la Red, el documento sí se refiere en múltiples ocasiones a que el exceso de siglas y vocabulario complejo puede provocar la desconexión por parte de la mayoría de la ciudadanía. Así, en las consideraciones finales, se insta a simplificar las nomenclaturas.

Destaca la *Guía verde: oro a la sostenibilidad* cuyo glosario ha sido elaborado por la Fundación del Español Urgente (Fundeu-BBVA) con el objeto de facilitar la comprensión de los conceptos más utilizados en el sector de las energías sostenibles, evitar las confusiones que algunos de ellos pueden generar por su semejanza y aclarar los matices que implica la elección de un término y otro para saber escoger cuál es el adecuado, como por ejemplo, en el caso de las palabras “biocarburante” y “biocombustible”, entre otros. Sin embargo, no aparecen términos excluidos ni lenguaje inapropiado sobre esta temática.

Gráfico 3. Recomendaciones sobre las fuentes



Fuente: Aznar 2022. Elaboración propia

Si atendemos a las recomendaciones que los códigos aportan respecto al uso de las fuentes de información, comprobamos en el Gráfico 3 que no encontramos pautas referidas a confidencialidad, identificación de fuentes o sobre acoso a las fuentes. Lo que sí contienen 7 de los 10 códigos son recomendaciones sobre las fuentes a utilizar (que no a evitar) como es el caso de expertos, científicos, fuerzas de seguridad, juzgados, la administración pública, políticos, testigos, el entorno, familiares y allegados, afectados, ONGs y otras asociaciones civiles o el público general, entre otros. En este sentido, podemos destacar el ejemplo de *La red natura 2000. Una guía rápida para comunicadores* que en sus últimas páginas ofrece un listado de recursos y fuentes tanto a nivel nacional como

europeo. Además, uno de los 8 periodistas que participan en el documento aborda cuáles son las fuentes más óptimas para consulta.

Por su parte, el código *Información ambiental en el Mediterráneo: Guía para periodistas sobre cuestiones e instituciones relevantes* recomienda a los periodistas más inexpertos contactar con las ONGs que trabajen temas medioambientales. Para completar esa primera fase de documentación, los periodistas deben crearse una red de contactos compuesta de científicos, organismos públicos o privados de defensa del medio ambiente y entrevistar a todos los actores (gobiernos, activistas, ciudadanos y empresas). El documento recuerda la importancia de asegurarse de que los científicos son independientes y no se encuentran en una situación de conflicto de intereses. Además, se advierte que los cuestionarios por email y las conferencias de prensa retransmitidas dificultan el acceso directo a las fuentes.

La *Guía del periodismo ambiental* apela a la importancia de hacerse con una buena agenda de contactos para informar sobre los temas relacionados con la ecología y el medioambiente para evitar malas prácticas periodísticas ligadas a la información sesgada. Además, el documento cuenta con un apartado específico titulado “Fuentes de Información sobre Medio Ambiente y Gestión de Residuos a Propósito de las Informaciones Referidas al Medio Ambiente” en el que se hace una selección de las principales de contacto en la materia agrupadas en función de su utilidad o su marco de actuación. Ejemplo de esta categorización son las bases de datos de legislación o los organismos del Medio Ambiente, en los que se incluyen enlaces a las organizaciones e instituciones de referencia como el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente o la Agencia Europea de Medio Ambiente. También incluye los departamentos específicos de las Comunidades Autónomas, lo que puede agilizar el trabajo periodístico desde las distintas redacciones autonómicas para saber a dónde dirigirse en cada caso. Finalmente, es de destacar el subapartado relativo a “Otros enlaces de interés” donde se incluye por primera vez un organismo de prensa como es el caso de la APIA (Asociación de Periodistas de Información Ambiental), entre otros.

Otros códigos son menos extensos en este aspecto, como es el caso de *La Guía Apia de legislación ambiental* redirige hacia otros documentos, enlaces o leyes, calificándolos así, indirectamente, como “de interés”, pero no señala qué fuentes son las que hay que emplear, ni cuáles las que hay que evitar; y la *Guía rápida para periodistas sobre economía circular* incluye una “bibliografía de interés”.

En cuanto a las recomendaciones específicas sobre sensacionalismo relativas a los afectados, es decir, daño a la imagen personal; violación de la intimidad; respeto del dolor; y presencia de menores, al no ser una casuística habitual en la temática medioambiental no se contempla en ninguno de los códigos analizados. Por otro lado, las relativas al tratamiento periodístico (titular, texto y destacados, imágenes y pie de fotos, reconstrucciones, uso imágenes de archivo y otros recursos gráficos y sonoros) tampoco encuentran cabida en estos códigos, siendo quizás la única excepción la *Guía para periodistas freelance que cubren medio ambiente y cambio climático* que recomienda

evitar titulares exagerados o engañosos que puedan generar miedo o confusión en la audiencia. En su lugar, se sugiere utilizar titulares basados en las consecuencias, más que en las causas, para transmitir mejor la importancia de la historia. Por ejemplo, "SOS por el hogar de miles de peces" es un titular más efectivo que "Cambio climático daña arrecifes". Además, se menciona que es importante contextualizar los problemas ambientales y proporcionar información sobre soluciones y acciones positivas que se están tomando para abordarlos.

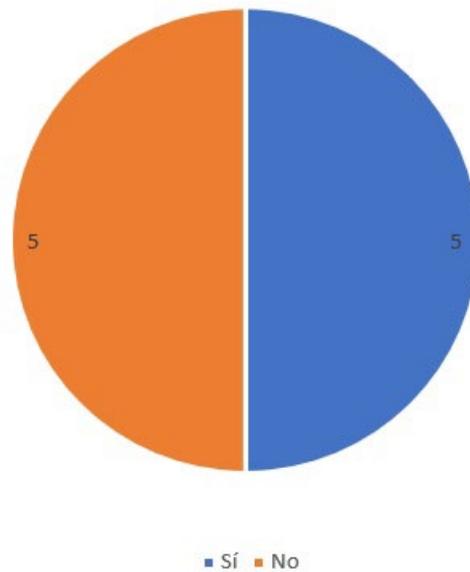
El análisis relativo a las recomendaciones sobre estereotipos en cuanto a etnia, género, religión y otros prejuicios genéricos relevantes, así como aquellas dirigidas a los prejuicios relativos a los implicados/as y afectados/as en y/o por el contenido comunicativo no arroja ningún resultado hallado en los códigos analizados.

En el caso de las recomendaciones sobre los efectos, si bien ninguna guía hace alusión al efecto narcótico o de miedo que puede provocar esta temática sí encontramos 2 guías que aluden al efecto *copycat* (imitación) y a otros efectos (en 2 códigos). En cuanto al primer caso, destacan *El agua se nos va de las manos. Manual para periodistas y comunicadores/as sobre la cobertura y abordaje de la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos* que recalca que en los últimos años se ha registrado un aumento de artículos que versan sobre la importancia del reparto del uso del agua, sus diferentes perspectivas y el enfoque participativo, así como el papel de los procesos comunitarios. Incluso si la información está incompleta o no se ahonda en sus diferentes aspectos se valora positivamente que este efecto genere interés creciente en la opinión pública. También debemos mencionar el caso de la *Guía rápida para periodistas sobre compra y contratación pública verde* que realiza múltiples alusiones a las acciones llevadas a cabo por el Gobierno Vasco en cuestiones ecológicas, poniendo de manifiesto la necesidad de que el resto de Comunidades Autónomas imiten medidas similares para lo que es imprescindible la divulgación de estas informaciones en los medios de comunicación.

En el caso de "otros efectos", *La Red natura 2000. Una guía rápida para comunicadores* menciona un posible efecto adverso que podría producirse al informar sobre la red: el efecto reclamo masivo. Y es que al englobar ésta diferentes territorios protegidos (muchos de ellos desconocidos para el gran público) se corre el riesgo de que solo los Parques Nacionales o Naturales, se identifiquen como parte de la Red Natura 2000 y se masifiquen quedando el resto de zonas desiertas. Por su parte, *Información ambiental en el Mediterráneo: Guía para periodistas sobre cuestiones e instituciones relevantes* recomienda la utilización del efecto libélula en países donde los conflictos políticos monopolizan toda la atención de la población. En efecto, para que las cuestiones ecológicas se conviertan en una prioridad para la gente, escribir artículos y lanzar campañas no es suficiente, los periodistas deben reinventarse, jugar con el lenguaje y utilizar otras herramientas como las redes sociales.

Gráfico 4. Advertencia frente a la desinformación

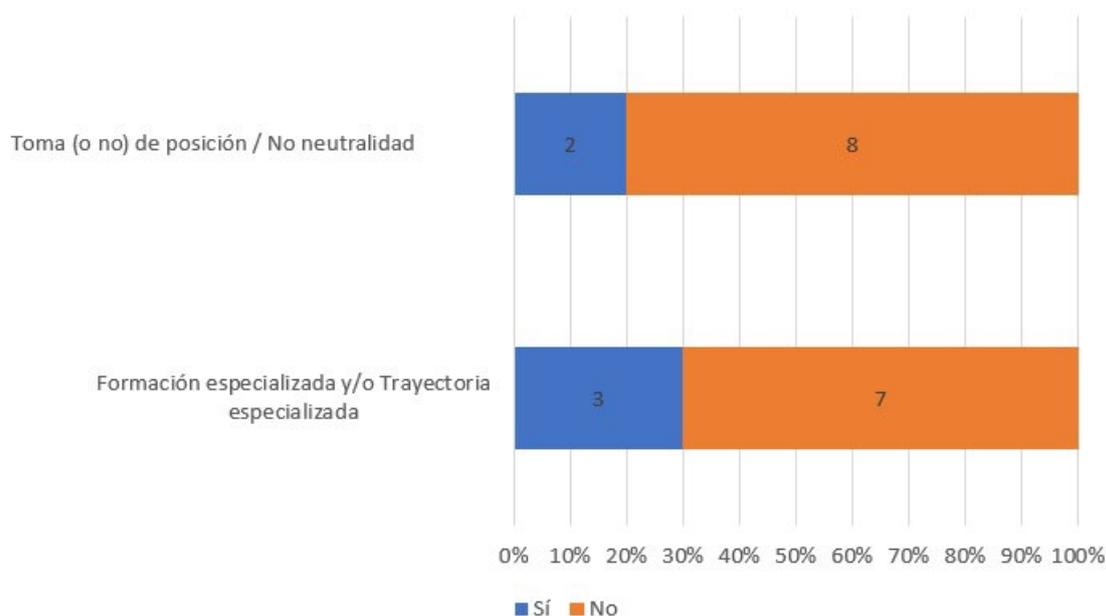




Fuente: Aznar 2022. Elaboración propia

En cuanto a la advertencia frente a la desinformación, el Gráfico 4 muestra que la mitad de los códigos analizados (5) recogen esta casuística frente a la otra mitad que no lo hacen. Entre los que sí lo hacen se hallan *El agua se nos va de las manos. Manual para periodistas y comunicadores/as sobre la cobertura y abordaje de la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos* en el que no se explicita tanto la desinformación sino el desconocimiento a la hora de abordar estas temáticas por parte de los medios de comunicación; por su parte, *La red natura 2000. Una guía rápida para comunicadores* alude en múltiples ocasiones a la complejidad que engloban los tecnicismos más habituales y la desinformación que puede provocar un uso erróneos de éstos; en el código *Información ambiental en el Mediterráneo: Guía para periodistas sobre cuestiones e instituciones relevantes* uno de los periodistas participantes recomienda a sus compañeros verificar siempre la información y utilizar las fuentes más sólidas para garantizar la fiabilidad de la misma; *la Guía Apia de legislación ambiental* avisa sobre la utilidad del propio documento como herramienta para los periodistas para evitar la desinformación, aunque no tarta con más profundidad el asunto ni ofrece consejos específicos sobre esta cuestión; *la Guía del periodismo ambiental* hace referencia a los trastornos informativos en esta temática. En esta línea, a pesar de no incorporar el término “desinformación” *per se*, se alude al sesgo informativo derivado de la falta de especialización y la ausencia de la pluralidad de fuentes, impidiendo que se conforme una versión del contenido conformada desde distintos ángulos. Esta situación deriva en que se pueda generar una imagen social negativa, así como juicios de valor respecto a ciertos temas polémicos como los vertederos, el compostaje o los bioresiduos.

Gráfico 5. Recomendaciones sobre el/la comunicador/a

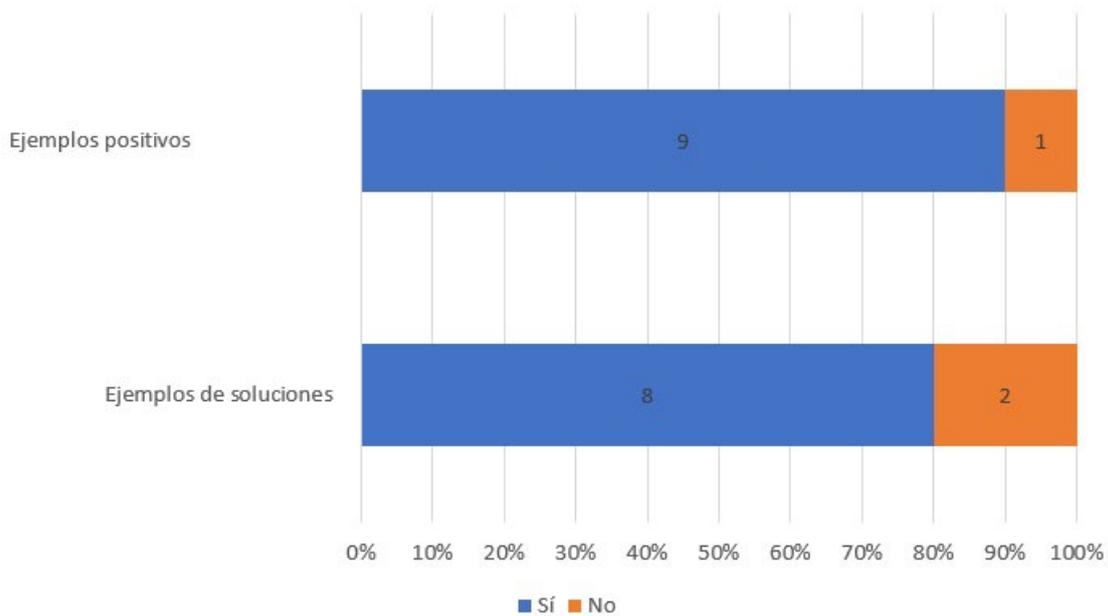


Fuente: Aznar 2022. Elaboración propia

Si atendemos a las recomendaciones sobre el/a comunicador/a observamos en el Gráfico 5 que 8 códigos no mencionan este asunto frente a los 2 códigos que sí hacen referencia a la toma (o no) de posición y de la neutralidad de los y las periodistas. Es el caso de *El agua se nos va de las manos. Manual para periodistas y comunicadores/as sobre la cobertura y abordaje de la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos* que pone el énfasis en la neutralidad, objetividad y equidistancia como principal estrategia para ganar credibilidad en la comunidad por parte de los periodistas; *Información ambiental en el Mediterráneo: Guía para periodistas sobre cuestiones e instituciones relevantes*, por su parte, no hace recomendaciones de forma directa sobre la neutralidad pero aconseja a los periodistas dar voz a todas las fuentes y ser intermediarios entre la verdad y la población.

En relación a la necesidad de que los y las profesionales cuenten con una formación y/o trayectoria especializadas las posiciones están también desequilibradas encontrando 3 códigos que apuestan por este distintivo frente a 7 que no tratan este asunto. En el grupo de los que sí reseñamos el caso de *Información ambiental en el Mediterráneo: Guía para periodistas sobre cuestiones e instituciones relevantes* que en varias ocasiones a lo largo del texto recuerda a los jóvenes periodistas la importancia de especializarse antes de escribir sobre temas ambientales; en la introducción de la *Guía del periodismo ambiental* se sugiere la importancia de esta especialización para alcanzar una mayor transparencia en la difusión de estos asuntos con un tratamiento equilibrado y datos rigurosos; y la *Guía para periodistas freelance que cubren medio ambiente y cambio climático* recomienda que los periodistas se especialicen en medio ambiente y en todas las políticas relacionadas con éste, así como que se mantengan actualizados en relación a las nuevas tecnologías emergentes que puedan aportar soluciones.

Gráfico 5. Recomendaciones de soluciones



Fuente: Aznar 2022. Elaboración propia

En el Gráfico 6 podemos visualizar como las recomendaciones de soluciones, tanto a modo de ejemplos positivos (en 9 ocasiones), como de ejemplos de soluciones (en 8 casos) sí suponen un contenido ineludible en los códigos medioambientales. En ambos casos estos documentos incorporan variadas muestras positivas a seguir o de soluciones, como, por ejemplo, Venezuela y Guatemala como paradigma de resolución de una serie de problemáticas en *El agua se nos va de las manos. Manual para periodistas y comunicadores/as sobre la cobertura y abordaje de la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos*; *La red natura 2000. Una guía rápida para comunicadores* pone en valor el plan de marketing y comunicación llevado a cabo por los fabricantes de tónica y ginebra para impulsar el consumo de *gin-tonic* entre la población: “primero se debe crear tendencia —recurriendo para ello a líderes de opinión— y luego convertirlo en moda”. Asimismo, para cada una de las propuestas de mejora, se ofrecen posibles acciones como el contar experiencias e historias positivas reales de personas de a pie que habitan en la Red Natura para convencer a los ciudadanos de las bondades de estos espacios protegidos; *Información ambiental en el Mediterráneo: Guía para periodistas sobre cuestiones e instituciones relevantes* propone varios ejemplos y soluciones como el de Croacia donde se han publicado libros como “Los Medios de Comunicación y la Ciencia” por parte de organizaciones profesionales de periodistas hecho que ha provocado la repercusión de estas temáticas. En cuanto a las soluciones, en Líbano, un país donde los problemas políticos ahogan las noticias medioambientales, una de las periodistas que participa en el código recomienda entrelazar esos dos temas para captar la atención del público; *Guía verde: oro a la sostenibilidad*, por su parte, ofrece ejemplos positivos como la aplicación del Protocolo de Kioto, que se inscribe dentro del Convenio Marco de la ONU sobre

Cambio Climático y que obliga a reducir un 5,2% las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) a los países industrializados. Entre las buenas prácticas medioambientales que ofrece el manual, propone soluciones a problemas como el excesivo consumo de energía, la cantidad de litros de agua desperdiciados, el uso masivo de los transportes que más contaminan, la gran cantidad de emisión de residuos y el no reciclarlos en el contenedor adecuado, así como, también ofrece soluciones a la emisión de ruido; la *Guía rápida para periodistas sobre economía circular* analiza cómo las medidas abordadas en el País Vasco y los programas para el futuro pueden ser soluciones en el entorno de la economía circular; la *Guía para periodistas freelance que cubren los Objetivos de Desarrollo Sostenible* brinda ejemplos positivos, y recomendaciones dadas por otros periodistas *freelance*; en la *Guía rápida para periodistas sobre compra y contratación pública verde*, creada también por el Gobierno Vasco, se presume de las medidas que se han implantado con éxito en Euskadi y pone diversos casos como ejemplos, también se mencionan distintos países de Europa que han incorporado con un gran éxito las políticas verdes; la *Guía del periodismo ambiental* en su Prólogo, explica la inauguración del EcoParque en Toledo como un punto de inflexión en aras del desarrollo de estrategias que promuevan el aprovechamiento de residuos urbanos y erradiquen los perjuicios sociales relacionados con los mismos; por último, la *Guía para periodistas freelance que cubren medio ambiente y cambio climático* proporciona soluciones como el informar sobre las energías renovables, la agricultura sostenible, la conservación de la biodiversidad y la gestión eficiente del agua para incitar a sus audiencias a tomar medidas positivas para abordar el cambio climático.

El único caso de código sin recomendaciones de soluciones es la *Guía Apia de legislación ambiental* que, al estar enfocada en aspectos legislativos, no ofrece ejemplos positivos ni propone soluciones a nivel periodístico. La solución pasa por el conocimiento de la guía en sí misma a la hora de elaborar textos periodísticos sobre los temas abordados en el documento.

En cuanto a las recomendaciones de servicio, tanto en lo referido al ofrecimiento de información útil como al de información de proximidad, todos los códigos cumplen con este precepto siendo ellos mismo contenedores de este tipo de contenidos. *El agua se nos va de las manos. Manual para periodistas y comunicadores/as sobre la cobertura y abordaje de la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos* contiene información útil tanto de cómo abordar esa temática, como de los procedimientos que deben seguir los periodistas al publicar estas informaciones; *La red natura 2000. Una guía rápida para comunicadores*, por su parte, es en sí misma un compendio de indicaciones útiles a la hora de comunicar la existencia de la Red entre la población. Una de ellas tiene que ver precisamente con la difusión de la Red Natura entre las comunidades locales. Para ello, es perentorio “implicar a la prensa local, al sector educativo y a los ayuntamientos (...) [que] podrían contribuir a dar orientaciones prácticas para conectar mejor los contenidos informativos a la realidad más local”. Otra de las sugerencias consiste en la puesta en práctica de acciones sobre el terreno que ayuden a generar un efecto demostrativo para que el ciudadano valore y conozca la Red; *Información ambiental en el Mediterráneo:*

Guía para periodistas sobre cuestiones e instituciones relevantes ofrece tanto información útil, como información de proximidad, a través del testimonio de 13 periodistas de diferentes países con el objetivo de guiar a jóvenes periodistas locales ambientales, actores relevantes de la conservación del Mediterráneo; *Guía verde: oro a la sostenibilidad* brinda información útil sobre cómo reducir el impacto de emisión de gases de efecto invernadero, controlar la contaminación que emiten los deportistas de alta élite, o la población en general, así como, proporciona datos fiables de organizaciones e instituciones medioambientales, todo desde una perspectiva de proximidad, aún mencionando y poniendo de ejemplo a otros países y ofreciendo datos extraídos de los mismos, la guía está centrada en España y en su población; la *Guía Apia de legislación medioambiental* incluye información útil para elaborar temas periodísticos sobre las temáticas que aborda y, además, lo hace desde una perspectiva de proximidad; la *Guía rápida para periodistas sobre economía circular* contiene una base útil para entender los aspectos fundamentales para enfocar esta temática por parte de los periodistas; la *Guía para periodistas freelance que cubren los Objetivos de Desarrollo Sostenible* ofrece información de gran interés, fuentes, y recomendaciones de periodistas *freelance*; la *Guía rápida para periodistas sobre compra y contratación pública verde* cuenta con una gran cantidad de información útil sobre dicha temática y el cuidado del medioambiente circunscrito al territorio vasco, siendo información de proximidad para los medios de esa Comunidad Autónoma; la *Guía del periodismo ambiental* plantea información útil referida a todos los procesos de identificación y gestión de residuos en todas las etapas de su ciclo vital, lo que proporciona un conocimiento muy amplio sobre la materia. Además, incorpora la posibilidad de ampliar la información a través de enlaces a otras páginas web de organismos especializados en la materia y publicaciones anteriores sobre el tema. En lo relativo a la información de proximidad, teniendo en cuenta que es una estrategia respaldada por la Diputación de Toledo, el marco de actuación nacional puede ser de gran utilidad para los periodistas de las distintas comunidades, ya que también apunta recursos y líneas estratégicas que son llevadas a cabo desde otras autonomías; y la *Guía para periodistas freelance que cubren medio ambiente y cambio climático* enfatiza que informar sobre problemas ambientales y soluciones a nivel local puede ayudar a las audiencias a comprender mejor cómo estos problemas afectan directamente sus vidas y cómo pueden tomar medidas para abordarlos.

Para concluir este apartado de resultados pasamos a verificar cuántos códigos incluyen la recomendación de la explicación, siendo 7 de ellos los que sí lo hacen en detrimento de los 3 que no aluden a esta necesidad. Reseñamos el caso de *El agua se nos va de las manos. Manual para periodistas y comunicadores/as sobre la cobertura y abordaje de la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos* en la que se hace hincapié en que la información debe ir acompañada de una explicación; La red natura 2000. Una guía rápida para comunicadores tiene como fin último servir de guía a los periodistas y comunicadores en su afán de informar correctamente sobre la Red Natura 2000 y cómo contribuye España a ella. Es por ello que el informe no solo ofrece las razones que han llevado a un desconocimiento profundo acerca de estos espacios protegidos, sino también recomendaciones para revertir esta situación. Explicar en qué consiste la Red Natura 2000

implica, tal y como se menciona en la Guía, trece pasos a seguir, entre los que se encuentran la elaboración de un plan de comunicación, la creación de historias cotidianas reales que personalicen la Red, explicar los beneficios de la Red Natura para los ciudadanos e informar sobre ella de manera positiva, de manera que se genere en el espectador un registro socioafectivo amable que le haga valorar positivamente la Red Natura 2000; *Información ambiental en el Mediterráneo: Guía para periodistas sobre cuestiones e instituciones relevantes* ofrece una gran variedad de temas y de testimonios que permiten a los periodistas inspirarse de sus compañeros de otros países. Además, incluye también información detallada sobre las instituciones y organizaciones que trabajan en la región como la Agencia Europea de Medio Ambiente, el Programa de las Naciones Unidas o incluso la Comisión Europea, lo que permite a los periodistas identificar las fuentes relevantes y entender mejor las políticas que se están implementando para abordar los problemas ambientales; *Guía verde: oro a la sostenibilidad* sirve como herramienta útil para consultar algún dato u observar el glosario que ofrece el manual, para que a la hora de redactar cualquier noticia se use correctamente la terminología relacionada con el medioambiente. Ofrece datos muy interesantes e impactantes sobre cómo se encuentra actualmente la Tierra; *Guía Apia de legislación ambiental* explica las diferentes legislaciones que atañen al medioambiente para facilitar la labor de los periodistas que desempeñen su función en este contexto; la *Guía rápida para periodistas sobre economía circular* revela los principales aspectos de la economía circular describiendo sus aspectos básicos. Se puede considerar una guía para iniciar a entender de manera general el tema y las entidades principales que hacen parte del proyecto; la *Guía del periodismo ambiental* es una herramienta de documentación que pone el foco de atención en los procesos de gestión de residuos en todas las fases del ciclo vital. Además, resulta especialmente práctico la explicación de conocimientos complejos mediante ejemplos cotidianos como es el caso de los pañales de bebé para explicar los procesos de reciclaje, entre otros.

5. Conclusiones

Tras analizar los contenidos normativos y recomendaciones fundamentales en los 10 códigos éticos de 2ª generación referidos al medioambiente, la naturaleza y el entorno escritos en el idioma español existentes, pasamos a responder las preguntas de investigación que guiaban este estudio:

¿Qué tipo de informaciones contextualizadoras ofrecen estos documentos? todos los códigos analizados ofrecen el contexto actual de la temática concreta que abordan y además se ofrece la explicación de cuáles son las causas de los problemas existentes y que dan sentido a la creación del propio texto. Además de ello, la mayoría de estas guías enriquecen su contenido con datos clave, con recorridos históricos y con la evolución de la temática hasta nuestros días. Consideramos este un aspecto muy positivo teniendo en cuenta que si el objetivo de estos códigos es ser una herramienta de consulta para que los periodistas especializados (e incluso los generalistas) puedan informar sobre distintos aspectos de la naturaleza y el medioambiente con rigor y conocimiento de causa, el

brindarles unas bases sólidas y profundas de los asuntos a tratar sin duda supone el primer paso para que las informaciones que se publiquen reúnan todas las características deseables de un periodismo serio y comprometido.

¿Cuáles son las recomendaciones que brindan sobre distintos aspectos que atañen al ejercicio del periodismo medioambiental?

Menos de la mitad de los códigos hacen alusiones directas a la necesidad de verificar el contenido que se publica, quizás porque al ser un principio básico del ejercicio del periodismo, se da por hecho que los profesionales a los que se dirige la guía ya realizan esta acción por defecto. Más llamativo nos resulta que en la mayoría de los códigos no haya recomendaciones sobre la ubicación (en el caso de prensa escrita o digital), el tiempo dedicado (en caso de los medios audiovisuales), el público al que dirigirse o el género periodístico (noticia, reportaje, crónica...) más adecuados para este tipo de informaciones. Esto nos indica que estos códigos han sido concebidos estrictamente como manuales de consulta de contenidos dejando fuera aspectos más técnicos o de formato. Esta apreciación cobra más peso cuando observamos que en la mayoría de los códigos sí se hacen recomendaciones, a modo de glosarios, sobre la terminología y el lenguaje correctos, aunque sin entrar en excluir o señalar términos o expresiones inadecuadas. De hecho, en uno de los códigos, *Guía verde: oro a la sostenibilidad* participa en su elaboración la Fundación del Español Urgente (Fundéu-BBVA), lo que nos demuestra cuán importante es el contenido y el lenguaje empleado para transmitirlo para los creadores de estas herramientas de consulta. Las fuentes es otra de las recomendaciones con fuerte peso en los códigos analizados, incluyendo la mayoría de ellos sendos listados de recursos, agendas con contactos especializados y enlaces para que el periodista pueda ampliar sus informaciones. Sin embargo, no se han encontrado pautas específicas de confidencialidad o sobre la presión o acoso a las fuentes, quizás porque la mayoría (9) de los códigos se han elaborado en España, un país seguro para activistas, periodistas y políticos, casuística que no se da en otras regiones del mundo como Hispanoamérica o Asia, donde defender la naturaleza puede pagarse con la propia vida. Son además pocos los códigos que dan nociones sobre como identificar correctamente a las fuentes. Tampoco hemos hallado ejemplos destacables de recomendaciones en cuanto al sensacionalismo, estereotipos o a los efectos porque la naturaleza del tema objeto de estudio no se presta habitualmente a estas casuísticas, estando presente este tipo de recomendaciones probablemente en códigos especializados en otros tópicos.

La desinformación es tratada de forma muy superficial por la mitad de los códigos analizados hecho que nos resulta llamativo teniendo en cuenta la habitual proliferación de bulos que circulan en la actualidad por Internet y de los que, en ocasiones, se hacen eco los propios periodistas. Tampoco se han encontrado, salvo alguna excepción, recomendaciones sobre la actitud que debe tomar el propio comunicador (neutralidad o toma de posición) y si es o no necesario que tenga una formación o trayectoria especializada. Teniendo en cuenta que en la fase anterior de este estudio se reveló que la mayoría de estos códigos no habían sido concebidos por periodistas sino por asociaciones

y organismos públicos, puede explicarse por qué no se pone en valor esa especialización profesional.

Retomando el valor que hemos observado que estos códigos dan a ofrecer contenidos de utilidad, ejemplos positivos, de soluciones, información útil y de proximidad y la recomendación de ofrecer explicaciones detalladas sobre las distintas temáticas podemos concluir que se trata de códigos elaborados por entidades ajenas al periodismo (aunque en ocasiones periodistas participen en su elaboración) en los que prima el conocimiento profundo de la temática, las fuentes y el vocabulario sobre otras rutinas propias de la profesión periodística.

Ante la diversidad y heterogeneidad de los ejemplos existentes, proponemos la creación de un decálogo que sirva como guía para la elaboración de este tipo de códigos en el que primen los aspectos periodísticos y deontológicos sin menoscabo del contenido especializado.

Referencias

- Aznar, H. (1998). “La alternativa de la autorregulación”. *Cuadernos Electrónicos de Filosofía del Derecho*, 1. <https://bit.ly/2K1BL4b>
- Aznar, H. y Serrano, J. (2017). “Autorregulación de la comunicación: análisis de las cien primeras resoluciones de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE”. *El profesional de la información*, 26(2), pp. 182-191. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.04>
- De Carreras, L. (2008). *Las normas jurídicas de los periodistas*. Editorial UOC, pp. 293- 295.
- Pickard, V. (2010). “‘Whether the giants should be slain or persuaded to be good’: revisiting the Hutchins commission and the role of media in a democratic society”. *Critical Studies in Media Communication*, 27 (4), pp. 391-411.
- Quinn, A. (2016). “Co-regulation and anti-corruption in US Journalism”. *Journal of Media Ethics*, 31(2), pp. 116-129.
- Real, E. (2018). “La profesión periodística ante sus retos éticos: autorregulación profesional y comunicativa frente a regulación. La situación en España”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24(1). Pp 341-360 <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.59954>
- UNESCO (1983). *Principios internacionales de la ética profesional del Periodismo*. http://www.editorialdigitaltecdemonterrey.com/materialadicional/p002/cap1/el_unesco.pdf
- Yanel A. (2021). “La autorregulación, ¿una utopía en el periodismo y la comunicación?” En Real, E. (Ed.). *Comunicando lo esencial en la esfera pública: La ética y la Deontología como garantía de la función social de los Media y sus profesionales*. Fragua, pp. 46-53.

