

Deontología y periodismo ambiental: análisis de códigos éticos o de conducta para informar sobre la naturaleza y el entorno

Carmen del Rocío Monedero Morales

Universidad de Málaga

roi@uma.es



II Congreso Internacional de

Investigación y Transferencia en Comunicación

*5, 7 y 9 de diciembre de 2022, Universidad de La Laguna,
Tenerife (España)*



Introducción

En los últimos años la preocupación medioambiental tiene un peso incipiente en las agendas políticas y en los medios de comunicación de masas.

El periodismo ambiental es la especialidad informativa con características propias que se ocupa de la actualidad relacionada con la naturaleza y el medio ambiente, en especial con aquellos aspectos que tienen que ver con su degradación (Fdez, 1995).

Surgen procesos y herramientas para gestionar la dimensión ética de empresas e instituciones públicas de distinta naturaleza como es el caso de los códigos éticos.

Estado de la cuestión

La ética comprende el conjunto sistemático de los principios sobre el comportamiento moral; por su parte, la moral constituye el entramado de normas y reglas de acción que regulan las relaciones de los individuos en una sociedad, aceptadas libremente, sujetas a variación y transformación histórica. La ética no debe ser un instrumento de control, censuras, prohibiciones o sanciones, sino que pertenece al reino de la libertad, de la autonomía, y de la autenticidad.

Es un acto libre porque compromete las elecciones y decisiones

(Maidana, 2005, 59).

En el ámbito de la comunicación social se generan herramientas de “autorregulación”: libros de estilo, el/la defensor/a del público/audiencia, los estatutos, los consejos audiovisuales y los códigos éticos.

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).

Autorregulación de la comunicación social: Estudio y Análisis de contenido de los Códigos éticos de 2ª Generación y elaboración de Protocolos de Aplicación



Metodología

El objetivo de esta investigación es caracterizar códigos CSO-2G relativos a la comunicación ambiental en español.

Análisis de contenido de 9 códigos (8 españoles y 1 americano).

FACTORES	VARIABLES
Identificación del código	Tema Nombre Fecha Lugar Idioma Entidad/es Responsable/s Alcance principal del código
Tipo y origen del código	Según entidad que lo elabora Entidades participantes Desencadenante de la iniciativa
Aval del contenido	¿Cuenta con estudio o Investigación previa/actividad? ¿Surge de algún seminario, jornada, etc? ¿Se mencionan fuentes o documentos previos? Expertos consultados o participantes en la elaboración Sexo predominante de lo/as implicado/as
Redacción y tipo de carga normativa	¿Se refiere al contexto, marco del problema en Introducción/Preámbulo? ¿Menciona o expone las causas o motivos del código? ¿Contiene explicación de nociones y/o terminología del tema? ¿La redacción es clara? ¿La redacción es concisa? En relación con la carga normativa tiene: imperativos negativos/positivos/admoniciones positivas/recomendaciones, consejos ¿Qué tipo de carga normativa predomina?
Difusión del código	¿Hubo presentación pública del Código? Publicación (dónde, cómo, etc.) Disponibilidad (webs, libros de estilo, etc.) ¿Se hace Difusión entre profesionales? ¿Se hace difusión entre colectivos o asociaciones de la sociedad civil? ¿Se realiza labor de difusión entre el público?
Seguimiento / aplicación del código	¿Hace referencia al seguimiento del Código? ¿Se han creado los mecanismos de seguimiento en la aplicación? ¿Se contempla la revisión del contenido? ¿Cuenta con sanción en caso de incumplimiento? Tipo de apercibimiento o sanción Tipo de entidad que implemente la sanción

Resultados: datos identificativos

Nº	Nombre	Año	Temática	Lugar	Idioma	Entidad/es	Alcance principal
1	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	2014	medio ambiente: gestión del agua	Centroamérica y Sudamérica	Español	ONG: Global Water Partnership GWP	Geográfico: América Latina y el Caribe. Profesional: periodistas y comunicadores. Medio: todos los medios
2	La red natura 2000. Una guía rápida para comunicadores	2014	medio ambiente: espacios naturales	España	Español	ONG: SEO/BirdLife, Sociedad Española de Ornitología	Geográfico: Unión Europea Profesional: periodistas y comunicadores. Medio: todos los medios
3	Información ambiental en el Mediterráneo: Guía para periodistas sobre cuestiones e instituciones relevantes	2016	medio ambiente: Mar Mediterráneo	Málaga (España)	Español	Organizaciones profesionales y ONG: Centro de Cooperación del Mediterráneo de UICN y Agencia EFE	Geográfico: Cuenca mediterránea Profesional: periodistas y comunicadores. Medio: todos los medios
4	Guía verde: oro a la sostenibilidad	2012	medio ambiente: deporte sostenible	Madrid (España)	Español	Admon. Pública y organización profesional: COE* y la Agencia EFE	Geográfico: España Profesional: periodistas y comunicadores. Medio: todos los medios
5	Guía Apia de legislación ambiental	2013	medio ambiente: regulación jurídica	España	Español	Organizaciones profesionales: APIA* y Admon. Pública: Fundación Biodiversidad*	Geográfico: España Profesional: periodistas y comunicadores. Medio: todos los medios

Resultados: datos identificativos (II)

Nº	Nombre	Año	Temática	Lugar	Idioma	Entidad/es	Alcance principal
6	Guía rápida para periodistas sobre economía circular	2020	medio ambiente: economía circular	Bilbao (España)	Español	Admon. Pública: Ihobe*	Geográfico: País Vasco Profesional: periodistas y comunicadores. Medio: todos los medios
7	Guía para periodistas freelance que cubren los Objetivos de Desarrollo Sostenible	2022	medio ambiente: ODS	No consta*	Español	Asociación profesional: Freelance Journalism Assembly (European Journalism Centre)	Geográfico: Unión Europea Profesional: periodistas y comunicadores. Medio: todos los medios
8	Guía rápida para periodistas sobre compra y contratación pública verde	2018	medio ambiente: compra pública	Bilbao (España)	Español	Admon. Pública: Ihobe*	Geográfico: País Vasco Profesional: periodistas y diseñadores. Medio: todos los medios
9	Guía del periodismo ambiental	2009	medio ambiente:	Toledo (España)	Español	Admon. Pública: Diputación de Toledo; Asociación profesional: APTO; Empresa privada: CESPA*	Geográfico: provincia de Toledo Profesional: periodistas y diseñadores. Medio: todos los medios

Resultados: Tipo y origen del código

Nº	Tipo según entidad que lo elabora	Entidad/es participantes	Desencadenante de la iniciativa
1	Autorregulación: periodistas	Expertos en comunicación	Necesidad de capacitar a periodistas y comunicadores, así como a la ciudadanía.
2	Otra: ONG	Expertos del ámbito temático	Interés en mejorar la conciencia pública y la comunicación acerca de la Red Natura 2000.
3	Autorregulación: periodistas y Otra: ONG	Expertos en comunicación/ámbito temático	Necesidad de asistir a los y las periodistas de los tres continentes bañados por el Mediterráneo y que por primera vez se acercan a la temática ambiental en la región.
4	Autorregulación: periodistas	Expertos en comunicación/ámbito temático	La candidatura olímpica Madrid 2020*
5	Autorregulación y correulación: periodistas y admon. pública	Expertos en comunicación/ámbito temático	No consta*
6	Regulación: periodistas y admon. pública	Expertos del ámbito temático	Estrategia de economía circular del País Vasco 2030
7	Autorregulación: periodistas	Expertos en comunicación	No consta
8	Autorregulación y correulación: admon. pública	Expertos en ámbito temático	Entrada en vigor de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público*
9	Autorregulación, correulación y otros: periodistas, admon. Pública y empresa privada	Expertos en comunicación/ámbito temático	Inauguración del Ecoparque de la provincia de Toledo

Resultados: Aval del contenido

Nº	¿Cuenta con estudio o Investigación previa/actividad?	¿Se mencionan fuentes o documentos previos?	Expertos consultados/participantes	Sexo predominante de lo/as implicado/as (mitad+1).
1	No consta	Sí	Periodistas y comunicadores especializados	Mujeres (17 mujeres y 15 hombres)
2	Sí*	Sí	Periodistas y comunicadores especializados	Hombres (7 hombres y 6 mujeres)
3	Sí*	Sí	Periodistas y comunicadores especializados	Mujeres (9 mujeres y 6 hombres)
4	No consta	Sí*	Periodistas y comunicadores especializados	Hombres (2 mujeres y 6 hombres)
5	No consta	Sí	Periodistas y comunicadores especializados	Hombres (3 mujeres y 5 hombres)
6	No consta	Sí*	No consta	No puede precisarse
7	Sí*	Sí	No consta	No puede precisarse
8	No consta	Sí	No consta	No puede precisarse
9	No consta	No	Periodistas y comunicadores especializados. Expertos consultados/participantes	No puede precisarse

Resultados: Redacción y tipo de carga normativa

Nº	¿Se refiere al contexto, marco del problema en Introducción/Preámbulo?	¿Menciona o expone las causas o motivos del código?	¿Contiene explicación de nociones y/o terminología del tema?	¿La redacción es clara?	¿La redacción es concisa?	En relación con la carga normativa tiene:
1	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Admoniciones positivas*
2	Sí	Sí*	Sí	Sí	Sí	Admoniciones positivas*
3	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Admoniciones positivas*
4	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Admoniciones positivas*
5	Sí	Sí*	Sí	Sí	Sí	Admoniciones positivas*
6	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Admoniciones positivas*
7	Sí	No	No	Sí	Sí	Admoniciones positivas*
8	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Admoniciones positivas*
9	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Admoniciones positivas*

Resultados: Difusión del código

Nº	¿Hubo presentación pública del Código?	Publicación	Disponibilidad	¿Se hace difusión entre profesionales?	¿Se hace difusión entre colectivos o asociaciones de la sociedad civil?	¿Se realiza labor de difusión entre el público (incluida pedagógica)?
1	Sí	No	Web	Sí	No consta	Sí*
2	Sí	Sí*	Web	Sí	No consta	Sí (YouTube)
3	No consta	No	Web	Sí	No consta	No consta
4	No consta	No	Web	No consta	No consta	No consta
5	Sí*	Sí*	Web	Sí	No consta	No consta
6	No consta	No	Web	Sí	No consta	No consta
7	No consta	No	Web	No consta	No consta	No consta
8	Sí	No	Web	No consta	No consta	No consta
9	Sí	No	Web	No consta	No consta	No consta

Resultados: Difusión del código

Nº	¿Hace referencia al seguimiento del Código?	¿Se han creado los mecanismos de seguimiento en la aplicación?	¿Se contempla la revisión del contenido?	¿Cuenta con sanción en caso de incumplimiento?
1	No	No	No	No
2	No	No	No	No
3	No	No	No	No
4	No	No	No	No
5	No	No	No	No
6	No	No	No	No
7	No	No	No	No
8	No	No	No	No
9	No	No	No	No

Referencias bibliográficas destacadas:

Aznar, H. (2005). Comunicación responsable. La autorregulación de los medios (2ª ed. act.). Barcelona: Ariel

Aznar, H. (2015). La responsabilidad ética en el campo de la información. En J.I. Bel y L. Corredoira (Dir.), Derecho de la información. El ejercicio del derecho a la información y su jurisprudencia. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Pp. 489-508.

Belando, B. (2009). El papel de la regulación y supervisión pública de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia de género. En Bernardo, J.M., Martínez, E., Montiel, G. y Belando, B. (Coord.). Retos de la Comunicación ante la Violencia de género. Marco jurídico, discurso mediático y compromiso social. Valencia: Tirant lo Blanch. Pp. 83- 96.

Blázquez, N. (2000). El desafío ético de la información. España: San Esteban.

Coca, C. (1997). Códigos éticos y deontológicos en el periodismo español. Zer. Revista de estudios de comunicación, 2(2).

<https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17349/15136>

Cornu, D. (1994). Journalisme et Vérité: pour une éthique de l'information. Labor et Fides. Genève.

El País, 28 de julio de 2011.

https://elpais.com/diario/2011/07/28/opinion/1311804005_850215.html

Edo, A. (2020). Comunicación y violencia contra las mujeres. Análisis de la deontología periodística española (1999-2018) y latinoamericana (2004-2017) específica en violencia contra las mujeres. Tesis doctoral, Universidad Cardenal Herrera CEU, Comunidad Valenciana.

Franquet dos Santos, M. (2011). Códigos éticos y fotografía de prensa. En Suarez, J.C. (ed). La ética de la comunicación a comienzo del siglo XXI: libro de actas del I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación, Sevilla: Universidad de Sevilla. Pp. 814-835. <https://idus.us.es/handle/11441/36194>

Maidana, S. (2005). La dimensión ética del trabajo. Argentina: ENFERM.

Referencias bibliográficas destacadas:

Massana, M. D. (2011). Ética y periodismo: no todo vale. Diario El País, 28/07/2012

http://elpais.com/diario/2011/07/28/opinion/1311804005_850215.html

Noguero, A. (1993). Comentaris sobre ètica i comunicació social. En AA.VV. Ética i comunicació social, Generalitat de Catalunya, Barcelona, pp. 81-82.

Rodríguez, R. (2011). Esfera pública y medios de comunicación. La contribución de los media a la construcción de la ciudadanía democrática. En Daimon. Revista Internacional de Filosofía, 4,

<https://revistas.um.es/daimon/article/view/152111>

Rodríguez, R. y Aznar, H. (2014). La ética de la comunicación en la balanza. En Dilemata, (15), Pp. 171-179.

<https://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/300>

Ruiz, C. (2003). La ética de la audiencia. Bilbao: Grafite.

Serrano, J. (2015). La autorregulación deontológica de los medios a través del Consejo de Prensa. Análisis de las 100 primeras Resoluciones de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE (2005-2014). Tesis doctoral, Universidad Cardenal Herrera CEU, Comunidad Valenciana.

Suárez, J. (2011). La ética de la comunicación en el siglo XXI. España: Eduforma.

Tumengkol, A., Nasution, L., y Tanjung, A. (2021). The journalistic code of ethics and professionalism of the media. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique, 3(2), Pp.37-49. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jikq.v3i2.47>