

Artículo de Investigación

Tratamiento de la polémica de Doñana en la prensa digital española desde la autorregulación y la ética periodística

Coverage of the Doñana controversy in Spanish digital press from the perspective of self-regulation and journalistic ethics

Carmen del Rocío Monedero-Morales: Universidad de Málaga, España.
roi@uma.es

Fecha de Recepción: 18/05/2024

Fecha de Aceptación: 16/07/2024

Fecha de Publicación: 30/07/2024

Cómo citar el artículo (APA 7^a):

Monedero-Morales, C. R. (2024). Tratamiento de la polémica de Doñana en la prensa digital española desde la autorregulación y la ética periodística [Coverage of the Doñana controversy in Spanish digital press from the perspective of self-regulation and journalistic ethics]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-19. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-435>

Resumen:

Introducción: Este estudio se propone analizar si la cobertura que la prensa digital española ha dado a la polémica sobre las aguas subterráneas del Parque Natural de Doñana cumple con los códigos éticos y guías deontológicas específicos para el medioambiente. **Metodología:** Para poder alcanzar este objetivo se ha optado por el análisis de contenido de noticias seleccionadas de las páginas web de cuatro periódicos nacionales españoles, dos nativos digitales y dos tradicionales, que representen el espectro de inclinaciones políticas. El periodo de análisis abarca desde agosto del 2023 hasta febrero del 2024, coincidiendo con el ciclo informativo de esta crisis política. Se han examinado un total de 80 piezas tomando como referencia del análisis los códigos y guías deontológicas para periodistas medioambientales. **Resultados:** El estudio demuestra que existe una polarización más evidente en los periódicos nativos digitales dándose pocos ejemplos de neutralidad sobre el tema. **Discusión:** En un escenario donde la polarización política puede distorsionar la realidad, la cobertura de noticias medioambientales, debido a su profundo impacto en la opinión pública, requiere de un tratamiento riguroso. **Conclusiones:** Además, se han encontrado en mayor proporción piezas más próximas a la crónica política que enfoques regidos por los parámetros del periodismo científico y medioambiental.

Palabras clave: autorregulación; deontología; ética; guías; medioambiente; naturaleza; polarización; prensa.

Abstract:

Introduction: This study aims to analyze whether the coverage by the Spanish digital press of the controversy over the groundwater of Doñana National Park complies with the specific ethical codes and deontological guidelines for the environment. **Methodology:** To achieve this objective, content analysis was conducted on news articles selected from the websites of four national Spanish newspapers, two digital-native and two traditional, representing a spectrum of political inclinations. The analysis period spans from August 2023 to February 2024, coinciding with the news cycle of this political crisis. A total of 80 articles were examined, using ethical codes and deontological guidelines for environmental journalists as the reference for analysis. **Results:** The study demonstrates that there is more evident polarization in digital-native newspapers, with few examples of neutrality on the topic. **Discussions:** In a scenario where political polarization can distort reality, the coverage of environmental news, due to its profound impact on public opinion, requires rigorous treatment. **Conclusions:** Additionally, there is a higher proportion of articles closer to political chronicle than approaches governed by the parameters of scientific and environmental journalism.

Keywords: self-regulation; deontology; ethics; guidelines; environment; nature; polarization; press.

1. Introducción

En los últimos años, España, siguiendo la tendencia de otros países occidentales, ha experimentado una creciente polarización ideológica, un fenómeno que no solo afecta intensamente a la esfera política, sino que también se refleja en los medios de comunicación. Esta división se manifiesta en la manera en que los diferentes medios informan sobre los acontecimientos y al mismo tiempo configuran las narrativas que predominan en el discurso público. Teruel, en un estudio sobre la polarización y la desinformación de la prensa de referencia entre países europeos, detectó que, entre los casos analizados, solo en España se encontró un protagonismo significativo de este fenómeno al examinar las estrategias de encuadre, hecho que refuerza su caracterización como un país pluralista polarizado (2023, p. 12).

Magallón sitúa los procesos electorales de 2016 (el Brexit, el referéndum en Colombia y las elecciones en Estados Unidos) como los eventos más significativos que explican la consolidación de la polarización política en la última década debido a los cambios políticos resultantes. Estos cambios condujeron a una transformación mediática en la que las redes sociales se establecieron como herramientas clave para la (re)intermediación de los mensajes políticos. (2022, p. 53).

El término polarización se refiere a la distancia extrema entre las opiniones o creencias políticas de los individuos o grupos dentro de una sociedad y, atendiendo a Berrocal, Waisbord y Gómez, una de sus causas y también de sus consecuencias es el auge del sensacionalismo que provoca la simplificación y reducción de la complejidad de los temas políticos conduciendo a un entendimiento superficial y extremista de los asuntos abordados (2023, p. 3).

La polarización política en España se ha agudizado por diversos factores, entre los que se incluyen las relaciones internacionales en un escenario cada vez más bélico y dividido, el conflicto catalán y las tensiones sobre la identidad nacional y las políticas de inmigración. Estos temas han fraccionado a la sociedad en facciones cada vez más opuestas, haciendo que el debate público se torne más confrontativo. En este contexto, los medios de comunicación

juegan un papel crucial, ya que no solo informan, sino que a menudo adoptan líneas editoriales que están claramente alineadas con determinadas ideologías políticas. Esta alineación editorial no solo afecta la selección y el enfoque de las noticias, sino también la interpretación y el énfasis que se da a los hechos.

En la última década, caracterizada por el auge de la desinformación, hemos observado una expansión significativa del ecosistema mediático y de la esfera pública con la aparición de medios digitales nativos, nuevos partidos políticos y una diversificación de los temas y enfoques de la agenda pública. Anteriormente, estos aspectos eran dictados principalmente por los medios de comunicación tradicionales. La proliferación de plataformas digitales ha permitido una mayor pluralidad de voces y ha modificado la manera en que se distribuye y consume la información, facilitando tanto la democratización del acceso a la información como la propagación de noticias falsas y contenido polarizador (Magallón, 2022, p. 53).

A pesar de la aparente diversidad, Portela observa que, en esta era digital, mientras la prensa generalista ha mantenido los principios deontológicos del periodismo serio, otros medios nacidos exclusivamente en el entorno digital han optado por el sensacionalismo y siguen un estilo informativo que se desvía significativamente de esos estándares profesionales (2020, p. 301).

Las cámaras de eco (*echo chambers*) son entornos cerrados en los que los mensajes se refuerzan entre personas con ideas similares, mientras se mantienen aislados de otras comunidades dificultando que ideas opuestas penetren (Rodríguez, 2017). En el contexto de la polarización, se encuentran elementos que pueden ser vistos tanto como efectos como causantes del fenómeno, tal es el caso de la segmentación de las audiencias (Berrocal *et al.*, 2023, p. 3). Dicha segmentación contribuye a la formación de burbujas informativas, donde los ciudadanos tienden a consumir información que refuerza sus creencias preexistentes, dificultando el diálogo y la comprensión entre diferentes perspectivas. En el extremo opuesto se puede dar una actitud de total desconfianza mediática que se manifiesta en una decisión consciente de no buscar información, conocida como actitud evitativa hacia los medios de comunicación. Esta postura es una respuesta defensiva de los receptores que intentan protegerse del impacto negativo de contenidos mediáticos que perciben como sesgados o extremos (Tsfati y Ariely, 2014). En 2022, el informe del Digital News Report España reveló que, por primera vez, la proporción de personas que desconfían de las noticias en general (39%) superó a la de quienes confían en ellas regularmente (32%).

El caso del Parque Nacional de Doñana en España representa un ejemplo emblemático en el que los intereses políticos y económicos frecuentemente moldean la narrativa mediática. No es la primera vez que este humedal está en el centro de la disputa política: en abril de 1998, una presa que contenía lodos contaminantes en las minas de Aznalcóllar, a 60 kilómetros del Parque Nacional de Doñana, se rompió. La presa almacenaba millones de metros cúbicos de agua con metales pesados. A pesar de que se construyeron diques improvisados para evitar que el agua contaminada se propagara al parque, 5.000 hectáreas de cultivos en la zona circundante fueron destruidas. Este desastre apareció en la primera plana de todos los periódicos españoles al día siguiente, y las televisiones, emisoras de radio y agencias de noticias ya habían cubierto el suceso desde el día anterior. La crisis generó un gran interés mediático, y tanto el Ministerio de Medio Ambiente (PP) como la Junta de Andalucía (PSOE) emitieron declaraciones, eludiendo la responsabilidad y culpándose mutuamente por el vertido (Elías, 2001, p. 280).

Catorce años después de ese accidente, Doñana vuelve a ser el epicentro informativo, aunque en esta ocasión, los partidos que gobernaban entonces en el ámbito nacional y regional han

intercambiado sus papeles. Además de la sequía y el cambio climático, el parque enfrenta una grave amenaza por la expansión de cultivos de regadío, muchos de los cuales utilizan agua de pozos ilegales. La intención del gobierno conservador de Andalucía (PP y Vox) de legalizar los cultivos cercanos a uno de los humedales más importantes de Europa, lo ha llevado a un enfrentamiento directo con el Gobierno de España (PSOE y Sumar) y a desafiar a la Comisión Europea y la UNESCO. Estas instituciones manifestaron su preocupación por la legislación andaluza que podría dañar este espacio natural protegido y que finalmente fue matizada por el gobierno autonómico.

Este estudio se propone investigar si la cobertura que la prensa digital española con diferentes inclinaciones políticas ha brindado a este tema se ajusta a los códigos éticos y a las guías deontológicas específicas para el periodismo ambiental o si, por el contrario, ha sido un elemento más para alimentar la división ideológica.

En su estudio sobre el tratamiento mediático del desastre ambiental provocado por la construcción de los túneles de la línea ferroviaria de alta velocidad entre Málaga y Madrid, Subirés destaca la destrucción de acuíferos y la contaminación de las aguas del municipio del Valle de Abdalajís. Según la autora, "el hecho no adquiere verdadera relevancia en los medios, a pesar de su gravedad, hasta que no se convierte en objeto de controversia política. Esto demuestra la escasa atención mediática al entorno rural y la desprotección que sufren los pequeños municipios" (2020, p. 173).

Partiendo de esta premisa, proponemos la siguiente hipótesis: la cobertura informativa sobre la legalización de los regadíos en Doñana ha privilegiado la disputa política sobre la cuestión ambiental. Este sesgo se manifiesta en el tratamiento de las noticias, optándose por enfoques más propios de la crónica política que de la información medioambiental, desatendiendo así las directrices de las guías deontológicas para periodistas especializados en esta temática.

Las preguntas de investigación que guían este estudio son: ¿Están las piezas informativas firmadas por periodistas especializados en medio ambiente? ¿Qué fuentes se han empleado en los artículos? ¿Qué tipo de lenguaje se ha utilizado? ¿Cuál es el tono predominante en las piezas? ¿Se evidencian sesgos? ¿Qué tipo de contenido ilustrativo, como imágenes o elementos multimedia, se ha manejado?

2. Autorregulación y códigos deontológicos para periodistas

La creciente preocupación por las consecuencias de la polarización mediática y política ha motivado el desarrollo de iniciativas para mitigarlas, como la promoción de un periodismo más responsable y ético (Litvinenko y Bodrunova, 2021). Para la ciudadanía, el recibir una información plural y de calidad es un derecho fundamental reconocido en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

El Reglamento Europeo de Libertad de los Medios de Comunicación (que todos los Estados miembros deberán aplicar a partir de 2025) creará un marco común para los servicios de medios de comunicación en el mercado interior de la Unión Europea. Este reglamento también implementará medidas para proteger a los periodistas y a los proveedores de servicios de medios de comunicación de las interferencias políticas, al mismo tiempo que facilitará su actividad transfronteriza dentro de la UE. El Reglamento surge en respuesta a la creciente preocupación por la politización de los medios de comunicación y la falta de transparencia en cuanto a la propiedad de estos y la asignación de fondos de publicidad estatal. Su objetivo es implementar salvaguardias que combatan las interferencias políticas en las decisiones editoriales de los proveedores de medios tanto públicos como privados, proteger a los

periodistas y sus fuentes, y garantizar la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación.

Según Aznar (2015, p. 490), “la ética reintroduce los valores y normas propios de la actividad social de la comunicación. Si la actuación de los medios es esencial hoy en día, entonces también debe serlo la ética comunicativa que debe guiar su actuación”. Linde destaca la urgencia de abordar de forma profunda y crítica la formación moral de los profesionales de la comunicación. Esto es crucial debido al poder significativo que tienen quienes participan en la creación y difusión de contenidos mediáticos, así como a las deficiencias en la ética profesional dentro del ámbito de la información y la comunicación (2007, p. 15).

La autorregulación de los medios de comunicación es un componente esencial para garantizar la integridad y la responsabilidad en el ejercicio del periodismo. Para Aznar la autorregulación “trata de cubrir la distancia entre el mínimo regulador del derecho y el ideal ético exigible en una esfera de actividad social, propiciando que cada uno asuma su parte correspondiente de responsabilidad” (2005, p. 13). En un entorno mediático donde la rapidez de la información y la presión comercial pueden comprometer la calidad y la veracidad de las noticias, la deontología periodística y los códigos éticos existentes se erigen como pilares fundamentales para la práctica profesional.

El periodismo de análisis y profundidad ha sido, en muchas ocasiones, eclipsado por el infoentretenimiento, el *clickbait* y las campañas continuas organizadas por los partidos políticos entre elecciones, lo que ha contribuido al aumento de la polarización. En este contexto, una de sus principales debilidades ha sido la incapacidad para comunicar el valor económico de la información de calidad y la percepción ciudadana de que el periodismo es una extensión de la agenda informativa de los partidos políticos y los grupos de presión ((Magallón, 2022, p. 62).

Aunque no deben confundirse ética y autorregulación, es innegable que la autorregulación es un mecanismo adecuado para que empresas y profesionales acuerden un conjunto de pautas vinculantes para el desarrollo de su actividad. A diferencia de la autocensura, la autorregulación otorga libertad e independencia a los medios de comunicación y a sus profesionales, permitiéndoles cumplir con éxito la función social que les corresponde (Serrano, 2015).

La importancia de la autorregulación y la deontología periodística se manifiesta especialmente en situaciones de crisis y en la cobertura de temas sensibles. En estos casos, la presión para publicar rápidamente puede ser alta, pero es precisamente en estos momentos cuando la adherencia a principios éticos es más crucial. Un periodismo responsable puede ayudar a calmar tensiones, proporcionar información veraz y contribuir a una comprensión más profunda de los eventos.

En la era digital, donde la información se difunde a una velocidad sin precedentes y las plataformas de redes sociales amplifican tanto noticias como desinformación, la autorregulación y la ética periodística son más importantes que nunca. La proliferación de noticias falsas y la manipulación de la información representan amenazas reales para la democracia y la cohesión social. Por ello, los medios deben esforzarse por mantener altos estándares éticos y fomentar una cultura de responsabilidad.

La autorregulación se refiere a la capacidad de los propios medios y los periodistas para establecer y seguir normas de conducta que aseguren un periodismo honesto, preciso y justo. Este proceso implica la creación y aplicación de códigos de ética que guían el comportamiento

de los profesionales de la información. Estos códigos, desarrollados por asociaciones de periodistas, medios de comunicación e instituciones públicas, en una primera fase fueron más genéricos, estableciendo principios sobre la veracidad, la imparcialidad, el respeto a la privacidad y la responsabilidad social; a partir de la primera década del siglo XXI surge una segunda generación de códigos y guías, y además de los actores impulsores de los primeros, se unen a su concepción, elaboración y promoción otras instituciones como ONGs, asociaciones y organizaciones de la sociedad civil; los llamados códigos éticos de segunda generación se centraron en temas específicos tales como la violencia de género, las migraciones, la diversidad, las adiciones, el cambio climático o el medioambiente.

Serán estos últimos códigos éticos, los referidos al medioambiente, los que proporcionan un marco de referencia claro y accesible para los profesionales de los medios que cubran noticias relacionadas con la naturaleza. Las guías no solo abordan la calidad y la exactitud de la información, sino que también tratan temas concretos de importancia social singular, como en este caso, el medioambiente o la crisis climática.

Según Yanel (2021, p. 46), en España se ha evidenciado que los medios de comunicación prestan poca atención a las resoluciones emitidas por diversos organismos, debido a la escasa regulación legal de la profesión periodística y la falta de obligación de publicar dichas resoluciones. El autor argumenta que, en ausencia de legislación sobre el derecho a la información de la ciudadanía (España está a la cola de Europa en la regulación de este derecho humano universal), los procedimientos de autorregulación son preferibles a la inexistencia de normativas.

Son múltiples los ejemplos que evidencian esta situación, aunque destacamos, por su vinculación con el tema propuesto, el informe emitido por la Federación de Periodistas (FAPE) en el que se acusa a la televisión pública de Andalucía, Canal Sur Televisión, de difundir información incompleta, sin rigor periodístico y sin contrastar, sobre el ya descartado polémico plan de la Junta de Andalucía para legalizar regadíos en Doñana.

2.1. Importancia del periodismo medioambiental en nuestros días

El periodismo especializado emerge a raíz de las rápidas transformaciones sociales y tecnológicas que dan lugar a las sociedades posindustriales. Esta etapa se caracteriza por un aumento del conocimiento, la difusión universal del saber científico, la formación de una opinión pública global y la participación activa de los ciudadanos en política y economía. Hoy en día, la audiencia exige que la información se centre en sus intereses y se presente con mayor precisión. Esta demanda ha impulsado a los medios de comunicación a informar con mayor profundidad y profesionalismo.

En la era actual, donde la crisis climática y la degradación ambiental se posicionan como algunas de las mayores amenazas globales, el periodismo medioambiental se presenta como una herramienta fundamental para la sociedad. Este campo del periodismo no solo se encarga de informar sobre los problemas y desafíos ambientales, sino que también desempeña un papel crucial en la educación y concienciación de la población, promoviendo la acción y el cambio necesarios para proteger nuestro planeta.

Para el primer presidente de la Asociación de Periodistas Ambientales (APIA) el periodismo ambiental se ha identificado como una especialidad informativa con características propias, centrada en la actualidad relacionada con la naturaleza y el medioambiente, particularmente en lo referente a su degradación (Fernández (1995, p. 11).

La comunicación ambiental se enfrenta a diversos obstáculos, incluyendo la complejidad del tema, las características intrínsecas de los medios de comunicación y las restricciones impuestas por los mercados por las que el entretenimiento cobra importancia a costa del rigor científico (León y Domínguez, 2016, p.16). Es por ello, que el periodismo especializado en este ámbito tiene la capacidad de traducir complejos datos científicos en información accesible y comprensible para el público en general. A través de reportajes, artículos y documentales, los periodistas especializados en medio ambiente desentrañan la magnitud de problemas como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad, la contaminación del aire y del agua y la deforestación. Al presentar estos temas de manera clara y visualmente impactante, logran captar la atención de audiencias que de otro modo podrían permanecer indiferentes ante estos desafíos.

Además, este tipo de periodismo actúa como un vigilante de las acciones de gobiernos y empresas, exponiendo prácticas dañinas y políticas ineficaces que contribuyen a la degradación ambiental. Las investigaciones periodísticas pueden destapar casos de corrupción, malas prácticas industriales y la falta de cumplimiento de las leyes ambientales, lo que a su vez genera presión pública para implementar cambios y adoptar medidas más sostenibles. El principal problema es que, desde sus inicios, las noticias ambientales se han basado mayoritariamente en eventos noticiables con poco o ningún seguimiento, lo que significa que el fenómeno de la espectacularidad suele prevalecer sobre la calidad y la profundidad (León *et al.*, 2013).

En un mundo donde las redes sociales y las plataformas digitales dominan la difusión de información, el periodismo medioambiental se enfrenta también al reto de combatir la desinformación y las noticias falsas. Las campañas de negacionismo climático y las narrativas engañosas pueden desviar la atención y minimizar la percepción de urgencia respecto a la crisis ambiental. En este contexto, la labor de los periodistas especializados se vuelve aún más crucial para proporcionar información veraz y basada en evidencia científica, fortaleciendo la capacidad de la sociedad para tomar decisiones informadas.

Finalmente, el periodismo medioambiental no solo informa sobre los problemas, sino que también inspira soluciones. Al destacar historias de éxito, innovaciones tecnológicas y movimientos comunitarios que están haciendo frente a los desafíos ambientales, estas narrativas positivas fomentan la esperanza y la motivación necesarias para que individuos y colectivos se comprometan con la protección del medioambiente.

Los temas que debe abordar el periodismo ambiental aparecen definidos en los propios espacios de acción política de la Unión Europea para confluir con la agenda 2030 de Naciones Unidas y con los objetivos propios del Pacto Verde Europeo. La Comisión Europea cree necesaria la mejora de 12 cuestiones estratégicas: (1) la calidad del aire y contaminación atmosférica, (2) productos químicos seguros para la salud y el medio ambiente, (3) transición a una economía circular centrada en el crecimiento ecológico, (4) industria más sostenible y reducción de las emisiones industriales, (5) protección del medio marino y costero (costas, mares y los océanos de Europa), (6) conservación y protección de la naturaleza y biodiversidad, (7) reducción de la contaminación acústica, (8) disminución de la producción de plásticos, (9) uso sostenible del suelo y la tierra, (9) compromiso de la UE con el desarrollo sostenible en Europa y en todo el mundo, (10) sostenibilidad de las ciudades europeas, (11) mejora en la gestión, tratamiento y reciclado de residuos, y (12) protección de los recursos hídricos (Mercado y Monedero, 2024, pp. 137-138).

Las fuentes a las que suelen acudir los periodistas ambientales se pueden dividir en varias categorías: protagonistas (movimientos ambientalistas, ecologistas, ONG y entidades que

cometen crímenes ambientales), institucionales (funcionarios y autoridades de instituciones públicas o privadas), especialistas (comunidad científica y académica, incluyendo investigadores, biólogos, zoólogos, botánicos y agrónomos), políticos y la población en general.

Cabe preguntarse si los medios de comunicación españoles en general, y la prensa digital en particular, están procurando que las informaciones relacionadas con el medioambiente y la crisis climática, como es el caso de la delicada situación del Parque de Doñana, estén firmadas por periodistas especializados en esta materia, siguiendo los preceptos de los códigos deontológicos publicados al respecto o si, por el contrario, están relegando estas informaciones al debate político o, incluso a la confrontación ideológica.

3. Metodología

La presente investigación se focaliza en un estudio de caso de la cobertura informativa de la discrepancia sobre la gestión del agua en el Parque Nacional de Doñana que durante meses han protagonizado el Gobierno de España y la Junta de Andalucía y que se ha plasmado en los medios de comunicación que han dedicado numerosas noticias y editoriales a posicionarse con uno y otro bando. El objetivo es analizar cómo ha sido el tratamiento brindado por la prensa digital de referencia y si se han seguido los preceptos deontológicos de las guías y códigos éticos específicos.

Para alcanzar este objetivo, se ha decidido realizar un análisis de contenido de noticias sobre la controversia en torno a las aguas subterráneas del Parque Natural de Doñana. Para ello, se han seleccionado las páginas web de cuatro periódicos nacionales españoles: dos nativos digitales y dos tradicionales, que abarcan un espectro de inclinaciones políticas (El País, El Mundo, eldiario.es y OK Diario). Todos estos medios ofrecen acceso digital y motor de búsqueda -vía suscripción- a sus hemerotecas, un requisito necesario para esta investigación. Se ha seleccionado un corpus de 80 piezas informativas (20 por medio), publicadas entre agosto de 2023 hasta febrero de 2024, coincidiendo con el ciclo informativo de esta crisis política. Consideramos, a tenor de otras investigaciones previas de la misma naturaleza entre las que destacamos las realizadas por Elías (2001) y Subires (2020), que el tamaño de la muestra es suficientemente amplio para realizar un análisis detallado y robusto. Además, la comparabilidad entre los diferentes medios y la temporalidad de las publicaciones permite identificar tendencias, sesgos y patrones en la cobertura mediática, lo que contribuye a una comprensión más completa y representativa del tratamiento informativo de la crisis política. La unidad de análisis natural fueron los artículos completos.

Se toma como punto de partida la teoría presentada por Van Dijk, quien identifica una serie de mecanismos estratégicos que asocian la veracidad, la plausibilidad, la exactitud, la precisión y la credibilidad como características fundamentales de las noticias serias (1996, p. 138), así como todos los códigos éticos y guías deontológicas sobre el tratamiento mediático del medioambiente y la naturaleza publicados en español para el análisis cualitativo de los artículos seleccionados. Se han compilado 10 códigos éticos y guías (9 elaborados en España y uno en Hispanoamérica) de los cuales se han extraído las pautas generales que los medios deberían seguir, constituyendo las categorías del análisis de contenido realizado.

Tabla 1.

Códigos y guías deontológicas consultadas

| Nombre | Año | Autoría |
|---|------------|--|
| 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 | Global Water Partnership (GWP) |
| La red natura 2000. Una guía rápida para comunicadores | 2014 | SEO/BirdLife, Sociedad Española de Ornitología |
| Información ambiental en el Mediterráneo: Guía para periodistas sobre cuestiones e instituciones relevantes | 2016 | Centro de Cooperación del Mediterráneo de UICN y Agencia EFE |
| Guía verde: oro a la sostenibilidad | 2012 | COE y Agencia EFE |
| Guía Apia de legislación ambiental | 2013 | APIA y Fundación Biodiversidad |
| Guía rápida para periodistas sobre economía circular | 2020 | Ihobe |
| Guía para periodistas freelance que cubren los Objetivos de Desarrollo Sostenible | 2022 | Freelance Journalim Assembly |
| Guía rápida para periodistas sobre compra y contratación pública verde | 2020 | Ihobe |
| Guía del periodismo ambiental | 2009 | Diputación de Toledo, APTO y CESP |
| Guía para periodistas freelance que cubren medio ambiente y cambio climático | | European Journalism Centre |

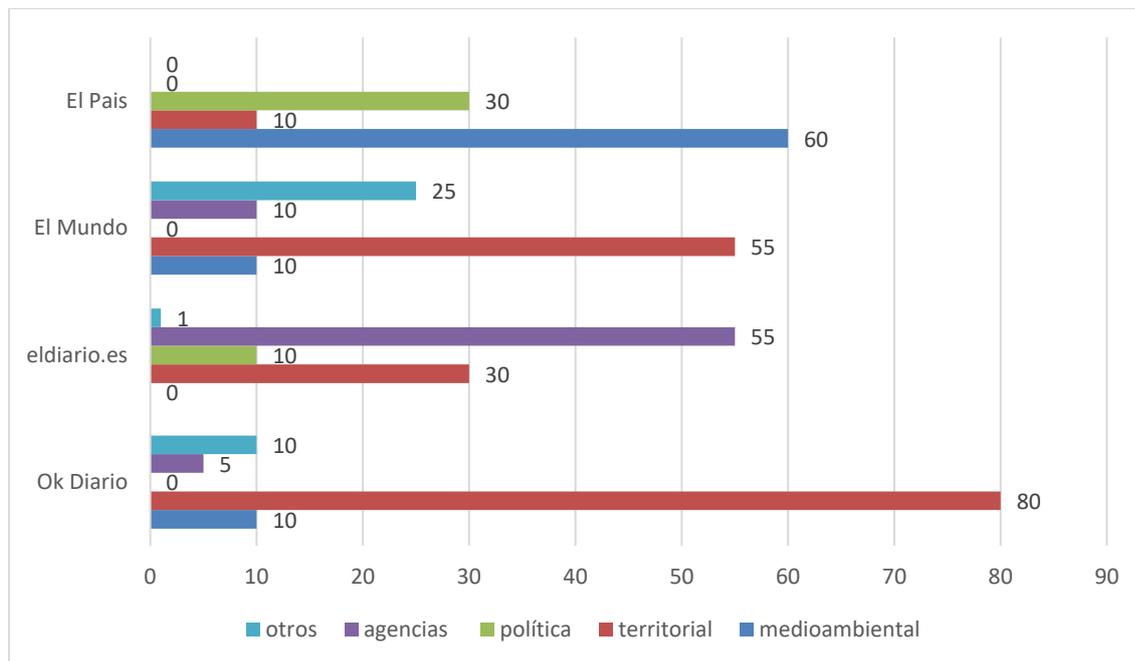
Fuente: Elaboración propia (2024).

4. Resultados

Los códigos deontológicos revisados destacan la importancia de capacitar a los profesionales en la especialización temática para quienes cubren temas medioambientales, con el fin de evitar la desinformación. En los medios de comunicación generalistas de renombre, la desinformación se asocia más frecuentemente con la falta de especialización de los periodistas que con la intención de manipular la opinión pública. La complejidad de los tecnicismos comunes puede llevar a su uso incorrecto, lo que pone en duda la veracidad de la información transmitida. Por esta razón, en la Figura 1 se muestra la especialización de los periodistas que han cubierto el caso de Doñana.

Figura 1.

Especialización periodística (%)



Fuente: Elaboración propia (2024).

El Diario El País es quien publica un mayor número de piezas firmadas por periodistas especializados en medioambiente, concretamente el 60% están elaboradas por Javier Martín y Manuel Planelles; le sigue El Mundo y Ok Diario con el 10% un de las piezas firmadas por especialistas respectivamente, en este último una de ellas la firma OK Green que es un diario especializado en información medioambiental perteneciente a OK Diario y dirigido por Antonio Quilis, periodista especializado en información medioambiental; por último, eldiario.es no publica ninguna pieza escrita por periodistas especializados de su redacción pero, sí destaca por la publicación de noticias que provienen de la agencia EFE, cuya división EFE Verde está especializada en periodismo ambiental.

La labor de periodistas con especialización territorial, en este caso, en la Comunidad Autónoma de Andalucía destaca en OK Diario en el que el 80% de las piezas analizadas han sido elaboradas por Borja Jiménez y David García, jefe de redacción y redactor de la delegación de Andalucía, respectivamente; seguido por El Mundo en el que se da esta situación en el 55% de las noticias; eldiario.es, con un 30% y El País con un 10% son los que menos uso han hecho de sus delegaciones territoriales para cubrir la temática de Doñana.

En cuanto a la utilización de las agencias de noticias, como ya se ha avanzado con anterioridad, eldiario.es destaca en este aspecto con un 55% de las piezas firmadas por la Agencia EFE, por el contenido y las fuentes empleadas en éstas podemos deducir que se trata de periodistas especializados de EFE Verde; El Mundo emplea agencias, GTRES y Europa Press, en un 10% de los casos; OK Diario, por su parte, se ha servido de agencias en un 5% de sus publicaciones citando simplemente “agencias”; El País no ha utilizado información de agencias para abordar el asunto.

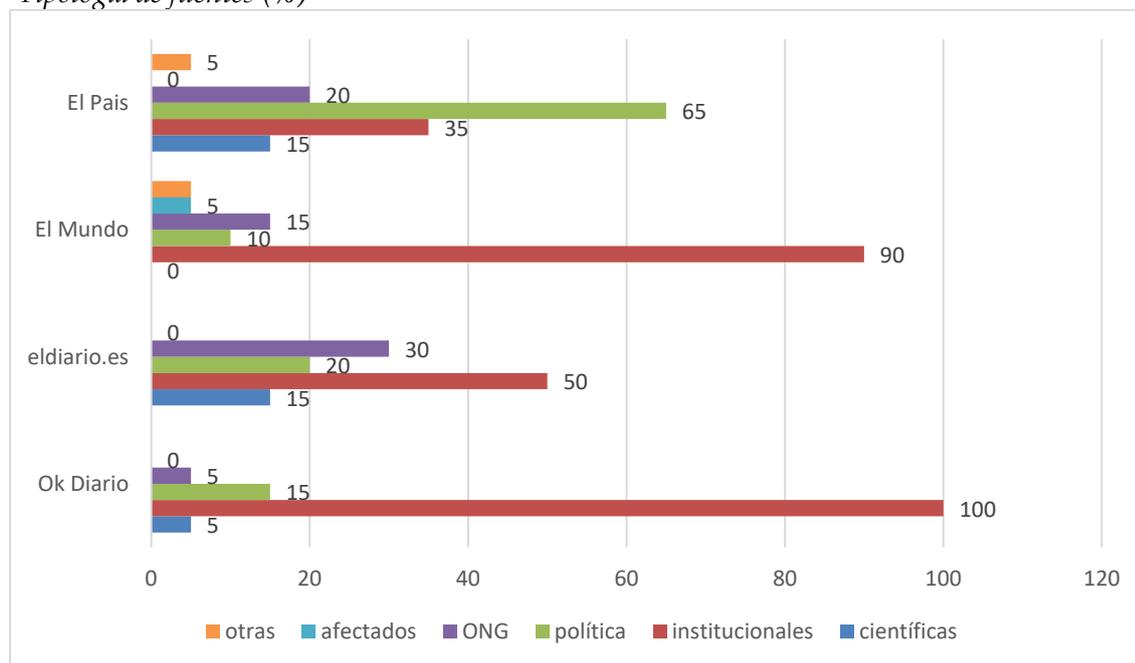
Los periodistas especializados en crónica política son los responsables del 30% de las piezas publicadas por El País y el 10% de eldiario.es Mientras que en “otros” destacamos El Mundo

en el que Silvia Moreno, periodista de investigación, así como Manuel Marraco, especializado en asuntos jurídicos rubrican un 25% de las informaciones; eldiario.es ofrece una pieza firmada por el responsable de una ONG medioambiental (en la sección Tribuna Abierta) y OK Diario publica una pieza sin firma.

En relación con las fuentes, los códigos deontológicos advierten que la falta de pluralidad en las mismas impide ofrecer un contenido contrastado y construido desde diversas perspectivas. Por ello, se recomienda a los periodistas crear una amplia agenda de contactos, que incluya científicos, organismos públicos o privados dedicados a la defensa del medio ambiente y ONGs. Esta diversidad no implica que se deba proporcionar una plataforma a voces que promuevan el negacionismo climático o el retardismo. El objetivo es ofrecer una cobertura informativa basada en evidencia científica y en el consenso de expertos, en lugar de caer en la trampa del falso equilibrio que puede dar una percepción distorsionada de la realidad. La evidencia científica es fundamental en la cobertura de las cuestiones ambientales, por ello el seguimiento del trabajo científico debiera ser de obligado cumplimiento. Cuando hablamos de fuentes científicas, no nos limitamos únicamente a las Ciencias Naturales, sino que también consideramos las Humanidades y las Ciencias Sociales. Para evitar prácticas periodísticas deficientes relacionadas con la información sesgada, es crucial asegurarse de que los científicos y expertos consultados sean independientes y no tengan conflictos de interés. Clasificar a los principales contactos según su utilidad o ámbito de actuación puede facilitar el trabajo periodístico.

Figura 2.

Tipología de fuentes (%)



Fuente: Elaboración propia (2024).

La Figura 2 revela que el diario El País y diario.es con un 15% respectivamente son las cabeceras que más emplean a las autoridades científicas como fuentes, seguidos de Ok Diario, en un 5% de ocasiones; El Mundo no emplea esta tipología de fuentes en ninguna de las piezas analizadas.

Las ONGs y otro tipo de asociaciones ecologistas son consultadas principalmente por eldiario.es en un 30% de los casos y por El País en el 20%; a la cola El Mundo con un 15% y OK diario que nunca emplea este tipo de fuentes.

Las fuentes institucionales son las más utilizadas por estos medios, en numerosas ocasiones junto con fuentes políticas, científicas u de ONGs. Destaca en este aspecto OK Diario que en todas sus piezas (100%) se basa en fuentes institucionales en exclusiva o combinadas con otras de distinta naturaleza; le sigue El Mundo con una situación similar en el 90% de los casos analizados; eldiario.es con un 50% y El País con un 35% son los diarios que menos consultan esta tipología de fuentes.

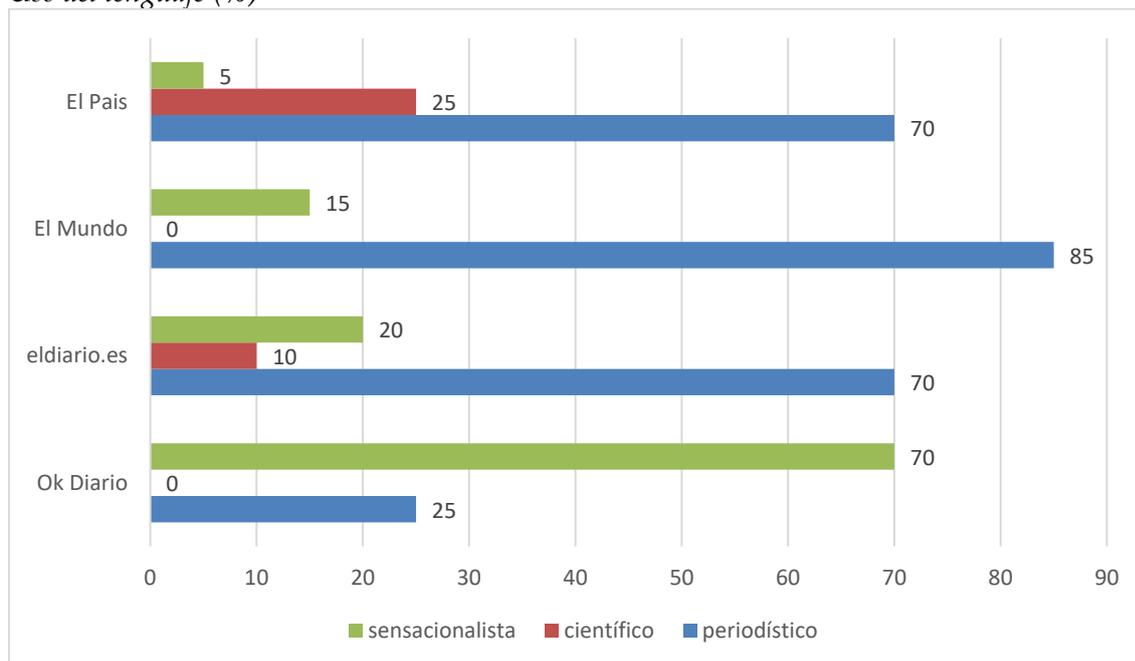
El País, sin embargo, si otorga un especial valor a las fuentes políticas, siendo las más empleadas (en un 65% de los casos); eldiario.es las emplea en el 20%; OK diario en el 15% y El Mundo un 10% de las ocasiones. Los afectados (agricultores) son solo consultados por el diario El Mundo (5%) y “otras” en un 5% de ocasiones por El País (jurídicas) y El Mundo (culturales), respectivamente.

En cuanto al uso del lenguaje, los códigos aconsejan a los periodistas conocer la terminología específica y simplificar las nomenclaturas y alertan sobre el exceso de siglas y vocabulario complejo que puede provocar la desconexión por parte de la mayoría de la ciudadanía. Es función del periodista el facilitar a la audiencia la comprensión de los conceptos más utilizados en este ámbito, evitar las confusiones que algunos de ellos pueden generar por su semejanza y aclarar los matices que implica la elección de un término frente a otro. Siguiendo esta premisa y de acuerdo con investigaciones previas citadas en el epígrafe anterior, se ha analizado el lenguaje utilizado distinguiendo entre:

- Periodístico: se caracteriza por ser claro, conciso y directo. Su objetivo es informar al público de manera precisa y rápida sobre los hechos.
- Científico: es más técnico y preciso, empleando terminología especializada y a menudo explicado con mayor detalle para ser comprendido por un público general.
- Sensacionalista: se utiliza cuando la noticia busca causar un gran impacto emocional en el lector, a menudo exagerando los hechos o utilizando un tono alarmista y dramático.

Figura 3.

Uso del lenguaje (%)



Fuente: Elaboración propia (2024).

En la Figura 3 se observa que el lenguaje periodístico es el predominante en todos los diarios estudiados, excepto en el caso de Ok Diario, donde prima el sensacionalista. Destaca en este aspecto el Mundo con un 85% de las piezas redactadas siguiendo el lenguaje periodístico, seguido de El País y eldiario.es, con un 70 y Ok Diario, con un 25%.

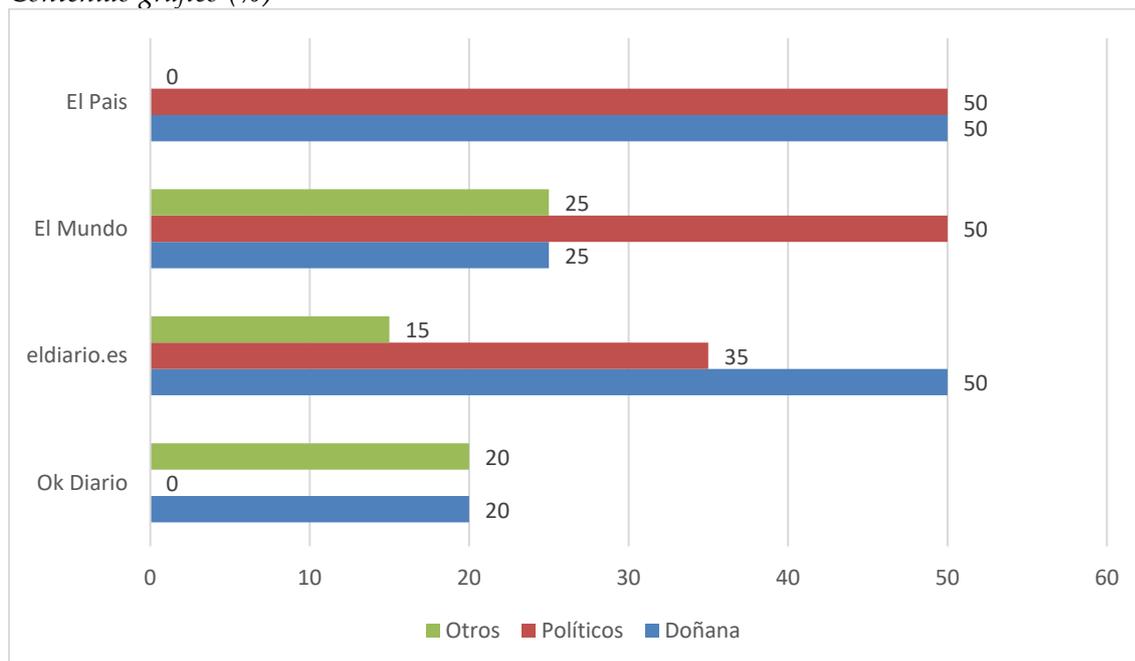
El estilo sensacionalista es el siguiente más empleado, en ocasiones, mezclado con el periodístico o el científico. Destaca en este aspecto el diario; le sigue Ok Diario en el empleo de este tipo de lenguaje en un 50% de las ocasiones; eldiario.es en un 20% y El Mundo en un 15%.

Si atendemos al uso de terminología científica, una vez más El País encabeza el lenguaje científico en un 25% de las piezas seguido de eldiario.es que lo hace en un 10% de éstas. El resto de cabeceras no lo emplean.

Si atendemos a las imágenes ilustrativas que acompañan a las piezas observamos que El País solo utiliza imágenes, una de ellas es una infografía; El Mundo en una ocasión acompaña la pieza por un vídeo, al igual que sucede con OK Diario; eldiario.es solo empleó imágenes. Es llamativo que OK Diario en un 20% de ocasiones publique imágenes editadas o fotomontajes.

Figura 4.

Contenido gráfico (%)



Fuente: Elaboración propia (2024).

La Figura 4 muestra qué contenidos reflejan las imágenes y vídeos que ilustran a las piezas, sobresaliendo los casos de El País y eldiario.es que en un 50% de los casos respectivamente emplean imágenes/vídeos del Parque Natural; El Mundo lo hace en un 25% de las ocasiones y OK Diario en el 20%.

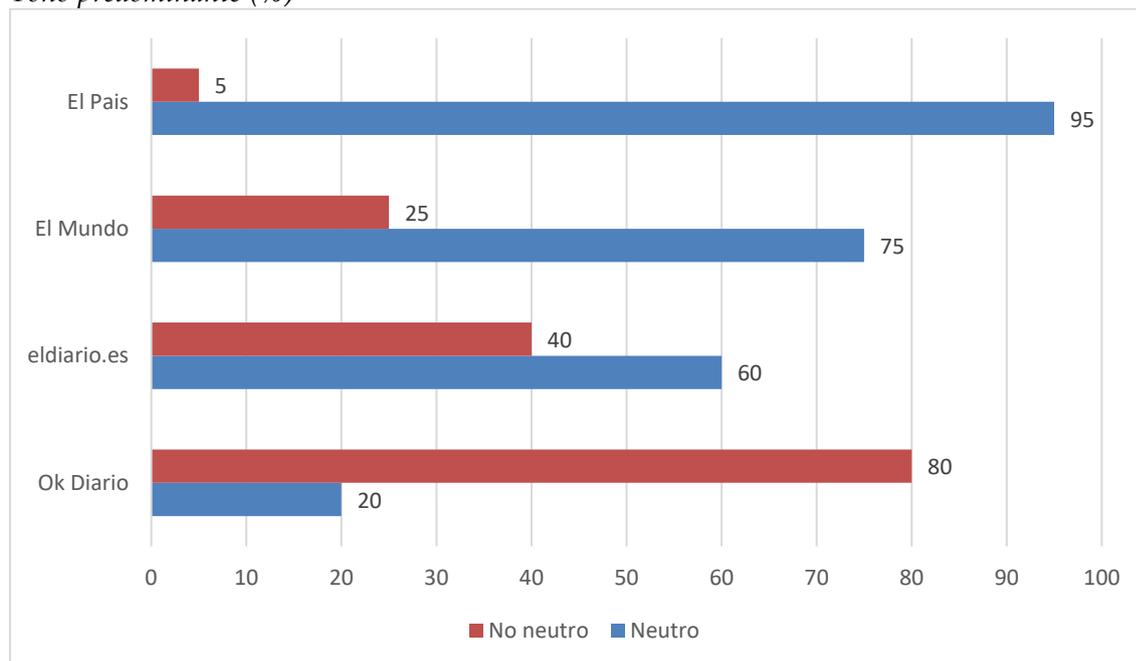
Sin embargo, las autoridades políticas protagonizan el material gráfico en la mitad de las piezas publicadas (50%) por El País y El Mundo y suponen el 35% de las del diario.es.

Así mismo en el ítem “otros” se agrupan imágenes de manifestaciones ciudadanas o de los planos del antiguo plan de desarrollo del parque en el caso de El Mundo (25%); en OK diario un 20% de las imágenes se enmarcan en esta tipología (Tweets, documentos y cartas); y en un 15% de los casos de eldiario.es (La Albufera de Valencia, un contador de agua o imágenes históricas del parque y su entorno).

Respecto al tono con el que están escritas las noticias diferenciamos entre el neutro, caracterizado por la objetividad y la imparcialidad. Las noticias escritas en este tono buscan informar sin transmitir emociones, juicios de valor u opiniones personales del periodista; y el no neutro, que incluye elementos subjetivos y puede transmitir emociones, opiniones o juicios de valor del periodista.

Figura 5.

Tono predominante (%)



Fuente: Elaboración propia (2024).

Se observa en la Figura 5 que el tono neutro es el predominante en todas las cabeceras excepto en OK Diario (20%), siendo El País y El Mundo quienes más optan por él, con un 95% y 75% de su presencia, respectivamente; eldiario.es lo emplea en un 60% de sus piezas. Ejemplos de un tono neutro se pueden apreciar en los siguientes titulares: “La Junta andaluza compra 7.500 hectáreas para que las aves permanezcan en Doñana” (El País); “Primera condena a cárcel por la extracción ilegal de agua del acuífero de Doñana” (El Mundo); “Moreno supedita un acuerdo sobre Doñana a que incluya una solución a la Corona Norte” (eldiario.es); “El PP pide la comparecencia de la ministra Ribera en el Parlamento ante su negativa a hablar de Doñana” (OK Diario).

Por otro los textos redactados en un tono no neutro son minoritarios siendo El País donde menos casos se han detectado (5%); seguido de El Mundo (25%); eldiario.es (40%) y, en contraste, predominan en OK Diario (80%). Algunos titulares que ejemplifican este empleo del tono son los siguientes: “Doñana, la amnistía encubierta que acabó con una destructiva estrategia de confrontación entre el Gobierno y la Junta” (El Mundo); “Una mejor Doñana” (eldiario.es); y “La chapuza de la recogida de firmas para «defender Doñana»: basta con un nombre y un mail” (OK Diario).

5. Discusión y conclusiones

Una vez analizada una muestra significativa de piezas noticiosas sobre la ley de los regadíos en Doñana podemos verificar la hipótesis de partida que hacía referencia a que la cobertura informativa sobre este asunto ha privilegiado la disputa política sobre la cuestión ambiental. En primer lugar, y dando con ello respuesta a la primera de las preguntas de investigación, esta afirmación se sustenta en que la mayoría de las piezas informativas no están firmadas por periodistas especializados en medio ambiente. Siendo el diario El País la cabecera que más periodistas expertos emplea en más de la mitad de las noticias analizadas, la tónica general en el resto de cabeceras es el predominio de periodistas generalistas territoriales, concretamente los que cubren la actualidad de Andalucía. Si bien es cierto que las agencias solo han tenido

un peso considerable en el caso de eldiario.es, su predilección por la Agencia EFE y la existencia de una sección de ésta, EFE Verde, dedicada a la información medioambiental, podría ser indicativo de un mayor número de piezas realizadas por periodistas medioambientales. Proponemos que la totalidad de las piezas sean elaboradas por periodistas especialistas y que en las informaciones que así lo requieran, se dé una colaboración con periodistas especializados en política o territorio.

El predominio abrumador de fuentes institucionales y el peso que también tienen las de naturaleza política es un indicador más para convertir este problema medioambiental en una crónica política fundamentada en el conflicto entre la Junta de Andalucía y el Gobierno de España. Entre las fuentes institucionales, además de los dos gobiernos enfrentados hemos encontrado ayuntamientos, la Unión Europea, la UNESCO y otras tantas instituciones internacionales. Llama poderosamente la atención el caso de OK Diario que en todas sus piezas recoge información de fuentes institucionales, siendo El País el medio que menos ha recurrido a éstas, pero el que más ha empleado fuentes políticas.

Las ONGs y asociaciones ecologistas han tenido un peso reducido, en contra del criterio de las guías deontológicas que aconsejan que para contrastar la información es conveniente no conformarse con las declaraciones oficiales de políticos o representantes de organismos públicos científico-técnicos. El medio eldiario.es seguido de El País y de El Mundo han dado cabida a este tipo de testimonios; una apuesta tibia que también encontramos al observar el inusual empleo de fuentes de naturaleza científica, liderado por El País y eldiario.es de forma equitativa. Destacamos la inclusión en El Mundo de fuentes científicas provenientes de las Ciencias Sociales y las Humanidades, como una excepción que puede contribuir a entender el contexto social, cultural, histórico y ético de los temas científicos, complementando así los datos y descubrimientos proporcionados por las ciencias naturales. También este diario es el único en ofrecer el testimonio de los agricultores afectados, agentes muy mencionados continuamente por los bandos confrontados para justificar sus posturas, pero que rara vez son preguntados al respecto.

Como era previsible, tratándose de prensa digital, el lenguaje más utilizado ha sido el periodístico, aunque la inclusión de términos sensacionalistas con el objetivo de avivar la polémica y contribuir a la politización y polarización del asunto ha sido bastante más frecuente de lo esperado. Esto se ha reflejado en numerosos titulares que en ocasiones han sido exagerados, quizás en la búsqueda del clickbait, pudiendo generar desinformación o ecoansiedad. Ejemplos de ello son: "La larga batalla de los pozos de Doñana: 8 años de 'pelea'" (El Mundo); "Vicepresidenta, ¿por qué Doñana sí y l'Albufera de València no?" (eldiario.es); "El doble zasca del PP andaluz al PSOE: «¿Cortijo en Doñana? ¿Terrorismo? Ahí van dos ejemplos»" (OK Diario). También el uso de términos alarmistas o dramáticos en el texto del cuerpo de las noticias como, por ejemplo, "Pusieron el grito en el cielo al comprobar que el gobierno regional no solo evitaba proteger los humedales del parque, en franca regresión, sino que además promovía una ley para acelerar su desaparición" o "La biodiversidad en Doñana sigue cuesta abajo y sin frenos" (El País).

En cuanto a las imágenes y vídeos empleados para respaldar el mensaje hay un casi un empate entre imágenes de representantes políticos e imágenes del Parque Nacional, dándose un ligero predominio de Doñana sobre los dirigentes políticos. Consideramos que este abuso de las imágenes de líderes gubernamentales vuelve a incidir en la trifulca política por encima de la problemática real medioambiental. También es significativo el frecuente uso de imágenes manipuladas o editadas por parte de OK Diario.

A pesar de que el tono neutro es el predominante en 3 de las 4 cabeceras, se han evidenciado posibles sesgos políticos e ideológicos las piezas, no solo por el lenguaje más o menos valorativo empleado, sino que, además, por la selección de las fuentes, pues en ocasiones no se presentan todas las perspectivas relevantes y se observa parcialidad en la cobertura.

Concluimos haciéndonos eco de otra de las recomendaciones de las guías deontológicas consultadas que anima a la publicación de este tipo de informaciones en otros formatos informativos tales como reportajes en profundidad, entrevistas y crónicas especializadas. El periodismo de explicación está asociado al auge de estas piezas que, aun siendo informativas, poseen un gran componente analítico. Esto nos aproxima al ejercicio del periodismo especializado, distinguido por la especificidad de sus destinatarios y de sus autores. Solo 14 de las 80 piezas analizadas no eran noticias. Destacamos el reportaje de El País: “Doñana se seca de nuevo: la mayor laguna permanente se queda sin agua por segundo verano consecutivo”; la entrevista de El Mundo: “Alba Flores se une a Greenpeace para denunciar las “falsas soluciones políticas” sobre Doñana”; la tribuna abierta de eldiario.es: “Una mejor Doñana” y la crónica de OK Diario: “Conoce todas las claves del “Acuerdo de Doñana” para proteger y regenerar el parque”.

6. Referencias

- Aznar, H. (2005). *Comunicación responsable: la autorregulación de los medios*. Grupo Planeta (GBS).
- Aznar, H. (2015). La responsabilidad ética en el campo de la información. En J. I. Bel y L. Corredoira (Eds.). *Derecho de la información. El ejercicio del derecho a la información y su jurisprudencia* (pp. 489-508). Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Berrocal-Gonzalo, S., Waisbord, S. y Gómez-García, S. (2023). Polarización política y medios de comunicación, su impacto en la democracia y la sociedad. *Profesional de la información*, 32(6), 1-9. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.22v>
- Elías, C. (2001). Periodismo especializado en medio ambiente el caso Doñana como paradigma de manipulación informativa. *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, 6, 279-303. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2001.i06.16>
- Fernández, J. (1995). *Periodismo ambiental en España*. Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente.
- León, B., Noguera, G., de Lara, A., Erviti C., Baquero E. y Codina, M. (2013). *El periodismo ante el cambio climático*. Editorial UOC.
- León, B. y Domínguez, L.M. (2016). Presentación. En León, B. (Ed.). *El medioambiente en el nuevo universo audiovisual* (pp. 3-6). UOC.
- Linde-Navas, A. (2007). *El periodista moral. Dilemas de la información y la comunicación*. Grupo Comunicar Ediciones.
- Litvinenko, A. y Bodrunova, S. (2021). Russia: Media accountability in a polarized society. En Fengler, S., Eberwein, T. y Karmasin, M. (Eds.) *The global handbook of media accountability* (pp. 203-212). Routledge.
- Magallón-Rosa, R. (2022). De las fake news a la polarización digital. Una década de hibridación de desinformación y propaganda. *Revista Más Poder Local*, 50, 49-65.

<https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.120>

- Mercado-Sáez, M. T. y Monedero-Morales, C. R. (2024). Deontología profesional para informar sobre medioambiente y cambio climático. En Mercado, M. T. y Teso M. G. (Eds.). *Ética de la comunicación ambiental y del cambio climático* (pp.103-130). Editorial Tecnos.
- Portela-Lopa, A. (2020). Persuasión y verdad: estrategias discursivas del cibersensacionalismo. En C. R. Monedero-Morales, A. C. Tomás-López y J.F. Plaza- Sánchez (Eds.). *Aspectos éticos y marcos legales de la comunicación* (pp. 301-311). Tirant lo Blanch.
- Rodríguez-Cano, C. A. (2017). Los usuarios en su laberinto: burbujas de filtros, cámaras de eco y mediación algorítmica en la opinión pública en línea. *Virtualis: revista de cultura digital*, 8(16), 57-76. <http://ilitia.cua.uam.mx:8080/jspui/handle/123456789/369>
- Serrano-Moreno, 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)*. <https://acortar.link/IBGXJa>
- Subires-Mancera, M. P. (2020). La función de denuncia del periodismo medioambiental: 'El AVE que secó Abdalajís', de RTVE. En T. Hidalgo-Marí, J. Herrero-Gutierrez y S. Segarra-Saavedra (Eds.). *Comunicación, periodismo y publicidad. Retos profesionales en tiempos de crisis* (pp. 165-176). Fragua.
- Tsfati, Y. y Ariely, G. (2014). Individual and contextual correlates of trust in media across 44 countries. *Communication research*, 41(6), 760-782. <https://doi.org/10.1177/0093650213485972>
- Teruel-Rodríguez, L. (2023). Increasing political polarization with disinformation: A comparative analysis of the European quality press. *Profesional de la información*, 32(6), 1-16. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.12>
- Van-Dijk, T. A. (1996). *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós.
- Yanel, A. (2021). La autorregulación, ¿una utopía en el periodismo y la comunicación? En E. Real (Eds.). *Comunicando lo esencial en la esfera pública: la ética y la deontología como garantía de la función social de los media y sus profesionales* (pp. 46-53). Fragua.

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Financiación: Esta investigación recibió financiamiento en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación (Referencia PID2021-124969NB-I00).

Agradecimientos: El presente texto nace en el marco del proyecto: “Ética y Autorregulación de la Comunicación Social: Análisis de contenido de los Códigos Éticos de 2ª Generación y elaboración de Protocolos y Guías para su implementación”.

AUTORA:

Carmen del Rocío Monedero Morales

Departamento de Periodismo. Universidad de Málaga.

Profesora Titular en el Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga, es la Vicedecana de Empresa, Infraestructuras y Sostenibilidad Ambiental de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA desde 2016. Su trayectoria profesional ha estado vinculada a los gabinetes de comunicación política e institucional y al periodismo musical y cultural. Es miembro de varios equipos de investigación centrados en periodismo medioambiental, comunicación y género y periodismo musical. Ha publicado numerosos artículos científicos en revistas indexadas, así como capítulos de libros, además de haber realizado estancias de investigación en universidades de Europa, América y Asia, de coordinar monográficos y participar en congresos internacionales relacionados con sus líneas de investigación.

roi@uma.es

Índice H: 7

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-3222-029X>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56210975600>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=H196OB8AAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Carmen-Monedero-Morales>

Academia.edu: <https://uma.academia.edu/CarmenDelRoc%C3%ADoMonederoMorales>