



## Recomendaciones para la cobertura mediática de la pandemia COVID-19

La Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA) comparte este decálogo de sugerencias para quienes comunican en radio y en televisión y medios en general sobre la pandemia COVID-19. Este documento toma como referencia las recomendaciones emitidas por la Defensoría del Público de Argentina. <https://bit.ly/33yxXy6>

La AMDA recomienda estos puntos en el marco de la Reforma Constitucional de 2013 que establece, en su artículo sexto que, *la radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional y la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2014) que establece en su artículo 256, los derechos de las audiencias.*

La ética y responsabilidad social que conlleva la información en los medios ante la incertidumbre del escenario general y especialmente el referido a la situación de emergencia de salud ante la pandemia del COVID 19, obliga a los medios a asumir la dinámica de la información y la evidencia científica, considerando que esa información pueda contribuir a tomar decisiones de la población para mitigar los efectos del riesgo y adoptar las medidas de protección;

### **1- Difundir información proveniente de fuentes oficiales y especializadas en la materia**

La Secretaría de Salud es quien releva los datos locales y quien comunica las medidas de prevención y asistencia vigentes en México. La Organización Mundial de la Salud (OMS) es el organismo que conjunta y actualiza la información oficial de cada país. Resulta necesario comunicar a las audiencias, en todos los casos, los datos técnicos y profesionales de las voces convocadas para el análisis de la pandemia, tal como lo indica la Ley General de Salud. Se sugiere difundir los informes la actualización de la situación tomando como fuente a la Secretaria de Salud.



## **2- Brindar información socialmente relevante**

Considerar la información como servicio público y priorizar la vinculada a: síntomas específicos del virus; mecanismos de transmisión; grupos etarios de riesgo; líneas telefónicas y/o sitios virtuales de atención y centros de asistencia

para quienes presenten síntomas; medidas de prevención e higiene en el ámbito individual, familiar, social y laboral establecidas por los organismos competentes, así como protocolos y normativa vigente sobre cuarentena y/o aislamiento social.

## **3- El rol social de quien comunica: promover información rigurosa y evitar la difusión de rumores o generar el pánico**

Se sugiere brindar información concreta, precisa y verificada que pueda orientar a la población. También es aconsejable promover mensajes que combinen la rigurosidad explicativa con vocabulario sencillo para garantizar el acceso y la comprensión de las audiencias no especializadas en el tema.

Es fundamental atender y neutralizar el potencial efecto generador de pánico social que varias modalidades de comunicación pudieran propiciar. Se sugiere evitar la difusión de conjeturas personales, rumores, titulares e imágenes de alto impacto, al igual que magnificar los datos (cifras de personas contagiadas, falta de suministros sanitarios, entre otros aspectos) en pro de la espectacularización. Evitar que se fuercen las coberturas cuando no haya nuevos datos constatados para comunicar. Se trata de privilegiar la información socialmente relevante y no de “llenar” espacios.

## **4- Priorizar el respeto a los derechos de las personas: contextualizar los relatos de las víctimas**

En la difusión de casos representativos priorizar el trato respetuoso. Evitar centrarse en las historias dramatizadas. En todos los casos, respetar los derechos humanos. En particular, no afectar la dignidad, el derecho a la imagen, así como la intimidad de las personas afectadas, o involucradas en las coberturas.

## **5- Difundir las acciones positivas en términos de prevención**

Es muy importante dar relevancia en la agenda informativa a las acciones sociales de prevención, así como las de solidaridad que realicen distintas personas y colectivos sociales. Es clave que la comunicación mediática promueva el refuerzo de las tareas de prevención y asistencia en curso y que posibilite a la población convertirse en sujeto activo en la toma de decisiones y en la ejecución de acciones responsables para mitigar los riesgos de la pandemia.



## **6- Evitar enfoques que promuevan la estigmatización y/o discriminación sobre determinados colectivos sociales**

El motivo de su nacionalidad, origen social, pertenencia a un grupo etario de riesgo, entre otros factores posibles, no deben ser tomados como perspectivas para abordar una noticia.

Es importante prescindir de las asociaciones que sugieren estos aspectos como causales o indisociables de la enfermedad, al igual que no estigmatizar a las personas afectadas por el COVID 19.

## **7- Utilizar la palabra transmisión en lugar de contagio**

Es más precisa en el marco de esta pandemia y, a su vez, el contagio supone que hay una víctima y un victimario.

## **8- Construir coberturas informativas accesibles para todas las audiencias**

Es imprescindible que los medios informen sobre la pandemia a partir de la incorporación de herramientas audiovisuales de accesibilidad, tales como subtítulo oculto (closed caption), lengua de señas y audio descripción, para procurar la eliminación de barreras comunicacionales y así garantizar el acceso a la información socialmente relevante a las personas con discapacidad, personas adultas mayores y a toda aquella audiencia que pueda tener dificultades para acceder a los contenidos (Artículo 258 de la LFTyR).

## **9- Resaltar los hechos y no los rumores**

Considerar que, en el marco de la emergencia sanitaria ante una pandemia, la población requiere información vital para la toma de decisiones para mitigar los efectos de la amenaza. Recordar que es tiempo para los hechos, no para los rumores o especulaciones y es el tiempo para la solidaridad y no para el estigma, como señala la “Capacitación en Cobertura Periodística, Coronavirus COVID-19” de la Organización Panamericana de la Salud.

## **10- Comunicar para contribuir al sostenimiento de la confianza**

Tener presente que una comunicación de riesgo puede contribuir a mantener la confianza, realizando anuncios tempranos y precisos, con transparencia de las fuentes de información y su debida verificación.