

## **Apuntes para las coberturas sobre la pandemia COVID-19**

La Defensoría del Público enumera esta serie de sugerencias para quienes se desempeñan en la radio y en la televisión. El organismo lo hace en el marco de las disposiciones de Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual sobre la responsabilidad social que conlleva la comunicación en los medios ante la incertidumbre del escenario general, la dinámica de la información y la evidencia científica y teniendo en cuenta que esa información puede contribuir a tomar decisiones de la población para mitigar los efectos del riesgo adoptando medidas de protección.

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

El Ministerio de Salud de la Nación es quien releva los datos locales y quien comunica las medidas de prevención y asistencia vigentes en la Argentina. La Organización Mundial de la Salud (OMS) es el organismo que nuclea y actualiza la información oficial de cada país. Resulta necesario comunicar a las audiencias, en todos los casos, los datos profesionales. Incluida la matrícula de las voces convocadas para el análisis de la pandemia, tal como lo indica la Ley N° 25.926 sobre pautas para la difusión de temas vinculados con la salud y como lo enfatiza la Ley 26.522 en su art. 71. Se sugiere difundir los informes de sala de situación que posee el Ministerio.

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

Considerar la información como servicio 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 abordajes rigurosos y evitar el pánico**

Se sugiere brindar información concreta, precisa y chequeada 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 estas 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 pos 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 de las personas: contextualizar los relatos de las víctimas**

En la difusión de casos representativos priorizar el trato respetuoso. Evitar centrarse en las historias más dramáticas. En todos los casos, respetar los derechos personalísimos. 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 una mirada estigmatizante y/o discriminatoria 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 indisolubles 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 que sean 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 (Ley 26.522, art.66).

### **9-Hacer foco en los hechos y no en los rumores para evitar estigmas**

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 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 debido chequeo.