

Cobertura mediática de la crisis de la Covid-19: recomendaciones y propuestas de autorregulación

Media coverage of the Covid-19 crisis: recommendations and proposals for self-regulation

Marcel Mauri-Ríos; Xavier Ramon-Vegas; Ruth Rodríguez-Martínez

Nota: This article can be read in English on:

<https://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/nov/mauri-ramon-rodriguez.pdf>

Cómo citar este artículo:

Mauri-Ríos, Marcel; Ramon-Vegas, Xavier; Rodríguez-Martínez, Ruth (2020). "Media coverage of the Covid-19 crisis: recommendations and proposals for self-regulation". *Profesional de la información*, v. 29, n. 6, e290622. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.22>

Artículo recibido el 01-08-2020
Aceptación definitiva: 08-10-2020



Marcel Mauri-Ríos ✉
<https://orcid.org/0000-0003-2615-8343>

Universitat Pompeu Fabra
Departament de Comunicació
Roc Boronat, 138
08018 Barcelona, España
marcel.mauri@upf.edu



Xavier Ramon-Vegas
<https://orcid.org/0000-0002-4478-5626>

Universitat Pompeu Fabra
Departament de Comunicació
Roc Boronat, 138
08018 Barcelona, España
xavier.ramon@upf.edu



Ruth Rodríguez-Martínez
<https://orcid.org/0000-0001-5633-6126>

Universitat Pompeu Fabra
Departament de Comunicació
Roc Boronat, 138
08018 Barcelona, España
ruth.rodriguez@upf.edu

Resumen

Se presentan, analizan y comparan las principales recomendaciones deontológicas que instituciones y organismos internacionales han publicado desde el inicio de la crisis de la Covid-19. Se identificaron 10 códigos entre los meses de febrero y abril de 2020, momento en que la *Organización Mundial de la Salud* decretó la pandemia por Covid-19. Asimismo, se han incluido en el análisis tres textos deontológicos generales y transnacionales de referencia, publicados anteriormente a la crisis. La metodología utilizada ha sido el análisis de contenido a partir de cuatro categorías que responden a los pilares fundamentales que recogen la mayoría de los códigos deontológicos: verdad, libertad, responsabilidad y justicia. Se han determinado las guías y criterios éticos que con más frecuencia aparecen en los textos analizados. Tomando como referencia estas pautas y con el objetivo de ayudar a los profesionales de la información, se presenta una propuesta de recomendaciones para una cobertura responsable de la crisis provocada por la Covid-19.

Palabras clave

Ética; Periodismo; Rendición de cuentas; Crisis; Covid-19; Coronavirus; Autorregulación; Verdad; Responsabilidad; Justicia; Libertad; Recomendaciones; Pandemias; Códigos deontológicos; Deontología; Profesión; Estado de la cuestión; Revisión; Periodistas.

Financiación

Este artículo es un resultado del proyecto "Instrumentos de rendición de cuentas ante la desinformación: impacto de las plataformas de fact-checking como herramientas de accountability y propuesta curricular" financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Referencia: PID2019-106367GB-I00/AEI/10.13039/501100011033

Abstract

This paper aims to present, analyze, and compare the main deontological recommendations published by various international institutions and organizations since the beginning of the Covid-19 crisis. A total of 10 codes were identified from the period between February and April 2020, during which the *World Health Organization* declared the Covid-19 outbreak a global pandemic. Additionally, three general and transnational model deontological texts published before the crisis have been included in this analysis. The methodology used in this paper includes a content analysis based on four categories corresponding to the fundamental pillars of most deontological codes: truth, freedom, responsibility, and justice. Furthermore, this paper determines the most common ethical guidelines and criteria presented in all the analyzed texts and, with the goal of helping information and journalistic professionals, these guidelines are used as a reference point to propose an outline of recommendations for the responsible coverage of the Covid-19 crisis.

Keywords

Ethics; Journalism; Accountability; Crisis; Covid-19; Coronavirus; Self-regulation; Truth; Responsibility; Justice; Freedom; Recommendations; Pandemics; Deontological codes; Deontology; Profession; State of the art; Review; Journalists.

1. Introducción

Desde hace más de una década, el sector de los medios de comunicación ha sufrido diversas crisis que se han extendido en la gran mayoría de países (Almiron, 2009; Alexander; Breese; Luengo, 2016). No hay datos agregados sobre la evolución de esta situación en el periodismo a escala mundial, pero estudios de países tan dispares como Reino Unido (Sherwood; O'Donnell, 2018), España (Casero-Ripollés, 2010; Reig, 2015) o Australia (Ricketson *et al.*, 2020) permiten comprobar que la crisis del sector ha tenido una afectación global.

Sin haber recuperado aún la estabilidad económica y de ocupación laboral de la década anterior y en un contexto periodístico cambiante, marcado por la precariedad laboral y la crisis de credibilidad de los medios (Figueras-Maz; Mauri-Ríos; Alsius; Salgado-De-Dios, 2012; Hanitzsch; Van-Dalen; Steindl, 2018), la profesión periodística afronta una nueva crisis global en 2020 provocada por la Covid-19. En el ámbito informativo, el consumo de noticias por parte de la ciudadanía ha aumentado de forma notoria durante la crisis de la Covid-19 (Casero-Ripollés, 2020; Masip *et al.*, 2020). Como apunta Casero-Ripollés (2020, p. 2), la información

“es un mecanismo valioso para orientar a las personas, especialmente en situaciones altamente complejas como la generada por la pandemia”.

En paralelo, la difusión de desinformación a través de múltiples plataformas se ha convertido en una preocupación central desde el comienzo de la pandemia (Pérez-Dasilva *et al.*, 2020; Pulido *et al.*, 2020; Salaverría *et al.*, 2020). En febrero de 2020, la *Organización Mundial de la Salud* declaró que nos encontramos en un escenario caracterizado por una *infodemia* (OMS, 2020). A la información fiable y contrastada se suma la creciente propagación de bulos e informaciones inexactas, distorsionadas o descontextualizadas sobre el origen, expansión y letalidad del coronavirus; sobre la gestión de la crisis por parte de los gobiernos y organismos internacionales; y sobre los potenciales remedios y curas (Brennen *et al.*, 2020; Sánchez-Duarte; Magallón-Rosa, 2020). Estudios recientes también demuestran un uso habitual en algunos medios, sobre todo digitales, de imágenes e ilustraciones falsas para representar el virus (Andreu-Sánchez; Martín-Pascual, 2020).

La incertidumbre y dificultades que supone esta crisis requiere que los periodistas y medios de comunicación sigan parámetros éticos que garanticen la excelencia profesional y la calidad informativa (Maciá-Barber, 2020; Ramon-Vegas; Mauri-Ríos; Díaz-Campo, 2020). No solo para dar un valor añadido al trabajo realizado por los profesionales del periodismo, sino también para dar respuestas adecuadas a la ciudadanía, que precisa de la información para afrontar los retos que implica la situación actual (Christians; Nordenstreng, 2004).

Teniendo en cuenta el papel fundamental que desempeña la autorregulación de los medios, el objetivo de este artículo es determinar cuáles son las pautas que deben seguir los periodistas y medios de comunicación para realizar una cobertura responsable y de calidad ante el contexto de crisis sanitaria provocada por la Covid-19. Este trabajo se ha realizado a partir de la detección y análisis de códigos deontológicos generales, los que son considerados de referencia internacional, y recomendaciones específicas que instituciones y organismos internacionales han publicado desde el inicio de la crisis de la pandemia. El análisis y comparación de estos documentos, que son instrumentos básicos de la autorregulación periodística, permite comprobar cuáles son estas pautas de conducta ética que aparecen de forma recurrente en los códigos o recomendaciones.

2. Autorregulación y códigos deontológicos: estado de la cuestión

Existe una clara relación entre calidad informativa, ética profesional y autorregulación, en la medida que ésta última puede contribuir a implementar comportamientos profesionales responsables que contribuyan a una información ética y de calidad (González; Lecaros, 2020) y permitan garantizar el derecho de los ciudadanos a la información. Así, el concepto de autorregulación se define como la capacidad de los periodistas y medios de comunicación de seguir, por propia voluntad, normas que representan valores éticos universales (Wilkins; Christians, 2020). La autorregulación se entiende

como las pautas de conducta profesionales que sitúan a los periodistas entre la regulación mínima que impone la ley y el flexible ideal ético (Aznar, 2005). O, dicho de otra forma, es un sistema que permite una respuesta eficiente ante una ambición reguladora excesiva del poder político sin olvidar los principios de responsabilidad propios del periodismo que permiten corregir los factores internos de los medios que los hacen vulnerables ante la mala praxis profesional o las presiones externas (Evers, 2012; González; Lecaros, 2020; Real-Rodríguez, 2018).

La incertidumbre y dificultades que supone esta crisis requiere que los periodistas y medios de comunicación sigan parámetros éticos que garanticen la excelencia profesional

La autorregulación es también uno de los conceptos fundamentales a los que hace referencia la rendición de cuentas, conjuntamente con la transparencia informativa y la participación de la audiencia (Ramon-Vegas; Mauri-Ríos; Alcalá-Anguiano, 2016). La rendición de cuentas, entendida como las acciones no dispuestas por los organismos públicos o estatales que los medios y periodistas adoptan para actuar de forma responsable ante la ciudadanía, se convierte en un elemento fundamental en el contexto presente (Bertrand, 2018). La necesidad de combatir la comercialización y el sensacionalismo ha contribuido a que los medios de comunicación y periodistas hayan incorporado progresivamente la rendición de cuentas a su actividad profesional (Bardoel; D'Haenens, 2004).

Investigaciones previas evidencian el deseo de los profesionales de la comunicación de rendir cuentas ante la ciudadanía por la actividad desarrollada (Alsius, 2010; Fengler *et al.*, 2015) y participar en este

“proceso a través del cual se puede esperar u obligar a las organizaciones mediáticas a rendir cuentas a su público” (Pritchard, 2000, p. 2).

De esta manera, se presenta como una herramienta que ayuda a los medios a

“mantener su independencia y credibilidad” (Maier, 2014, p. 1),

lo que la convierte en un elemento clave para el periodismo en momentos de crisis.

A través de los instrumentos de rendición de cuentas, ya sean creados dentro de los propios medios de comunicación o a través de instituciones externas a ellos (Ramon-Vegas; Mauri-Ríos; Alcalá-Anguiano, 2016; Fengler, 2019), los profesionales del periodismo pueden fomentar las tres dimensiones descritas:

- autorregulación,
- participación, y
- transparencia informativa.

En el campo de la autorregulación, estos instrumentos se concretan en códigos deontológicos, que recogen normas éticas y recomendaciones elaboradas por los propios medios de comunicación o instituciones independientes que velan por garantizar la existencia de un periodismo responsable e información de calidad (Fengler *et al.*, 2014). Estos códigos recogen normas que contienen los valores y principios éticos reconocidos como el ideal periodístico a seguir (Bertrand, 2018) y establecen un compromiso entre los medios de comunicación y su audiencia. Se convierten, de esta manera, en un contrato social entre ambos, ya que gracias a ellos los periodistas saben cómo deben comportarse y qué se espera de ellos, y el usuario sabe qué puede esperar del medio (Christians; Nordenstreng, 2004). Los códigos deontológicos son a la vez un mecanismo autorregulador fundamental para garantizar el derecho social a recibir información (Mauri-Ríos; Marcos-García; Zuberogitia-Espilla, 2020).

Estudios recientes han contabilizado la existencia de más de 310 códigos presentes en la mayoría de países (Duncan, 2019) y en gran medida todos ellos hacen referencia a cuatro pilares de valores fundamentales: respeto a la verdad informativa; garantizar información justa; promover la responsabilidad social y solidaridad de los medios ante la dignidad humana; y la defensa de la libertad (Christians; Nordenstreng, 2004; Himelboim; Limor, 2008; Alsius, 2010; Bertrand, 2018). Otras cuestiones que también aparecen de forma recurrente en este tipo de códigos son la honestidad, el respeto a la privacidad y a la dignidad humana, la no estigmatización de colectivos o evitar el conflicto de intereses (Cooper, 1990; Herrscher, 2002). Los códigos o recomendaciones se convierten en instrumentos de autorregulación esenciales en situaciones de crisis (Duncan, 2019), ya que se ofrecen pautas éticas de gran utilidad a los profesionales de la información (Auman; Stos; Burch, 2020; Mauri-Ríos; Marcos-García; Zuberogitia-Espilla, 2020).

3. Objetivos y metodología

Investigaciones previas han aportado una perspectiva comparada sobre los códigos éticos que existen en un contexto internacional, pero hasta el momento no se han desarrollado investigaciones que recojan las recomendaciones éticas que se han publicado para garantizar una cobertura rigurosa y de calidad sobre la crisis de la Covid-19. Los objetivos de esta investigación son:

- a) Determinar si los códigos deontológicos internacionales de referencia –Unesco, Federación Internacional de Periodistas y Consejo de Europa– (Aznar, 2005; Alsius, 2010) ofrecen indicaciones suficientes a medios de comunicación y periodistas para orientarles en situaciones como la pandemia de la Covid-19.

- b) Identificar, describir, analizar y comparar los códigos éticos o recomendaciones deontológicas profesionales que medios de comunicación u organismos independientes han elaborado sobre cómo cubrir de forma ética la crisis provocada por la pandemia de la Covid-19. Estos textos sirven de orientación a los periodistas que deseen ofrecer información responsable, útil a la ciudadanía y que fomente un periodismo de calidad.
- c) La investigación también tiene como propósito detectar cuáles son los principios, normas o recomendaciones que de forma recurrente aparecen en los códigos o textos elaborados por esos medios u organismos independientes.
- d) Finalmente, se presenta una propuesta de recomendación ética que sirva como guía a medios y periodistas para cubrir pandemias y crisis sanitarias.

Para lograr estos objetivos, se ha realizado, en primer lugar, una revisión sistematizada de los principales códigos deontológicos generales de referencia (Aznar, 2005; Alsius, 2010) publicados por organismos internacionales para detectar los items o principios que pudieran ser aplicables en una situación de crisis como la actual (ver tabla 1). Esto permite determinar, por un lado, si los códigos de referencia dan pautas suficientes a medios de comunicación y periodistas para orientarles en la actual situación de crisis; y por otro, ayuda a detectar las pautas que aparecen de forma recurrente en los documentos analizados.

Tabla 1. Códigos de organismos independientes internacionales

Organismo	Código	Enlace web	Fecha de publicación
Unesco	International principles of professional ethics in journalism	https://research.uta.fi/ethicnet/country/international-principles-of-professional-ethics-in-journalism	1983
Federación Internacional de Periodistas	Carta Mundial de Ética para Periodistas	https://www.ifj.org/es/quien/reglas-y-politica/carta-mundial-de-etica-para-periodistas.html	2019
Consejo de Europa	Resolution 1003. Ethics of journalism	https://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=16414&lang=en	1993

En segundo lugar, se procedió a la identificación de las recomendaciones éticas que se han publicado con información específica para la cobertura de la Covid-19. Con el fin de conseguir una muestra completa de estas recomendaciones a nivel internacional se partió de un universo muestral que tuviera en cuenta los códigos y recomendaciones de instituciones y organismos de autorregulación internacionales, así como plataformas europeas, estadounidenses y latinoamericanas de referencia en el ámbito de la ética (consideradas así por la bibliografía previa antes indicada, como por ejemplo *Red Ética* o *European Journalism Observatory*) para comprobar si mencionaban de forma concreta alguna recomendación sobre la cobertura de la Covid-19.

Para ello, se efectuó un doble sistema: en primer lugar, se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia (Ruiz-Olabuénaga; Aristegui; Melgosa, 1998). Se consultaron los sitios web de estas instituciones, organismos de autorregulación y plataformas de referencia en ética periodística para detectar si incluían o no referencias específicas. Para lograr la máxima exhaustividad en la muestra, se empleó una segunda técnica de muestreo: la bola de nieve o *snowball sampling* (Goodman, 1961; Biernacki; Waldorf, 1981). Se trata de un sistema utilizado principalmente en investigaciones cualitativas (Brickman-Bhutta, 2012; Bryman, 2016) que sirve para identificar elementos a incorporar en la muestra cuando el universo del que se parte es muy amplio, disperso y difícil de agrupar. Las webs y plataformas digitales de los organismos antes señalados sirvieron como punto de partida para aplicar esta estrategia y hallar otros medios o instituciones que hubieran elaborado recomendaciones sobre el tratamiento informativo de la Covid-19. Se incorporaron progresivamente al estudio las recomendaciones en inglés o español elaboradas por actores de referencia en el entorno profesional, descartando otros materiales que hubiesen podido distorsionar el análisis (se excluyeron, por ejemplo, consejos breves en las redes sociales que no formasen parte de un decálogo o conjunto de pautas). La selección de la muestra (tabla 2) se realizó entre los meses de febrero y abril de 2020 y permitió identificar diez recomendaciones y documentos.

En tercer lugar, y una vez seleccionada la muestra se procedió a la descripción y análisis de los textos encontrados. Para realizar este análisis de contenido (Bryman, 2016) se configuraron unas categorías de análisis a partir de la propuesta de tesoro de principios deontológicos elaborada por Alsius (2010) (tabla 3). Este autor clasifica en cuatro categorías los valores deontológicos presentes en la mayoría de códigos éticos:

- responsabilidad,
- verdad,
- justicia, y
- libertad.

Para esta investigación se adaptó esta propuesta considerando los principios que, después de la primera revisión sistematizada de los principales códigos que se detalla al inicio de la metodología, pudieran ser aplicables a la situación actual de crisis provocada por la Covid-19.

Tabla 2. Códigos de organismos independientes internacionales

Organismo	Código	Enlace web	Fecha de publicación
01. <i>Asian American Journalists Association</i>	AAJA calls on news organizations to exercise care in coverage of the coronavirus outbreak	https://www.ajaa.org/guidance_on_coronavirus_coverage	13 de febrero de 2020
02. <i>Scientific American</i>	How to report on the Covid-19 outbreak responsibly	https://blogs.scientificamerican.com/observations/how-to-report-on-the-covid-19-outbreak-responsibly	23 de febrero de 2020
03. <i>The Open Notebook</i>	Tipsheet: covering the coronavirus epidemic effectively without spreading misinformation	https://www.theopennotebook.com/2020/03/02/tipsheet-covering-the-coronavirus-epidemic-effectively-without-spreading-misinformation	2 de marzo de 2020
04. <i>Poynter Institute for the Study of Journalism</i>	How newsrooms can tone down their coronavirus coverage while still reporting responsibly	https://www.poynter.org/reporting-editing/2020/how-newsrooms-can-tone-down-their-coronavirus-coverage-while-still-reporting-responsibly	4 de marzo de 2020
05. <i>Journalists' Resource</i>	Covering Covid-19 and the coronavirus: 5 tips from a Harvard epidemiology professor	https://journalistsresource.org/studies/society/public-health/covid-19-coronavirus-epidemiology	6 de marzo de 2020
06. <i>Red Internacional de Periodistas</i>	Diez consejos para periodistas que cubren el nuevo coronavirus	https://ijn.net.org/es/story/diez-consejos-para-periodistas-que-cubren-el-nuevo-coronavirus	6 de marzo de 2020
07. <i>First Draft</i>	Coronavirus: Responsible reporting and ethics	https://firstdraftnews.org/long-form-article/coronavirus-responsible-reporting-and-ethics	11 de marzo de 2020
08. <i>Ethical Journalism Network</i>	Media ethics, safety and mental health: reporting in the time of Covid-19	https://ethicaljournalismnetwork.org/media-ethics-safety-and-mental-health-reporting-in-the-time-of-covid-19	18 de marzo de 2020
09. <i>Asociación de la Prensa de Madrid</i>	Recopilación de recomendaciones para periodistas que cubren la pandemia	https://www.apmadrid.es/recopilacion-de-recomendaciones-para-periodistas-que-cubren-la-pandemia	30 de marzo de 2020
10. <i>Organización Panamericana de la Salud</i>	Covid-19. Consejos para informar. Guía para periodistas	https://www.paho.org/es/documentos/covid-19-consejos-para-informar-guia-para-periodistas	8 de abril de 2020

4. Resultados

4.1. Análisis de los códigos generales

Los códigos deontológicos generales ofrecen una visión amplia de las directrices éticas que los periodistas y medios de comunicación deben seguir (Bertrand, 2018). Existen diversos códigos internacionales o transnacionales, pero los tres más representativos o de referencia (Aznar, 2005; Alsius, 2010) son:

- *Principios internacionales de ética profesional del periodismo* de la Unesco, aprobados en París en 1983, que cuenta con un total de 10 artículos;
- *Carta mundial de ética para periodistas* de la Federación Internacional de Periodistas, aprobada en el 30 Congreso Mundial de la FIP en Túnez en 2019 y que significaba una revisión de la *Declaración de principios de la FIP sobre la conducta de periodistas* de 1954 o *Declaración de Burdeos*, formada por 16 puntos; y
- *Resolución 1003 sobre ética periodística*, aprobada por el Consejo de Europa en 1993, el documento más extenso de los tres con un total de 38 artículos.

El análisis de los tres textos permite identificar algunos principios de referencia aplicables a la situación de crisis sanitaria actual provocada por la Covid-19, tal y como puede observarse en la tabla 4. De acuerdo con las categorías de análisis propuestas vinculadas a responsabilidad, verdad, libertad, y justicia, existen diversos criterios que pueden relacionarse con estos principios.

- Los puntos que hacen referencia al principio de responsabilidad en los textos analizados son el

Tabla 3. Principios éticos examinados siguiendo la propuesta de Alsius (2010)

1. Principio de responsabilidad
1.1. Primacía de la vida y de la seguridad de las personas
1.1.1. Prioridad de la ayuda humanitaria
1.1.2. Seguridad pública
1.2. Privacidad
1.2.1. Invasión de la intimidad
1.2.2. Protección de los menores
1.2.3. Derecho a la propia imagen
1.2.4. Dolor y sufrimiento
1.3. Materias de especial sensibilidad social
1.3.1. Mal gusto
1.3.2. Alarmismo
2. Principio de verdad
2.1. Rigor informativo
2.1.1. Precisión y exactitud
2.1.2. Conjeturas, especulaciones y rumores
2.1.3. Elección, cita y credibilidad de las fuentes
2.1.4. Contextualización de la información
2.2. Neutralidad valorativa
2.2.1. Separación de información y opinión
2.2.2. Selección de las noticias y criterios de inclusión
2.3. Procedimientos discursivos
2.3.1. Sensacionalismo y espectacularización
3. Principio de justicia
3.2. Tratamiento de grupos sociales desfavorecidos
3.2.1. Racismo y xenofobia
4. Principio de libertad
4.1. Condicionamientos externos y conflictos de interés
4.1.1. Control del poder político
4.1.2. Servidumbres e intereses comerciales

respeto a la privacidad y a las materias de especial sensibilidad social, poniendo especial énfasis en el respeto a la intimidad y a la dignidad humana, así como la apelación a la responsabilidad social de los informadores y a la defensa de los valores democráticos.

- Vinculados al principio de verdad, estos tres textos fundamentales hacen hincapié en la necesidad de adherirse a la realidad objetiva de los hechos y al rigor informativo para fomentar la precisión y la exactitud en la elaboración de noticias y evitar las conjeturas, especulaciones y rumores; la elección, cita y credibilidad de las fuentes y la contextualización de la información así como la neutralidad valorativa y la selección de las noticias y de sus criterios de inclusión; y el cuidado por los procedimientos discursivos utilizados así como evitar el sensacionalismo o la espectacularización.
- En relación con el principio de justicia, en los tres textos seleccionados se indica la necesidad de rechazar informaciones que fomenten prejuicios, racismo o xenofobia.
- Por último, el principio de libertad se materializa por la necesidad de que la labor informativa no se vea influida por condicionamientos externos y conflictos de intereses, en especial el control del poder político, en cualquier circunstancia o contexto.

Tabla 4. Principios tratados en cada código de referencia

Principio deontológico	Unesco	FIP	Consejo de Europa
1. Principio de responsabilidad			
1.2. Privacidad	Artículo 6. Respeto de la vida privada y de la dignidad.	Artículo 8. El periodista respetará la privacidad de las personas.	23. Se respetará el derecho de las personas a su propia vida íntima.
1.3. Materias de especial sensibilidad social	3. Responsabilidad social del periodista. 7. Respeto del interés público. 8. Respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas. 9. Eliminación de la guerra y otras grandes plagas.		34. En lo referente a la defensa de los valores democráticos, nadie debe ser neutral.
2. Principio de verdad			
2.1. Rigor informativo			
2.1.1. Precisión y exactitud 2.1.2. Conjeturas, especulaciones y rumores 2.1.3. Elección, cita y credibilidad de las fuentes 2.1.4. Contextualización de la información	1. Derecho del pueblo a una información verídica 2. Adhesión del periodista a la realidad objetiva	1. Respetar la verdad de los hechos y el derecho del público a conocerla constituye el deber primordial del periodista. 4. El periodista no utilizará métodos desleales para obtener información, imágenes, documentos o datos. 5. La noción de urgencia o inmediatez en la difusión de la información no prevalecerá sobre la verificación de los hechos, las fuentes y/o el ofrecimiento de una respuesta a las personas implicadas.	4. La emisión de noticias debe realizarse con veracidad. 21. El ejercicio del periodismo no debe condicionar ni mediatizar la información veraz o imparcial y las opiniones honestas con la pretensión de crear o formar la opinión pública. 25. En el ejercicio del periodismo el fin no justifica los medios por lo que la información deberá ser obtenida a través de medios legales y éticos.
2.2. Neutralidad valorativa			
2.2.1. Separación de información y opinión 2.2.2. Selección de las noticias y criterios de inclusión		2. De acuerdo con este deber, el periodista defenderá en todo momento el doble principio de la libertad de investigar y de publicar con honestidad la información, la libertad de comentario y de crítica, así como el derecho a comentar equitativamente y a criticar con lealtad. Se asegurará de distinguir claramente la información de la opinión.	
2.3. Procedimientos discursivos		3. El periodista solo informará sobre hechos de los cuales conozca el origen, no suprimirá informaciones esenciales y no falsificará documentos. Será cuidadoso en el uso de los comentarios y documentos publicados en las redes sociales.	
2.3.1. Sensacionalismo y espectacularización			15. (...) ni la calidad de las informaciones u opiniones ni el sentido de las mismas deben estar mediatizadas por las exigencias de aumentar el número de lectores o de audiencia o en función del aumento de los ingresos por publicidad. 30. En el periodismo no se debe confundir lo conflictivo o espectacular con lo importante desde el punto de vista informativo.

3. Principio de justicia			
3.2.1. Racismo y xenofobia		9. El periodista velará para que la difusión de información o de opiniones no contribuya al odio o a los prejuicios y hará todo lo posible por no facilitar la propagación de la discriminación por motivos de origen geográfico, social, racial o étnico, género, orientación sexual, idioma, discapacidad, religión y opiniones políticas.	
4. Principio de libertad			
4.1. Condicionamientos externos y conflictos de interés		11. El periodista se abstendrá de actuar como ayudante de la policía u otros cuerpos de seguridad.	
4.1.1. Control del poder político 4.1.2. Servidumbres e intereses comerciales		14. El periodista no asumirá con ningún interlocutor un compromiso que pueda poner en peligro su independencia como profesional. En cambio, sí respetará las modalidades de difusión que hayan acordado libremente, como en "off", bajo anonimato o mediante embargo, siempre que estos compromisos sean claros e indiscutibles.	9. (...) sin injerencias exteriores, tanto de los poderes públicos como de los sectores privados. 29. En las necesarias relaciones que en el ejercicio del periodismo se mantengan con los poderes públicos o con los sectores económicos, se evitará llegar a una connivencia tal que pueda repercutir en la independencia y la imparcialidad del periodismo.

4.2. Recomendaciones específicas aplicadas a la crisis de la Covid-19

4.2.1. Asian American Journalists Association (AAJA)

<https://www.aaja.org>

El 13 de febrero de 2020, esta organización no gubernamental que reúne a más de 1.500 periodistas de Estados Unidos y Asia publicó una recomendación específica sobre la cobertura de la crisis sanitaria, con lo que se convirtió en la primera organización internacional en emitir un texto aplicado a la crisis provocada por la Covid-19. El documento, titulado "AAJA calls on news organizations to exercise care in coverage of the coronavirus outbreak", gira en torno a tres puntos básicos que apelan a la necesidad del rigor informativo y contexto para evitar especulaciones (principio de verdad) y evitar términos como "el virus de Wuhan", "China coronavirus" o cualquier otra mención a localidades o poblaciones para referirse al virus con el fin de evitar estigmatizaciones (principio de justicia).

4.2.2. Scientific American

<https://www.scientificamerican.com>

El 23 de febrero de 2020, un mes después del primer confinamiento en Wuhan (China) y aún no se habían detectado casos en Estados Unidos, esta publicación especializada en información científica y tecnológica elaboró un primer documento para dar pautas deontológicas a los periodistas sobre la cobertura de la crisis. El texto lleva por título "How to report on the Covid-19 outbreak responsibly" y consta de tres únicos puntos. El primero, dentro del principio de elección, citación y credibilidad de las fuentes, recomienda acudir a expertos y científicos para ofrecer una cobertura completa sobre la crisis sanitaria. Los otros dos puntos están vinculados al principio de responsabilidad y dan prioridad a un periodismo lento que eluda información de última hora y ofrezca información completa y contextualizada.

4.2.3. The Open Notebook

<https://www.theopennotebook.com>

El 2 de marzo de 2020, esta organización estadounidense que ayuda a periodistas científicos a comunicar información científica de forma clara y precisa publicó el documento "Covering the coronavirus epidemic effectively without spreading misinformation". Está firmado por Laura Helmuth, editora de salud y ciencia del diario *The Washington Post* y es expresidenta de la *National Association of Scientific Writers* de los Estados Unidos (<https://www.nasw.org>).

El texto tiene 13 puntos que se centran, principalmente, en cuatro aspectos: dentro del principio de responsabilidad y la primacía de la vida y la seguridad de las personas, se recomienda que los periodistas indiquen a la audiencia la situación de incertidumbre que rodea la cobertura de la crisis. En lo que se refiere al rigor informativo, se señala la necesidad de incluir el contexto en todas las informaciones, definir de forma adecuada los conceptos y desacreditar informaciones falsas. En cuanto a la elección de fuentes informativas, se señala la necesidad de buscar expertos y evitar falsos equilibrios en la elección de fuentes. Por último, vinculado al principio de justicia, señala la importancia de mostrar personal sanitario realizando su trabajo para evitar estigmatizaciones.

4.2.4. Poynter Institute

<https://www.poynter.org>

En el caso del *Poynter Institute* (St. Petersburg, Florida, EUA), fundación y escuela de periodistas que destaca por su énfasis en la deontología y verificación de hechos, el 4 de marzo de 2020 publicó en su web el documento “How newsrooms can tone down their coronavirus coverage while still reporting responsibly”, firmado por Al Tompkins, profesor senior del instituto, y consta de seis puntos que afectan, básicamente, al principio de responsabilidad y verdad. En el primero se indica la necesidad de escoger bien el material publicado para evitar el alarmismo. Dentro del principio de verdad, se recomienda no abusar de los adjetivos para evitar estigmatizaciones o sensacionalismo; y dar contexto a las noticias, por ejemplo, priorizar datos estadísticos sobre la anécdota.

4.2.5. Journalist’s Resource

<https://journalistsresource.org>

El 6 de marzo de 2020, esta iniciativa estadounidense que publica regularmente recomendaciones para informar de forma adecuada de cuestiones científicas complejas, publicó el texto “Covering Covid-19 and the coronavirus: 5 tips from a Harvard epidemiology professor”. Este documento, con cinco puntos básicos sobre la cobertura mediática de la pandemia, ha sido elaborado por la profesora y periodista Denise-Marie Ordway. Ahonda en los principios que protegen la verdad informativa y se centra en dos aspectos concretos: la elección y credibilidad de las fuentes, ya que recomienda elegir bien los expertos consultados. En esta misma dirección, señala la necesidad de seleccionar bien las noticias y tener claros los criterios de inclusión para evitar especulaciones. Para ello se insiste en consultar fuentes expertas autorizadas y contextualizar de forma adecuada las noticias y luchar contra la desinformación.

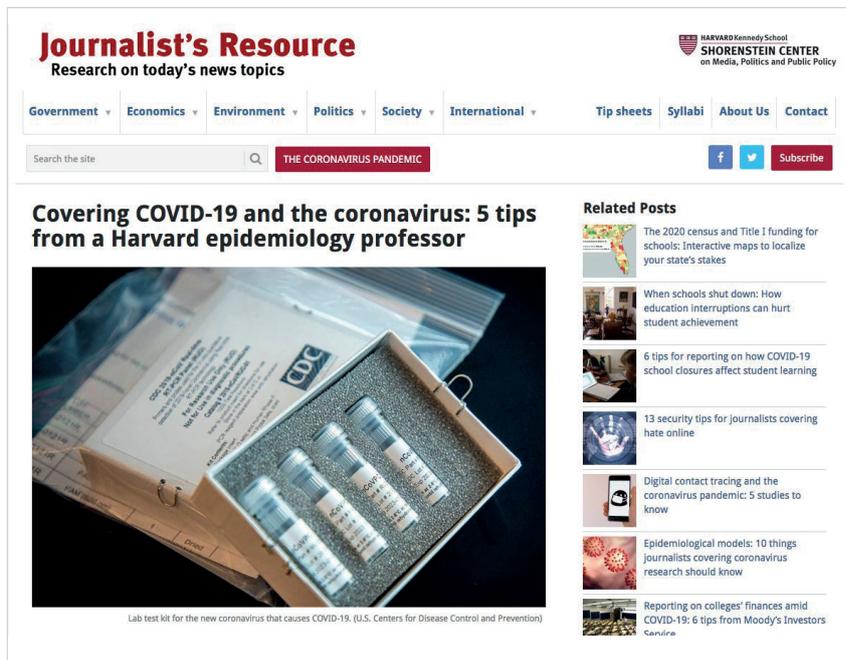


Figura 1. Recomendaciones publicadas en *Journalist’s Resource* (Harvard Kennedy School’s Shorenstein Center - Carnegie-Knight Initiative)

4.2.6. International Journalists’ Network (Ijnet)

<https://ijnet.org/es>

También el 6 de marzo de 2020, este proyecto creado en 1984 en Estados Unidos, publicó el documento titulado “Diez consejos para periodistas que cubren el nuevo coronavirus”, firmado por el periodista y miembro de esta organización Taylor Mulcahey. Este decálogo aborda principalmente tres áreas de actuación deontológica: la responsabilidad periodística, el respeto a la verdad y la no estigmatización. En referencia a la responsabilidad, pone el acento en la necesidad de proteger la intimidad de las víctimas, sobre todo en fotografías o imágenes. Señala que los medios deben realizar un seguimiento responsable de la crisis en función de la evolución del contexto, para garantizar un periodismo responsable y de calidad. Conviene señalar que la mayoría de los ítems



Figura 2. Consejos para informar sobre el coronavirus publicados por la *Red Internacional de Periodistas*

planteados hacen referencia al principio de verdad, ya que el documento exige que se garantice la precisión y la exactitud y elegir fuentes diversas y fiables. Se recomienda cuidar de forma especial los titulares con el fin de que no generen desinformación o sensacionalismo y pide que se eviten las expresiones racistas, como vincular el virus con un país o una nacionalidad.

4.2.7. First Draft

<https://firstdraftnews.org>

Como consecuencia de la pandemia de la Covid-19, esta organización de Reino Unido sin ánimo de lucro formada por universidades, medios y entidades de la sociedad civil, publicó el 11 de marzo de 2020 *Tips for reporting responsibly on Covid-19* para periodistas y elaboraron un documento con 13 recomendaciones. Vinculado al principio de verdad, el documento pide encarecidamente que se evite el lenguaje sensacionalista y recomienda que se tenga especial cuidado en la elección de las fuentes y se consulte con más de un experto para ofrecer distintos puntos de vista. El texto recuerda la necesidad de evitar la publicación de rumores o especulaciones y recomienda incluir datos, mapas y gráficos que aporten contexto y que contribuyan a convertir informaciones complejas en fáciles de asimilar para el público. La comunicación responsable debe prevalecer sobre imágenes o informaciones que puedan generar pánico, alarmismo o alimentar estereotipos y se debe hacer difusión a las recomendaciones que hagan las autoridades sanitarias y las fuentes oficiales.

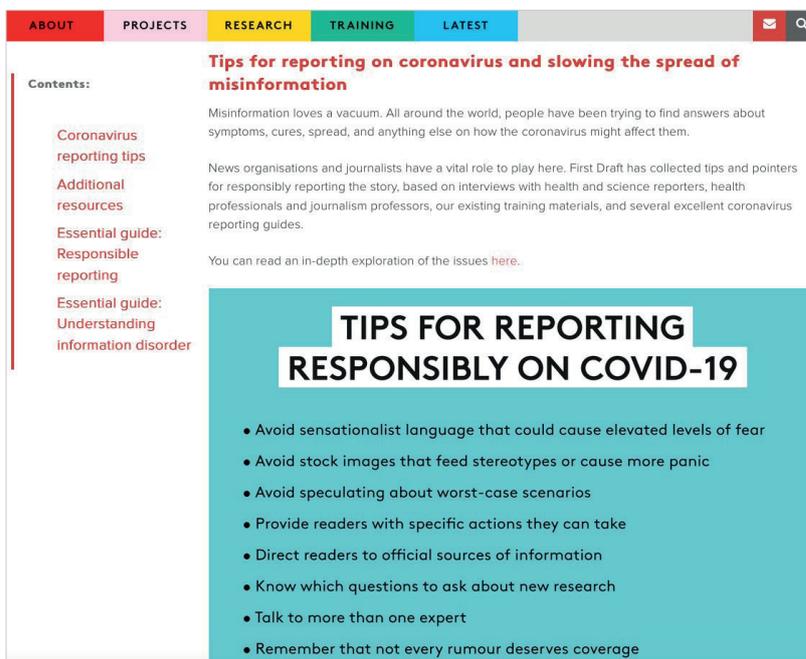


Figura 3. Guías para una cobertura responsable publicadas en *First Draft*

4.2.8. Ethical Journalism Network

<https://ethicaljournalismnetwork.org>

El 18 de marzo esta coalición que trabaja para fomentar un periodismo ético y responsable publicó tres documentos firmados por su directora: Hannah Storm. En el primero explica cómo hacer una cobertura ética; y los otros dos incluyen recomendaciones para que los periodistas estén a salvo y eviten contagios. El texto que incluye observaciones deontológicas señala la necesidad de proteger a las personas afectadas para no vulnerar su derecho a la privacidad, por lo que no se deben publicar imágenes o nombres que pueden identificar a las personas sin su permiso, lo que apela al principio de responsabilidad. El principio de verdad también aparece reflejado recordando que es preciso ser riguroso y hay que evitar los rumores y combatir la desinformación. Coincide con otros textos en recomendar que se busque la opinión de fuentes expertas (científicos, médicos...) pero teniendo en cuenta que su visión puede variar. Se debe dar información con el contexto adecuado para evitar el sensacionalismo y el alarmismo, por ejemplo, pide que se eviten fotos de estantes de supermercados vacíos. Finalmente, y dentro de los principios de justicia, aboga por unas informaciones que eviten los perfiles raciales y las indicaciones de dónde empezó la pandemia para evitar estigmatizaciones xenóforas.

4.2.9. Asociación de la Prensa de Madrid

<https://www.apmadrid.es>

El 30 de marzo de 2020, dos semanas después de que el gobierno de España decretara el Estado de Alarma por la pandemia del coronavirus, esta asociación creada en Madrid en 1895 para defender la libertad de información y expresión y promover un ejercicio profesional responsable y de calidad publicó una "Recopilación de recomendaciones para periodistas que cubren la pandemia". Este documento tiene seis puntos básicos, uno de los cuales hace referencia a la autoprotección de los periodistas para evitar contagios y los otros cinco versan sobre aspectos deontológicos. Las recomendaciones de la APM se sitúan en los principios de responsabilidad y verdad y ponen el acento en la necesidad de realizar una comunicación responsable, que tenga como prioridad la ayuda humanitaria y la seguridad pública, por lo que pide hacer reportajes que sean responsables, equilibrados y que rehúyan el alarmismo. Esto implica reducir el uso de adjetivos, utilizar de forma cuidadosa las fotografías y explicar bien todas las acciones preventivas que se realizan. Reivindica que las noticias que sean precisas y rigurosas, y que los datos prevalezcan sobre las anécdotas. Contactar con expertos es preciso, pero se deben elegir bien e ignorar los hallazgos científicos no validados, ya que no deben publicarse. Los periodistas asimismo precisan de asesores académicos que les ayuden a contrarrestar la desinformación y evitar el *clickbait*.

4.2.10. Organización Panamericana de la Salud (OPS)

<https://www.paho.org/es>

El 8 de abril de 2020, casi un mes después de que el 11 de marzo la *Organización Mundial de la Salud (OMS)* declarara pandemia por coronavirus, esta organización internacional especializada en salud pública de los países del continente americano y que sirve como oficina regional para este continente de la *OMS*, publicaba un extenso documento de 20 páginas titulado “Covid-19. Consejos para informar. Guía para periodistas”. Esta guía se centra en los principios deontológicos de responsabilidad, verdad y justicia. Sobre el principio de responsabilidad, insiste en informar sobre las medidas de protección personal y comunitaria a realizar durante el aislamiento y entender los conceptos básicos de salud. Apuesta por noticias que fomenten la solidaridad y la superación de la enfermedad para garantizar un periodismo responsable, que busque soluciones y valore el trabajo realizado por profesionales de la salud. Apela a preservar la intimidad de las personas, principalmente si son víctimas, personas que han contraído el virus o han perdido a un ser querido y buscar formas innovadoras de cubrir las noticias. La información debe huir del alarmismo a través de imágenes y titulares. Vinculado al principio de verdad, se requiere transmitir hechos veraces y no publicar rumores y luchar contra la desinformación o noticias falsas. Conviene tener nociones básicas de epidemiología para verificar datos y hacer más comprensible el lenguaje especializado. Recomienda informar en todo momento, pero con el contexto necesario: infografías y materiales gráficos, fuentes confiables, verídicas y chequeadas que aporten información pero también reflexión y requiere que los mensajes de las autoridades sanitarias se publiquen en todo momento. Las recomendaciones próximas al principio de justicia piden no estigmatizar a las personas afectadas por la enfermedad, evitar poner el foco en el paciente cero o primer caso de cada país y no vincular la enfermedad con un colectivo o nacionalidad.

4.3. Principios y recomendaciones: perspectiva comparada

El análisis comparativo de los 10 textos seleccionados permite comprobar en qué medida los principios de verdad, libertad, responsabilidad y justicia están presentes en las recomendaciones publicadas. Lo primero que cabe señalar del análisis es que, en algunos casos, los documentos examinados abordan cuestiones amplias sobre algunos de los principios señalados; en la mayoría de ocasiones, se profundiza en algún aspecto concreto (ver tabla 5). Se detecta, en primer lugar, que el rigor informativo es una de las cuestiones a la que más espacio se le dedica, ocho de los once textos analizados la mencionan,

Tabla 5. Principios referenciados en cada texto o recomendación

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	Total
1. Principio de responsabilidad											
1.1. Primacía de la vida y de la seguridad de las personas		X									1
1.1.1. Prioridad de la ayuda humanitaria									X	X	3
1.1.2. Seguridad pública			X								
1.2. Privacidad								X		X	2
1.2.1. Invasión de la intimidad											
1.2.2. Protección de los menores						X		X		X	3
1.2.3. Derecho a la propia imagen											
1.2.4. Dolor y sufrimiento											
1.3. Materias de especial sensibilidad social										X	1
1.3.1. Mal gusto				X			X		X	X	4
1.3.2. Alarmismo											
2. Principio de verdad											
2.1. Rigor informativo											
2.1.1. Precisión y exactitud	X		X	X		X	X	X	X	X	8
2.1.2. Conjeturas, especulaciones y rumores											
2.1.3. Elección, cita y credibilidad de las fuentes		X	X		X	X	X	X	X	X	8
2.1.4. Contextualización de la información											
2.2. Neutralidad valorativa											
2.2.1. Separación de información y opinión											
2.2.2. Selección de las noticias y criterios de inclusión					X						1
2.3. Procedimientos discursivos						X		X		X	3
2.3.1. Sensacionalismo y espectacularización							X	X	X	X	4
3. Principio de justicia											
3.2. Tratamiento de grupos sociales desfavorecidos			X							X	2
3.2.1. Racismo y xenofobia	X					X		X			3
4. Principio de libertad											
4.1. Condicionamientos externos y conflictos de interés											
4.1.1. Control del poder político											
4.1.2. Servidumbres e intereses comerciales											

y prestan especial atención a la precisión y la exactitud a la hora de informar y la necesidad de evitar rumores y especulaciones. Los riesgos que puede implicar para la salud la publicación de datos imprecisos o desinformación (Brennen *et al.*, 2020; Pérez-Dasilva *et al.*, 2020; Pulido *et al.*, 2020; Sánchez-Duarte; Magallón-Rosa, 2020), así como la novedad que supone la crisis provocada por la Covid-19 puede explicar la elevada presencia de recomendaciones vinculadas al principio de verdad. En este mismo sentido, ocho de los documentos elegidos inciden en la necesidad de elegir bien las fuentes consultadas y proporcionar contexto a las informaciones; y cuatro recomiendan de forma explícita evitar el sensacionalismo. El de responsabilidad es el segundo principio más reiterado en las recomendaciones analizadas y se concreta en la necesidad de preservar la primacía de la vida y la seguridad, el respeto a la intimidad y evitar el alarmismo. Asimismo, se precisa de una información responsable, que tenga en cuenta el sufrimiento y el miedo, y trabaje para disipar estos sentimientos. El principio de justicia que, por un lado, implica la no estigmatización de colectivos socialmente desfavorecidos (en este caso, de personas que han contraído el virus) solo aparece en dos ocasiones; la necesidad de evitar cualquier expresión de

Tabla 6. Principios referenciados en cada texto o recomendación

Principios éticos fundamentales examinados	
1. Principio de responsabilidad	01. La información es un bien público y el periodismo, una profesión de servicio público. En situaciones de crisis se debe actuar todavía con más responsabilidad y dar información es sinónimo de dar tranquilidad. Priorizar el periodismo reposado y a pesar de que la situación mejore, no debe abandonarse la cobertura.
1.1. Primacía de la vida y de la seguridad de las personas	02. Fomentar las medidas de protección personal y comunitaria en la cobertura. 03. Aportar sugerencias sobre actividades a realizar durante el aislamiento. 04. Divulgar acciones que promuevan la solidaridad. 05. Ayudar a la ciudadanía a comprender que las medidas de distanciamiento social se pueden prolongar. 06. Buscar formas innovadoras para realizar entrevistas evitando el contacto directo con personas víctimas o en cuarentena. 07. Informar sobre los avances médicos.
1.1.1. Prioridad de la ayuda humanitaria	08. Reflejar el trabajo que el personal sanitario realiza. 09. Informar sobre las historias de superación de la enfermedad. 10. Explicar de forma simple los conceptos de salud pública difíciles de entender para el público general. 11. Realizar historias para dar visibilidad a los colectivos socialmente más vulnerables.
1.1.2. Seguridad pública	12. Las tareas de emergencia y auxilio tienen prioridad por encima de la información. 13. Divulgar recomendaciones de las autoridades sanitarias y las medidas tomadas para contener o mitigar la propagación de la enfermedad. Promover contenidos sobre las medidas básicas de prevención y protección para los distintos grupos de la población, sobre todo para la gente más vulnerable y de mayor riesgo. 14. Evitar congregarse fuera de los centros de salud, residencias y no entrar en zonas restringidas.
1.2. Privacidad	15. Las personas sobre las que informamos tienen derecho a la privacidad y a la confidencialidad. Se respetará este derecho especialmente en el caso de pacientes. 16. Se debe evitar el sufrimiento de las personas a entrevistar. Dejar a las víctimas decidir dónde ser entrevistadas. Se debe tener la certeza que la víctima entiende el propósito de nuestra entrevista y nos da su consentimiento, se le informa sobre dónde se publicará y con qué intención.
1.2.1. Invasión de la intimidad	17. Si es necesario proporcionar datos sobre víctimas será a partir de informaciones probadas y precisas. No aventurar relaciones de víctimas hasta que no sean datos oficiales. 18. Se debe ser empático, paciente y flexible con las víctimas: entrevistar una persona que ha sufrido un trauma requiere tiempo.
1.2.3. Derecho a la propia imagen	19. No se identificarán nombres, imágenes o cualquier material sin el permiso de la persona afectada. Se evitará revelar la identidad o proporcionar información personal detallada de pacientes o afectados sin su consentimiento. 20. Contar con información visual es importante, pero debe tratarse de manera responsable.
1.2.4. Dolor y sufrimiento	21. En el tratamiento informativo de los asuntos que medien elementos de dolor y aflicción, el periodista evitará la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias. 22. Las restricciones sobre intromisiones a la intimidad deberán observarse con especial cuidado cuando se trate de personas ingresadas en centros hospitalarios o residencias. 23. Prestar debida consideración a las personas que han perdido un familiar.
1.3. Materias de especial sensibilidad social	24. En la defensa de los valores democráticos, nadie debe ser neutral. 25. Se debe informar con pasión, no con temor.
1.3.2. Alarmismo	26. Evitar el uso de fotografías o imágenes que pueden generar estigma o provocar miedo. Las imágenes se deben escoger con cuidado. 27. Evitar dar voz a los que desde el desconocimiento o la desinformación aportan confusión, ansiedad y miedo. 28. Ser conscientes de los efectos que puede tener la publicación de ciertas noticias. Se debe evitar alimentar el miedo y la estigmatización. La información debe contribuir a derrumbar mitos de la enfermedad y a divulgar las acciones preventivas. 29. Limitar el número de adjetivos calificativos sobre la enfermedad (ej. enfermedad mortal). 30. Ser cauto sobre la emisión de imágenes de personas utilizando máscaras.
2. Principio de verdad	31. El primer compromiso ético del periodista es con la verdad. Respetar la verdad de los hechos y el derecho del público a conocerla constituye el deber primordial del periodista. La transmisión de la información debe realizarse con veracidad.
2.1. Rigor informativo	32. Transmitir hechos e informaciones veraces sobre la enfermedad, no miedos. 33. Para informar se deben conocer los fundamentos básicos de la epidemiología y saber qué preguntas se deben realizar. 34. Se debe informar siempre, incluso en la incertidumbre, pero con lo que se sabe.

2.1.1. Precisión y exactitud	35. El compromiso con la información exacta y precisa debe extremarse en situaciones de crisis y emergencias. 36. Ayudar a que la información o jerga médica sea comprensible para el público. 37. Aportar información veraz sobre dónde buscar ayuda o atención médica. 38. Las historias con datos son más precisas que las historias anecdóticas. 39. No todas las cifras son precisas.
2.1.2. Conjeturas, especulaciones y rumores	40. Ningún rumor o especulación merece cobertura. Hay mucha desinformación en situaciones de brotes y crisis que el periodista debe combatir y no propagar. Se deben evitar los perjuicios generados por informaciones sin suficiente fundamento. 41. Si se difunde un dato no confirmado, que no ocupe el titular. 42. No propagar teorías falsas o sin sustento científico. Cuidado en citar hallazgos publicados en artículos científicos si no han sido publicados o están en proceso de evaluación.
2.1.3. Elección, cita y credibilidad de las fuentes	43. La noción de urgencia o inmediatez en la difusión de la información no prevalecerá sobre la verificación de los hechos y las fuentes. 44. Recurrir a fuentes confiables, verídicas, científicas y contrastadas. Es importante dar voz a investigadores, sanitarios, académicos y especialistas que están en primera línea, pero se deben seleccionar cuidadosamente para distinguir los que saben con certeza de los que creen que es cierto lo que dicen, pero no lo han demostrado. Dar voz también a enfermeras porque el periodismo tiende a promocionar la visión de los hombres cuando ellas tienen mucho acceso a información. 45. Proveerse de fuentes expertas que ayuden al periodista a medir la relevancia periodística de nuevos hallazgos médicos para evitar que se propague la desinformación. Cuidado con fuentes que se creen expertas y no lo son. 46. Proporcionar al público recursos e información veraz de fuentes autorizadas y creíbles. 47. Comprobar las historias surgidas en las redes sociales antes de publicarlas.
2.1.4. Contextualización de la información	48. Trascender los números de casos y muertos y contribuir a poner contexto y a dar consejos para la salud. 49. Incluir la fuente de los datos y el contexto en mapas y gráficos.
2.2. Neutralidad valorativa	50. El periodista debe investigar y publicar con honestidad la información relevante, comentar equitativamente y generar crítica con lealtad, también en situaciones de emergencia.
2.2.2. Selección de las noticias y criterios de inclusión	51. No publicar sobre hechos sobre los que no se conozca el origen de la información, sin falsificar datos ni omitir información.
2.3. Procedimientos discursivos	52. Incluir material visual (infografías, gráficos...) en la cobertura por ser instrumentos que permiten explicar mejor temas complejos. 53. Ser cuidadoso cuando se muestren mapas sobre la distribución de la pandemia. Se debe dar siempre el contexto necesario y las fuentes.
2.3.1. Sensacionalismo y espectacularización	54. Ser realista a la hora de informar. No ser alarmista ni sensacionalista ni dramatizar la información. 55. Evitar los titulares o el uso de imágenes para atraer audiencia. La información no puede estar mediatizada por las exigencias de aumentar el número de lectores. 56. Evitar la espectacularización de la información. Evitar frases hechas y adjetivos que dramaticen. Evitar el uso del zoom, planos o recursos que espectacularicen o imágenes que generen pánico o ansiedad. No confundir lo conflictivo o espectacular con lo importante desde el punto de vista informativo. 57. Contrastar y editar las imágenes de ciudadanos colgadas en redes.
2.4. Procedimientos engañosos en la obtención de la información	58. La información, datos o imágenes se obtendrán siempre con métodos legales, lícitos y éticos. El fin no justifica los medios.
3. Principio de justicia	
3.1. Imparcialidad	
3.1.1. Inclusión de los diferentes puntos de vista	59. No confiar ciegamente en ninguna fuente. Consultar tantas fuentes como sea posible. Se debe tener en cuenta que el criterio científico cambia con frecuencia, por lo que es recomendable hablar con más de un experto.
3.2. Tratamiento de grupos sociales desfavorecidos	60. No amplificar la estigmatización de las personas afectadas por la enfermedad. Se aconseja hablar de "las personas que tienen la Covid-19" en lugar de "los casos" o "las víctimas". Es mejor hablar de personas que "adquieren" o "contraen" el virus, en lugar de personas "que propagan el virus" o que "infectan a otros". 61. Ser muy cuidadoso en el uso de las palabras porque pueden tener connotaciones negativas que alimenten estigmatización hacia colectivos. 62. No centrar la atención informativa solamente en los grupos de mayor riesgo.
3.2.1. Racismo y xenofobia	63. Evitar perfiles raciales cuando se habla de la enfermedad. No propagar nombres incorrectos sobre el virus centrados en países o ciudades. Evitar centrar la información en el 'paciente cero' o en el país o países de origen de la enfermedad. Hacerlo refuerza la estigmatización.
4. Principio de libertad	
4.1. Condicionamientos externos y conflictos de interés	
4.1.1. Control del poder político	64. El periodista se abstendrá de actuar como ayudante de la policía u otros cuerpos de seguridad. 65. Corresponde al periodista velar por el cumplimiento por parte de las administraciones públicas de su obligación de transparencia, también en situaciones de crisis o estados de alarma. 66. Las normas necesarias para controlar la pandemia no son excusa para limitar el derecho a una información libre.

racismo solo se menciona en tres ocasiones. En este último caso, cabe destacar que es el documento de la *Asian American Journalists Association* es el que más lo enfatiza. Finalmente, y a diferencia de los tres códigos transnacionales de referencia también analizados, no hay mención alguna a items relacionados con el principio de libertad.

Del análisis comparado de los 10 textos específicos con recomendaciones para la cobertura de la crisis de la Covid-19 y los tres códigos deontológicos generales, se puede extraer un total de 66 indicaciones concretas para medios y periodistas (ver tabla 6) sobre cómo realizar una cobertura ética y responsable en la situación de crisis actual.

Tabla 7. Propuesta de recomendaciones para una cobertura ética y responsable

Recomendaciones para la cobertura de una pandemia o crisis sanitaria
Principios de responsabilidad y libertad
<p>1. Se debe actuar con responsabilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La garantía del derecho a la información prevalece sobre las tareas de emergencia y auxilio. - La información proporcionada por los medios debe ofrecer tranquilidad a la audiencia. - Las normas de control de la pandemia no sirven para limitar el derecho a una información libre. - El periodista no puede actuar como ayudante de la policía u otros cuerpos de seguridad. - El periodista debe velar para que las administraciones públicas cumplan con su obligación de ser transparentes en situaciones de crisis o estados de alarma.
<p>2. Es preciso fomentar las medidas de protección personal y comunitaria en la cobertura.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se recomienda buscar formas innovadoras para realizar entrevistas con el fin de evitar el contacto directo con personas víctimas o en cuarentena. - Hay que evitar congregarse fuera de los centros de salud, residencias y no entrar en zonas restringidas.
<p>3. El periodista debe explicar conceptos de salud pública de forma comprensible para el público general.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es necesario hacer comprender a la ciudadanía que las medidas de distanciamiento social se pueden prolongar. - Se recomienda divulgar las recomendaciones de las autoridades sanitarias y las medidas tomadas para contener o mitigar la propagación de la enfermedad. - Se debe publicar información veraz sobre cómo buscar ayuda o atención médica.
Principio de verdad
<p>4. Es necesario respetar la verdad de los hechos y el derecho del público a conocerla.</p> <ul style="list-style-type: none"> - En situaciones de crisis y emergencia hay que preservar el compromiso con la información exacta y precisa. - Se debe trascender el número de contagios y fallecidos y contribuir a poner contexto en la información.
<p>5. Es deseable consultar el máximo número posible de fuentes confiables, científicas y contrastadas, pero es preciso seleccionarlas cuidadosamente para distinguir lo que se sabe con certeza de lo que no está demostrado.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se desaconseja confiar ciegamente en ninguna fuente. - Se debe tener en cuenta que el criterio científico cambia con frecuencia y que en el ámbito científico, académico y sanitario también existen distintas visiones. - Se recomienda dar voz al personal sanitario de los dos géneros para contrarrestar el alto número de fuentes utilizadas de género masculino.
<p>6. Es preciso conocer los fundamentos básicos de la epidemiología para medir la relevancia de nuevos hallazgos médicos y evitar la desinformación y las noticias falsas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se recomienda publicar información en la que hay un adecuado equilibrio entre datos e historias anecdóticas. - Es aconsejable publicar material visual (infografías, gráficos) ya que permiten explicar mejor temas complejos.
<p>7. No se recomienda publicar información de la que no se conozca su origen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ningún rumor o especulación merece cobertura y el periodista debe combatir la desinformación en situaciones de brotes y crisis. - Es necesario evitar la publicación de teorías falsas o sin sustento científico. - Se deben evitar los perjuicios generados por informaciones sin suficiente fundamento. - Los datos no confirmados no pueden aparecer en el titular de las informaciones.
<p>8. Es preciso verificar y editar las historias o imágenes difundidas en las redes sociales antes de publicarlas.</p>
<p>9. En situaciones de emergencia es necesario investigar y publicar con honestidad la información relevante, comentar equitativamente y generar crítica.</p>
<p>10. Se debe ser realista a la hora de informar y evitar ser alarmista, sensacionalista o dramatizar la información con el objetivo de atraer audiencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se aconseja evitar frases hechas y adjetivos que dramaticen. - No es recomendable el uso del zoom, planos o recursos que espectacularicen o imágenes que generen pánico o ansiedad. - No debe confundirse lo conflictivo o espectacular con lo importante desde el punto de vista informativo.
<p>11. Es fundamental obtener la información, datos o imágenes con métodos legales, lícitos y éticos.</p>
Principio de justicia
<p>12. Se recomienda no amplificar la estigmatización de las personas afectadas por la enfermedad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es preciso ser cuidadoso con el uso de palabras que tengan connotaciones negativas y alimenten estigmatización hacia colectivos. - Se aconseja utilizar "las personas que tienen la Covid-19" en lugar de "los casos" o "las víctimas". - Se considera preferible hablar de personas que "adquieren" o "contraen" el virus, en lugar de personas "que propagan el virus" o "infectan a otros".
<p>13. Es preciso que la atención informativa no se centre únicamente en los grupos de mayor riesgo y se recomienda informar sobre historias de superación de la enfermedad. Resulta necesario dar visibilidad a los colectivos socialmente más vulnerables.</p>
<p>14. Se debe evitar hablar de perfiles raciales relacionados con la Covid-19</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es recomendable no propagar nombres incorrectos sobre el virus centrados en países o ciudades. - La información no debe centrarse en el 'paciente cero' o en el país o países de origen de la enfermedad, ya que esto puede reforzar la estigmatización. - Cuando se muestran mapas sobre la distribución de la pandemia es necesario proporcionar contexto e indicar las fuentes consultadas.

Tomando como punto de partida las indicaciones de los códigos de referencia a nivel transnacional y de las guías propuestas por las diez organizaciones analizadas, se procede a presentar una propuesta que, siguiendo la clasificación de principios deontológicos elaborada por **Alsius** (2010), sintetiza en 14 puntos las recomendaciones más destacadas de los códigos analizados. Si se presta atención a la presentación de las recomendaciones

(ver tabla 7), los puntos 1-3 corresponden a principios relacionados con la responsabilidad de los medios y la libertad; los puntos 4-11 corresponden al principio de verdad; y los puntos 12-14 corresponden al principio de justicia. Esta propuesta recoge, ordena y sintetiza las principales recomendaciones que aparecen en los códigos analizados.

5. Conclusiones

En un escenario marcado por las dificultades económicas, la precarización de la práctica periodística y la crisis de credibilidad de los medios (**Fengler et al.**, 2015; **Hanitzsch et al.**, 2018), la orientación de los profesionales hacia la autorregulación, uno de los componentes básicos de la rendición de cuentas, adquiere un valor fundamental. Los códigos deontológicos son instrumentos de autorregulación con una larga trayectoria y capacidad de establecer los valores y pautas de comportamiento profesional (**Alsius**, 2010; **Bertrand**, 2018; **Wilkins**; **Christians**, 2020). Las situaciones de crisis, como la vivida actualmente con la Covid-19, están marcadas por la incertidumbre, la rapidez de los flujos informativos y la expansión de prácticas sensacionalistas y de desinformación, y en ellas los documentos de autorregulación adquieren un valor de primera magnitud. Este trabajo presenta las recomendaciones publicadas por diversas plataformas y organismos independientes desde el inicio de la presente crisis para ayudar a los profesionales de la información a realizar una cobertura responsable. Estas recomendaciones complementan y amplían prescripciones ya existentes en los principales códigos transnacionales, promulgadas por instituciones de referencia como la *Unesco*, la *Federación Internacional de Periodistas* y el *Consejo de Europa*.

En el contexto actual resulta imprescindible que los periodistas reciban pautas claras sobre cómo afrontar la cobertura presente y futura de la Covid-19 u otras crisis sanitarias. Es por ello que las recomendaciones presentadas como síntesis del análisis del conjunto de códigos estudiados (tabla 7) tienen el objetivo de garantizar una cobertura responsable pero no de manera teórica, ya que el propósito es que lleguen a los profesionales de la información y les guíen en su labor de desarrollar una cobertura ética. La cobertura de la pandemia puede ser entendida desde los medios de comunicación como una oportunidad para recuperar la confianza de la audiencia y responder a la necesidad de un periodismo fiable y responsable.

Como instrumento de autorregulación, la propuesta actual permite resolver dudas y enfocar el trabajo periodístico hacia la excelencia profesional. En el entorno educativo, estas recomendaciones se añaden al abanico de recursos de que disponen las facultades de comunicación para formar a los estudiantes en la realización de una tarea informativa responsable en momentos de crisis (**Auman**; **Stos**; **Burch**, 2020). Es por ello que se presenta como una herramienta útil para la formación de los nuevos periodistas.

Los resultados del presente trabajo se suman al conjunto de investigaciones que ahondan en el comportamiento ético de los medios de comunicación nacionales e internacionales durante la crisis de la Covid-19. La cobertura realizada por medios de comunicación en múltiples plataformas (prensa escrita, prensa online, radio, televisión y redes sociales) puede ser analizada con las recomendaciones deontológicas presentadas con el fin de determinar la calidad de la información periodística publicada.

Este trabajo se ha centrado en los documentos aparecidos en los primeros meses de la pandemia (febrero-abril 2020) lo que supone una limitación a la investigación; en futuros trabajos se debería monitorizar el surgimiento de nuevas recomendaciones que complementen y amplíen las prescripciones analizadas en el presente análisis. El conocimiento obtenido a través de futuras investigaciones puede contribuir de forma decisiva a la reflexión y a la toma de decisiones en los ámbitos académico y profesional.

6. Referencias

Alexander, Jeffrey C.; Breese, Elisabeth-Butler; Luengo, María (eds.) (2016). *The crisis of journalism reconsidered*. New York: Cambridge University Press. ISBN: 978 1 107 08525 1

Almiron, Núria (2009). "Grupos privados propietarios de medios de comunicación en España: principales datos estructurales y financieros". *Communication & society*, v. 22, n. 1, pp. 243-263. <https://hdl.handle.net/10171/8622>

Alsius, Salvador (ed.) (2010). *The ethical values of journalists: field research among media professionals in Catalonia*. Barcelona: Lexikon. ISBN: 978 84 393 8346 8

En situaciones de crisis –marcadas por la incertidumbre, la rapidez de los flujos informativos y la expansión de prácticas vinculadas al sensacionalismo y la desinformación–, los documentos de autorregulación adquieren un valor fundamental

Una pandemia puede ser una oportunidad para los medios de comunicación de desarrollar una cobertura ajustada a los criterios deontológicos de responsabilidad, verdad, justicia y libertad

- Andreu-Sánchez, Celia; Martín-Pascual, Miguel-Ángel** (2020). "Fake images of the SARS-CoV-2 coronavirus in the communication of information at the beginning of the first Covid-19 pandemic". *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290309. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.09>
- Auman, Ann; Stos, Susan; Burch, Elizabeth** (2020). "Ethics without borders in a digital age". *Journalism & mass communication educator*, v. 75, n. 1, pp. 9-15. <https://doi.org/10.1177/1077695820901941>
- Aznar, Hugo** (2005). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona: Paidós. ISBN 84 493 1685 5
- Bardoel, Jo L.; D'Haenens, Lee** (2004). "Media responsibility and accountability: New conceptualizations and practices". *Communications*, v. 29, n. 1, pp. 5- 25. <https://doi.org/10.1515/comm.2004.007>
- Bertrand, Claude-Jean** (ed.) (2018). *Media ethics and accountability systems*. New York: Routledge. ISBN: 1 56000 420 7
- Biernacki, Patrick; Waldorf, Dan** (1981). "Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling". *Sociological methods & research*, v. 10, n. 2, pp. 141-163. <https://doi.org/10.1177/004912418101000205>
- Brennen, J. Scott; Simon, Felix; Howard, Philip N.; Nielsen, Rasmus-Kleis** (2020). *Types, sources, and claims of Covid-19 misinformation*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>
- Brickman-Bhutta, Christine** (2012). "Not by the book: Facebook as a sampling frame". *Sociological methods & research*, v. 41, n. 1, pp. 57-88. <https://doi.org/10.1177/0049124112440795>
- Bryman, Alan** (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford: Oxford University Press. ISBN: 978 0 199689453
- Casero-Ripollés, Andreu** (2010). "Prensa en internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia". *El profesional de la información*, v. 19, n. 6, pp. 595-601. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov05>
- Casero-Ripollés, Andreu** (2020). "Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak". *El profesional de la información*, v. 29, n. 2, e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Christians, Clifford; Nordenstreng, Kaarle** (2004). "Social responsibility worldwide". *Journal of mass media ethics*, v. 19, n. 1, pp. 3-28. https://doi.org/10.1207/s15327728jmme1901_2
- Cooper, Tom** (1990). "Comparative international media ethics". *Journal of mass media ethics*, v. 5, n. 1, pp. 3-14. https://doi.org/10.1207/s15327728jmme0501_1
- Duncan, Sallyanne** (2019). "The ethics". In: Healey, Jo. *Trauma reporting: A journalist's guide to covering sensitive stories*. New York: Routledge, pp. 186-198. ISBN: 978 1 138 48 209 8
- Evers, Huub** (2012). "The news ombudsman: Lightning rod or watchdog?". *Central European journal of communication*, v. 5, n. 2, pp. 224-242. <https://cejc.ptks.pl/Volume-5-No-2-9-Fall-2012/The-news-ombudsman-Lightning-rod-or-watchdog>
- Fengler, Susanne** (2019). "Accountability in journalism". In: Vos, Tim; Hanusch, Folker (eds.). *The international encyclopedia of journalism studies*. Hoboken, New Jersey: Wiley-Blackwell, pp. 1-8. ISBN: 978 1 118841679 <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0078>
- Fengler, Susanne; Eberwein, Tobias; Alsius, Salvador; Baisnée, Olivier; Bichler, Klaus; Dobek-Ostrowska, Boguslawa; Evers, Huub; Glowacki, Michal; Groenhart, Harmen; Harro-Loit, Halliki; Heikkilä, Heikki; Jempson, Mike; Karmasin, Matthias; Lauk, Epp; Lönnendonker, Julia; Mauri, Marcel; Mazzoleni, Gianpietro; Pies, Judith; Porlezza, Colin; Powell, Wayne; Radu, Raluca; Rodríguez-Martínez, Ruth; Russ-Mohl, Stephan; Schneider-Mombaur, Laura; Splendore, Sergio; Väliverronen, Jari; Vera-Zambrano, Sandra** (2015). "How effective is media self-regulation? Results from a comparative survey of European journalists". *European journal of communication*, v. 30, n. 3, pp. 249-266. <https://doi.org/10.1177/0267323114561009>
- Fengler, Susanne; Eberwein, Tobias; Mazzoleni, Gianpietro; Porlezza, Colin; Russ-Mohl, Stephan** (2014). *Journalists and media accountability. An international study of news people in the digital age*. New York: Peter Lang. ISBN: 978 1 433122811
- Figueras-Maz, Mònica; Mauri-Ríos, Marcel; Alsius, Salvador; Salgado-De-Dios, Francesc** (2012). "La precariedad te hace dócil: Problemas que afectan a la profesión periodística". *El profesional de la información*, v. 21, n. 1, pp. 70-75. <https://doi.org/10.3145/epi.2012.ene.09>

- González, Francisca-Greene; Lecaros, María-José** (2020). "The concept of self-regulation and the ethics council of the media federation of Chile". *Journal of information, communication and ethics in society*.
<https://doi.org/10.1108/JICES-11-2019-0127>
- Goodman, Leo A.** (1961). "Snowball sampling". *Annals of mathematical statistics*, v. 32, n. 1, pp. 148-170.
<https://doi.org/10.1214/aoms/1177705148>
- Hanitzsch, Thomas; Van-Dalen, Arjen; Steindl, Nina** (2018). "Caught in the nexus: A comparative and longitudinal analysis of public trust in the press". *The international journal of press/politics*, v. 23, n. 1, pp. 3-23.
<https://doi.org/10.1177/1940161217740695>
- Herrscher, Roberto** (2002). "A universal code of journalism ethics: Problems, limitations, and proposals". *Journal of mass media ethics*, v. 17, n. 4, pp. 277-289.
https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1704_03
- Himmelboim, Itai; Limor, Yehiel** (2008). "Media perception of freedom of the press: A comparative international analysis of 242 codes of ethics". *Journalism*, v. 9, n. 3, pp. 235-265.
<https://doi.org/10.1177/1464884907089007>
- Maciá-Barber, Carlos** (2020). "Covid-19 en portada: radiografía ética de la cobertura fotográfica de la pandemia en España". *Revista española de comunicación en salud*, Suplemento 1, pp. 42-58.
<https://doi.org/10.20318/recs.2020.5435>
- Maier, Scott R.** (2014). "Foreword". In: Fengler, Susanne; Eberwein, Tobias; Mazzoleni, Gianpetro; Porlezza, Colin; Russ-Mohl, Stephan (2014). *Journalists and media accountability. An international study of news people in the digital age*. New York: Peter Lang, pp. 1-6. ISBN: 978 1 433122811
- Masip, Pere; Aran-Ramspon, Sue; Ruiz-Caballero, Carlos; Suau, Jaume; Almenar, Ester; Puertas-Graell, David** (2020). "Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo". *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290312.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>
- Mauri-Ríos, Marcel; Marcos-García, Silvia; Zuberogoitia-Espilla, Aitor** (2020). "Analysis of professional perceptions relating to the effectiveness of codes of ethics for journalists in Spain". *Journal of information, communication and ethics in society*, v. 18, n. 4, pp. 511-528.
<https://doi.org/10.1108/JICES-11-2019-0123>
- OMS** (2020). *Rolling updates on coronavirus disease (Covid-19)*, February 2.
<https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>
- Pérez-Dasilva, Jesús-Ángel; Meso-Ayerdi, Koldobika; Mendiguren-Galdospín, Terese** (2020). "Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter". *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290308.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>
- Pritchard, David-Hemmings** (ed.) (2000). *Holding the media accountable: Citizens, ethics, and the law*. Bloomington: Indiana University Press. ISBN: 978 0 253213570
- Pulido, Cristina M.; Villarejo-Carballido, Beatriz; Redondo-Sama, Gisela; Gómez, Aitor** (2020). "Covid-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information". *International sociology*, v. 35, n. 4, pp. 377-392.
<https://doi.org/10.1177/0268580920914755>
- Ramon-Vegas, Xavier; Mauri-Ríos, Marcel; Alcalá-Anguiano, Fabiola** (2016). "Transparencia informativa, autorregulación y participación del público: Mural.com, Rue89.com y TexasTribune.org". *Comunicación y sociedad*, n. 25, pp. 101-125.
<https://doi.org/10.32870/cys.v0i25.4423>
- Ramon-Vegas, Xavier; Mauri-Ríos, Marcel; Díaz-Campo, Jesús** (2020). "Instrumentos de rendición de cuentas impulsados por los medios de comunicación: percepción de los periodistas y ciudadanos españoles". *Revista de comunicación*, v. 19, n. 1, pp. 221-241.
<https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A13>
- Real-Rodríguez, Elena** (2018). "La profesión periodística ante sus retos éticos: Autorregulación profesional y comunicativa frente a regulación. La situación en España". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 24, n. 1, pp. 341-360.
<https://doi.org/10.5209/ESMP.59954>
- Reig, Ramón** (2015). *Crisis del sistema, crisis del periodismo*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978 84 9784 911 1

Ricketson, Matthew; Dodd, Andrew; Zion, Lawire; Winarnita, Monika (2020). "‘Like being shot in the face’ or ‘I’m glad I’m out’: Journalists’ experiences of job loss in the Australian media industry 2012-2014". *Journalism studies*, v. 21, n. 1, pp. 54-71.

<https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1627899>

Ruiz-Olabuénaga, José-Ignacio; Aristegui, Iratxe; Melgosa, Leire (1998). *Cómo elaborar un proyecto de investigación social*. Bilbao: Universidad de Deusto. ISBN: 978 84 74855470

Salaverría, Ramón; Buslón, Nataly; López-Pan, Fernando; León, Bienvenido; López-Goñi, Ignacio; Erviti, María-Carmen (2020). "Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19". *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290315.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>

Sánchez-Duarte, José-Manuel; Magallón-Rosa, Raúl (2020). "Infodemia y Covid-19. Evolución y viralización de informaciones falsas en España". *Revista española de comunicación en salud*, n. S1, pp. 31-41.

<https://doi.org/10.20318/recs.2020.5417>

Sherwood, Merryn; O'Donnell, Penny (2018). "Once a journalist, always a journalist? Industry restructure, job loss and professional identity". *Journalism studies*, v. 19, n. 7, pp. 1021-1038.

<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1249007>

Wilkins, Lee; Christians, Clifford (eds.) (2020). *The routledge handbook of mass media ethics*. New York: Routledge. ISBN: 978 1 138 68132 3

Dialnet Visibilidad para la producción científica en español

Buscar documentos
Buscar revistas

REVISTAS 9.618 DOCUMENTOS 4.928.574 ALERTAS 28.860.455 USUARIOS 1.552.740 TESIS 45.101

dialnet.unirioja.es

Fundación Dialnet info@fundacióndialnet.es

UNIVERSIDAD DE LA RIOJA