

Ética periodística y Covid-19: análisis de contenido de los códigos deontológicos

Ética jornalística e Covid-19: análise de conteúdo de códigos deontológicos (resumo: p. 18)

Journalistic ethics and Covid-19: an analysis of deontological codes (abstract: p. 18)

Jesús Díaz-Campo^(a)

<jesus.diaz@unir.net> 

Salvador Gómez-García^(b)

<salvadorgomez@hmca.uva.es> 

Francisco Segado-Boj^(c)

<fsegado@ucm.es> 

Lorena Remacha-González^(d)

<remacha.lorena@unir.net> 

^(a, d) Departamento de Comunicación, Facultad de Empresa y Comunicación, Universidad Internacional de la Rioja. Avenida de la Paz, 137. Logroño, La Rioja, España. 26006.

^(b) Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América, Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Valladolid. Valladolid, España.

^(c) Departamento de Periodismo y Comunicación Global, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España.

Esta investigación realiza un análisis de contenido de 103 códigos de ética periodística de todo el mundo para comprobar su adaptación a las circunstancias derivadas de la pandemia Covid-19. A partir de siete recomendaciones formuladas por la Ethical Journalism Network (EJN), se analiza su presencia o ausencia en los códigos. Los resultados muestran una presencia desigual de los principios y diferencias importantes entre los códigos. Ninguno de ellos comprende las siete recomendaciones y solo uno asume seis de ellas. Por el contrario, 17 códigos contienen únicamente una recomendación y dos de ellos no recogen ninguna. Se concluye que las recomendaciones de la EJN más presentes en los códigos se relacionan con principios muy asentados en la ética periodística que dependen habitualmente de la fecha de actualización. Se propone incorporar secciones específicas sobre salud a los códigos.

Palabras clave: Covid-19. Coronavirus. Ética periodística. Códigos de ética. Autorregulación.

Introducción

La pandemia Covid-19 ha dado lugar a una situación global cuyos efectos son todavía difíciles de estimar. En el terreno de la comunicación y el periodismo, el estudio de estos efectos tiene especial interés por cuanto los medios de comunicación producen más noticias y los ciudadanos, que pasan más tiempo en sus hogares, aumentan el consumo informativo¹. Esta mayor exposición aumenta el riesgo de que los ciudadanos sean víctimas de noticias falsas o estén desinformados². Este contexto provoca en el público una mayor sensación de angustia³ y que su actitud hacia los medios sea crítica al considerar que sus informaciones caen en el sensacionalismo y contribuye a generar alarma social.

Por tanto, si un propósito fundamental del periodismo es proporcionar información de calidad⁴, en situaciones de emergencia, la responsabilidad y la ética periodística resultan básicas. Por ello, esta investigación pretende comprobar hasta qué punto los códigos éticos vigentes proporcionan a los periodistas pautas adecuadas para ejercer su trabajo en las circunstancias derivadas de la pandemia Covid-19.

Códigos de ética: Sentido y adaptación a la realidad

Los códigos éticos son documentos que recogen un conjunto de pautas y criterios considerados esenciales para ejercer una actividad⁵. Son formulados y asumidos por quienes ejercen esa actividad⁶, marcan los estándares considerados como buenas prácticas⁷ y son fundamentales para poder hablar del periodismo como profesión⁸.

Uno de los grandes retos del colectivo periodístico es mantener actualizados los códigos para que puedan servir, en cada momento, como referencia para ejercer su labor de forma responsable. De hecho, la pérdida de confianza en los medios y en los periodistas es una constante que también se manifiesta en la actualidad^{9,10} y que se ve condicionada por el surgimiento de internet y las tecnologías de la información y la comunicación, que han propiciado una transformación sustancial del contexto y la propia naturaleza de la actividad periodística¹¹. Además, en este sistema mediático los ciudadanos tienen la impresión de que no necesitan buscar la información ya que ésta llegará a ellos a través de las redes sociales^{12,13}.

Este escenario genera nuevos dilemas éticos, que afectan a aspectos como la fiabilidad de la información, la privacidad, el tratamiento de datos o el uso de enlaces y medios sociales¹⁴. La clave para solventar estos dilemas no pasa tanto por crear otras directrices, sino más bien por modificar y adaptar las existentes a la realidad del periodismo digital^{15,16}. Principios como el respeto a la verdad o a la vida privada siguen siendo válidos, pero adquieren una nueva dimensión^{17,18}.

Por ello, surgen a menudo a nuevos instrumentos de autorregulación que intentan complementar a los códigos. Es el caso de consejos de prensa, comisiones de quejas o defensores de la audiencia, entre otros. En los últimos tiempos, a raíz de la mencionada pérdida de confianza, surge otro concepto, el de la rendición de cuentas a los ciudadanos^{19,20}, que ha dado pie a otras fórmulas con mayor participación del usuario, como blogs

editoriales, encuentros digitales con lectores o botones de corrección de errores²¹. Sin embargo, cuando se pregunta a los periodistas frente a quién o qué se sienten responsables, siguen aludiendo a los códigos de ética profesional²².

En suma, la crisis de la Covid-19 también supone un desafío para la ética periodística, puesto que las informaciones periodísticas son esenciales para los ciudadanos a la hora de tomar decisiones trascendentales²³⁻²⁵.

En concreto, ha sido una de las organizaciones de referencia internacional en ética periodística, la Ethical Journalism Network (EJN), la que ha tomado la iniciativa. Esta red, que agrupa a más de 70 asociaciones de todo el mundo, ha seguido una línea de actuación que ya había planteado para otros asuntos como la inmigración o los discursos del odio. De esta forma, ha elaborado una guía con siete principios básicos para la cobertura informativa de la pandemia²⁶:

1. Ajustarse a los hechos. Los hechos y datos sólidos son clave para obtener informes relevantes y precisos. Utilizar fuentes verificadas, fiables y diversas, como la OMS, trabajadores del sector de la salud, personal de hospitales o policía. Verificar la fecha de los datos para asegurarse de que son oportunos. Ser transparente sobre los métodos de recopilación de datos. Corregir y contrastar la información errónea con hechos. Advertir que la desinformación estimula los discursos de odio y provoca daños.
2. Practicar la rendición de cuentas. Contextualizar las estadísticas y datos oficiales. Ser responsable con las audiencias y rendir cuentas ante ellas, interactuando, respondiendo a sus solicitudes de información siempre que sea posible y proporcionándoles recursos. Evitar alarmismos. Reconocer que la Covid-19 afecta de forma más contundente a ciertas comunidades e individuos.
3. Familiarizarse con la terminología médica y científica. Evitar el lenguaje y las etiquetas engañosas. Por ejemplo, no es apropiado afirmar que las víctimas han “perdido la batalla”.
4. Mostrar humanidad. Compartir historias de personas que se han recuperado de Covid-19, así como historias de resiliencia y solidaridad. Dignificar el trasfondo humano de las historias de las víctimas y sus familiares. Ser sensible a los recuerdos y emociones de las familias de quienes se han visto afectados.
5. Desafiar al odio. Evitar señalar a colectivos étnicos o religiosos, así como atribuir la enfermedad a colectivos raciales o nacionales concretos. Eludir el uso de estereotipos de género y el de cualquier lenguaje discriminatorio.
6. Evitar la estigmatización social y los estereotipos. La enfermedad debe presentarse de una forma objetiva que evite el abuso de un lenguaje emocional. Animar a la gente a utilizar los servicios médicos disponibles. Evitar la culpabilización.
7. Protegerse uno mismo y a los demás. El periodismo es esencial, pero no hasta el punto de poner en riesgo la salud propia y la de las fuentes. Los responsables deben liderar con el ejemplo. Se deben asegurar las medidas apropiadas para proteger la salud física y mental, así como mitigar los riesgos para sus fuentes. Reconocer la necesidad de empatizar con los afectados y, cuando sea necesario, preservar la confidencialidad de las fuentes.

Objetivos

El objetivo general de esta investigación es comprobar si los códigos éticos del periodismo están adaptados para aportar a los profesionales las pautas necesarias para abordar adecuadamente la situación generada por la Covid-19. A partir de ese objetivo general, se plantean dos objetivos específicos:

1. Determinar qué principios de los señalados por la EJN están más presentes en los códigos éticos del periodismo. Este objetivo servirá para comprobar si todos los aspectos básicos identificados por la EJN están contenidos en los códigos y, de no ser así, para establecer líneas concretas de mejora.
2. Analizar si la fecha de aprobación o última revisión del código constituye un factor determinante para que su contenido esté más adaptado. En algunos estudios precedentes, este elemento ha resultado ser un factor determinante^{27,28}. Sin embargo, en otros estudios no ha sido así¹⁵.

Diseño metodológico

La metodología empleada es el análisis de contenido. Se han analizado 103 códigos de ética periodística en vigor en todo el mundo. Para ello se han utilizado dos fuentes principales:

La base de datos de códigos de la página web Accountable Journalism, creada y mantenida por el Instituto de Periodismo Donald W. Reynolds de la Universidad de Missouri (<https://accountablejournalism.org/?/ethics-codes/>).

La base de datos EthicNet (<https://research.uta.fi/ethicnet/>), creada y mantenida por el Departamento de Periodismo y Comunicación de Masas de la Universidad de Tampere (Finlandia).

Se han analizado los códigos éticos de carácter generalista y ámbito nacional. Por tanto, se han descartado aquellos documentos de carácter supranacional o regional y los aplicables a áreas temáticas concretas (protección de menores, cobertura electoral, etc.), por cuanto se ha considerado que su inclusión desvirtuaría los resultados obtenidos, ya que no todos los países cuentan con documentos de ese tipo. En aquellos países en los que existe más de un código de carácter nacional, se ha examinado el que se ha venido tomando como referencia en estudios previos de naturaleza similar^{5-7,15,27,29,30}. En el apéndice se puede ver una tabla con la relación de códigos analizados.

Se ha tomado como unidad de análisis cada código en su conjunto. A su vez, cada recomendación de la EJN ha funcionado como categoría de análisis, entendida como variable binaria. Es decir, se ha codificado su presencia o ausencia en los códigos analizados. Posteriormente, con cada recomendación se ha aplicado un análisis temático para extraer los principales aspectos desde los que se abordan.

El análisis y codificación de los principios presentes en los códigos éticos ha sido realizado por los cuatro investigadores. Se ha tomado como criterio para codificar como “cumplimiento” de los criterios la mención, explícita o implícita, a alguno de los aspectos enunciados por la EJN dentro de cada recomendación general. Es decir, cuando un

código incluye alguno de los aspectos recogidos en alguna de las recomendaciones de la EJN, se ha considerado que el código incluye esa recomendación. En caso de duda, se ha tomado una decisión consensuada entre los cuatro.

Resultados

La presencia de las recomendaciones de la EJN en los códigos analizados es muy desigual (Tabla 1). Tres de ellas están presentes en un buen número de códigos, mientras que las otras cuatro tienen una presencia marginal.

Las recomendaciones más presentes son Protegerse uno mismo y a los demás (91,26% de códigos), Desafiar al odio (73,78%) y Ajustarse a los hechos (66,99%). Mientras, Evitar la estigmatización social y los estereotipos (11,65%), Familiarizarse con la terminología médica y científica (7,76%), Practicar la rendición de cuentas (6,79%) y Mostrar humanidad (2,91%) tienen una presencia mucho menor.

Tabla 1. Presencia de las recomendaciones de la EJN en los códigos de ética periodística

Principio	Número de códigos en los que está presente	%
Protegerse uno mismo y a los demás	94	91,26
Desafiar al odio	76	73,78
Ajustarse a los hechos	69	66,99
Evitar la estigmatización social y los estereotipos	12	11,65
Familiarizarse con la terminología médica y científica	8	7,76
Practicar la rendición de cuentas	7	6,79
Mostrar humanidad	3	2,91

Fuente: Elaboración propia

También existen diferencias significativas al analizar cómo recoge cada código las siete recomendaciones. En primer lugar, no hay ningún código que contemple las siete y tan solo uno de ellos, Montenegro, recoge seis recomendaciones. Hay otros tres países que recogen cinco (Canadá, Croacia y Estados Unidos). En el lado opuesto, hay dos códigos que no hacen referencia a ninguna de las recomendaciones (Japón y Australia) y 17 países que solamente recogen uno (ver Apéndice).

A continuación, se exponen las principales tendencias halladas en el análisis.

Ajustarse a los hechos

Es un principio muy consolidado, recogido por 69 códigos (66,99% del total). Se parte de una enunciación general que establece que “los miembros del Colegio deben ofrecer información precisa e imparcial” (Costa Rica) u ofrecer información “precisa, completa y verificada” (Croacia). Esta enunciación, con leves variaciones, se repite en la mayoría de los códigos que contienen este principio.

Como ya se ha mencionado, la EJNI va más allá y habla de un proceso de “verificación” de los datos. En ese sentido, y en el contexto de la pandemia, cobra importancia el concepto de “salud pública”, puesto que se asume que la información publicada debe hacerse en su beneficio. El riesgo de no respetar este principio lo ha concretado la Declaración de Derechos y Responsabilidades de los periodistas turcos al precisar que:

“Se debería evitar el sensacionalismo cuando se abordan cuestiones relacionadas con la salud. Debería evitarse la difusión de información que incite a la desesperación o cree falsas esperanzas. Los hallazgos preliminares, producto de la investigación médica, no deberían presentarse como definitivos. Antes de sugerir el empleo de alguna medicina en particular, habría que consultar con un científico experto”.

Por tanto, un amplio número de códigos contemplan la verificación de la que habla la EJNI de forma muy general. Así, las únicas menciones a la OMS son en su definición sobre violencia sexual (Sudáfrica) o como fuente con relación a la información sobre el suicidio (Chipre). En ese sentido, apenas se destaca la relevancia de esta institución ni las declaraciones de trabajadores del sector de la salud, policías u otros cuerpos de seguridad como sugiere la EJNI. Por ejemplo, la categorización de “emergencia sanitaria” sólo está recogida en el código indio o el montenegrino. La divulgación de la investigación médica sí recibe menciones (Nepal, Montenegro, Alemania o Canadá), para alertar sobre la sensibilidad que requiere informar sobre éxitos parciales o fracasos por su efecto en la opinión pública.

Sin embargo, algunos códigos (Eslovenia) han interpretado que “los periodistas deben presentar una descripción detallada de los eventos y llevar a cabo su trabajo de manera precisa y concienzuda [...] el trabajo realizado de esta manera es la piedra angular de la credibilidad periodística”. Por supuesto, cuando estos protocolos fallan y se incurre en alguna inexactitud se reconoce el derecho a rectificación o réplica como una garantía fundamental, aunque limitada a las imprecisiones y errores que se hayan podido cometer.

Practicar la rendición de cuentas

La EJNI concreta la rendición de cuentas en dos supuestos. Por un lado, mediante la contextualización de información estadística y datos oficiales y, por otro, como una responsabilidad con el público. Estos aspectos no están muy presentes en los códigos. Solamente 7 (6,79%) hacen referencia a estos puntos.

La percepción del contexto de la información que los periodistas reciben se enuncia, de forma sencilla, en el código de Argelia identificando la necesidad de situar los hechos dentro de su marco apropiado.

Por su parte, dos códigos de ámbitos geográficos muy diferentes (Canadá y Sudáfrica) ofrecen perspectivas complementarias. El canadiense alerta a los profesionales que se han de “asegurar que se conoce tanto el contexto de los resultados como el tamaño de la muestra y la población, las preguntas formuladas y los patrocinadores del estudio”. Por su parte, el código sudafricano apunta la necesidad de “presentar las noticias en su contexto y de una forma equilibrada”, subrayando la premisa ética de “sin ninguna desviación intencional o negligente de los hechos, ya sea por distorsión, exageración o tergiversación, así como omisiones materiales o de síntesis”. Mientras, el código venezolano explica la importancia de la “información de contexto” para ofrecer puntos de vista más amplios, así como el origen y las diferentes perspectivas de los acontecimientos.

El otro aspecto significativo de este principio establece la relación entre periodistas y audiencias. Una idea recogida de forma genérica, aludiendo a la rendición pública de cuentas por parte del periodista (El Salvador) o la responsabilidad hacia el público a través de herramientas como las cartas al director (Alemania)

Prestar especial atención a la terminología empleada

Se trata de un principio que, según la EJNI, hace referencia sobre todo al lenguaje médico y científico, pero que también apunta a expresiones que puedan resultar engañosas o crear etiquetas. Únicamente ocho códigos (7,76% del total) incluyen recomendaciones sobre esta cuestión.

Se han localizado recomendaciones que pueden relacionarse con las consecuencias denigrantes o discriminatorias del lenguaje para referirse a la enfermedad y las personas que la padecen. En este sentido, desde una perspectiva amplia y general, diversos códigos amonestan sobre el empleo de términos peyorativos (Croacia o Nigeria), ofensivos (Rusia), estigmatizantes (Noruega) o directamente insultantes (El Salvador). Chipre cuenta con un apartado específico sobre migración y refugiados donde también se hace referencia al uso de expresiones denigrantes.

En un sentido similar, el código chileno advierte de las consecuencias negativas de no poseer el suficiente conocimiento de la terminología sobre un asunto determinado. Mientras, el código montenegrino se refiere específicamente a la información sobre enfermedades y alerta sobre términos que puedan resultar difamatorios.

Todos estos códigos tienen en común una perspectiva del empleo del lenguaje relacionada con la dignidad de las personas, ya que advierten y pretenden evitar los efectos discriminatorios o denigrantes de los estereotipos.

Mostrar humanidad

La humanidad se presenta como un término ambiguo y polisémico en muchos de los códigos que la mencionan, puesto que abarca desde crímenes de lesa humanidad a consideraciones históricas o la apelación a valores universales. Sin embargo, la EJN habla del respeto a la memoria o las emociones de familiares de afectados o bien, de divulgar historias de resiliencia y recuperación de la enfermedad para limitar la cara más negativa de la enfermedad. Dos aspectos que apenas se recogen en estos códigos excepto en el caso de tres países, Benín, Brasil y Montenegro, es decir, el 2,91% de los códigos analizados.

El respeto a la privacidad, la dignidad y el dolor constituyen el eje básico de este concepto en los códigos. De una manera general, señalan que sólo el interés público debe justificar la injerencia periodística.

Por último, el aspecto más extenso de este principio -centrado en las historias de supervivencia o resiliencia- no aparece recogido en ningún código.

Desafiar al odio

De los 103 códigos analizados, 76 (73,78%) recogen alguna recomendación o directriz relacionada con este punto. La mayor parte invita a evitar la discriminación por motivos étnicos, raciales, religiosos o de cualquier otra naturaleza.

Algunos códigos se limitan a enunciar genéricamente que los periodistas no deben practicar o mostrar discriminación (México, Portugal o España, entre otros) o intolerancia (Eslovaquia). De manera similar, otros códigos prohíben publicar material que incite al odio (Botsuana, Rumanía o Uganda), susceptible de generar conflictos entre colectivos, especialmente de tipo racial (Ruanda o Senegal) o de incitar a la xenofobia (Costa de Marfil).

Otros documentos adoptan una perspectiva basada en el respeto a la dignidad de las personas y condenan el uso de expresiones peyorativas o comentarios denigrantes hacia grupos étnicos, religiones u otros colectivos (Reino Unido, Nigeria o Rusia) o el empleo de estereotipos (Estados Unidos).

Mientras, otros códigos relacionan la discriminación con la mención explícita de nacionalidad, género, raza, preferencia sexual o creencias religiosas (Nueva Zelanda o Suecia). Algunos establecen la excepción de incluir tales referencias solo cuando sea pertinente para el contexto o para “la adecuada comprensión de los hechos y circunstancias que se reportan” (Países Bajos).

Existen advertencias sobre no destacar innecesariamente la nacionalidad de una persona (Estonia, Egipto), aunque en algunos códigos esta directriz se entiende como garantía de la privacidad más que como defensa frente al odio o la discriminación.

Códigos de países de la antigua Yugoslavia (Bosnia y Serbia) reflexionan acerca del poder de los medios para fomentar la discriminación. El código bosnio apunta que la discriminación mediática puede fomentarse de manera deliberada o bien inadvertidamente. El código de Tonga recomienda prestar especial atención a las afirmaciones “que pudieran

afectar negativamente a grupos vulnerables o que puedan fomentar el odio, los prejuicios, la discriminación o la violencia”. Mientras, el de Togo advierte que los periodistas deben “abstenerse de publicar cualquier información susceptible de disparar el odio tribal, racial o religioso”.

Evitar el estigma social y los estereotipos

Esta recomendación se manifiesta en 12 códigos (11,65%). Los códigos que recogen este punto lo hacen mediante referencias genéricas al deber periodístico de evitar la estigmatización (Noruega) y el uso de estereotipos (Bélgica, Croacia, Serbia) sin especificar situaciones. Otros códigos (Canadá, Guatemala, Estados Unidos y Eslovenia) concretan el ámbito en el que puede llevarse a cabo esa estigmatización y mencionan la necesidad de evitar estereotipos referidos a la diversidad funcional.

Dentro de este punto, la EJNI también recomienda evitar la dimensión emocional del lenguaje como un mecanismo de defensa frente al estereotipo y el estigma. Este aspecto queda recogida en distintos grados de profundidad en cinco códigos (Alemania, Croacia, Dinamarca, Hungría y Montenegro).

El código montenegrino y el alemán advierten del riesgo particular de que los reportajes sobre personas que sufren una enfermedad vayan más allá del interés público y las necesidades de información de los lectores.

El código danés especifica que los periodistas no deben abusar de las emociones al presentar las noticias. En una línea similar apunta el código croata al recomendar no entrevistar a enfermos, salvo caso de “interés público excepcional” y, aun así, teniendo en cuenta el honor, la reputación y la dignidad de los entrevistados. El código húngaro lo explicita aún más al advertir del peligro de presentar las emociones de las víctimas de sucesos sin el adecuado respeto a esas personas o sus familiares.

La EJNI también recomienda animar a la gente a usar los servicios médicos disponibles. Sin embargo, no se ha localizado ningún código que recoja esta recomendación. Tampoco se han encontrado menciones a la atribución de culpa de la enfermedad.

Protegerse uno mismo y a los demás

Este principio está presente en 94 códigos (91,26% del total) y hace referencia esencialmente, a la protección del propio periodista y, además, a la de las fuentes informativas en un doble sentido. Por un lado, evitar los riesgos y preservar su confidencialidad y, por otro lado, mostrar una especial sensibilidad con las personas directa o indirectamente afectadas.

El primer punto es el más habitual en los códigos. De forma más o menos detallada se hace referencia al concepto del secreto profesional, que se concibe al mismo tiempo como un derecho del periodista y como un deber hacia sus fuentes. Así se menciona expresamente en el código español, mientras que otros, como el de Costa de Marfil, cuyo código divide su articulado en esos dos apartados, derechos y deberes, recogen la confidencialidad de las fuentes en ambos.

Ese deber hacia sus fuentes se concreta en códigos como los de Canadá y Noruega, que cuentan con una sección específica que contempla un elevado número de supuestos. La línea más habitual apunta a la necesidad de mantener la confidencialidad cuando se haya dado esa promesa a la fuente. Otros códigos van más allá y señalan que esa confidencialidad ha de mantenerse, aunque no se haya solicitado de manera explícita por parte de la fuente (Bosnia) y sean cuales sean las circunstancias (Armenia).

No obstante, ese derecho al anonimato no tiene carácter ilimitado. Códigos como el de Rusia o el de Albania marcan algunos límites cuando exista la sospecha de que la fuente ha distorsionado la verdad o que desvelar el nombre de la fuente sea la única manera de evitar un daño serio a las personas.

En cuanto a la necesidad de mantener una sensibilidad especial hacia los afectados, su formulación en los códigos analizados se concreta en la recomendación de intensificar la protección de las fuentes (Moldavia), extremar la discreción (Finlandia) o mostrar compasión hacia los afectados (Estados Unidos).

Varios códigos se refieren también o contemplan un principio o apartado específico dedicado a las situaciones de luto o dolor (Chipre, Fiji, Ghana, Grecia, Reino Unido o Zimbabue). Hacen referencia a la discreción, a la necesidad de evitar el sensacionalismo o de empatizar con la víctima.

Otros dedican esos apartados específicos a las situaciones de enfermedad (Alemania, Lituania o Montenegro), las informaciones obtenidas en hospitales (Chipre o Reino Unido) o a la información sanitaria en general (Túnez). La aportación más relevante es la necesidad de contar con el consentimiento de los damnificados (Alemania) o de los representantes legales, para informar sobre su situación (Lituania). Asimismo, el código de Montenegro recomienda evitar que los afectados por una enfermedad vivan una segunda situación de dolor derivada de su tratamiento en los medios y contiene otro principio especialmente relevante para los propósitos de esta investigación:

“En las informaciones sobre propagación de enfermedades contagiosas y de otro tipo, el periodista debe tener presente que solo la autoridad competente está capacitada para declarar una epidemia”.

Por último, el otro aspecto recogido por este principio, el de autoprotección del periodista, apenas aparece en los códigos. Así, en un sentido genérico, los códigos de Benín, Bulgaria y Togo hacen referencia al derecho del periodista a ejercer su labor “con seguridad”. Mientras, el de Serbia garantiza la asistencia legal y material para los profesionales que se adhieren al código.

Discusión y conclusiones

El presente estudio permite concluir que los códigos éticos están adaptados de forma desigual o incompleta para aportar a los profesionales del periodismo las pautas necesarias para cubrir adecuadamente escenarios como el producido por la Covid-19. Por un lado, solamente dos de los 103 códigos analizados contienen pautas que se refieran a cinco o más de los siete principios establecidos por la EJN. Por otro, cuatro de esos principios están presentes en menos de una octava parte de los códigos.

En general, las recomendaciones más presentes se relacionan con principios muy asentados en la ética periodística. Así ocurre con la recomendación de protección de uno mismo y los demás, que se refiere a las fuentes; con el desafío al odio, que hace referencia a evitar la discriminación por razones de etnia o religión; o con la necesidad de ajustarse a los hechos, que conecta al respeto a la verdad. Estos tres principios (protección de las fuentes, no discriminación y respeto a la verdad) siempre se han localizado entre los más presentes en los códigos en los estudios previos^{27,30}.

Por el contrario, las referencias a la terminología han ido siempre en la línea de evitar el insulto o la falta del respeto^{27,29,30} pero no a esta recomendación de mayor especialización. Del mismo modo, el concepto de rendición de cuentas, aunque gana cada vez más presencia²⁷ todavía no tiene ese reflejo en los códigos. Y algo parecido sucede con la recomendación de mostrar humanidad, que conecta con corrientes actuales que subrayan la relevancia del tono humano en las informaciones periodísticas^{31,32}, pero que, en cierto modo, puede chocar con un postulado clásico, el de evitar tomar partido¹⁹.

Por otro lado, se ha comprobado que la fecha de aprobación o última revisión del código constituye un factor que ofrece mayor garantía de adaptación. Los cuatro códigos que contienen 5 o más referencias de la EJN (Montenegro, Canadá, Croacia y Estados Unidos) han sido actualizados después del año 2000.

Mientras, 17 de los 19 códigos (todos menos Bangladesh y Polonia) que contienen referencias a una o ninguna recomendación de la EJN fueron aprobados antes de ese año. Además, algunos de ellos son documentos relativamente antiguos, como Francia (1918), Irak (1969), Pakistán (1972), Papúa Nueva Guinea (1972) o Túnez (1975).

Por tanto, como ya mostraron estudios previos^{27,14} el grado de actualización sí es un factor determinante.

Cabe señalar como limitación del estudio que el análisis de contenido de los códigos podría contrastarse con otras herramientas metodológicas que abordaran su cumplimiento, como el análisis de medios de comunicación o entrevistas o encuestas a los profesionales.

En ese sentido, este estudio abre la puerta a otros que vayan en esa línea, pero también a ser replicado cuando la pandemia Covid-19 sea superada para comprobar cuántos países y en qué medida han actualizado los códigos éticos de referencia.



Apéndice. Códigos analizados

País	Fecha	Nombre	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Totales
Albania	2006	Código de Ética de los Medios de Comunicación	1	0	0	0	1	0	1	3
Alemania	2017	Código de Prensa	1	0	0	0	1	1	1	4
Arabia Saudita	1982	Carta de Medios del Consejo de Ministros	0	0	0	0	1	0	0	1
Argelia	2000	Carta de Ética Personal y Profesional	1	1	0	0	1	0	1	4
Armenia	2002	Código del Club de Prensa	0	0	0	0	1	0	1	2
Australia	1994	Código de Ética de la Asociación de Periodistas	0	0	0	0	0	0	0	0
Austria	1999	Código de Ética de la Prensa	1	0	0	0	1	0	1	3
Azerbaiyán	2002	Código de Ética Profesional	1	0	1	0	1	0	1	4
Bangladesh	2002	Código del Consejo de Prensa	1	0	0	0	0	0	0	1
Bélgica	2010	Código del Consejo de Prensa Belga	1	0	0	0	1	1	1	4
Benin	1999	Código de Ética de Prensa	1	0	0	1	1	0	1	4
Bielorrusia	2018	Declaración de Principios de Ética de la Asociación de Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Bosnia-Herzegovina	2006	Código de Prensa	1	0	0	0	1	0	1	3
Botswana	2004	Código de Ética del Consejo de Prensa	1	0	0	0	1	0	1	3
Brasil	1987	Código de Ética de la Federación Nacional de Periodistas	1	0	0	1	1	0	1	4
Bulgaria	2004	Código Ético de los Medios de Comunicación	1	0	0	0	1	0	1	3
Canadá	2011	Principios para un Periodismo Ético	1	1	0	0	1	1	1	5
Chad	1994	Carta de los Periodistas	1	0	0	0	0	0	1	2
Chile	2008	Código de Ética de la Orden de Periodistas	1	0	1	0	1	0	1	4
Chipre	1997	Código de Recomendaciones Prácticas de los Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Colombia	1990	Código de Ética del Círculo de Periodistas de Bogotá	1	0	0	0	0	0	1	2
Corea del Sur	1981	Código de Ética de Prensa	1	0	0	0	0	0	0	1
Costa de Marfil	1992	Derechos y Deberes de los Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Costa Rica	1991	Código de Ética de los Periodistas	0	0	0	0	0	0	1	1
Croacia	2009	Código de Honor de los Periodistas	1	0	1	0	1	1	1	5
Cuba	2013	Código de Ética de la Unión de Periodistas	1	0	0	0	0	0	1	2
Dinamarca	2013	Reglas Éticas de la Prensa	1	0	0	0	0	1	1	3
Ecuador	1978	Código de Ética de la Federación Nacional de Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Egipto	1983	Consejo Supremo del Código de Ética de la Prensa	0	0	0	0	1	0	0	1
El Salvador	1999	Código de Ética de la Asociación de Periodistas	0	1	1	0	1	0	1	4
Eslovaquia	1990	Código de Ética del Sindicato de Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Eslovenia	2002	Código de Ética de los Periodistas	1	0	0	0	1	1	1	4

Continúa.



País	Fecha	Nombre	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Totales
España	1993	Código Deontológico de la Profesión Periodística	1	0	0	0	1	0	1	3
Estados Unidos	2014	Código de Ética de la Sociedad de Periodistas Profesionales	1	1	0	0	1	1	1	5
Estonia	1997	Código de Ética de la Prensa	0	0	0	0	1	0	1	2
Etiopía	1998	Código de Ética Profesional	0	0	0	0	1	0	1	2
Fiyi	1999	Código de Ética y Práctica del Consejo de Medios de Comunicación	0	0	0	0	1	0	1	2
Filipinas	1997	Código de Ética del Periodista	0	0	0	0	1	0	1	2
Finlandia	2005	Recomendaciones para los Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Francia	1938	Carta de los Deberes Profesionales de los Periodistas	0	0	0	0	0	0	1	1
Georgia	2009	Carta de Ética Periodística	1	0	0	0	1	0	1	3
Ghana	1994	Código de Ética de la Asociación de Periodistas	0	0	0	0	1	0	1	2
Grecia	1998	Código de Ética de los Periodistas Profesionales	1	0	0	0	1	0	1	3
Guatemala	2000	Código de Ética de la Asociación de Periodistas	1	0	0	0	1	1	1	4
Guinea	2004	Código de Ética de la Asociación de Periodistas	1	0	0	0	0	0	1	2
Hong Kong	1983	Código de Ética de la Asociación de Periodistas	0	0	0	0	1	1	1	3
Hungría	2007	Código Ético de la Asociación Nacional de Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
India	1995	Normas de Conducta Periodística	0	0	0	0	0	0	1	1
Irak	1969	Reglas de Ética Profesional	0	0	0	0	1	0	1	2
Irlanda	2007	Código de Conducta	1	0	0	0	0	0	1	2
Islandia	1991	Reglas de Ética para el Periodismo	1	0	0	0	1	0	1	3
Italia	1993	Carta de los Deberes de los Periodistas	0	0	0	0	0	0	0	0
Japón	1995	Canon de Periodismo de la Asociación de Editores	0	0	0	0	1	0	0	1
Kazajstán	1997	Código de Ética para Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Kenia	2007	Código de Conducta para la Práctica del Periodismo	1	0	0	0	1	0	1	3
Kirguistán	1999	Código de la Asociación de Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Kosovo	2005	Código de Prácticas para Periodistas	0	0	0	0	0	0	1	1
Letonia	1992	Código Ético	0	0	0	0	1	0	1	2
Liberia	1997	Código de ética de la Unión de Prensa	1	0	0	0	1	0	1	3
Lituania	2005	Código de Ética de los Periodistas y Editores	1	0	0	0	1	0	1	3
Luxemburgo	2004	Código Deontológico	0	0	0	0	1	0	1	2
Macedonia	2001	Principios de Conducta	0	0	0	0	0	0	1	1
Malasia	1989	Cánones de Periodismo	1	1	0	0	0	0	1	3
Malí	1991	Código de ética del Periodista	1	0	0	0	0	0	1	2
Malta	2000	Código de Ética Periodística	1	0	0	0	1	0	1	3

Continua.



País	Fecha	Nombre	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Totales
México	1996	Código de ética de los Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Moldavia	2011	Código de Ética Profesional de los Periodistas	1	0	1	1	1	1	1	6
Montenegro	2002	Código de los Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Namibia	2009	Código de Ética de los Medios	0	0	0	0	0	0	1	1
Nepal	1999	Código de Conducta del Periodista	1	0	1	0	1	0	1	4
Nigeria	1999	Código de ética para los Periodistas	1	0	1	0	0	1	1	4
Noruega	2015	Código ético de prácticas para la prensa	0	0	0	0	1	0	1	2
Nueva Zelanda	2000	Código de ética de los Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Países Bajos	2015	Recomendaciones del Consejo de Prensa	0	0	0	0	0	0	1	1
Pakistán	1972	Asamblea General del Comité del Código de Conducta de Prensa	1	0	0	0	0	0	0	1
Panamá	1979	Declaración de Principios del Consejo Técnico de Periodismo	0	0	0	0	0	0	1	1
Papúa Nueva Guinea	1975	Código de Ética de la Asociación de Periodistas	0	0	0	0	1	0	0	1
Paraguay	1999	Código de ética del Sindicato de Periodistas	0	0	0	0	1	0	1	2
Perú	1988	Código de la Asociación Nacional de Periodistas	0	0	0	0	0	0	1	1
Polonia	2001	Código de Ética Periodística	1	0	0	0	1	0	1	3
Portugal	2017	Código de Ética de los Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Reino Unido	2007	Código de Conducta	0	0	0	0	1	0	1	2
República Checa	1999	Código de Ética de los Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
República Dem. Congo	2004	Código de ética de los Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Ruanda	2009	Carta de Deberes y Derechos de los Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Rumania	2004	Código de Ética de los Periodistas	0	0	1	0	1	0	1	3
Rusia	1994	Código de Ética Profesional del Periodista	1	0	0	0	1	0	1	3
Senegal	1993	Carta Ética	1	0	0	0	1	1	1	4
Serbia	2006	Código de los Periodistas	1	0	0	0	0	0	1	2
Singapur	1970s	Código de Conducta Profesional de los Periodistas	0	0	0	0	0	0	1	1
Sri Lanka	1981	Código de ética del Consejo de Prensa	1	1	0	0	1	0	1	4
Sudáfrica	2020	Código de Ética y Conducta de la Prensa para los medios impresos y en línea	1	0	0	0	1	0	1	3
Suecia	2006	Código de Ética para la Prensa, Radio y Televisión	1	0	0	0	1	0	1	3
Suiza	2008	Declaración de Derechos y Deberes del Periodista	1	0	0	0	0	0	1	2
Tailandia	2000	Código de la Asociación de Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Togo	1999	Código de ética de los Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3

Continua.

País	Fecha	Nombre	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Totales
Tonga	¿?	Código de ética general del Consejo de Medios	0	0	0	0	0	0	1	1
Túnez	1975	Código de ética de la Asociación de Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Turquía	1998	Código de Ética Profesional de la Prensa	0	0	0	0	1	0	1	2
Ucrania	2002	Código de Ética de los Periodistas	1	0	0	0	1	0	1	3
Uganda	1995	Código de ética del Instituto Nacional de Periodistas	0	1	0	0	1	0	1	3
Venezuela	1997	Código de Prácticas de Medios	1	0	0	0	1	0	1	3
Zambia	2010	Código de Ética del Consejo de Medios	1	0	0	0	1	0	1	3
Zimbabue	2007	Código de Conducta para Profesionales de los Medios	1	0	0	0	1	0	1	3

Contribución de los autores

Todos los autores participaron activamente en todas las etapas de elaboración del manuscrito.

Financiamiento

Este artículo ha sido financiado por los siguientes proyectos: Comunicación y Salud en Redes Sociales (COMSADI) desarrollado por el grupo de investigación Comunicación y Sociedad Digital (COYSODI) en el marco de la Convocatoria Proyectos I+D Retos 2020-2021 de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) y Proyecto PID2019-105613GB, Cartografía de los Discursos del Odio en España desde la Comunicación: ámbito deportivo, taurino y político, Ministerio de Economía y Competitividad (España).

Conflicto de interese

Los autores no tienen ningún conflicto de interese que declarar.

Derechos de autor

Este artículo está bajo la Licencia Internacional Creative Commons 4.0, tipo BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>).



Editora

Mónica Petracci

Editora asociada

Carmen Peñafiel Saiz

Presentado el

21/10/20

Aprobado el

11/02/21

Referencias

1. Masip P, Aran-Ramspott S, Ruiz-Caballero C, Suau J, Almnar E, Puertas-Graell D. Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. *El profesional de la información*. Prof Inf. 2020; 29(3):e290311. Doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>.
2. Salaverría R, Buslón N, López-Pan F, León B, López-Goñi I, Erviti MC. Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *Prof Inf*. 2020; 29(3):e290315. Doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>.
3. Garfin DR, Silver RC, Holman EA. The novel coronavirus (Covid-2019) outbreak: amplification of public health consequences by media exposure. *Health Psychol*. 2020; 39(5):355-7. Doi: <https://doi.org/10.1037/hea0000875>.
4. Kovach B, Rosenstiel T. *The elements of journalism: What news people should know and the public should expect*. New York: Three Rivers Press; 2007.
5. Aznar H. *Ética y periodismo*. Barcelona: Paidós; 1999.
6. Barroso P. *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones Paulinas; 1984.
7. Elliott-Boyle D. A conceptual analysis of ethics codes. *J Mass Media Ethics*. 1985; 1(1):22-6.
8. Real Rodríguez E. La profesión periodística ante sus retos éticos: autorregulación profesional y comunicativa frente a regulación. La situación en España. *Estud Mensaje Period*. 2018; 24(1):341-60. Doi: <https://doi.org/10.5209/ESMP.59954>.
9. Luengo M, Maciá-Barber C, Requejo-Alemán JL. Evaluating organizational ethics in Spanish news media. *Journalism*. 2017; 18(9):1142-62. Doi: <https://doi.org/10.1177/1464884916643682>.
10. Newman N, Fletcher R, Kalogeropoulos A, Nielsen RK. Reuters Institute digital news report 2019 [Internet]. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism; 2020 [citado 18 Sep 2020] Disponible en: <http://www.digitalnewsreport.org>
11. Chadwick A. *The hybrid media system: politics and power*. Oxford: Oxford University Press; 2017.
12. Gil de Zúñiga H, Weeks B, Ardèvol-Abreu A. Effects of the news-finds-me perception in communication: Social media use implications for news seeking and learning about politics. *J Comput Mediated Commun*. 2017; 22(3):105-23. Doi: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12185>.
13. Segado-Boj F, Díaz-Campo J, Navarro-Asencio E, Remacha-González L. Influence of news-finds-me perception on accuracy, factuality and relevance assessment. Case study of news item on climate change. *Rev Mediterránea Comun*. 2020; 11(2):85-103. Doi: <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.12>.
14. Díaz-Campo J, Chaparro-Domínguez MA, Rodríguez-Martínez R. Los atentados terroristas de Barcelona y Cambrils en la prensa online. Tratamiento informativo en *El periódico, El país y The Guardian*. *Prof Inf*. 2018; 27(6):1358-67. Doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.18>.
15. Díaz-Campo J, Segado-Boj F. Journalism ethics in a digital environment: how journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world. *Telematics Informatics*. 2015; 32(4):735-44. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.03.004>.

16. Suárez-Villegas JC. Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales. *Prof Inf.* 2015; 24(4):390-6. Doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.05>.
17. Cruz-Álvarez J, Suárez-Villegas JC. Pautas deontológicas para el periodismo digital. *Prof Inf.* 2017; 26(2):249-54. Doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.11>.
18. Ward SJ. Radical media ethics: ethics for a global digital world. *Digit Journal.* 2014; 2(4):455-71. Doi: <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.952985>.
19. Christians CG, Glasser TL, McQuail D, Nordenstreng K, White RA. Normative theories of the media: journalism in democratic societies. Champaign: University of Illinois Press; 2009.
20. García-Avilés JA. Examining media accountability in online media and the role of active audiences. In: Eberwein T, Fengler S, Karmasin M. *Media accountability in the era of post-truth politics: European challenges and perspectives*. Abingdon: Routledge; 2019.
21. Ramon X, Mauri-Ríos M, Díaz-Campo J. Instrumentos de rendición de cuentas impulsados por los medios de comunicación: percepción de los periodistas y ciudadanos españoles. *Rev Comun.* 2020; 19(1):221-4. Doi: <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A13>.
22. Chaparro-Domínguez MA, Suárez-Villegas JC, Rodríguez-Martínez R. Media accountability and journalists: to whom do Spanish professionals feel responsible? *Journal Pract.* 2019; 14(7):812-29. Doi: <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1655470>.
23. Toledano S, Ardèvol-Abreu A. Los medios ante las catástrofes y crisis humanitarias: propuestas para una función social del periodismo. *Commun Soc.* 2013; 26(3):190-213.
24. Yez L. Desafíos éticos de la cobertura televisiva de un hecho traumático. *Cuad Inf.* 2013; (32):39-46. Doi: <https://doi.org/10.7764/cdi.32.494>.
25. Pérez M, Chaparro MA, Díaz del Campo J. La cobertura periodística de los incendios de Galicia y Portugal de octubre de 2017: un análisis de la información de emergencia de diarios portugueses, españoles y gallegos. *Estud Comun.* 2018; 1(26):197:213. Doi: <https://doi.org/10.20287/ec.n26.v1.a11>.
26. Ethical Journalism Network. 7 points for covering a pandemic [Internet]. Ethical Journalism Network; 2020 [citado 18 Sep 2020]. Disponible en <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/infographics/7-points-for-covering-a-pandemic>
27. Laitila T. Journalistic codes of ethics in Europe. *Eur J Commun.* 1995; 10(4):527-44. Doi: <https://doi.org/10.1177/0267323195010004007>.
28. Díaz del Campo J, Chaparro-Domínguez MA. Los desafíos éticos del periodismo en la era del big data: análisis de códigos deontológicos latinoamericanos. *Palabra Clave.* 2018; 21(4):1136-63. Doi: 10.5294/pacla.2018.21.4.8.
29. Barroso P. Principios fundamentales de deontología periodística [tesis]. Madrid: Universidad Complutense; 1980.
30. Hafez K. Journalism ethics revisited: a comparison of ethics codes in Europe, North Africa, the Middle East, and Muslim Asia. *Polit Commun.* 2002; 19(2):121-4.
31. Ward SJ. Philosophical foundations for global journalism ethics. *J Mass Media Ethics.* 2005; 20(1):3-21. Doi: https://doi.org/10.1207/s15327728jmme2001_2.
32. Parks P. Toward a humanistic turn for a more ethical journalism. *Journalism.* 2019; 21(9):1229-45. Doi: <https://doi.org/10.1177/1464884919894778>.



This article presents the results of a content analysis of 103 journalistic codes of ethics throughout the world conducted to test the adaptation of these codes to Covid-19 pandemic. Based on seven recommendations formulated by the Ethical Journalism Network (EJN), we analyze the presence or absence of each principle. The findings show an uneven presence of the principles and important differences across the codes. None of the codes cover the seven recommendations and just one addressed six of them. In contrast, 17 codes contain only one recommendation and two do not contain any. The EJN recommendations that are most present in the codes address well-established principles in journalistic ethics. The year of the latest update of the code is also a determining factor. Specific sections on health should be incorporated into the codes.

Keywords: Covid-19. Coronavirus. Journalistic ethics. Codes of ethics. Self-regulation.

Esse artigo desenvolve uma análise de conteúdo de 103 códigos jornalísticos de ética em todo o mundo para testar sua adaptação às circunstâncias da Covid-19. Com base nas sete recomendações formuladas pela Ethical Journalism Network (EJN), analisa a presença ou ausência de cada princípio. Os resultados mostram uma presença desigual de princípios e importantes diferenças entre os códigos. Nenhum deles entende as sete recomendações e apenas uma assume seis delas. Em contraste, 17 códigos contêm apenas uma recomendação e dois deles não contêm nenhum. Conclui-se que as recomendações da EJN mais presentes nos códigos dizem respeito a princípios muito estabelecidos na ética jornalística. O ano da última atualização do código também se torna um fator determinante. Propõe-se incorporar seções específicas de saúde nos códigos.

Palavras-Chave: Covid-19. Coronavírus. Ética jornalística. Códigos de ética. Autorregulação.