

ESTUDIOS



EMERGENCIA COVID-19  
**Televisión y Buenas Prácticas**



La televisión es vital en la emergencia del COVID -19. Nuestros datos muestran cómo las **audiencias** han acudido a ella, elevando su **consumo** para estar debidamente informados, enfrentar los riesgos y conocer las maneras de prevenir esta enfermedad.

Queremos fortalecer las **buenas prácticas** en el **tratamiento de esta crisis.**

La **información** es extremadamente importante en este caso. Se trata de un servicio para la ciudadanía.

Se consideran buenas prácticas de comunicación ante un caso de emergencia de salud pública:

**Informar responsablemente a las audiencias y llamarlos a prevenir la enfermedad**

Promover conductas preventivas es el principal rol de los medios frente a una emergencia.

Es importante que la ciudadanía siga las recomendaciones oficiales y para eso la información es vital.

Se consideran buenas prácticas de comunicación ante un caso de emergencia de salud pública:

### **Crear protocolos para el tratamiento de la información**

Reglas y criterios para reporteros en terreno, editores y otros, que les ayuden frente a las decisiones que deban tomar. Idealmente, el protocolo anticipa situaciones difíciles.

### **Entregar información útil y confiable**

En situaciones de alto temor y ansiedad, la audiencia recurre a la televisión. Se requiere brindar información socialmente relevante.

Se consideran buenas prácticas de comunicación ante un caso de emergencia de salud pública:

### **Identificar de forma clara las distintas fuentes**

Es importante asegurarse que el público sepa qué fuentes son oficiales y cuáles son de otro tipo.

### **Citar la información oficial suministrada por los organismos responsables**

Relacionado con lo anterior, existe información, cuya fuente sólo puede ser oficial: cantidad de tests aplicados, número de contagiados, fallecimientos, medidas de contención del virus, etc.

Se consideran buenas prácticas de comunicación ante un caso de emergencia de salud pública:

### **Evitar el sensacionalismo**

No sobre-dramatizar los hechos: musicalización; predominio de primeros planos de rostros y cuerpos sufrientes; efectos de postproducción; recreaciones que simulan situaciones de emergencia o desastre, repeticiones innecesarias de imágenes.



Se consideran buenas prácticas de comunicación ante un caso de emergencia de salud pública:

### **Respetar el cuidado emocional de las personas:**

El público en general, pero particularmente quienes están enfermos y quienes han perdido familiares.

Evitar la victimización secundaria de los afectados: no inducir emociones apelando a la reconstrucción forzada de los hechos y de los sentimientos que éstos produjeron.

Se consideran buenas prácticas de comunicación ante un caso de emergencia de salud pública:

## **Respetar el derecho de las personas**

La privacidad y la intimidad

Exhibir testimonios de contagiados solo con consentimiento informado

Evitar la estigmatización o discriminación

Se consideran buenas prácticas de comunicación ante un caso de emergencia de salud pública:

## **La información sobre fallecidos exige tratamiento especial**

Respetar la privacidad del dolor de los cercanos

No hacer un recuento culposo de las actividades que llevaron a la persona a contagiarse.

Evitar la insistencia para obtener testimonios, más allá de lo que los propios afectados quieran declarar.

Se consideran buenas prácticas de comunicación ante un caso de emergencia de salud pública:

## **Tratar adecuadamente las dimensiones de la crisis**

Hay aspectos económicos, sociales y de salud pública. Cada campo cuenta con sus propios expertos y voces autorizadas.

Buscar el equilibrio de puntos de vista sólo cuando se trate de materias opinables.

Ser claros en lo que **transmite como mensaje.**

Las **editoriales tienen un rol** importante en estas decisiones.

La competencia de quienes opinan deben ser debidamente acreditadas y pertinentes en lo que se informa o se debate.

## Comunicar para sostener la confianza

En la comunicación de riesgo se puede contribuir a la confianza. Esta emergencia requiere de anticipación para actuar, realizando anuncios tempranos y precisos, usando la creatividad para abordar los temas, sin frivolar.

La televisión será vital para prevenir mayores contagios y en la compañía que puede ofrecer durante el aislamiento social. Será útil en lo que pueda ofrecer a los niños que están en casa y a quienes se encuentren solos.

**El Consejo Nacional de Televisión** llama a los canales a asumir con convicción su alta responsabilidad social. Esto significa mantener un esfuerzo especial y sostenido para dar una adecuada cobertura en esta emergencia.

Entregar una información equilibrada asegura un espacio público donde se realzan los valores de una comunidad democrática y solidaria.

**cnTV**  
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN