

## COVID-19 en portada: radiografía ética de la cobertura fotográfica de la pandemia en España

## COVID-19 on the front page: photojournalism ethics on the pandemic in Spain

Carlos Maciá-Barber<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Departamento de Comunicación, Universidad Carlos III de Madrid, España

### Resumen

**Introducción:** La cobertura informativa de las emergencias sanitarias se enfrenta a la tentación de sucumbir al alarmismo y el morbo. **Objetivos:** El propósito de la investigación fue valorar el grado de cumplimiento de los principios éticos del periodismo en la información sobre la COVID-19 en las portadas de la prensa española. **Metodología:** Análisis de contenido de las fotografías de portadas (n=344), publicadas entre el 1 de enero y el 15 de abril de 2020 (n=608) en periódicos de información general (n=6) cuya difusión abarca el 43,9% del número total de lectores diarios. **Resultados:** El 3,5% de imágenes cuestionó o vulneró preceptos deontológicos, en especial con relación al derecho a la intimidad y a la propia imagen. La cobertura resultó apropiada dado que no fueron significativas las violaciones en torno al dolor y sufrimiento, el alarmismo, la presunción de inocencia, la seguridad o la presión política. **Conclusiones:** El despliegue gráfico resultó contenido, respetuoso y se optó por amplias instantáneas metafóricas. Los mecanismos de protección frente a la pandemia —equipos de protección individual (EPI), mascarillas o gafas— dificultaban con frecuencia el reconocimiento de los protagonistas. Además, se recurrió con profusión al pixelado del rostro para impedir la identificación personal.

Palabras clave: COVID-19; deontología periodística; fotografía; portadas; prensa; España.

### Abstract

**Introduction:** The news coverage of health emergencies faces the temptation to give in to alarmism and morbid curiosity. **Objectives:** The aim of this study was to assess the degree of compliance with the ethical principles of journalism in the COVID-19 information on the front pages of the Spanish newspapers. **Methodology:** Content analysis of the photos on the front pages (n=344), published between January 1 and April 15, 2020 (n=608) in general information newspapers (n=6), regional and national, that amount the 43.9% of the Spanish daily readers. **Results:** 3.5% of images questioned or violate precepts contained in ethical codes, especially in relation to the right to privacy and the right to one's own image. Violations around pain and suffering, alarmism, the presumption of innocence, security or political pressure are not representative. **Conclusion:** The photographic display was restrained, respectful and opted for extensive metaphorical snapshots. Protection mechanisms against the pandemic —personal protection equipment (PPE), masks or glasses— frequently made it difficult to recognize the protagonists. In addition, pixelated of the face was used extensively to prevent personal identification.

Keywords: COVID-19; media ethics; photo journalism; front page; press; Spain.

## COVID-19, periodismo y ética

El 31 de enero de 2020, los lectores españoles contemplaban en las portadas de los diarios la crónica de un hecho histórico: la noticia del *brexit* del Reino Unido que lo desgajaba de la Unión Europea (UE). Pero esta información coincidía en el espacio, entonces modesto, con otro acontecimiento que, a la postre, marcará el siglo XXI: la declaración de epidemia mundial por coronavirus por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020a).

De forma progresiva, a la par que la pandemia asolaba el planeta, las instantáneas de los resultados de su devastadora acción copaban primeras páginas. Su magnitud y alcance suponen una novedad sanitaria e informativa. Por consiguiente, el objeto de estudio escogido goza de significativa relevancia por múltiples motivos. De entrada, la salud supone un ámbito de especial protección social y un área de primer orden en la divulgación científica (Peñafiel, Camacho, Aiestaran, Ronco y Echegaray, 2014, pp. 137-138). Centrar el análisis en el caso de España está plenamente justificado en la medida en que se ha convertido en uno de los focos de atención mundial por la magnitud del impacto de la COVID-19.

Esta pandemia constituye una formidable crisis informativa derivada de la proliferación de bulos y *fake news* que han circulado y contaminado a la opinión pública (OMS, 2020b). De hecho, es una oportunidad única para calibrar el crédito en los medios de comunicación, cuya confianza ha decaído de modo notable a causa de su cuestionado quehacer al ilustrar la pandemia (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020a). La credibilidad que la ciudadanía deposita en el relato de los medios está a la par, incluso por debajo (Reino Unido, Alemania), de la de los Gobiernos. Lo preocupante es que la fuente gubernamental es oficial, confiable, pero no tiene por qué ser veraz, a diferencia de lo que se exige al periodista.

En el caso español, la diferencia en la confianza resulta escasa (51% por el 46%), pero figura muy por detrás de la solvencia otorgada a los expertos, científicos o doctores (84%) y a las organizaciones de salud, internacionales (77%) y nacional (69%). La credibilidad de la clase política es exigua (31%) y, sin embargo, se la convierte con frecuencia en protagonista de la lucha contra la enfermedad en detrimento de otros colectivos implicados.

Este valor informativo se ve refrendado, además, por datos preocupantes que apuntaban que el 66,7% de la sociedad española creería que habría que restringir y controlar las informaciones, estableciendo solo una

fuentes oficiales de información (Centro de Investigaciones Sociológicas, 2020), lo que venía a chocar con la libertad de expresión y el derecho a la información consagrados en el artículo 20 de la Constitución Española de 1978 (CE), por restringir la libertad total para difundir noticias e informaciones. En este sentido, la Federación Internacional de Periodistas (FIP), junto con otras ocho notables organizaciones periodísticas, solicitó el 26 de marzo a los presidentes de la Comisión Europea, el Consejo Europeo y el Parlamento Europeo declarar el periodismo y libre flujo de información como esenciales para los esfuerzos de Europa para contener la pandemia de la COVID-19.

También, desde la perspectiva científica médica, se estima que en la era de las *fake news*, rumores y bulos, “we appreciate consistent messaging is difficult, but it remains the case that leaving the information needs of the public unmet can be dangerous”. Por consiguiente, los equipos de salud pública deben contrastar con regularidad con quienes están bajo cuarentena qué entienden o no tienen claro, para proporcionarles la información inteligible y acreditada que necesitan (Webster et al., 2020).

El estudio de las portadas de los principales diarios permitió, al tiempo, una necesaria comparativa con la estrategia y proceder de la prensa de otras naciones que han sufrido en extremo la pandemia. En este sentido, la prensa española sirve como referente mundial, espejo al que dirigir la mirada desde la UE y desde América, principalmente. Este objetivo comparativo resulta por ende útil para trazar posibles similitudes con una visión periodística diacrónica. Un notable cambio con la epidemia de la denominada “gripe española” de 1918 (“Spanish” influenza), aunque el posible origen solo se apuntó recientemente (Worobey, Han, y Rambaut, 2014) es, precisamente, la presencia de imágenes, en número, espacio y calidad. Por entonces, en la pionera cobertura predominó la recreación gráfica y un incipiente despliegue fotográfico.

En esta interpretación sucesiva de la realidad social que es el periodismo (Gomis, 2008), conviene recordar el pensamiento de Restrepo (2014), pionero y maestro, en la práctica y en la teoría de la deontología periodística. Defendía tres premisas. La primera: la defensa del valor de la vida emerge por sobre cualquier interés político, ideológico, religioso o institucional. Segunda: no corresponde al reportero decidir quién debe vivir y quién no. Tercera: la tarea periodística consiste en informar, no en urdir propaganda o en armar apologética.

El principio de veracidad orbita en torno a cuestiones genéricas como el ideal de honestidad, “objetividad”,

fidelidad a los hechos. No tanto, por el contrario, con la atribución de “credibilidad”: las fuentes o los relatos pueden ser creíbles, pero mendaces o falsos, respectivamente.

### *El fotoperiodismo ante la catástrofe y el dolor*

#### Aspectos legales con trasfondo ético

Un primer parámetro, irrenunciable, atiende a la naturaleza legal, aunque conserve vínculos con la deontología periodística. Posee un carácter coactivo, social y externo al periodismo. En España, varias premisas guardan relación con derechos fundamentales personales: el honor, la intimidad y la imagen. Pese a que ética y derecho no necesariamente resultan coincidentes o vayan de la mano en todo ámbito y circunstancia, conviene detenerse a contemplar, dada su relevancia, qué violaciones legales conllevan aparejadas transgresiones de la ética periodística.

La Ley Orgánica 1/1982, de mayo, sobre protección civil al derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen establece, las siguientes pautas en conexión con estos derechos fundamentales reconocidos en el artículo 18.1 de la CE. Tienen consideración de intromisiones ilegítimas (art. 7.5), entre otras, la captación, reproducción o publicación por fotografía de la imagen de una persona en lugares o momentos de su vida privada o fuera de ellos, salvo los casos previstos (art. 8.2): personas que ejerzan una profesión de notoriedad y que la imagen se capte durante un acto público o en lugares abiertos al público y que la información gráfica sobre un suceso o acaecimiento público recoja la imagen de una persona determinada que aparezca como meramente accesorio.

No habrá de considerarse con carácter general antijurídica la difusión de imágenes de menores en lugares públicos, cuando aparezcan de manera meramente casual o accesorio de la información principal. Así, por ejemplo, informaciones sobre lugares abiertos al público que se ilustren con tomas generales en las que aparezcan los ciudadanos. Si la difusión casual o accesorio de la imagen del menor se vincula a lugares, personas o actos con connotaciones negativas, deberán utilizarse técnicas de distorsión para evitar que el mismo pueda ser identificado.

Otras vertientes legales, quizá más tangenciales en el caso que nos ocupa, pero que no cabe orillar, guardan relación con la difamación, la injuria y la calumnia (arts. 205 a 2016 de la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal), la presunción de inocencia (art. 24.2 de la CE, art. 11 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y art. 6.2 del Convenio Europeo de Derechos Humanos)

y la rectificación (Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del derecho de rectificación).

#### Nociones deontológicas profesionales

La imaginería en portada avoca a interrogantes nada baladíes. Ledo (2014) aporta algunos de relieve: el dilema de acrecentar al valor inicial posibilidades interpretativas añadidas y la respuesta del destinatario ante lo que contempla.

En efecto, aunque la tecnología digital revolucionó la edición, el retoque y la difusión de la imagen informativa, es cierto que la tecnología no ha trastocado las preocupaciones clásicas de la ética del fotoperiodismo (Lester, Emery, y Smythe, 1995). Las pautas ante los retos cotidianos para contar una historia persisten: el sensacionalismo alimentado por el negocio, la violación de la privacidad, la propagación del estereotipo, el sometimiento ciego a la creencia o la ideología. Para que la imagen mantenga su autoridad, esta debe ser incuestionable: “the photographer cannot pose, recreate, tamper with, manipulate, manage, rearrange, direct, or in any way intrude on the reality of the event being photographed” (Chapnick, 1994, p. 306).

No faltan reporteros que abogan por que no todas las fotografías pueden tomarse, ni todas las instantáneas mostrarse (Scianna, 2010). La controversia sobre el modo en que se documenta y difunde el dolor respetando los derechos humanos no está resuelta (Kennedy y Patrick, 2014). Aparecen ideas controvertidas como el *witnessing* (apelación basada en mostrar el sufrimiento humano) o el concepto de *compassion fatigue* (caída de la compasión por habituación al dolor). Pero la apelación quizá funcione como estímulo para una respuesta activa de la ciudadanía cuando la cobertura es cercana y abundante (Moeller, 2001).

El primer problema se plantea cuando las pautas éticas para el fotorreportero resultan superficiales o, directamente, son inexistentes. Un problema extendido, como ya mostraran Keith, Schwalbe, y Silcock (2006) en el ámbito de la prensa estadounidense: el análisis de 47 códigos deontológicos periodísticos mostró que, aunque la mayoría consideraban el fotoperiodismo, solo 9 abordaban con detenimiento cómo tratar las imágenes de la tragedia. En el medio audiovisual, por su propia naturaleza, la atención y preocupación por la deontología en la toma de imágenes es más profusa. En la prensa, por el contrario, se toma conciencia esencialmente desde el colectivo de los propios fotorreporteros, más deseosos y menos temerosos que la empresa en autorregularse mediante pautas concretas y específicas.



La divergencia entre el deber ser y el ser real del ejercicio profesional obliga a dirimir las variables pertinentes y adecuadas para un orientado y exhaustivo examen ético de la imagen periodística.

El segundo, entronca con la autorregulación profesional, del que se dota el colectivo para asegurar la calidad y honestidad de su tarea, como factor proactivo personal. La existencia de principios de actuación adecuados, fomentando, en la praxis, el autocontrol del fotorreportero (Costa y Boluda, 2002). Wells (2007) alerta de los usos retóricos gráficos y su contribución en el relato acerca de las causas y de las consecuencias de hechos y fenómenos concretos. Porque la tentación y la variabilidad de criterios conforman la realidad informativa visual: la proximidad del hecho, la naturaleza de los protagonistas, la intencionalidad y enfoque del fotógrafo; de la línea editorial; de la propiedad de la empresa (Rodríguez y Parras, 2010).

La fundamentación ética del ejercicio periodístico se materializa a través de cuatro grandes principios que contemplan la veracidad, la justicia, la libertad y la responsabilidad (Alsius, 2011, pp. 38-50). Así, hay que perseguir la veracidad de la información sin precipitaciones, con discreción y transmitirla con imparcialidad, rigor, transparencia y responsabilidad. De igual modo, conviene extremar el rigor y celo profesionales, para no magnificarla, ajustando su trascendencia para no alarmar a la población.

Igualmente, contextualizar los sucesos: evitar informar sobre casos aislados e impactantes sin abordar sus causas y consecuencias. Valorar a tiempo la repercusión de la imagen, porque influirá en la vida de los afectados en el mañana, y en su entorno familiar y social. Y no discriminar en función de nacionalidad, raza, religión, sexo o cualquier otra condición o circunstancia. Y nunca caer en el morbo ni el sensacionalismo.

En definitiva,

si un asunto tiene interés informativo y pertenece al ámbito público, el deber del periodista es darlo a conocer, pero no tendrá derecho ni deber alguno de difundir aquellas imágenes y aquellos aspectos que, por pertenecer a la intimidad, no deban ser hechos públicos, mucho menos si no son necesarios, no tiene el consentimiento del protagonista, no hay una clara relación con el ámbito público, o puedan causar daño injustificadamente (López, 2007, p. 64).

Estos principios aparecen en el trasfondo de las reflexiones pioneras sobre preceptos rectores de la fotografía de prensa (San Martín, 1996), y la ética periodística en situaciones donde reina el sufrimiento

humano (González, 1989; Linde, 2005; López, 2007; Marauri, Rodríguez, y Cantalapiedra, 2011; Israel, Pou, y Thiéblemont-Dollet, 2013).

Además de los códigos deontológicos (profesionales, empresariales, sindicales), los libros de estilo, los acuerdos sectoriales y las recomendaciones institucionales (Consejos Audiovisuales, Consejos de Información), también existen pautas de actuación deontológica propuestas desde la academia (Toledano y Ardèvol, 2013) o desde el colectivo sectorial, a través de asociaciones u organismos profesionales especializados, como el Dart Center for Journalism and Trauma, de la Columbia Journalism School (Hight y Smyth, 2003; Kawamoto, 2005).

Y en el particular campo de la salud, la Organización Mundial de la Salud cuenta, precisamente, con normas informativas sobre comunicación de brotes epidémicos dirigidas a los medios (OMS, 2008) y un Manual periodístico para la cobertura ética de las emergencias y los desastres creado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2011).

## Objetivo y preguntas de investigación

El objeto principal que persiguió la presente investigación fue valorar el grado de cumplimiento de los principios éticos en el ejercicio periodístico por parte de la prensa en el específico campo de la cobertura fotográfica en las portadas de los principales diarios españoles.

Para ello, se determinó el volumen, naturaleza, rasgos y grado de cumplimiento de las diversas pautas que trazan códigos deontológicos aceptados y aplicables al colectivo profesional periodístico español.

Con este fin, se diseñó una batería de preguntas de investigación (Q) que orientasen el análisis cuantitativo y cualitativo del estudio: (Q1): ¿Cuál fue el grado de información gráfica suministrado a la población? ¿Resultó excesiva, suficiente o deficiente? ¿En qué sentido? (Q2): ¿Qué principios de la deontología periodística se transgredieron? ¿En qué medida?

## Metodología

### *Diseño de la muestra de campo*

El criterio inicial para la selección de la muestra de campo de los respectivos diarios fue cualitativo. Se optó por cabeceras que aunaran rasgos característicos de la prensa de calidad, conformada por diarios que estimulan la comprensión en sus lectores y no la exacerbación de sus emociones o prejuicios. Además de informar, facilitan la interpretación libre de la realidad (Merrill, 1968). Y

parece contrastado que la percepción de los expertos y del público coincide con respecto a la confianza y credibilidad que depositan en los medios (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020b).

En un segundo nivel, se estimó el carácter cuantitativo: la difusión de los principales diarios (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2020), tanto de información general como especializados, de difusión nacional y regional.

Así, se optó por *El País* (1.004.000), *El Mundo* (657.000), *20 Minutos* (572.000), *La Vanguardia* (532.000), *La Voz de Galicia* (492.000) y *Abc*

(444.000). Estas cabeceras abarcan el 43,9% del número total de lectores diarios (8.427.000). Se analizaron cuotas significativas globales por cada tipología de diario, nacional y regional (Tabla 1). Se descartó la prensa deportiva y la económica por su carácter especializado. Se consideraron todas las portadas del período comprendido desde el 1 de enero hasta el 15 abril, inclusive, un mes después de la declaración del estado de alarma por el Gobierno de España (n=608) (Tabla 3). El 53,8% de las mismas contenía informaciones vinculadas a la COVID-19, relación directa o indirecta con la pandemia (n=327), sumando un total de 344 instantáneas.

**Tabla 1.** Muestra de campo (diarios). Fotografías COVID-19 (01/01-15/04/2020).

Medio	Difusión	Carácter	Ámbito	Grupo	Fundación
<i>El País</i>	1.004.000	General	Nacional	Grupo Prisa	1976
<i>El Mundo</i>	657.000	General	Nacional	Unidad Editorial	1989
<i>20 Minutos</i>	572.000	General	Nacional	Henneo	2000
<i>La Vanguardia</i>	532.000	General	Regional	Grupo Godó	1881
<i>La Voz de Galicia</i>	492.000	General	Regional	Corporación Voz de Galicia	1882
<i>Abc</i>	444.000	General	Nacional	Vocento	1903
Total	3.701.000				

Fuente: Elaboración propia.

### Análisis y ficha técnica

Se analizó la portada por su valor de interpretación de la realidad social y su vocación de permanencia en el tiempo, frente a la volatilidad del diario digital. La memoria colectiva tiende a asociarlas a los hechos relevantes en sus vidas o a los acontecimientos históricos para la humanidad. En el caso de la prensa generalista nacional se optó por la edición de Madrid, no tanto por su condición de capitalidad nacional, sino por tratarse del foco principal de la pandemia en España.

El período de análisis cualitativo y cuantitativo (Vilches, 1993; Alonso, 1995; Abreu, 2004; Marzal, 2007) comprende la horquilla que va desde el 01/01/2020 hasta el 15/04/2020, un mes después de la declaración

oficial del estado de alarma en España. Remontarse hasta principios del año se justifica en la posibilidad de detectar con antelación el interés informativo sobre el inicio del contagio en China, como un hecho lejano y localizado, y el progresivo incremento de la relevancia de la pandemia en la cobertura gráfica. El 21 de enero de 2020, la portada de *El País*, en un pequeño recuadro bajo el epígrafe “SALUD”, con remisión a páginas interiores, titulaba: “Las claves del virus letal que se expande por Asia”. A su izquierda, aparecía una diminuta fotografía del rostro de un ciudadano chino luciendo mascarilla. Desde un inicio se perciben elementos narrativos y descriptivos que, pasado el tiempo, se convirtieron en cotidianos.

**Tabla 2.** Ficha de análisis. Principios deontológicos y aspectos legales.

Campo	Principios deontológicos			
Variables	Veracidad	Justicia	Libertad	Responsabilidad
Categorías	Manipulación	Parcialidad	Injerencia política	Inseguridad pública
	Conjetura, especulación, rumor	Discriminación	Servidumbre comercial	Invasión intimidad
	Mixtura opinión	Continuidad informativa	Intereses del periodista	Alarmismo
	Publicidad	Presunción de inocencia		
	Obtención de la imagen	Honor		
	Sensacionalismo	Imagen		

Fuente: Elaboración propia.

Para la correcta valoración e interpretación de los resultados obtenidos hay que considerar la presencia de una serie de limitaciones, de diversa índole.

De entrada, la inmediatez del estudio —y la propia situación de excepcionalidad derivada del estado de alarma— impide conocer específicas vulneraciones legales que hayan podido producirse, salvo que fueran puestas de manifiesto en público de manera que trascendieran a la sociedad. No consta que haya sucedido así durante el periodo del episodio estudiado. Esta perspectiva legal, aunque no sea central en la investigación, es relevante en la medida en que de modo transversal afecta a principios y exigencias de la deontología periodística. Y siempre resulta relevante para aquilatar el juicio sobre una instantánea o un proceder concretos el conocer el dictamen que emana de los órganos judiciales en base a pruebas tangibles y contraste normativo.

Otra carencia, común por lo general a la casi totalidad de investigaciones de este calado y con este enfoque, es la enorme limitación de acceso a los fotoperiodistas y la práctica imposibilidad de observar, o incluso informarse, de la toma de decisiones de los responsables de los diarios en las reuniones de coordinación y de redacción. Se pierde así una información de indubitado interés para conocer el trasfondo y el nivel contextual (Marzal, 2007) de la toma de la imagen por el autor (circunstancias, motivación, enfoque...), así como de las decisiones internas empresariales fundadas en criterios profesionales. En ocasiones, este desconocimiento no permite ir más allá de la hipótesis por carecer de elementos suficientes de juicio ante la duda. Por consiguiente, no se entra a debatir

la intencionalidad última de los mensajes, en la medida en que requeriría de una exhaustiva investigación de campo en las diferentes redacciones para indagar in situ el proceso de selección informativa y la determinación y comprobación de las respectivas líneas editoriales, así como su verificación.

Las propias limitaciones científicas de tiempo y recursos impiden un examen más prolijo y exhaustivo de un número mayor de diarios de diversa naturaleza, en especial de la prensa regional y local, que aporta una visión diferente a cómo evoluciona y afecta la pandemia en una geografía dispar, tanto en lo humano, como en lo sociopolítico y económico. De hecho, la situación en las diecisiete Comunidades Autónomas y las dos ciudades autónomas fue y es distinta conforme al número de afectados, el volumen de población, el grado de desarrollo y el signo político de sus gobernantes. En un futuro, bien vale abordar el examen pendiente para obtener un análisis comparado más completo e ilustrativo.

## Resultados y discusión

El resultado más palpable es el bajo índice de riesgo y de vulneración deontológicos (3,5%) que se observa en las fotografías difundidas en los diarios analizados (Tabla 3). Aunque la inexistencia de errores es el ideal que se persigue, hay que interpretar este débil porcentaje como un síntoma de preocupación ética en el tratamiento gráfico de una información con una enorme carga de retos fotoperiodísticos. De hecho, que se estime adecuado el 96,5% restante de las imágenes cabe interpretarlo como indicativo de la primacía de una conciencia deontológica en los reporteros (Tabla 3).

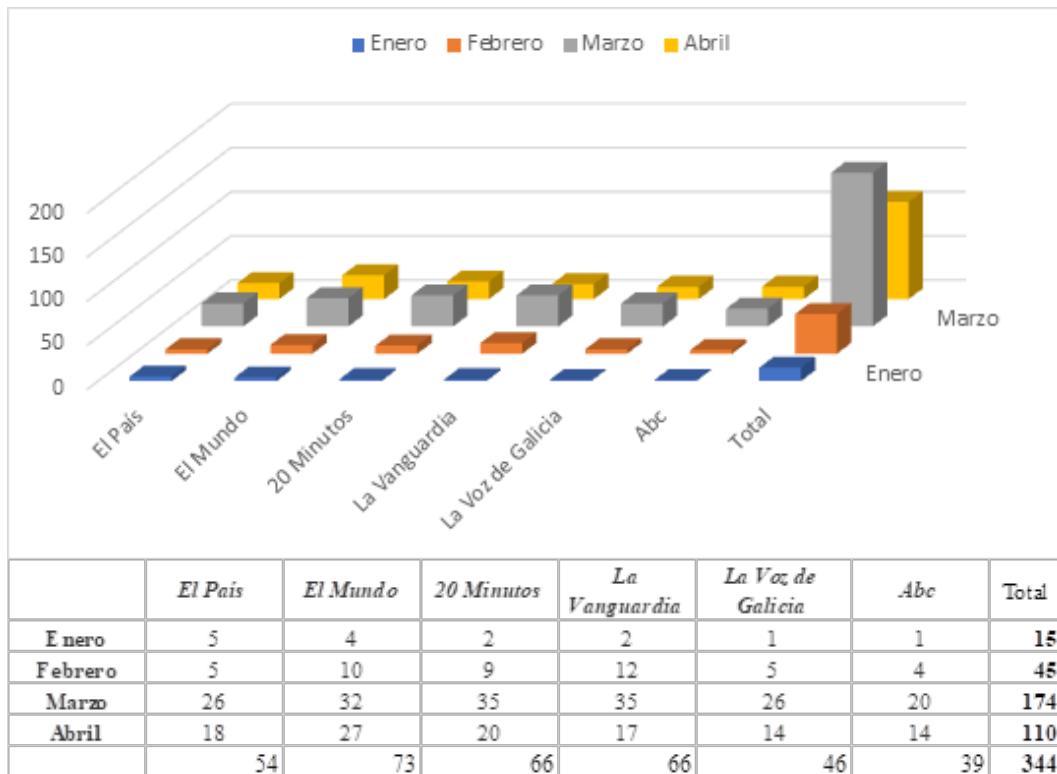
**Tabla 3.** Resultados.

Medio	Portadas	COVID-19	Fotografías	Aceptables	Riesgo ético	Vulneración deontológica
<i>El País</i>	105	52	54	52	2	0
<i>El Mundo</i>	105	67	73	69	3	1
<i>20 Minutos</i>	84	48	66	66	0	0
<i>La Vanguardia</i>	104	51	66	63	3	0
<i>La Voz de Galicia</i>	105	65	46	44	2	0
<i>Abc</i>	105	44	39	38	1	0
Total	608	327	344	332	11	1
Porcentaje		53,8	56,6	96,5	3,2	0,3

Fuente: Elaboración propia

En todos los casos la curva de la cobertura gráfica es similar y revela unas pautas parecidas. Así, durante el mes de enero, las portadas son escasas, ligadas a hechos puntuales de interés general (propagación del virus en China, declaración de la pandemia por la Organización Mundial de la Salud). En el mes de febrero aumenta la información y se incrementa el número de

portadas, pero la COVID-19 sigue apareciendo como asunto secundario. Solo cuando la enfermedad afecta a lo español -protagonistas, territorio -, salta a primera página. Ya entrados en marzo, y hasta mediados de abril, las imágenes periodísticas copan portadas, en mayor medida y frecuencia en unos diarios que en otros. No existe un impacto idéntico, unánime, aunque sea parejo (Gráfico 1).



**Gráfico 1.** Número de fotografías, por mes y diario (01/01-15/04/2020). Fuente: Elaboración propia.



## Intimidación

La privacidad exige no invadir la intimidad en la acción intrusiva para con aquellas personas objetivo de la atención pública, por múltiples motivos, entre ellos el sufrimiento de una enfermedad. También comprende la especial protección de los menores. El derecho a la propia imagen resulta en especial amenazado cuando las circunstancias personales implican dolor y sufrimiento, que obligan a sopesar el interés público en conocer los hechos y el necesario respeto a la aflicción de víctimas y sus familiares y allegados (Código deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña (CPC), art. 9; Código deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), art. 4; Código deontológico del Sindicato de Periodistas de Madrid, art. 13.1; Libro de Estilo de *El Mundo*, art. III; Libro de Estilo Vocento, art. 1.2.12.a; Libro de estilo de Servimedia, art. 2.15).

La invasión de la intimidad de las personas reviste diversas facetas en la cobertura gráfica de la pandemia. Un primer contexto informativo es el ámbito sanitario, esto es, el reflejo de la atención médica en primera línea de los enfermos de COVID-19. Es cierto que se recurre de modo generalizado a la técnica del pixelado del rostro para impedir una identificación de los protagonistas. Así, aun cuando se trate de un plano general alejado del hospital de campaña de Ifema (Madrid), se protegió el rostro del enfermo sentado en su cama (*El País*, 30/03), proceder que se aprecia en centros de salud (*La Voz de Galicia*, 13/03; *La Vanguardia*, 07/04). Esta manera de obrar no se aplica de modo automático si se considera innecesario: traslado en ambulancia de un anciano irreconocible al ir cubierta su cabeza con un gorro y su rostro por una mascarilla (*Abc*, 23/02). O en el caso, que fue cobrando carácter mediático, del abandono de Unidades de Cuidados Intensivos (UCI) por los pacientes recuperados, aplaudidos por los sanitarios, ya que por lo general apenas se intuye el rostro del paciente (*La Voz de Galicia*, 26/03).

El pixelado se extiende, en ocasiones, a las matrículas de los vehículos privados en ámbitos sanitarios (*20 Minutos*, 18/03). No así a los vehículos oficiales, como los del Ejército (*El País*, 24/03; *20 Minutos*, 16/03) o de la Guardia Civil (*La Voz de Galicia*, 18/03), aunque no siempre (*20 Minutos* 07/04). En el caso de coches fúnebres, lo común es, de modo análogo, mantenerla visible (*El Mundo*, 18 y 23/03; *Abc*, 25/03; *20 Minutos*, 06/03). En cambio, en las imágenes de controles policiales en calles y carreteras no se ocultan (por ejemplo, *La Vanguardia*, 13/03 y 10/4; *La Voz de Galicia*, 28/03).

Parece no existir un criterio unánime, pero sí prevalece la protección de identidades que pudieran invitar al reconocimiento público de las personas enfermas. Existe un caso curioso, por su rareza: en una fotografía, publicada

por dos diarios (*20 Minutos* y *La Vanguardia*, 11/03), se difumina el rostro de los clientes que con sus carros repletos de comida guardan cola en la caja de un supermercado. No hay certeza de la causa, pero cabe apuntar una hipótesis: quizá los periodistas interpreten que la imagen pudiera dañar la reputación de los protagonistas al dar a entender que puedan acumular alimentos de un modo desmedido con fines especulativos; o que quizá pudiera darse a entender un rasgo psicológico de debilidad (miedo) con tintes negativos. Esta precaución no se toma, sin embargo, con personas en las colas para la recogida de alimentos (*La Vanguardia*, 25/03). ¿No cabe pensar que puedan ser reconocidos y, de algún modo, que vean dañada su imagen? ¿Basta el argumento de que se encuentran en un lugar público para ser expuestos, sin más, a la curiosidad social? El debate queda abierto. Especial cuidado requiere el abordaje de los grupos sociales desfavorecidos que protagonizan o están afectados por los acontecimientos. Ni el estigma ni la discriminación tienen cabida (racismo, xenofobia, sexismo, ancianos, homofobia, enfermedades mentales, discapacidad...) (Declaración de principios sobre la conducta de los periodistas (FIP), art. VII; Código deontológico de la FAPE, art.7; Libro de Estilo de Servimedia, art. 2.2 y Estatuto de Redacción de la Agencia Efe, art. 9).

Los menores, conforme a la legalidad vigente y al igual que se recoge en los códigos deontológicos, gozan de una especial protección de su intimidad, en la medida en que son el segmento de población más indefenso. Se percibe, por ello, un celo en la composición de las fotografías que se difunden donde la infancia cobra protagonismo. Es el caso de unas llamativas instantáneas de un niño con mascarilla, abrigo y cubierto por completo por un plástico (*El País*, 10/02) o, tras la declaración de pandemia mundial, dos niñas cubiertas por sendas mascarillas y botellas de bidón en su cabeza (*La Vanguardia*, 31/01). En otras ocasiones la preservación de su imagen deriva de su posición de espaldas (*El Mundo*, 11/03 y *La Vanguardia*, 12/04); el recurso a la lejanía y la interposición de infraestructuras: una pareja de niños en el patio en la lejanía tras unas rejas (*La Vanguardia*, 10/03). O, dado el caso, al estar de frente, mediante el pixelado del rostro (*El Mundo*, 27/03).

En este ámbito, existe un caso sujeto a discusión. Se trata de un selfi familiar de un matrimonio con doce hijos confinados en su domicilio tras el estado de alerta (*La Voz de Galicia*, 20/03) (Figura 1). Sin entrar a calibrar el fundamento de la noticia en los criterios clásicos de noticiabilidad, interesa valorar su carácter ético. Resulta evidente que existe consentimiento de los progenitores para la toma de la imagen y su posterior difusión. Lo que ha de cuestionarse es si el exhibicionismo de unos padres avala la licitud de revelar a las claras a la sociedad, sin una justificación fundada, los rostros de criaturas y jóvenes.



**Figura 1.** *La Voz de Galicia*, 20/03/2020

### Seguridad

Huir del alarmismo o conjugar la cooperación con autoridades e instituciones públicas se constituyen en retos notables ante la amenaza de una pandemia. La pauta más relevante alude a la primacía de la vida y la seguridad de las personas, sea en el sentido de dar prioridad a la ayuda humanitaria o afectar a la seguridad pública (Recomendaciones acerca del tratamiento informativo de las tragedias personales del Consejo Audiovisual de Cataluña, arts. 4.1, 4.2, 4.3 y Libro de Estilo. Canal Sur, art. 9.6.1.2).

Por lo general, no se oculta el rostro de militares que colaboran en tareas de asistencia y auxilio durante la epidemia, sea en la calle, en los centros médicos, en las residencias de ancianos o en contacto directo con ciudadanos. En la inmensa mayoría de ocasiones se protegen con EPI o mascarillas, por lo que no es posible o fácil su identificación. Es cierto, por otro lado, que su tarea no reviste el riesgo o la confidencialidad de otras situaciones (terrorismo, delincuencia) que puedan comprometer su persona, caso de ser reconocidos.

Sí se han encontrado dos casos que invitan a pensar que se han adoptado medidas especiales para proteger a los protagonistas que aparecen en la imagen, en su calidad de fuentes informativas. Por ejemplo, unos sanitarios que posan y muestran sus rudimentarios sistemas de protección en una fotonoticia de denuncia (*El Mundo*, 25/03). O aquella que refleja un acalorado encuentro de otros profesionales en la calle, junto a la

entrada de las urgencias de un hospital (*Abc*, 13/03). En otros casos, no se han encontrado argumentos al porqué se pixela a un enfermero en un plano general, en lugar público, sin contexto específicamente negativo (*20 Minutos*, 31/03).

### Presunción de inocencia

La imparcialidad demanda que la información sea completa, equilibrada e incluya los diversos puntos de vista de un modo razonable, máxime cuando existe conflicto. Las normas precisan que esta exigencia opere tanto en la cobertura puntual, concreta, como a largo plazo (línea informativa) (Libro de Estilo. Canal Sur, art. 2.1.5; Código deontológico del SPM, art. 4 y Libro de Estilo de *El País*, arts. 1.23 y 1.24).

La presunción de inocencia es un pilar del sistema democrático. El Tribunal Constitucional (TC), en su exigencia de veracidad informativa, señaló el respeto de este derecho como un criterio que se estima para verificar la diligencia del reportero en el debido contraste de los hechos que se difunden (STC 219/1992). Por consiguiente, solo dar pie a cuestionarla, ya supone un error. En la muestra analizada existen dos casos que bordean la transgresión. En el centro de una fotografía tomada en las Ramblas de Barcelona aparece un policía municipal que parece dar el alto con la mano a una pareja cogida de la mano, en plena fase de confinamiento. Ambos ciudadanos son perfectamente reconocibles y es fácil dar por sentado que puedan estar infringiendo la ley. Pero en realidad, lo desconocemos (*El País*, 16/03).

Esta clase de mera asociación no es negativa por sí misma. Al contrario, como ocurre con una ciudadana que, de espaldas, charla con un policía (*20 Minutos*, 13/04).

Un caso similar acontece al ilustrar una protesta de una asociación vecinal que denuncia las obras en domicilios con una imagen en la que aparecen un par de operarios en el balcón, a las claras identificables. ¿Son los culpables? ¿Es una foto sacada de contexto? ¿Es un mero recurso? (*La Vanguardia*, 20/03).

### *Injerencia política*

Objeto de control han de ser las posibles presiones políticas (gubernamentales, ideológicas, de partido), así como las servidumbres comerciales, como manera de influir en responsables de medios (anunciantes, patrocinadores) (Declaración de principios de la FIP, art. IX; Resolución 1003, art. 9; Libro de Estilo de *El País*, art. 1.3 y Código de la FAPE, art. 18). Esto es, la presión económica indebida en cualquiera de sus formas. La finalidad es frenar intentos de imponer, modificar o suprimir coberturas informativas o los enfoques noticiosos. En la misma sintonía opera el favor o la negación de las fuentes informativas, siempre selectivas conforme a sus intereses.

Resultaría una simpleza deducir que la mera cesión de una fotografía por una institución o un gobernante suponga una inaceptable injerencia política. Algunas portadas compartieron una imagen del presidente del Gobierno español, Pedro Sánchez, mientras mantenía una video conferencia múltiple desde el despacho de su residencia de La Moncloa (*El País* y *El Mundo*, 14/03). Ambos diarios indicaron que era cedida por La Moncloa, pero la publicada en *La Vanguardia* (14/03), la misma, venía con el nombre de su autor y se atribuía a la Agence France Presse. Más allá de que pudiera tratarse de un error, lo relevante del caso es averiguar la causa de aceptar una visión interesada de la realidad. Es una situación similar a la rueda de prensa en la que no se acepten preguntas o repreguntas de los reporteros. Cuando menos es cuestionable, porque homogeneiza la información que se suministra a los lectores y abre la puerta a la creencia de un posible acatamiento o connivencia del medio con el poder. Aunque no idéntico, el recurso al *pool* de medios en la cobertura gráfica (*El País*, 18/03 y 19/03) facilita de nuevo la sombra de la duda.

### *Dolor y sufrimiento*

Las fotografías que tratan de reflejar el dolor y sufrimiento, tanto colectivo como personal, no abundan. El proceder general es reflejarlo sin identificar al sujeto sufriente,

respetando así su íntimo sentimiento. Para ello el fotorreportero se vale del plano medio (*El País*, 02/04) o del general (*El Mundo*, 11/04), respetando la distancia. También en el caso de los cementerios (*El País*, 03/04), pero facilitando, en el pie de foto, el nombre y edades tanto del fallecido como del familiar, algo realmente llamativo, cuando menos. Cabe interpretar que existiría una previa aprobación de los afectados.

A veces se opta por inmortalizar la escena con el protagonista de espaldas, en toma desde la calle (*20 Minutos*, 19/03). O para minimizar la invasión, se difumina el rostro de enfermos dolientes en una sala de hospital (*20 Minutos*, 27/03).

Pero sí se difundió un selfi tomado por un hijo, en el que tras él se veía a su progenitor, que servía para denunciar la supuesta desatención de su padre en el hospital, lo que, a su juicio, derivó en su fallecimiento (*El Mundo*, 12/03).

### *Publicidad*

El único caso recogido que pudiera inducir a pensar en la posibilidad de aprovechar una cobertura informativa para promocionar una empresa comercial lo constituye la noticia sobre la nueva contratación de una mujer, tras perder su anterior ocupación por causa de la crisis de la COVID-19. Aunque el contexto que enmarca a la trabajadora posando no es reconocible de primeras (no se trata de una superficie comercial puntera), el logotipo del jersey que viste sí lo permite (*La Voz de Galicia*, 07/04). Y asociar un mensaje positivo a una marca es un clásico de la persuasión publicitaria. La pregunta clave sería si el hecho posee suficiente notoriedad para convertirse en noticia de interés general. No lo parece.

### *Alarmismo*

Con respecto al rigor informativo, no deberían propagarse imágenes que sustenten conjeturas, especulaciones y rumores (entre otros, Declaración de principios de la FIP, art. III; Resolución 1003, art. 4; Código Deontológico del CPC, art. 1; Código deontológico de la FAPE, art. 13 y Código Deontológico del SPM, art. 9). La neutralidad informativa debiera conducir de forma indubitada a la separación de información y opinión (véanse, entre otros, Resolución 1003, arts. 3, 5 y 6; Código deontológico de la FAPE, art.17; Libro de Estilo de *Abc*, s/n 3; Libro de Estilo Vocento, art. 1.2.8; Libro de Estilo. Canal Sur, art. 3.11 y Estatuto de Redacción de *El Periódico* de Catalunya, art. 2). De igual modo, los criterios de selección de las fotografías y su marco referencial resultan indicativos del grado de veracidad que impera



(Resolución 1003, art. 30; Principios de actuación de los medios de la Corporación Catalana de Radio y Televisión, art. 2.1.2 [B] y Recomendaciones sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales, [B] 3, 4 y 5). Aunque posee una potente transversalidad, aquí cabe considerar el sensacionalismo y la espectacularización (Libro de Redacción de *La Vanguardia*, art. 6.2. y Recomendaciones sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales, [C] 4 y 15 [D] 4).

Cabe preguntarse si un tratamiento de mayor volumen—más fotos, más amplias y con titulares de gran cuerpo—puede ser beneficioso en la medida en que cierta alarma quizá provoque miedo e invite a la población a cumplir con el confinamiento decretado. No parece que el alarmismo sea el camino correcto, sino más bien una información precisa y profunda que muestre a las claras la realidad de la enfermedad y cuanto conlleva (dolor, sufrimiento, muerte). Pero, en este sentido, este recurso hay que considerarlo contenido en líneas generales. Predomina, sin duda, el tratamiento metafórico, con un doble campo semántico claro centrado en la imagería sanitaria. De un lado, la prevención y el tratamiento médicos (mascarillas, camillas, ambulancias, sanitarios, camas de hospital...); de otro, los resultados trágicos (coches funerarios, ataúdes, cementerios). Y cuando se ha querido mostrar la muerte a las claras, el resultado ha sido erróneo.

### Vulneraciones deontológicas

Por último, cabe referir casos de indudable vulneración deontológica. Aunque ofrezcan un carácter residual

por su escaso porcentaje, no dejan de constituir extralimitaciones indebidas. En dos ocasiones aparecen muertos en portada, reconocibles, aunque sea con cierta dificultad.

El primero en el tiempo (*La Vanguardia*, 01/02), muestra a un ciudadano chino, tendido en plena acera, víctima del coronavirus, dejado a su suerte (Figura 2). En primer plano, pasa un ciclista, impasible ante la situación. El cadáver no está tapado, ni su rostro pixelado, aun cuando porte una mascarilla. Nadie le atiende. Los fallecidos mantienen sus derechos, aunque posean otra nacionalidad y se encuentren en países lejanos.

El segundo, una transgresión análoga, corresponde al diario *El Mundo* (15/04). Un despliegue amplio para mostrar un cadáver (Figura 3). La única deferencia fue desdibujar el rostro del fallecido. Pero el contexto, sin duda, ayuda a reconocerle. Y aunque no fuera así, la invasión resulta inmotivada e injustificada por completo. Si bien es cierto que no puede ocultarse una realidad—y los muertos, a decenas de miles, la integran en el caso español—y que lo que no se muestra, no existe, la espectacularización que viola derechos fundamentales no está amparada por el derecho a la información.

Una escena similar la difundió *Abc* (13/04), aunque en este caso se trataba de la atención a un paciente, vivo, cuyo rostro también se pixeló. Pero se encontraba en su hogar y la imagen se publicó en blanco y negro, con una clara intencionalidad. Violar la intimidad del domicilio y dramatizar técnicamente la fotografía suponen por igual desvíos éticos (figura 4).



Un hombre yace inerte en una calle de Wuhan, ciudad origen del coronavirus, en una imagen tomada el jueves

Figura 2. *La Vanguardia*, 01/02/2020.



La doctora Nerea Buxens y su enfermera certifican la muerte de un hombre en un piso de Valencia minutos después de recibir una alerta por «asfixia». [ABC](#) 13/04/20

**Figura 3.** *El Mundo*, 15/04/2020.



**Figura 4.** *Abc*, 13/04/2020.



## Conclusiones

Conforme la pandemia se acerca a España, el número de imágenes aumenta, crece en tamaño y se acerca más a las víctimas. En los momentos iniciales, no se generan riesgos de desviación ética, dado que no hay sufrimiento, dolor ni muerte entre la población. Esta situación cambió cuando se dispararon los contagios de modo exponencial, los afectados graves abarrotaron las UCI y las cifras de fallecidos se contaban por millares.

De modo global, los mecanismos de defensa frente a la COVID-19 actúan como protección a posibles vulneraciones de derechos o éticas. La proliferación de equipos de protección individual, mascarillas, gafas, bolsas de plástico, pañuelos, etc., impide identificar a las personas, ver sus rostros. Por tanto, los riesgos de posible intromisión en la intimidad o posibles violaciones de seguridad menguan de modo notable. Este factor juega en favor, por tanto, de un tratamiento deontológico del fotoperiodismo.

El volumen de información gráfica es intermedio. La media de fotografía por portada es baja, en la medida en que los diarios optan por una imagen emblemática, a gran tamaño, con independencia de su carácter informativo, interpretativo u opinativo. En este sentido cuantitativo, cabe valorarla como suficiente.

Existen pocas pautas específicas relativas al fotoperiodismo en los códigos deontológicos (profesionales, empresariales, sindicales), los libros de estilo, los acuerdos sectoriales y las recomendaciones institucionales de autorregulación. Algo más prolijas son las propuestas de asociaciones y organismos profesionales. Cabe extrapolar las pautas y principios estipulados para la imagen en movimiento.

Con relación a los estándares deontológicos aplicables a la imagen periodística, no existen vulneraciones ni graves ni numerosas. Casi siempre impera el afán de proteger a las personas cuya imagen se difunde, sean enfermos, sanitarios, fuerzas del orden e, incluso, ciudadanos anónimos. La protección se potencia en el caso de la infancia y juventud, también conforme a la normativa legal vigente.

No son significativas las violaciones en torno al dolor y sufrimiento, el alarmismo, la presunción de inocencia, la seguridad o la presión política.

## Referencias bibliográficas

- Abc (1994). *Libro de estilo de Abc*. Madrid, España: Ariel.
- Abreu, C. (2004). El análisis cualitativo de la foto de prensa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 57(7), 1-5. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81975706.pdf>
- Agencia Efe. (2011). *Libro de estilo urgente/Agencia EFE*. Barcelona, España: Galaxia Gutenberg Círculo de Lectores.
- Alonso, M. (1995). *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Madrid, España: Síntesis.
- Alsius, S. (2011). Cap a una gran base de dades per a l'estudi de l'ètica periodística. *Periodística*, 13, 27-57. doi: 10.2436/20.3008.02.18
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. *Estudio General de Medios (EGM)* (2020). 1ª Ola. Recuperado de <http://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>
- Centro de Investigaciones Sociológicas. (2020). *Barómetro especial*. Abril. Avance de resultados. Estudio n. 3279. Recuperado de [http://datos.cis.es/pdf/Es3279mar\\_A.pdf](http://datos.cis.es/pdf/Es3279mar_A.pdf)
- Chapnick, H. (1994). *Truth needs no ally. Inside photojournalism*. Columbia: University of Missouri Press.
- Colegio de Periodistas de Cataluña. (1992). *Código deontológico*. Recuperado de <https://www.periodistes.cat/codi-deontologic>
- Consejo Audiovisual de Cataluña. (2001). *Recomendaciones sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales*. Recuperado de [https://www.cac.cat/sites/default/files/migrate/actuacions/CAC\\_Recomendaciones\\_tragedias\\_personales.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/migrate/actuacions/CAC_Recomendaciones_tragedias_personales.pdf)
- Consejo de Europa. (1993). *Ethics of journalism*. Recuperado de <https://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=16414&lang=en>

- Costa, E., y Boluda, A. (Coord.) (2002). *Drets i límits del periodisme gràfic*. Valencia, España: Unió de Periodistes Valencians. Recuperado de <http://www.upisindi.cat/cont/documents/docPot/DRETSiLIMITSperiodismeGRAFIC7MB23042002.pdf>.
- El Mundo. (1996). *Libro de Estilo*. Madrid, España: Temas de Hoy.
- El País. (2014). *Libro de estilo: El País*. Madrid, España: Aguilar.
- El Periódico de Catalunya. (1993). *Estatuto de Redacción*. Recuperado de [http://spandalucia.com/wp-content/themes/EstudioQusha/pdf/EstatutoRedaccionEl\\_Periodico.pdf](http://spandalucia.com/wp-content/themes/EstudioQusha/pdf/EstatutoRedaccionEl_Periodico.pdf)
- Federación de Asociaciones de Periodistas de España. (2017). *Código Deontológico*. Recuperado de <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>
- Federación Internacional de Periodistas. (2019). *Carta Mundial de Ética para Periodistas*. Recuperado de <https://www.ifj.org/es/quien/reglas-y-politica/carta-mundial-de-etica-para-periodistas.html>
- Gomis, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona, España: UOC.
- González, N. (1989). *El deber de respeto a la intimidad en la información periodística* (Tesis doctoral). Universidad de Navarra, España.
- Israel, E., Pou, M. J., y Thiéblemontdollet, S. (2013). Debates y controversias sobre las imágenes de la actualidad internacional. Foto-impacto en las portadas globales. *Correspondencias & Análisis*, 3, 295-316.
- Kawamoto, K. (2005). Best practices in trauma reporting. Ideas and insights from award-winning newspaper articles. *Dart Center for Journalism and Trauma*. Recuperado de [http://dartcenter.org/files/da\\_best\\_practices\\_0\\_1.pdf](http://dartcenter.org/files/da_best_practices_0_1.pdf)
- Keith, S., Schwalbe, C. B., y Silcock, B. W. (2006). Images in ethics codes in an era of violence and tragedy. *Journal of Mass Media Ethics*, 21(4), 245-264.
- Kennedy, L., y Patrick, C. (Eds.) (2014). *The violence of the image. Photography and international conflict*. London, UK: I.B. Tauris.
- Hight, J., y Smyth, F. (2003). Tragedies and journalists: a guide for more effective coverage. *Dart Center for Journalism and Trauma*. Recuperado de [http://dartcenter.org/files/en\\_tnj\\_0.pdf](http://dartcenter.org/files/en_tnj_0.pdf)
- La Vanguardia. (2004). *Libro de redacción de La Vanguardia*. Barcelona: Ariel.
- Ledo, M. (2014). Ver y querer ver: foto de guerra contra periodismo. *Chasqui*, 127, 76-85.
- Lester, P. M., Emery, M., y Smythe, T. C. (1995). Photojournalism ethics timeless issues. In Readings in Mass Communications. *Brown & Benchmark*. Recuperado de <http://commfaculty.fullerton.edu/lester/writings/photoethics.html>
- Linde, A. (2005). Reflexiones sobre los efectos de las imágenes de dolor, muerte y sufrimiento en los espectadores. *Comunicar*, 25(2) (CD-ROM).
- López, C. (2007). Pautas en el tratamiento informativo del dolor. *Cuadernos de Periodistas*, 10, 59-70.
- Marauri, I., Rodríguez, M. M. y Cantalapiedra, M. J. (2011). La ilustración del dolor: cobertura fotográfica de los sucesos en los diarios de información general en España (1977-2000). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 17(2), 513-529. doi:10.5209/rev\_ESMP.2011.v17.n2.38128
- Marzal, J. (2007). *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. Madrid, España: Cátedra.
- Merrill, J.C. (1968). *The Elite Press. Great Newspapers of the World*. New York, EUA: Pitman Publishing.
- Moeller, S. (2011). Compassion Fatigue. *Media Studies Journal Summer*, 108-112.
- Organización Mundial de la Salud. (2008). *Guía para planificar la comunicación en caso de brotes epidémicos*. Recuperado de [https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44162/9789243597447\\_spa.pdf?sequence=1](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44162/9789243597447_spa.pdf?sequence=1)

- Organización Mundial de la Salud. (2020a). *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19*. Recuperado de <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>.
- Organización Mundial de la Salud. (2020b). *Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public: Myth busters*. Recuperado de <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>
- Organización Panamericana de la Salud. (2011). *Manual periodístico para la cobertura ética de las emergencias y los desastres*. Recuperado de <https://fcic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2013/11/tragedias-periodistas.pdf>
- Peñafiel, C., Camacho, I., Aiestaran, A., Ronco, M., y Echegaray, L. (2014). La divulgación de la información de salud: un reto de confianza entre los diferentes sectores implicados. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 135-151. doi: 10.4185/RLCS-2014-1005.
- Radio y Televisión de Andalucía. (2004). *Libro de Estilo. Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía*. Sevilla, España: RTVA. Recuperado de [http://www.canalsur.es/resources/archivos\\_offline/2017/9/11/1505123819379Libro\\_de\\_estilo\\_Canal\\_Sur.pdf](http://www.canalsur.es/resources/archivos_offline/2017/9/11/1505123819379Libro_de_estilo_Canal_Sur.pdf)
- Restrepo, J. D. (2014). *Los retos del periodismo de salud. Conferencia 31/10/2014*. Centro Médico Imbanaco (Cali, Colombia). Recuperado de <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/recursos/palabras-de-javier-dario-restrepo-sobre-periodismo-de-salud-cobran>
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2020a). *Navigating the 'Infodemic': How People in Six Countries Access and Rate News and Information about Coronavirus*. Recuperado de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-04/Navigating%20the%20Coronavirus%20Infodemic%20FINAL.pdf>
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2020b). *Are news outlets viewed in the same way by experts and the public? A comparison across 23 European countries*. Recuperado de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/are-news-outlets-viewed-same-way-experts-and-public-comparison-across-23-european-countries#key>
- Rodríguez, J., y Parras, A. (2010). El tratamiento documental en la fotografía de prensa: ante el dolor de los demás y el conflicto de los otros. *Revista General de Información y Documentación*, 20, 459-470.
- San Martín, M. A. (1996). *Código ético y deontológico para la imagen y fotografía periodística*. Madrid, España: Trigo.
- Scianna, F. (2010). *Etica e fotogiornalismo*. Milano, Italia: Mondadori Electa.
- Servimedia. (2008). *Periodismo social. Libro de estilo de Servimedia*. Madrid, España: Servimedia. Recuperado de <https://discionario.es/periodismo-social-libro-de-estilo-de-servimedia/>
- Sindicato de Periodistas de Madrid. (2000). *Código deontológico*. Recuperado de [http://xornalistas.gal/web/uploads/materiais\\_biblioteca\\_adxuntos/adxunto/c43/54d3a0533a-codigo-deontologico-madrid.pdf](http://xornalistas.gal/web/uploads/materiais_biblioteca_adxuntos/adxunto/c43/54d3a0533a-codigo-deontologico-madrid.pdf)
- Toledano, S., y Ardèvol, A. (2013). Los medios ante las catástrofes y crisis humanitarias: propuestas para una función social del periodismo. *Comunicación y Sociedad*, 26(3), 190-213.
- UNESCO. (1984). Principios internacionales de ética profesional en el periodismo. *Revista Chasqui*, 10. doi: 10.16921/chasqui.v0i10.2843. Recuperado de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2843>
- Vilches, L. (1993). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Barcelona, España: Paidós Comunicación.
- Vocento. (2003). *Vocento. Libro de estilo*. Gijón, España: Trea.
- Webster, R. K., Brooks, S. K., Smith, L. E., Woodland,

L., Wessely, S., y Rubin, G. J. (2020). How to improve adherence with quarantine: Rapid review of the evidence, *Public Health*, 182, 163-169. doi. org/10.1016/j.puhe.2020.03.007

Wells, K. (2007). Narratives of liberation and narratives of innocent suffering: the rhetorical uses of images of Iraqi children in the British Press. *Visual Communication*, 6(1), 55-71. doi: 10.1177/2F1470357207071465

Worobey, M., Han, G-Z., y Rambaut, A. (2014). *Genesis and pathogenesis of the 1918 pandemic H1N1 influenza A virus*. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 111(22), 8107-8112. doi: 10.1073/pnas.1324197111