

FACTORES QUE INCIDEN EN LA COBERTURA  
MEDIÁTICA DE PERSONAS DESAPARECIDAS.  
CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD  
Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL

---

PATRICIA TORRES HERMOSO  
*Universidad de Sevilla, España*

RESUMEN

Más de 12.000 personas desaparecieron en España desde 2010 sin dejar rastro aparente. En España existe un organismo llamado Centro Nacional de Desaparecidos, que pertenece al Ministerio del Interior, el encargado de hacer públicos todos estos datos. Fuentes de este organismo apuntan que la mayoría de las denuncias se suelen resolver en las primeras 72 horas, y que más de la mitad de los desaparecidos son menores de edad. Cada año se denuncian una media de entre 20.000 y 30.000 desapariciones. Este mismo año se ha activado un nuevo protocolo de actuación para las fuerzas y cuerpos de seguridad en el que se dividen las desapariciones en voluntarias, involuntarias y forzadas dejando fuera de las estadísticas las cifras de sustracción de recién nacidos y los casos incluidos en la Ley de Memoria Histórica, que tienen sus propias bases de datos.

Pero, ¿por qué unos casos reciben mayor atención mediática que otros? ¿Cuáles son los criterios empleados para que unas desapariciones tengan más cobertura que otras? Estas cuestiones surgen tras la cobertura informativa de la desaparición de la esquiadora Blanca Fernández Ochoa. Las cadenas de televisión se volcaron en la cobertura de este caso, dedicándole horas y horas en magazines e informativos, llegando a ahondar en la vida privada de la exmedallista olímpica.

Una desaparición que nos recuerda también al caso Diana Quer. Un seguimiento informativo sin precedentes del que pudimos conocer a través de diferentes medios de comunicación una situación familiar complicada, que añadía aún más dolor a los familiares de la joven.

Por su parte, familiares de otras personas desaparecidas han mostrado su descontento, ya que consideran que no se han buscado con los mismos medios que a Blanca Fernández Ochoa. Es el caso de la familia de Alberto Hernández, desaparecido hace más de un año en Mula (Murcia). El joven salió de su casa por la tarde para dar un paseo y desde ese momento nadie tiene noticias de su paradero.

Con la realización de esta comunicación pretendemos demostrar si existe o no una correspondencia entre los factores que hemos determinado para que una desaparición tenga mayor proyección mediática, con los criterios para que un hecho se convierta en noticiable.

## PALABRAS CLAVE

Desaparecidos, cobertura, mediática, deontología, criterios

## 1. INTRODUCCIÓN

Esta comunicación surge a raíz de la sección que en la que colaboró junto al periodista Luis Algoró denominada *La Tarde en tu búsqueda* perteneciente al programa *La Tarde con Mariló Maldonado* de Canal Sur Radio. *La Tarde en tu búsqueda* es un espacio dedicado a dar voz y espacio a los familiares de desaparecidos.

En primer lugar, tendremos que delimitar el concepto de desaparecido/a. Según la definición aprobada por el Consejo de Europa, es “toda aquella persona ausente de su residencia habitual sin motivo conocido o aparente, o cuya nueva residencia se ignora, dado lugar a una búsqueda en interés de su propia seguridad y sobre la base del interés familiar o social”.

Hay que distinguir entre las desapariciones voluntarias, las forzosas o de naturaleza criminal. Las desapariciones voluntarias abarcan ausencias intencionadas de adultos y fugas de menores adolescentes y las involuntarias suelen responder a accidentes, a la pérdida de personas con discapacidades o de casos en los que está asociado a un móvil criminal. Las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado otorgan carácter de máxima prioridad en la búsqueda cuando una desaparición es de alto riesgo. A esta categoría pertenecen las desapariciones de menores, las de adultos con trastornos y deficiencias seniles y/o mentales, así como aquellas en las que existen indicios delictivos. Pueden darse otros supuestos de desapariciones involuntarias de alto riesgo, derivadas de accidentes y de secuestros parentales. Ante una desaparición de alto riesgo, actuar de inmediato es fundamental, tanto en el plano operativo y de la investigación, como en el de la difusión informativa<sup>17</sup>.

### 1.1 JUSTIFICACIÓN

La desaparición y muerte de la exquiadora Blanca Fernández Ochoa conmocionó a todo el país. Los investigadores trabajaron en los

---

<sup>17</sup> Guía de buenas prácticas para el tratamiento informativo de las desapariciones. Elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía y la Fundación Europea por las Personas Desaparecidas (2016).

primeros días con diferentes hipótesis sobre su paradero, desde el accidente a la desaparición voluntaria.

Desde el principio, el caso de la exmedallista despertó mucho interés por parte del público debido a las misteriosas circunstancias que rodearon su desaparición, a lo que poco después se unió también cómo y dónde apareció el cadáver.

Por todo ello consideramos oportuno reflexionar sobre la siguiente cuestión, ¿por qué el caso de Blanca Fernández tuvo una gran cobertura mediática y otros casos pasan desapercibidos? ¿Cuáles son los elementos que hace que una desaparición se convierta en atractivo por parte del público?

## 1.2 OBJETIVOS

La presente comunicación tal y como recoge el resumen de la ponencia pretende demostrar cuáles son los criterios que hace que un hecho se convierta en noticia y por qué algunas desapariciones tienen mayor proyección mediática que otras.

Asimismo, otros de los objetivos que nos proponemos ya que esta investigación acaba de iniciarse es si se ha producido o no un tratamiento sensacionalista del caso seleccionado en algunos programas de la parrilla televisiva.

En nuestro caso, fijaremos nuestra mirada en la desaparición de la exmedallista olímpica, Blanca Fernández Ochoa.

## 2. EL CASO “BLANCA FERNÁNDEZ OCHOA”: CRONOLOGÍA DE LOS HECHOS

La esquiadora madrileña, de 56 años, desapareció el 23 de agosto de 2019 en Cercedilla, un pueblo al norte de Madrid, lugar donde solía frecuentar para practicar senderismo. Fue su hija, Olivia Fresneda, la que presentó la denuncia de la desaparición en un cuartel de la Guardia Civil de Las Rozas el día 31 de agosto. Pero fue la Policía Nacional después la encargada de investigar el caso, por ser el cuerpo con las competencias en esta materia. La Unidad de Desaparecidos, tras siete días buscando sin éxito a la exesquiadora, decidió en consenso con la familia

Fernández Ochoa, lanzar la alerta pública para pedir la colaboración ciudadana. Rápidamente se pone en marcha una investigación para localizarla<sup>18</sup>. El caso se va haciendo cada vez más mediático cuando conocimos que Blanca sufría un trastorno bipolar y cuando muchos especularon que no pasaba por su mejor momento. El cuñado de Blanca Fernández Ochoa, Adrián Federighi que se convirtió en el portavoz de la familia informaba a los periodistas allí congregados que Blanca no llevaba el teléfono móvil (algo habitual en ella) y que al día siguiente estuvo en un centro comercial de Pozuelo, tal y como atestiguan las cámaras de seguridad. El día 25, encontraron su coche aparcado en el Parque Natural de Las Dehesas, un paraje frecuentado por senderistas. La búsqueda se centró en la zona de Cercedilla, en la que participó un gran número de voluntarios. También se incorporaron helicópteros, drones y equipos a pie en la zona de los Siete Picos tratando de encontrar el rastro de Blanca<sup>19</sup>. Los días iban pasando y la esperanza por encontrar con vida a Blanca se desvanecía. Los investigadores trabajaban con la línea de investigación de la desaparición voluntaria mientras que sus familiares aseguraban que podía haber sufrido un accidente. Clave fue el testimonio que proporcionó un vecino de Cercedilla que vio a Blanca el día 24 junto a la estatua de su hermano Paco, e informó que se dirigía al Pico de la Peñota. Finalmente, el cadáver de Blanca Fernández Ochoa fue encontrado el 4 de septiembre en una zona próxima al Pico de La Peñota once días después de su desaparición.

### 3. TEORÍA DE LA AGENDA SETTING Y CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD

En la agenda setting o teoría de la agenda se estudia cómo los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia. En definitiva, el medio no decide qué y cómo tiene que pensar sobre un hecho, pero sí escogen los temas que van a tratarse

---

<sup>18</sup> Noticia publicada por *La Vanguardia* con fecha 01/09/2019. Recuperado de <http://bit.ly/2ZsfmSa>.

<sup>19</sup> Noticia publicada por *Abc* con fecha publicada 05/09/2019. Recuperado de <http://bit.ly/2Q0tHIU>.

y que van a llegar a la audiencia, así como su importancia y la manera de transmitirlos. Maxwell McCombs y Donald Shaw son los creadores de la teoría de la agenda setting publicada en 1972 titulada *The Agenda-Setting Function of Mass Media*.

Mauro Wolff (1985), autor de *La investigación de la comunicación de masas* afirma que la idea central de la teoría de la agenda es la capacidad de los mass media de modificar la comprensión que la gente tiene de la realidad social y dice al respecto:

Como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público consiente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los mass media a los acontecimientos, a los problemas, a las personas<sup>20</sup>.

Siguiendo a Pamela Shoemaker (2007) hay que entender la noticia como una construcción social que implica reconocer que las decisiones humanas las que determinan si un evento o asunto es noticiable o no y qué se puede hacer con él<sup>21</sup>.

Aquí los periodistas se convierten no solo actores claves en los procesos de producción de las noticias, sino como aseguran Peter Berges y Thomas Luckmann (2001), son actores relevantes en *la construcción social de la realidad*. Mediante el ejercicio de su profesión los periodistas construyen relatos noticiosos que a su vez construyen sentidos en el espacio público, es por ello que sus percepciones y valoraciones sobre las cuestiones ambientales resultan relevantes como objeto de estudio<sup>22</sup>.

---

<sup>20</sup> Teoría de la Agenda Setting. Recuperado de <http://bit.ly/2QnCfLL>.

<sup>21</sup> González Alcaraz, Luis (2013). Agenda periodística y criterios de noticiabilidad en la producción de noticias ambientales. Un estudio en la prensa local. X Jornadas de Sociología. Pág 4. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

<sup>22</sup> González Alcaraz, Luis. *ul.op.cit*, pág 4.

Un elemento importante para el análisis de los procesos de producción de la noticia es el concepto de *noticiabilidad*. Para Wolf, la noticiabilidad funciona como una especie de instrumento a través del cual “los aparatos de información abordan la tarea de elegir cotidianamente, entre un número imprevisible e indefinido de acontecimientos, una cantidad finita y tendencialmente estable de noticias” (1987:216). Desde esta perspectiva, los *criterios de noticiabilidad* resultan un conjunto de elementos indispensables por medio de los cuales los aparatos informativos “controlan y gestionan” la calidad y el tipo de acontecimientos-o asuntos-de los que serán producidas las noticias (Wolf, 1987:222)<sup>23</sup>.

Los criterios de noticiabilidad constituyen un conjunto de condiciones y valores que se atribuyen a los acontecimientos, que tienen que ver con órdenes diversos. Para elaborarlos, los medios valoran el valor de la noticia como información práctica, como impacto emocional y como formadora de la opinión pública. Los criterios de noticiabilidad se clasifican según variables diferentes, que se conciben como valores, atribuidas a los acontecimientos. Los valores-noticia, componentes de la noticiabilidad (Wolf, 1991:222) de un acontecimiento, son las cualidades significativas que construyen su relevancia<sup>24</sup>. Éstos se aplican de modo general a todo tipo de información y otros son propios de secciones determinadas o áreas temáticas específicas.

Pero, ¿cuáles son los criterios para que un acontecimiento se convierta en noticia?

Según McQuail (1998:291), las noticias no tienen valor “si no se ocupan de los temas significativos de la actualidad y de lo que realmente sucede”, por eso la relevancia se constituye en “el término clave para evaluar la calidad de la selección de las noticias”<sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup> Wolf, M. (1987) La investigación en la comunicación de masas. Críticas y Perspectivas. Barcelona: Paidós.

<sup>24</sup> Martini, Stella (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Págs 16-18. Editorial Norma, Buenos Aires.

<sup>25</sup> McQuail, Denis (1998). Introducción a la teoría de la comunicación de masas.

Por lo tanto, un hecho se convierte en noticia por su valor informativo que incluye la importancia y gravedad de lo que se informa y si este acontecimiento afecta a una buena parte de la población.

Para simplificar los diferentes criterios que operan en la noticiabilidad se puede recurrir a dos variables básicas, el efecto del acontecimiento sobre la sociedad y la cualidad del acontecimiento en términos de trabajo periodístico y de percepción por los sujetos sociales.

Según los efectos que un acontecimiento puede tener sobre la sociedad, los valores-noticia más importantes son<sup>26</sup>:

- Novedad

Es la marca que define la noticia porque es “índice de la variación en el sistema”, que implica la existencia del hecho como ruptura (Rodrigo Alsina, 1996:98).

- Originalidad, imprevisibilidad e ineditismo

Refuerza el anterior criterio-valor y además apelan a la curiosidad que puede despertar en la audiencia. Un hecho original es más noticia porque es más novedad. Los hechos imprevisibles como las explosiones, las catástrofes, los desastres, los golpes de Estado y los crímenes son altamente noticiables ya que representan la alarma en la sociedad. Los acontecimientos marcados por la imprevisibilidad no desaparecen fácilmente de las agendas mediáticas.

- Evolución futura de los acontecimientos

Marca la significatividad que el acontecimiento adquiere respecto de las expectativas en la sociedad, ya sea que se trate de un hecho que debe resolverse, o que tenga un desarrollo secuencial. La posibilidad de permitir la evolución futura de la información se relaciona también con la base de la práctica periodística: una noticia es más noticia si se puede seguir construyendo información a partir de ella durante varios días. El caso de Blanca

---

<sup>26</sup> Martin, Stella (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Editorial Norma, Buenos Aires.



Fernández Ochoa supuso no solo un gran despliegue operativo de búsqueda sino un gran despliegue informativo durante los días que duró la búsqueda.

– Importancia y gravedad

Se puede medir en varios niveles. El más destacable es el que incide sobre la vida de la sociedad, en términos presentes o futuros, y en términos relativos de conmoción. Aquí se incluyen las formas de articulación con el impacto sobre la nación y sobre el interés nacional, o sobre el interés local.

– Proximidad geográfica del hecho a la sociedad

Se refiere a los centros de interés del público. Cuanto más cerca del público ocurre el hecho, más noticiable resulta.

– Magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados

Se conecta con la potencial implicación del público al que la noticia va dirigida, e implica su gravedad. Un hecho es más noticia si afecta a muchas personas o ámbitos geográficos.

– Jerarquía de los personajes implicados

Apela a las apariciones o la presencia pública de personajes conocidos que son siempre noticia. En el caso que estamos analizando esta desaparición adquirió interés y curiosidad por parte de la audiencia porque Blanca Fernández Ochoa era un personaje público reconocida por el público.

– Inclusión de desplazamientos

Adquiere especial valor, tanto si son conjuntos de personas (una manifestación, una procesión religiosa) o individuos públicos reconocidos (viajes de un presidente o de un artista famoso).

#### 4. FACTORES QUE INCIDE EN LA COBERTURA MEDIÁTICA DE PERSONAS DESAPARECIDAS

A continuación, plantearemos y reflexionaremos por qué una determinada desaparición provoca un estallido mediático y otros no.

En el libro de Paula Corroto que lleva por título *El crimen mediático. Por qué nos fascinan las noticias de sucesos* (2019), analiza cuatro de los casos que han acaparado la atención mediática en los últimos diez años. Desde el caso de Marta del Castillo al de los pequeños Ruth y José Bretón, pasando por el de Diana Quer y el de Gabriel Cruz.

Pero, ¿por qué fueron estos casos y no otros los que nos llamaron la atención?

Hay varios factores que determinan por qué Marta, Ruth y José, Diana, Gabriel o Blanca entraron en nuestras vidas. En primer lugar, los familiares de la persona desaparecida se convierten en la fuente directa. En el caso de Blanca, su cuñado y una de sus hermanas se convirtieron en portavoces de la familia durante los días que estuvieron buscándola.

La edad y el sexo de las víctimas también desempeñan un rol importante. Los menores, adolescentes y las mujeres muy jóvenes tienen un gran desarrollo mediático. En Estados Unidos en 2006 se acuñó el término “Síndrome de la mujer blanca desaparecida” que señalaba que siempre que una mujer joven, atractiva, de clase media o alta, procedentes de una familia estructurada desaparece o es asesinada, el interés mediático va a ser mucho mayor que si se trata de otro tipo de víctima. Cuando las víctimas son menores, el torbellino emocional se dispara. La compasión que producen los niños es mucho más grande que la que puede provocar cualquier otra víctima<sup>27</sup>.

En el caso de las mujeres de cuarenta o cincuenta años no suscita interés, pero Blanca, aunque tenía 56 años su desaparición se convirtió en noticia porque era un personaje público. “Si hubiese sido anónima, la cosa hubiese sido diferente”, asegura Corroto.

---

<sup>27</sup> Corroto, Paula (2019). *El crimen mediático. Por qué nos fascinan las noticias de sucesos*. Foca Ediciones y Distribuciones.

Para los expertos, esto se debe a que son crímenes inusuales e impredecibles—esas cosas no suceden en entornos en los que está todo bien— que afectan a personas vulnerables y que incluyen, además, elementos dramáticos en la realización<sup>28</sup>.

## 5. TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LAS DESAPARICIONES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Entendemos el *suceso* como un género connatural al periodismo. El periodismo de sucesos informa principalmente sobre asesinatos, homicidios, desapariciones, muertes en extrañas circunstancias, accidentes o hechos delictivos de diversa tipología. Asimismo, transmiten, pero también con menor frecuencia sobre acontecimientos extraordinarios, curiosos o que se salen de la normalidad. Ahí reside el gran atractivo que ejercen las informaciones de sucesos (Rodríguez Cárcela, 2015:11).

La presencia de los temas de desaparecidos en los contenidos noticiosos ha tenido un desarrollo sin precedentes.

El protagonismo de este tipo de contenido siempre está acompañado de cierta polémica por el tratamiento informativo que se realiza en los medios de comunicación.

El periodista de sucesos debe ser riguroso a la hora de transmitir a la sociedad estas informaciones especializadas, sin caer en el lenguaje excesivamente morboso y respetando los principios éticos y deontológicos.

La utilización del morbo, desde el punto de vista empresarial, es un elemento altamente rentable (Rodríguez Cárcela, Rosa, 2015:147), aunque en ocasiones vulnera la intimidad de las víctimas y sus familiares.

Por consiguiente, no hay que olvidar que la información que ofrece los medios de comunicación no es inocente (Fuentes Osorio, Juan L, 2005-16:5). Los medios de comunicación están al servicio de sus propios intereses económicos de cuotas de pantalla (Ramonet, I, 2001-1)

---

<sup>28</sup> Corroto, Paula (2019). El crimen mediático. Por qué nos fascinan las noticias de sucesos. Foca Ediciones y Distribuciones.

(reducción de costes, aumento de cuotas, financiación a través de la publicidad), objetivos que se consiguen mediante la reducción de la calidad de las noticias, el mantenimiento de agendas uniformes, el flujo de información constante, un modo de comunicación orientado a producir emociones, etc. (Fuentes Osorio, Juan L, 2005-16:5).

Las informaciones sobre desapariciones deben ser tratadas con el debido respeto y la debida sensibilidad y los medios de comunicación juegan un papel vital. En una entrevista realizada para el programa de radio *La Tarde* con Mariló Maldonado en Canal Sur Radio, Paco Lobatón, periodista y vicepresidente de la Fundación Quién Sabe Dónde Global afirmó que hay dos principios básicos que debemos respetar a la hora de informar sobre las personas desaparecidas. En primer lugar, que lo que se comunique no añada más dolor a la familia y segundo, que lo que se publique no interfiera en la investigación policial.

Todas las desapariciones generan sufrimiento y angustia familiar por ello hay que respetar la intimidad de las familias o de las propias personas desaparecidas porque hay que ser conscientes de que no todas las personas desaparecidas desean ser encontradas.

La difusión inmediata de los datos, fotografías e información relevante proporcionados por la familia, amigos o por las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado en periódicos y programas de máximo alcance, así como a través de las paginas web, responde a un ejercicio de corresponsabilidad social por parte de los medios de comunicación. Su gran poder de penetración puede contribuir a que la ciudadanía ofrezca pistas que favorezcan una rápida resolución del caso<sup>29</sup>.

La desaparición de la exesquiadora olímpica se dio a conocer gracias a la policía nacional que publicó a través de sus redes sociales la imagen de Blanca para pedir la colaboración ciudadana. Asimismo, se empezó a compartir por la red una antigua imagen de la parte trasera del coche

---

<sup>29</sup> Guía de buenas prácticas para el tratamiento informativo de las desapariciones. Elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía y la Fundación Europea por las Personas Desaparecidas (2016).

para ayudar en la investigación. Tal fue su repercusión que algunos programas de cadenas de televisión contaron minuto a minuto las últimas novedades del caso hasta su trágico desenlace.

## 6. CONSIDERACIONES FINALES

En este trabajo se han presentado los avances parciales de una investigación que tuvo como objetivo indagar si existe o no una correspondencia entre los factores que hemos determinado para que una desaparición tenga mayor proyección mediática, con los criterios para que un hecho se convierta en noticiable. De dicha comunicación no podemos extraer conclusiones finales porque queremos examinar cómo fue el tratamiento informativo de la desaparición de Blanca Fernández Ochoa partiendo de la polémica surgida por dos periodistas del programa “Cazamariposas” de Telecinco en el que aparecen mofarse del ambiente de solemnidad y respeto que se respira en Cercedilla durante la búsqueda de Fernández Ochoa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Calero Martínez, José María y Ronda Iglesias, Javier (2000). Manual de periodismo judicial. Ámbitos para la comunicación,6. Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación.
- Corroto, Paula (2019). El crimen mediático. Por qué nos fascinan las noticias de sucesos. Foca Ediciones y Distribuciones.
- Fuentes Osorio, Juan L. (2005). Los medios de comunicación y el derecho penal. Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología. Recuperada de <http://criminet.ugr.es/recpc>.
- González Alcaraz, Luis (2013). Agenda periodística y criterios de noticiabilidad en la producción de noticias ambientales. Un estudio en la prensa local. X Jornadas de Sociología. (Pág... Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Guía de buenas prácticas para el tratamiento informativo de las desapariciones. Elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía y la Fundación Europea por las Personas Desaparecidas (2016).