

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2018-2019



Desaparecidos en los Medios de Comunicación

Missing in media communication

Alumno: Javier García Verdú

Tutor: Álvaro García del Castillo - López

RESUMEN

Gabriel Cruz, Julen Jiménez, Diana Quer, Marta del Castillo, Yéremy Vargas o las niñas de Alcàsser son algunas de las víctimas de los casos de desapariciones más conocidos y mediáticos de los últimos años en nuestro país. Sin embargo, ¿Qué los hace especiales? Según el Ministerio del Interior, cada año en España desaparecen en torno a 14.000 personas. Es evidente que los medios juegan un papel fundamental en la difusión de estos sucesos. La pregunta es: ¿Lo hacen de forma correcta? Desde hace ya muchos años, la prensa es sensacionalista, busca el morbo para conseguir audiencia y vulnera los derechos de las víctimas con total impunidad. Por ello, el principal objetivo de este trabajo es: Analizar, a través de la visión de diversos expertos, las noticias morbosas vertidas por algunos periodistas; explicar por qué unos sucesos se vuelven más mediáticos que otros; remarcar cuáles son las leyes que protegen a las víctimas de la violación de sus derechos; comprobar si la prensa entorpece las investigaciones policiales; determinar cuál debe ser la actitud de los periodistas cuando poseen información sensible; y descubrir si la población se vuelve cada vez más sensacionalista al consumir contenidos de este tipo.

PALABRAS CLAVE: [Sensacionalismo; Personas desaparecidas; Coberturas informativas; Morbo; Bulos; Redes Sociales]

ABSTRACT

Gabriel Cruz, Julen Jiménez, Diana Quer, Marta del Castillo, Yéremy Vargas or the Alcàsser girls are some of the victims of the best known and media cases of disappearances of recent years in our country. However, what makes them special? According to the Ministry of Interior, around 14,000 people disappear every year in Spain. It is evident that the media play a fundamental role in the dissemination of these events. The question is: Do they do it correctly? For many years now, the press has been sensational, seeks morbidity to get an audience and violates the rights of victims with impunity. Therefore, the main objective of this work is: To analyze, through the vision of various experts, the morbid news published by some journalists; explain why some events become more media than others; highlight what are the laws that protect victims from the violation of their rights; check if the press hinders police investigations; determine what the attitude of journalists should be when they have sensitive information; and discover if the population becomes increasingly sensational when consuming content of this type.

KEY-WORDS: [Sensationalism; Missing People; Information Coverages; Morbidity; Canard; Social Networks]

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL REPORTAJE	4
2. MATERIAL Y MÉTODO DE TRABAJO.....	6
2.1 - CRONOGRAMA:.....	6
2.2 - DIFICULTADES:.....	8
2.3 - FUENTES:.....	9
2.4 - ESTRUCTURACIÓN:	10
2.5 - ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES:.....	11
3. TÍTULO DEL REPORTAJE PUBLICADO	13
4. INTERPRETACIÓN DERIVADA DE LA INVESTIGACIÓN	14
5. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DOCUMENTALES	17
5.1 ARTÍCULOS PUBLICADOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN:.....	17
5.2 INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS:.....	20
6. MATERIALES E INFRAESTRUCTURA UTILIZADA	22
7. ANEXO I - ANTEPROYECTO:	23
7.1 - DEFINICIÓN DE LA TEMÁTICA, ENFOQUE Y JUSTIFICACION DE SU VALOR NOTICIOSO DE ACUERDO A CRITERIOS PERIODÍSTICOS.....	23
7.2 - PRESENTACION DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION Y DE LAS PRINCIPALES HIPOTESIS.	24
7.3 - CRONOGRAMA DE TRABAJO.....	25
7.4 - RELACION DE DOCUMENTACION RECABADA SOBRE EL ASUNTO... ..	26
7.5 - SELECCION Y PRESENTACION DE LAS FUENTES PROPIAS Y DOCUMENTALES.....	27
7.6 - PRESENTACION DEL AUTOR Y BREVE CV.....	28

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL REPORTAJE

Esta investigación periodística se ha llevado a cabo con el fin de arrojar un poco de luz al tema de las coberturas periodísticas en casos de desapariciones. Son muchas las familias y afectados de las víctimas, las que se han quejado del pésimo tratamiento informativo que algunos medios han hecho sobre muchos de estos sucesos.

Del mismo modo, a través de este trabajo, se pretende contestar a la gran pregunta de por qué algunos casos de desapariciones se vuelven más mediáticos que otros, con el fin de intentar calmar las inquietudes de todas esas familias afectadas, cuyos casos no han aparecido de forma tan potente en los medios de comunicación.

Además, la investigación trata de guiar y poner al corriente a los afectados de sus derechos como víctimas, y sobre todo de concienciar a la población y a los medios de comunicación, que deben tratar estos casos con extrema delicadeza para no vulnerar esos derechos. El tema de las redes sociales es otro punto muy relevante de la investigación, tanto, que incluso los diferentes expertos que hablan acerca de ello, no llegan a ponerse del todo de acuerdo en las ventajas y limitaciones que presenta esta nueva tecnología.

Para armonizar un poco el conjunto de todo el reportaje, se intercalan ejemplos polémicos de casos mediáticos como el de Julen, las Niñas de Alcàsser, El Pequeño Gabriel o Diana Quer, además de datos y gráficas que muestran la cantidad de desapariciones que se producen desde hace décadas en España.

El objetivo de esta investigación es poner encima de la mesa las deficiencias y los errores que los medios de comunicación cometen muchas veces al informar sobre desapariciones. Se busca, a través de la opinión de diversos expertos, arrojar un haz de luz que muestre el camino a aquellos periodistas y medios que cometen el error de adulterar sus informaciones con morbo y bulos.

Mediante esta investigación, se trata de responder a hipótesis o preguntas como la de por qué unos casos se vuelven más mediáticos que otros; si la prensa entorpece en ocasiones las investigaciones policiales; si las redes sociales deberían estar reguladas; qué deberían hacer las víctimas cuando sus derechos son vulnerados por los medios de comunicación y por los bulos vertidos en las redes; cómo deben actuar los periodistas cuando poseen

información sensible; si la población cada vez se vuelve más sensacionalista y por eso los medios alimentan sus contenidos con información de este tipo, etc. El enfoque de esta investigación es examinar el comportamiento de los medios cuando informan sobre sucesos. Se pretenden dar las claves de por qué se comportan así y aportar las soluciones pertinentes para que esta práctica no se siga produciendo.

El tema que se aborda en este reportaje es muy relevante. En todos los artículos y estudios que se muestran en la bibliografía más adelante, se pone de manifiesto la falta de ética periodística que los medios han tenido al tratar estos casos de desapariciones. A través de este trabajo, se pretende aunarlos de alguna manera para plasmar ese componente sensacionalista común a todos ellos; explicar el objetivo de los medios al verter informaciones de este tipo; y mostrar soluciones para proteger a las víctimas y frenar el carroñerismo de los periodistas.



2. MATERIAL Y MÉTODO DE TRABAJO

2.1 - CRONOGRAMA:

MARZO:

Obtención y recopilación de información. Proceso de documentación y elaboración de preguntas para entrevistar a las fuentes.

marzo de 2019						
18	19	20	21	22	23	24
				1 mar	2	3
4				8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ABRIL:

Fijación y elaboración de entrevistas.

abril de 2019						
1 abr	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

MAYO:

Transcripción de los testimonios y estructuración del reportaje.

mayo de 2019						
30	1 may	2	3	4	5	
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26

JUNIO:

Seleccionar las partes más importantes de cada entrevista y darle forma a los textos para configurar el trabajo.

junio de 2019					1 jun		2
27	28	29	30	31			
TRANSCRIPCIÓN DE LOS TESTIMONIOS Y ESTRUCTURACIÓN DEL REPORTAJE				SELECCIONAR LAS PARTES MÁS IMPORTANT...			
3	4	5	6	7	8	9	
SELECCIONAR LAS PARTES MÁS IMPORTANTES DE CADA ENTREVISTA Y DARLE FORMA A LOS TEXTOS PARA CONFIGURAR EL TRABAJO							
10	11	12	13	14	15	16	
SELECCIONAR LAS PARTES MÁS IMPORTANTES DE CADA ENTREVISTA Y DARLE FORMA A LOS TEXTOS PARA CONFIGURAR EL TRABAJO							
17	18	19	20	21	22	23	
SELECCIONAR LAS PARTES MÁS IMPORTANTES DE CADA ENTREVISTA Y DARLE FORMA A LOS TEXTOS PARA CONFIGURAR EL TRABAJO							
24	25	26	27	28	29	30	
SELECCIONAR LAS PARTES MÁS IMPORTANTES DE CADA ENTREVISTA Y DARLE FORMA A LOS TEXTOS PARA CONFIGURAR EL TRABAJO							

JULIO:

Crear elementos multimedia, realizar fotografías, repasar los textos y pulir el proyecto.

julio de 2019						
2	3	4	5	6	7	
CREAR ELEMENTOS MULTIMEDIA, REALIZAR FOTOGRAFÍAS, REPASAR LOS TEXTOS Y PULIR EL PROYECTO						
8	9	10	11	12	13	14
CREAR ELEMENTOS MULTIMEDIA, REALIZAR FOTOGRAFÍAS, REPASAR LOS TEXTOS Y PULIR EL PROYECTO						
15	16	17	18	19	20	21
CREAR ELEMENTOS MULTIMEDIA, REALIZAR FOTOGRAFÍAS, REPASAR LOS TEXTOS Y PULIR EL PROYECTO						
22	23	24	25	26	27	28
CREAR ELEMENTOS MULTIMEDIA, REALIZAR FOTOGRAFÍAS, REPASAR LOS TEXTOS Y PULIR EL PROYECTO						

AGOSTO:

Publicación en redes sociales y repasar el reportaje con tiempo y perspectiva para ultimar detalles.

agosto de 2019			1 ago		2		3		4			
30	31											
CREAR ELEMENTOS MULTIMEDIA, REALIZAR FOTOGRAFÍAS, REPASAR LO...			PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES Y REPASAR EL REPORTAJE CON TIEMPO Y PERSPECTIVA PARA...									
5	6	7	8	9	10	11						
PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES Y REPASAR EL REPORTAJE CON TIEMPO Y PERSPECTIVA PARA ULTIMAR DETALLES												
			REVISAR EMAIL INC...	HACER VÍDEOS 2 Y...	RECORDAR A LARA...							
			2 más...									
12	13	14	15	16	17	18						
PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES Y REPASAR EL REPORTAJE CON TIEMPO Y PERSPECTIVA PARA ULTIMAR DETALLES												
GRABAR SKETCHES...	REUNIÓN LAVADO...	Día de la Asunción	COMPRAR ROPA N...									
HACER FACE TIME...	REUNIÓN DESARRO...											
	REUNIÓN REFORM...											
19	20	21	22	23	24	25						
PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES Y REPASAR EL REPORTAJE CON TIEMPO Y PERSPECTIVA PARA ULTIMAR DETALLES												
	REVISAR RUTINAS...											
septiembre de 2019			28		29		30		31		1 sept	
PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES Y REPASAR EL REPORTAJE CON TIEMPO Y PERSPECTIVA PARA ULTIMAR DETALLES												

2.2 - DIFICULTADES:

Las dificultades que me surgieron a lo largo de la elaboración e investigación del trabajo fueron que la disponibilidad de los entrevistados era muy complicada. Los expertos eran muy poco accesibles. Sus asuntos personales y sus investigaciones y trabajos por cuenta propia retrasaron en gran medida la elaboración del proyecto.

Las entrevistas no se llevaron a cabo al libre albedrío. Las cuadré para que Carlos Maciá, el experto en ética periodística fuera el primero en darme su testimonio, para así tener una visión más amplia de los límites de la profesión. El siguiente paso fue entrevistar a Helena Cortés, la periodista, con el objetivo de poder comparar lo máximo posible su visión con la del primer entrevistado. La tercera fuente fue Carlos Galán, el abogado en derecho de la información. Esto lo hice para, una vez abordado el tema desde el punto de vista de los medios de comunicación, centrarme en las víctimas y saber de qué manera la ley protege sus derechos cuando son vulnerados por la prensa. David, el psicólogo, fue mi cuarto entrevistado, para dar una visión del tema desde un punto de vista psicológico y mostrar de qué manera afecta en el imaginario y la actitud de la ciudadanía el modo de tratar las noticias por parte de los medios. Por último, para aportar información de servicio, entrevisté a la presidenta del Inter-SOS, Montserrat Torruella, para ofrecer la visión de una persona que tiene que lidiar día a día con la frustración y la tristeza de las víctimas, y así poder ayudar a aquellos futuros afectados.

Otro de los problemas que me han surgido ha sido la elaboración del primer mapa de España, donde se muestran las ubicaciones y la explicación breve de cada uno de los casos más mediáticos. La aplicación con la que he elaborado este elemento multimedia ha sido Thinglink, que anteriormente no era de pago. Actualmente, la aplicación vale más de 700 euros al año, cantidad que hay que pagar si deseas que tu creación pueda ser vista por cualquier usuario en la red. Lo que haré será utilizar la prueba gratuita durante los días que se efectúe la corrección del TFG por parte del profesor, para que pueda ver el contenido del elemento creado.

El último problema con el que me he encontrado es que la plataforma de Medium, en la que he publicado el reportaje, no deja justificar el texto ni tampoco crear enlaces internos. Por eso, he tenido que abrir notas con asteriscos en los extremos de algunas páginas, para

crear, a modo de enlaces internos, anotaciones de los conceptos que se relacionan a lo largo del trabajo.

2.3 - FUENTES:

CARLOS MACIÁ BARBER:

Profesor de Redacción Periodística, licenciado en CC. de la Información, doctor en Periodismo y experto en deontología periodística y periodismo ciudadano. Desde el punto de vista ético, es interesante la visión de este experto, que conoce mejor que nadie cuál es la línea que el periodista debe cruzar o no cuando elabora sus informaciones. Además, su punto de vista es relevante al hablar sobre las causas que pueden hacer que unos casos se vuelvan más mediáticos que otros, porque sabe cómo piensan los periodistas. También es interesante escuchar su visión acerca de cuáles pueden ser esas variables que hacen a los periodistas caer en el sensacionalismo y cometer errores.

HELENA CORTÉS:

Periodista del ABC, licenciada en Periodismo y Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid y Máster en Investigación de Medios. Redactora de la sección de Televisión del Periódico ABC. El testimonio de Helena es muy interesante, pues trabaja dentro de la redacción del ABC, uno de los periódicos más leídos de nuestro país. Ella habla de primera mano sobre la manera de trabajar de los medios cuando elaboran información sobre sucesos. La hipótesis inicial era que ella, se pondría más del lado de los periodistas, justificando o pasando por encima sin incidir demasiado en los errores que cometen en ocasiones.

CARLOS GALÁN:

Doctor en Informática y abogado especialista en Derecho de las Tecnologías de la Información. La visión de Carlos es muy importante para poder conocer de qué manera las leyes protegen a esas víctimas del sensacionalismo de los medios. Del mismo modo, es relevante conocer cómo la ley actúa en nuestro país y en comparación a otros, cuando un medio divulga noticias falsas o bulos en redes sociales. De esta forma, es interesante resolver preguntas como: Quién sería el responsable, si el medio o el periodista, cuando se publican noticias que no son de interés informativo para la ciudadanía; o qué deben hacer las víctimas cuando sienten que sus derechos son vulnerados.

DAVID BLANCO CASTAÑEDA:

Psicólogo Sanitario y experto en redes sociales y medios de comunicación. Es fundamental en esta investigación, pues aporta una visión psicológica a todo el trabajo. Es importante conocer de qué manera la información vertida por los medios incide en las actitudes de la población. Cómo los medios alimentan y difunden noticias con toques sensacionalistas para crear alarmas falsas en el imaginario de la ciudadanía, para que sientan la necesidad de calmar esa preocupación con el consumo de esos mismos medios.

MONTSERRAT TORRUELLA VENTURA:

Presidenta de Inter-SOS Desaparecidos. Su visión es importante porque puede explicar de qué manera las asociaciones actúan para ayudar a las víctimas de desapariciones. Además, puede ser muy útil ofreciendo información de servicio que ayude a las víctimas que haya en el futuro a saber cómo actuar. También es importante escuchar su opinión acerca de cómo los medios en muchas ocasiones no buscan aportar esa celeridad e información veraz que ayude a la resolución de los casos, sino que más bien se decantan por dar exclusivas que en muchas ocasiones hacen daño a las familias de los afectados. También hace referencia a las preguntas que hacen a los representantes de las víctimas, que en muchas ocasiones no son las apropiadas y hieren su sensibilidad.

MINISTERIO DEL INTERIOR (BASE DE DATOS DE PERSONAS DESAPARECIDAS Y RESTOS HUMANOS SIN IDENTIFICAR):

Esta fuente ha sido fundamental para poder elaborar las gráficas y aportar los datos necesarios de todas aquellas víctimas que desaparecen al año en nuestro país, y que sin embargo nadie conoce.

2.4 - ESTRUCTURACIÓN:

He elaborado una entradilla de sumario utilizando la regla de las 6w, que responde a las seis preguntas fundamentales del lector:

- **Quién:** Los casos de desapariciones más mediáticos de España (Julen, Gabriel, Marta, Diana, las niñas de Alcàsser y Yéremy) y las 14.000 desapariciones que se producen al año en nuestro país.

- **Qué:** Cómo los medios son sensacionalistas al informar sobre este tipo de casos tan delicados.
- **Cuándo:** Los últimos años desde las fechas de los sucesos.
- **Cómo:** Informando de forma morbosa, sensacionalista y mediatizando unos casos más que otros.
- **Dónde:** En España
- **Por qué:** Para generar más audiencia sin importar la sensibilidad de las víctimas.

He decidido la inclusión de un párrafo clave acompañado de un mapa de España multimedia, para situar e informar al lector de forma rápida y sencilla sobre el desarrollo de cada uno de los sucesos más importantes.

El reportaje se estructura de esta forma porque está cimentado fundamentalmente en los testimonios, que se intercalan y le dan dinamismo a la lectura. Los temas que se exponen se van ligando con armonía. Se ha intentado que las opiniones de Carlos Maciá y Helena aparezcan constantemente unidas para mostrar sus discrepancias. Además, la visión de Carlos Galán también suele chocar con la de la periodista, por eso se ha procurado que en todo momento aparezcan también lo más cerca posible.

Los temas tratados en la investigación van aumentando en cuanto a interés y polémica conforme se va avanzando en la lectura. La información más digerible se deja para el final, donde cesa la tensión y se finaliza el trabajo con un cierre circular que entronca con el principio, donde se vuelve a hacer referencia a las víctimas de desapariciones más mediáticas de nuestro país.

2.5 - ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES:

La estrategia de difusión planteada ha sido la de publicar durante 15 días en Twitter información que hace referencia a los temas más importantes de la investigación, para culminar finalmente con la publicación del enlace al trabajo final. Las publicaciones se han llevado a cabo desde mi cuenta personal de Twitter: [Javiga_25](#). Lo que se pretende con esta estrategia es crear expectación e interés en el tema. Que los participantes de las encuestas se hagan preguntas que más tarde se resolverán con la publicación de la investigación. Los temas que se han abordado en las publicaciones han sido los siguientes:

- ¿Por qué aparecen en la prensa tan pocos casos?
- ¿Por qué unos casos se vuelven más mediáticos que otros?
- ¿Se aprovechan los medios de comunicación de las víctimas de desapariciones para ganar audiencia?
- ¿Entorpece la prensa en ocasiones las investigaciones policiales?
- ¿Cuáles son las características fundamentales que un periodista ha de tener para informar sobre sucesos?
- ¿Deberían estar reguladas las redes sociales en España? En Alemania ya lo están.
- Publicación del Estudio por Comunidades Autónomas de denuncias por personas desaparecidas.
- Publicación del estudio por Comunidades Autónomas donde más personas desaparecen.
- Enlace al trabajo final

La Red Social utilizada ha sido Twitter, porque en ella se pueden llevar a cabo encuestas muy fáciles de elaborar y además anónimas, para que los participantes no se sientan influenciados al dar su opinión. Del mismo modo, se ha escogido Twitter porque mediante los Retweets, la información puede divulgarse de forma rápida y masiva.

3. TÍTULO DEL REPORTAJE PUBLICADO

https://medium.com/@JaviGa_25/la-comunicaci%C3%B3n-de-los-desaparecidos-b40788da084

1 Desaparecidos en los medios de comunicación

La prensa sepulta la información de interés con sensacionalismo y morbo para ganar audiencia

Javier García Verdú
Jul 28 · 14 min read

Gabriel Cruz, Julen Jiménez, Diana Quer, Marta del Castillo, Yéremy Vargas o las niñas de Alcásser son algunas de las víctimas de los casos de desapariciones más mediáticos de los últimos años en nuestro país. Sin embargo, ¿Qué hace especiales? Según el Ministerio del Interior, cada año en España desaparecen en torno a 14.000 personas. ¿Qué papel juegan aquí los medios de comunicación? ¿Dificultan los periodistas las investigaciones policiales? ¿Dónde acaba la información de servicio y comienza el carroñerismo?



Buitres que simbolizan el carroñerismo de la prensa / J. García



Carlos Maciá Barber, Profesor de Redacción Periodística licenciado en CC. de la Información, doctor en Periodismo y experto en deontología periodística y periodismo ciudadano / Fotografía de archivo

Los periodistas confunden ser el primero con el mejor*, asegura el doctor. Según él, lo más importante para un periodista de sucesos es tener sentido común y respetar en la medida de lo posible los códigos deontológicos (FAPE). Carlos explica que el periodista debe tener en cuenta que está tratando con información muy sensible. Puede que muchos de esos datos

delicados se los hayan facilitado los propios familiares de la víctima, pero eso no significa que tengan que ser publicados. El reportero debe utilizar esa información para sacar sus propias conclusiones, investigar, valorar con perspectiva y publicar la noticia en el caso de que verdaderamente sea de interés general. "El periodista debe contrastar la información, a eso es lo que llamamos diligencia informativa", argumenta el experto.



Noticias políticas del Caso Diana Quer / Recursos de Internet

En lo que respecta a las Redes Sociales, Helena cree que en algunos casos de desaparecidos, estas sí que han ayudado a dar pistas a los investigadores o a los propios periodistas. Ella tiene el convencimiento de que no entorpecen el trabajo de los profesionales, porque "cualquier profesional que se dedique a esto con rigor sabe que tiene que acudir a fuentes oficiales y no dejarse llevar por los bulos que corren en internet".

Helena Cortés: "Cuando un caso se vuelve muy mediático, para los periodistas es complicado no caer en la sobreinformación"



Carlos Galán, Doctor en Informática y abogado especialista en Derecho de las Tecnologías de la Información / Fotografía de Archivo

las Fake News, que permite incluir la clausura de un Medio de Comunicación cuando se descubra que este ha publicado una noticia falsa.

* Los periodistas confunden ser el primero con el mejor*, asegura el doctor.

En primer lugar, hay que dejar claras las diferencias existentes entre unos casos y otros. Las desapariciones de Gabriel Cruz y Julen Jiménez son muy diferentes a las de Marta del Castillo, Yéremy Vargas o Diana Quer. En los dos primeros casos, las historias tuvieron un inicio, un nudo y un fatal desenlace en cuestión de 20 días. En el resto de sucesos, el desarrollo de los acontecimientos fue mucho más pausado. La resolución del caso Diana Quer no tuvo lugar hasta pasado más de un año. En cuanto a Marta del Castillo y a Yéremy Vargas, todavía no se han hallado sus cuerpos ni se han resuelto los incidentes por completo. Mención a parte hay que hacer al caso de las niñas de Alcásser, cuyo desarrollo propició una profunda conmoción en la sociedad y un sinnfin de noticias adulteradas.



Los casos de desapariciones más mediáticos de España / J. García

El profesor sostiene que desde hace años, "el Caso Alcásser se ha considerado como el detonante de las coberturas escandalosas y del periodismo basura", sin embargo, él no está de acuerdo con esta afirmación. Carlos argumenta que esto no es nada nuevo, que tiene de lejos. "Al fin y al cabo somos seres humanos, y la tendencia a la curiosidad, al morbo, al espectacular y al sensacionalismo lo tenemos, es innata a nosotros". La diferencia ahora es que el volumen, la cantidad de personas y la rapidez con la que se difunde la información hace que los datos a las víctimas sean mayores.

Carlos Maciá: "Cuando los periodistas publicaron información sobre la vida privada de Diana Quer no buscaban inmediatez, les interesaba el morbo"

"Mi impresión es que la mayor parte de las veces la prensa es sensacionalista, que la mayor parte de las veces busca audiencia y que la menor parte de las veces busca ayudar a las víctimas". Carlos asegura que da la sensación de que cuanto más sensacionalismo, más audiencia hay. Según él, "la ciudadanía si tiene una parte de culpa en que ciertos programas y ciertos tratamientos sigan emitiéndose, porque se siguen consumiendo".



Reservado por los principales medios de comunicación españoles / Corbis

Para Carlos Galán, "siempre que la víctima haya desaparecido, sus derechos todavía perduran". Según el abogado, es intolerable que haya medios de comunicación que a día de hoy todavía sigan aprovechándose de la debilidad de las víctimas para crear morbo. Para él, el Caso de las niñas de Alcásser fue especialmente sangrante. Nieves Herrero, periodista de Antena 3 fue la conductora de varios programas que reunieron en una sala de teatro de la localidad a todos los protagonistas de la tragedia. A medida que iba avanzando el programa, iban llegando noticias preparadas al efecto. Carlos Galán afirma que "cuando una profesión se convierte en espectáculo, se comete un terrible error". En ese caso, según él, se demostró una tremenda falta de ética periodística.



Noticias políticas del Caso Alcásser / Recursos de Internet

Es importante remarcar el contexto en el que se produjeron los diferentes sucesos. La prensa es demasadamente voraz. Cuando los hechos se desarrollan en plazos cortos, la lucha constante entre los distintos medios por dar exclusivas propicia meteduras de pata como las que se cometieron en el caso Julen. Además, por si eso no fuera poco, en este suceso los bulos corrieron como la pólvora en las redes sociales. La población puso en el punto de mira al padre del pequeño, al que se le acusó de ser el principal sospechoso y autor de los hechos, cuando en realidad nada tenía que ver con el trágico desenlace. Pasados seis meses, a día de hoy todavía se sigue especulando y publicándose noticias sin ningún tipo de interés informativo. Aquí se muestran algunos ejemplos:



Noticias políticas del Caso Julen / Recursos de Internet

Carlos Maciá Barber, doctor en Periodismo y experto en deontología periodística asegura que "las prisas siempre son malas consejeras". Según él, la rapidez puede ser una de las variables que lleven a los periodistas a cometer errores, pero no la única. Las exclusivas en muchas ocasiones no buscan la inmediatez, sino el sensacionalismo. "Cuando los periodistas publicaron información sobre la vida privada de Diana Quer no buscaban solo ser rápidos, les interesaba el morbo".

Helena Cortés, periodista y redactora en la sección de televisión del Diario ABC apuesta por el rigor y la empatía como las capacidades necesarias para ser un buen periodista de sucesos. Sin embargo, su opinión es algo distinta a la de Carlos Maciá. Según ella, "la prensa nunca ha dejado de ofrecer información de utilidad y servicio a la hora de informar sobre sucesos más mediáticos", sino que más bien, "gran cantidad de esta información ha quedado sepultada por las decenas y decenas de publicaciones que se hacen sobre un mismo caso".

Carlos Maciá: "La prensa en general es sensacionalista, busca audiencia y su fin inmediato no es ayudar a las víctimas"



Helena Cortés, Periodista del ABC, licenciada en Periodismo y Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid y Máster en Investigación de Medios. Redactora de la sección de Televisión / Foto cedida por la entrevistada

Helena reconoce que ahí los medios sí deben hacer cierta autocritica, porque en algunas ocasiones se exceden ofreciendo información y entonces es cuando pueden caer en el sensacionalismo. Según la periodista, internet está muy relacionado. "Con las métricas actuales, se puede ver en tiempo real lo que está consumiendo la gente, por tanto, cuando un caso se vuelve muy mediático y muy consumido, a veces es difícil no caer en la tentación de ofrecer más información sobre el tema". Además, el auge de las redes sociales ha propiciado que la información se distribuya de forma masiva y muy rápidamente, lo que ha

¡Hay sanciones? (Se castiga entonces a aquellos que no hacen bien su trabajo? El jurista nos saca de dudas y explica que la labor esencial de los medios de comunicación como garantes del mismo paradigma de la libertad de expresión, tiene su limitación en nuestra Constitución, concretamente en el Art. 20, que exige que la información sea veraz y diligente.

Carlos Galán: "Aunque la víctima haya desaparecido, sus derechos todavía perduran"



Muestras de pisadas que simbolizan las pistas que la prensa revela en ocasiones cuando entorpece las investigaciones policiales / J. García

Si un periodista emprende una labor de investigación policial revelando información sensible, le hay que responsabilizar tanto al medio como al periodista", argumenta Carlos. Según él, "es el periodista el que puede extralimitarse, pero la responsabilidad máxima está en el director y en la cúpula del medio, que se hace responsable de las informaciones vertidas por los periodistas".

Al hilo de las investigaciones que las fuerzas y cuerpos de seguridad llevan a cabo cuando hay un caso de desaparición, el abogado opina que desgraciadamente, los periodistas en muchas ocasiones dificultan estas labores de rescate. "Ante situaciones así, el medio involucrado en cuestión debería ser clausurado". Según él, "hay muchísimas ocasiones para hacerlo, pero los jueces con los periodistas levantan la mano, el cuatro poder tiene mucha fuerza".

Helena Cortés, la periodista del ABC discrepa acerca de todo esto. Según ella, "la prensa no entorpece las investigaciones policiales, porque hay unos límites muy claros de lo que se puede contar y lo que no". Para Helena, "ese tipo de temas tan delicados los cubren redactores veteranos, muy acostumbrados a elaborar esa clase de información".

Carlos Galán: "Existen mecanismos de sobra para clausurar un medio, pero los jueces con los periodistas levantan la mano"

Para Carlos Maciá, el experto en deontología periodística, la prensa sí entorpece en ocasiones las investigaciones. Sin embargo, reconoce que muchas otras veces, los periodistas colaboran con las autoridades divulgando cierta información con el fin de que los sospechosos cometan errores". El profesor ejemplifica el caso de Gabriel Cruz, donde la policía ordenó a los medios que dejaran de seguir con las cámaras a Ana Julia, porque sabían que era sospechosa y en cualquier momento iba a cambiar al niño de ubicación.



Montserrat Torruella Ventura, presidenta de Inter-SOS Desaparecidos / Fotografía de Archivo

La presidenta de Inter-SOS Desaparecidos, Montserrat Torruella Ventura, también tiene algo que decir al respecto. Ella considera que hay medios muy serios que ayudan a saber cómo se debe proceder en caso de sospechar o tener dudas del paradero de una persona. Han sido de gran ayuda para visibilizar la situación de las personas

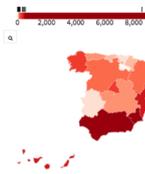
desaparecidas, y han ayudado a que las peticiones de los familiares hayan sido escuchadas por los responsables políticos para avanzar en acuerdos que han modificado los procedimientos policiales. La presidenta asegura que "los medios pueden ayudar muchísimo y también las nuevas tecnologías, siempre que se utilicen debidamente".

10



Noticias policiales del Caso Gabriel / Recursos de Internet

Sin embargo, Montserrat reconoce que los medios también pueden entorpecer planes y difuminar la finalidad de las búsquedas. Por eso, la presidenta reivindica que tanto en las entrevistas personales a los familiares, como en las comunicaciones informativas, se tenga como objetivo la búsqueda de la persona con seguridad, y no la información de aspectos secundarios que, a veces, dificultan el caso y son poco respetuosos con la privacidad de las víctimas.



Número de denuncias por desapariciones en España / Fuente: Ministerio del Interior, www.opdata.es / Elaboración Propia

11

Hasta ahora hemos hecho referencia a los casos españoles más mediáticos y conocidos. Pero, ¿qué hay de todas esas caras desconocidas? Como se muestra en esta gráfica, las Comunidades Autónomas en las que se contabilizan un mayor número de denuncias activas por personas desaparecidas son Andalucía, Cataluña, Murcia y Canarias. Por su parte, Cádiz y Granada son las provincias en las que se han conocido más hechos de desapariciones.

Según los datos recabados por el Ministerio del Interior, al año en España desaparecieron en torno a 14.000 personas. ¿Por qué se conocen tan pocos casos entonces?

Carlos Maciá: "Cuando alguien desaparece, hay familias que acuden antes a los medios que a las propias autoridades"

Carlos Maciá, el experto en deontología periodística cree que hay diversas variables que convergen entorno a este fenómeno. El doctor en Periodismo explica que "no es lo mismo que desaparezca un adulto de 40 años a una niña de cinco". Esta diferencia es más que evidente por la edad, por el sexo y por la capacidad de indefensión.

La labor que hacen los propios afectados o familiares también es muy importante. Algunos en seguida difunden o dan a conocer el caso, y esto implica una mayor facilidad para llegar a los medios. "Hay gente que incluso acude antes a los medios que a las propias autoridades", porque saben que el procedimiento se va a agilizar más. El problema de esto es que "hay muchos casos de gente que creen desaparecida, y luego en realidad no es así", argumenta el profesor.

12

13



Medios de Comunicación agolpados cubriendo una noticia / Fotografía de Archivo

Helena Cortés, periodista del diario ABC también hace hincapié en variables como la edad, el sexo o el contexto del suceso. La redactora pone varios ejemplos: "Diana Quer desapareció en verano, era una chica muy joven y eso ensuguió impactó a la población". "En el caso de Gabriel, un niño tan pequeño que desapareció inexplicablemente en una localidad de menos de 100 habitantes también generó conmoción". "Con Julien por ejemplo existía un componente de rescate, de esperanza, que hizo que todo el mundo se movilizara y mostrara interés".

Helena Cortés: "Cuando un medio comienza a volcarse en un caso y la gente lo consume, el resto de medios se contagian"

Estas características ayudan a que unos casos sean más mediáticos que otros. Sin embargo, Helena habla también de un factor esencial, el efecto bola de nieve: "Los medios nos observamos constantemente unos a otros, lo que ocurre es que en cuanto alguno comienza a volcarse más con un caso y la gente empieza a consumirlo, quieras o no el resto de medios se contagia y acaba cayendo en la tentación de dar más información sobre ese caso". "Así es como se crean estos grandes booms mediáticos", asegura la periodista.



Efecto bola de nieve / Fotografía de archivo

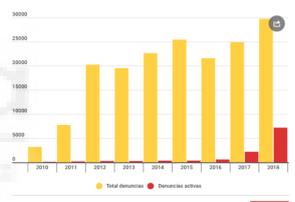
Montserrat Torruella, presidenta de Inter-SOS explica que en realidad, "el perfil de persona con mayor porcentaje de desapariciones es el de una persona adulta de género masculino de entre 35 y 50 años".

Las razones que ella da para explicar que unos casos sean más mediáticos que otros son muy similares a las del resto de entrevistados. "La explicación la podríamos encontrar en la percepción del receptor y en la preocupación que genera una desaparición en edad infantil o adolescente, porque se trata de personas muy vulnerables y se teme por su seguridad", argumenta la presidenta.

14

Montserrat Torruella: "El perfil de persona con mayor porcentaje de desapariciones es el de un adulto de género masculino de entre 35 y 50 años"

España ha registrado un total de 176.063 denuncias (1.180 de estas son anteriores a 2010) por desapariciones de personas desde el año 2010. De estas, 12.300 permanecían activas a 31 de diciembre de 2018, lo que representa un 7% del cómputo total, según el informe "Personas desaparecidas en España 2019", cuyas cifras se extraen de la base de datos Personas Desaparecidas y Restos Humanos sin Identificar (PDyRHS) y del Sistema Estadístico de Criminalidad (SEC).



España registra más de 176.000 denuncias por desaparición de personas en una década / Fuente: Ministerio del Interior, www.opdata.es / Elaboración Propia

15

16

Para entender todo este proceso de cómo los medios informan y elaboran las coberturas de víctimas de desapariciones, debemos hacer hincapié también en una parte psicológica inherente al ser humano: los sentimientos.



David Blanco Castañeda, Psicólogo Sanitario y experto en comunicación y medios de comunicación / Foto de archivo

David Blanco Castañeda, Psicólogo Sanitario y experto en redes sociales y medios de comunicación nos explica que "los bulos y los titulares sensacionalistas se enfatizan porque tienen que ver con sentimientos viscerales del ser humano, como el miedo". Estos datos se resaltan para que los lectores u oyentes necesiten más información para calmar su estado de preocupación. "Los medios sensacionalistas generan en sus consumidores una dependencia y un estado de alarma falso, que solo puede calmarse consumiendo aparentemente la información que esos mismos medios proporcionan". Este estado psicológico falso, saliente, sensible y llamativo provoca la identificación y el enganche de sus consumidores habituales.

David Blanco: "Cuando los medios cuentan así este tipo de casos no pretenden difundir información veraz, sino crear un estado psicológico de alarma"

Según David, "el bombardeo de los medios y la sobreinformación en este tipo de sucesos no es positiva". Desde el punto de vista informativo no se ofrece nada nuevo, no se ayuda a la comprensión del caso, y se favorece la difusión de informaciones no contrastadas que la mayoría de veces dificultan la resolución de los acontecimientos. "El objetivo de contar así este tipo de casos no es su difusión veraz de información, sino la creación de un estado de alarma asociado a una necesidad de intentar calmarlo".

17



Preocupación creada por las noticias publicadas en los medios de comunicación / J. García

Hemos hablado de los medios, pero ¿qué hay de las víctimas? ¿Están a salvo del carroerismo de la prensa y de los bulos en redes sociales? Lo cierto es que nuestra constitución formula el ejercicio del derecho al honor. Además, tenemos una ley orgánica que lo regula también en detalle. Ambas normas, con su legislación derivada, deberían ser suficientes para proteger a las víctimas.

Carlos Galán: "Si no se denuncia, los derechos de la víctima podrían vulnerarse con total impunidad"

Carlos Galán, abogado especialista en Derecho de las Tecnologías de la Información aconseja que todo el mundo que se sienta perjudicado por una información que excede de los derechos y deberes del informante, lo denuncie ante las autoridades judiciales correspondientes, porque si no lo hace, pese a que el ministerio fiscal y los jueces de oficio podrían iniciar actuaciones en ese sentido, el tema sería mucho más difícil que progresase.

18

En cuanto a la impunidad en Redes Sociales, el tema se complica. Según Carlos, España es un país donde se ha defendido, desde la restauración de la democracia, el derecho a la libertad de expresión. Por eso en nuestro país va a ser difícil que en un corto periodo de tiempo podamos ver una norma jurídica como la de Alemania, que permite la clausura de un medio, en caso de que este divulgue información falsa.



Noticia falsa que podría producir la clausura del medio que la publica / J. García

A fin de cuentas, Julien, Yérémy, Diana, Gabriel, Marta o las niñas de Alcañes son solo algunas de las miles de víctimas que han desaparecido y continúan desapareciendo a día de hoy en nuestro país. El tratamiento de este tipo de noticias es muy delicado. Los medios de comunicación deben ser muy cuidadosos cuando trabajan con información así, porque "aunque la víctima haya desaparecido, sus derechos todavía perduran" y no deben ser vulnerados.

4. INTERPRETACIÓN DERIVADA DE LA INVESTIGACIÓN

Los medios son puramente sensacionalistas, aprovechan situaciones de debilidad de las víctimas para crear contenidos morbosos que aumenten las cifras de audiencia. Muy pocos periodistas son los que verdaderamente respetan los códigos deontológicos y con ello los derechos de los afectados. La información de interés finaliza cuando se dan las claves del suceso en cuestión. Al margen de eso, toda la información de carácter privado de acusados y víctimas no debería tener cabida en las noticias, porque crean juicios y sesgos en el imaginario de la población, que se deja influenciar, se posiciona y adopta actitudes erróneas en muchas ocasiones.

Las redes sociales pueden ser un instrumento muy útil. Si fueran reguladas, quizá podrían ayudar más en la resolución de los casos. El problema es que el periodismo ciudadano, en muchas ocasiones se excede en su labor e interfiere en los derechos de las víctimas con total impunidad. Sólo los profesionales de la información están capacitados para informar acerca de este tipo de sucesos, a veces, como ya hemos visto, incluso ni ellos mismos informan de manera adecuada.

Si el control y regulación de las redes fuera real, cualquier medio que publicara noticias falsas podría ser clausurado, y con ello, la prensa sería más cuidadosa y tendríamos una población mejor informada. En cuanto al tema de los bulos vertidos por particulares, deberían ser sancionados cuando se demostrase que esa información se ha vertido con total desprecio a la verdad y con fines dañinos para la víctima. De esta forma, la población sería más cautelosa y no publicaría tan a la ligera noticias falsas y contenidos que solo entorpecen las investigaciones y perjudican a los afectados.

En lo que respecta a que unos casos sean más mediáticos que otros, entiendo a aquellas familias que se indignan porque a sus casos no se les ha dado tanto bombo en televisión. Sin embargo, comprendo que algunos casos cobren más importancia que otros, ya sea por el contexto, por la víctima o por el delito en cuestión. Todos los componentes que mencionan los expertos son muy importantes e influyen en que unos sucesos sean más mediáticos que otros. Sin embargo, para mí, el ímpetu de las familias para que sus casos aparezcan en televisión tiene un valor extremo. Los medios informan sobre lo que atrae, lo llamativo, lo que la población puede consumir y lo que genera más audiencia. No todos

los casos se pueden abarcar, como ya se ha dicho, al año desaparecen en torno a 14.000 personas en nuestro país, es imposible que todos ellos se sitúen en el centro de los focos.

Al contrario que los expertos, yo creo que sí hay algunos sucesos que se alargan artificialmente, donde siempre se cuenta lo mismo, sin ninguna novedad, con el objetivo de tener enganchada a la audiencia. Esta reflexión viene ligada a la de las investigaciones policiales, que, desde mi punto de vista, sí creo que en muchas ocasiones son entorpecidas por los medios de comunicación. Cuando se revelan secretos de sumario y se bombardea de forma tan abundante sobre los sucesos, esto da pistas a los culpables. Es cierto que, muchas veces, los periodistas colaboran con los cuerpos y fuerzas de seguridad del estado, pero creo que en menor medida.

En cuanto a las futuras líneas de investigación que se derivan de este trabajo, podría ser muy interesante llevar a cabo un estudio de las principales cadenas de televisión de nuestro país, en un margen de tiempo determinado, centrándonos en cómo informan acerca de uno o diversos casos de desapariciones. De este modo, podríamos ver qué estrategias utiliza cada una, cuánto tiempo dedican a tratar el suceso, cuáles son más sensacionalistas y comparar las diferencias y similitudes entre ellas.

5. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DOCUMENTALES

5.1 ARTÍCULOS PUBLICADOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

- Méndez, M. (26.01.2019). *El caso de Julen, un suceso convertido en reality show: "Es espectáculo, es morboso"*. 09.08.2019, de vertele! Sitio web: http://vertele.eldiario.es/noticias/julen-rescate-totalan-analisis-tratamiento-cobertura-television-tv-informacion-sensacionalismo-espectaculo_0_2088991089.html
- infoLibre. (26.01.2019). *El Colegio de Periodistas de Andalucía exige a los medios responsabilidad en la cobertura por el 'caso de Julen'*. 09.08.2019, de infoLibre Sitio web: https://www.infolibre.es/noticias/politica/2019/01/26/el_colegio_periodistas_andalucia_exige_los_medios_responsabilidad_cobertura_por_caso_julen_91218_1012.html
- PLAYTV. (20.03.2019). *La cobertura del caso Julen, «excesiva» pero «sin errores graves», según el consejo andaluz*. 09.08.2019, de ABC Sitio web: https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-cobertura-caso-julen-excesiva-pero-sin-errores-graves-segun-consejo-andaluz-201903192221_noticia.html
- Rodríguez, A. (27.01.2019). *'Caso Julen', un suceso 'sensacional'*. 09.08.2019, de EL ESPAÑOL Sitio web: https://www.elespanol.com/reportajes/20190127/caso-julen-suceso-sensacional/371592842_13.html
- Miguel, E. (28.01.2019). *Las cifras mediáticas del rescate a Julen: el suceso más cubierto en la historia reciente de España*. 09.08.2019, de XATAKA Sitio web: <https://magnet.xataka.com/preguntas-no-tan-frecuentes/cifras-mediaticas-rescate-a-julen-suceso-cubierto-historia-reciente-espana>

- Terrasa, R. (29.01.2019). *Enganchados al morbo: por qué nos fascinan tragedias como la de Julen*. 09.08.2019, de EL MUNDO Sitio web: <https://www.elmundo.es/papel/historias/2019/01/29/5c4f3a46fdddffe9038b4609.html>
- REPÚBLICA/EFE. (25.01.2019). *Las principales televisiones, en el punto de mira por la cobertura del caso Julen*. 09.08.2019, de República Sitio web: <https://www.republica.com/2019/01/25/las-principales-televisiones-en-el-punto-de-mira-por-la-cobertura-del-caso-julen/>
- Ortega, P. (28.02.2019). *Lo que nos enseñó el niño Gabriel*. 09.08.2019, de EL PAÍS Sitio web: https://elpais.com/politica/2019/02/26/actualidad/1551204333_496576.html
- Redacción prnoticias. (13.03.2018). *La FAPE pide a los medios respeto y la ética ante el caso del pequeño Gabriel*. 09.08.2019, de prnoticias Sitio web: <https://prnoticias.com/periodismo/periodismo-pr/20167706-caso-pequeno-gabriel-respeto-etica-medios-comunicacion>
- Desaparecidos (TVE). (15.03.2018). *Los padres de Gabriel, sobre la cobertura en los medios: "La ética tiene que estar por encima del interés en vender"*. 09.08.2019, de vertele! Sitio web: http://vertele.eldiario.es/noticias/Padres-Gabriel-sobre-cobertura-medios-etic-estar-por-encima-interes-vender_0_1994200566.html
- Redacción Prnoticias. (15.03.2018). *La Guardia Civil da una lección a los medios en el caso de Gabriel Cruz*. 09.08.2019, de Periodismo PR Sitio web: <https://prnoticias.com/periodismo/periodismo-pr/20167752-guardia-civil-leccion-medios-caso-gabriel-cruz>
- EL PAÍS. (13.03.2018). *La madre de Gabriel: "Pido que no se extienda la rabia"*. 09.08.2019, de EL PAÍS Sitio web: https://elpais.com/politica/2018/03/12/actualidad/1520843525_525519.html

- Jabois, M.. (04.01.2018). *A la caza de la familia Quer*. 12.08.2019, de EL PAÍS Sitio web:
https://elpais.com/politica/2018/01/03/actualidad/1515008214_301244.html
- González, J & Marbán, R. (02.01.2018). *El final del 'caso Diana Quer' revela también un tremendo palo a los medios por las barbaridades publicadas*. 12.08.2019, de Periodista Digital Sitio web:
<https://www.periodistadigital.com/periodismo/tv/20180102/final-caso-diana-quer-revela-tremendo-palo-medios-barbaridades-publicadas-noticia-689400140260/>
- ESPEJO PÚBLICO. (21.03.2018). *El entorno "problemático" de Diana Quer, ¿causa de su desaparición?*. 12.08.2019, de ATRESMEDIA Sitio web:
https://www.antena3.com/programas/espejo-publico/noticias/el-entorno-problematico-de-diana-quer-causa-de-su-desaparicion_2017041358ef3e940cf2f2c875683a9e.html
- A, L. (08.04.2017). *La vida imposible de Valeria Quer: 'huérfana' de hermana y a tortas con su madre*. 12.08.2019, de EL ESPAÑOL Sitio web:
https://www.lespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170407/206729886_0.html
- REDACCIÓN, BARCELONA. (14.09.2016). *Diana Quer denunció a su padre en mayo por retenerla contra su voluntad*. 12.08.2019, de LA VANGUARDIA Sitio web:
<https://www.lavanguardia.com/sucesos/20160914/41300306911/diana-quer-denuncio-su-padre-retenerla-contra-su-voluntad.html>
- Álvarez, B. (15.07.2019). *El caso Alcácer y el nacimiento de la telebasura: ¿Hemos aprendido algo?*. 13.08.2019, de ABC Sitio web:
https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-caso-alcacer-y-nacimiento-telebasura-hemos-aprendido-algo-201907150109_noticia.html

- Migelez, X. (12.07.2019). *'Quién sabe dónde' | Así reventó el caso Alcàsser las audiencias de Paco Lobatón*. 13.08.2019, de El Confidencial Sitio web: https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2019-07-12/quien-sabe-donde-paco-lobaton-caso-ninas-alcasser-netflix_2108991/
- Gómez, R. (17.06.2019). Lobatón: *“El morbo de Alcàsser hace palidecer lo que hoy llamamos ‘fake news’*”. 13.08.2019, de El País Sitio web: https://elpais.com/cultura/2019/06/25/television/1561451037_852850.html
- Araluzea, A. (13.07.2019). *Caso Alcàsser: la norma, no la excepción*. 13.08.2019, de Noticias de Navarra Sitio web: <https://www.noticiasdenavarra.com/2019/07/13/sociedad/estado/caso-alcasser-la-norma-no-la-excepcion>
- Porras, D. (17.06.2019). *¿Dónde está ahora Nieves Herrero, periodista buitre del caso Alcàsser? Repudiada*. 13.08.2019, de El Nacional Sitio web: https://www.elnacional.cat/enblau/es/television/nieves-herrero-caso-alcasser-netflix_395569_102.html
- Lorente, N. (14.06.2019). *'El caso Alcàsser': el triple crimen que traspasó en TV todos los límites éticos*. 13.08.2019, de El Confidencial Sitio web: https://www.elconfidencial.com/television/series-tv/2019-06-14/serie-el-caso-alcasser-netflix-television-morbo_2069449/

5.2 INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS:

- Saad Saad, Anuar, *EL SENSACIONALISMO O LA "INSURRECCIÓN" DE LAS MASAS. Razón y Palabra*. 2011, (Noviembre-Enero). 13 de agosto de 2019, Disponible en: <http://cicese.redalyc.org/articulo.oa?id=199524192026> ISSN 1605-4806

- Maritza, P. (2011). *Crónica roja y sensacionalismo: maneras de hacer, maneras de ver*. 13.08.2019, de Revista Oficios Terrestres Sitio web:
<https://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/657/1029>
- Romero-Rodríguez, L., De Casas Moreno, P. & Torres Toukoumidis, Á. (2015). *Estereotipos, tópicos y lenguaje de la programación sensacionalista en la televisión: programa «Corazón» de TVE*. *Alteridad*, 10(1), 31-43. Quito, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana of Ecuador. Retrieved August 13, 2019 from <https://www.learntechlib.org/p/195404/>
- Blesa Aledo, Pablo S., *Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder?*. Sphera Pública 2006, 13 de agosto de 2019
Disponible en: <http://sww.redalyc.org/articulo.oa?id=29700606>
- Weidenslaufer, C. (Enero 2019). *La regulación de las "fake news" en el derecho comparado*. 13.08.2019, de Grupo Bicameral de Transparencia del Congreso Nacional Sitio web:
https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/26901/1/Regulacion_de_las_fake_news_2018.pdf
- Centro Nacional de desaparecidos. (2019). *Informe "Personas desaparecidas"*. 13.08.2018, de Ministerio del Interior Sitio web:
http://www.interior.gob.es/documents/10180/9814700/2019_02_21+INFORME+DE+PERSONAS+DESAPARECIDAS.PDF/72e112d3-ce2f-4653-8527-6e5c5649e4ce
- Federación de Asociaciones de Periodistas de España. (22.04.2017). *Código Deontológico*. 13.08.2019, de Periodistas FAPE Sitio web:
<http://fape.es/home/codigo-deontologico/>

6. MATERIALES E INFRAESTRUCTURA UTILIZADA

Los materiales utilizados para la elaboración del reportaje han sido tanto fotos extraídas de internet como fotos realizadas por mí mismo con un iPhone 8 Plus y una cámara Nikon D3400 con un objetivo de 18 – 55mm. Las fotos propias fueron realizadas en diferentes ubicaciones de Madrid:

- Zoo Aquarium de Madrid (Buitres)
- Oficina (Ordenador)
- Parque (Huellas de pisadas)
- Casa (Fotos de periódicos y foto de preocupación)

Uno de los softwares que he utilizado para la elaboración de los elementos multimedia ha sido Thinglink, para crear el primer mapa de España con las correspondientes ubicaciones de los casos de desapariciones más mediáticos. El problema que plantea esta aplicación es que es de pago, y tan solo puede interactuar con ella el creador del elemento multimedia, que en este caso soy yo. Infogram ha sido el software que he utilizado para crear una gráfica en la que se muestra la cantidad de denuncias por desapariciones de personas en una década. Flourish es la tercera herramienta que he usado para crear el segundo mapa de España, que muestra el número de denuncias por desapariciones en cada una de las Comunidades Autónomas de nuestro país.

7. ANEXO I - ANTEPROYECTO:

7.1 - DEFINICIÓN DE LA TEMÁTICA, ENFOQUE Y JUSTIFICACIÓN DE SU VALOR NOTICIOSO DE ACUERDO A CRITERIOS PERIODÍSTICOS.

Desde los orígenes de la prensa, los periodistas han inyectado –en mayor o menor medida– dosis de morbo y espectáculo en los consumidores de noticias para atraer su atención. A través de este reportaje se pretende demostrar que la prensa, en muchos casos, tiende a adentrarse en el sendero del sensacionalismo para ganar audiencia.

El morbo siempre ha estado presente en el periodismo, pero cuando este comienza a tener cabida en informaciones sensibles donde los derechos de las personas están en juego, se convierte en un problema.

Este proyecto muestra la visión de expertos, periodistas, abogados y psicólogos acerca de cómo los medios de comunicación informan sobre casos de desapariciones, donde los derechos de las víctimas son poco tangibles y muy vulnerables, y donde muchas veces los periodistas se exceden en su labor informativa y vulneran esos derechos. Además, se plantea un problema fundamental, el de la ingente cantidad de información que se genera, impidiendo a la población desligar las noticias importantes y de calidad, de los bulos e informaciones morbosas sin interés informativo. Miguel Hernández

El enfoque que se le pretende dar a este trabajo es el de mostrar cómo los medios informan acerca de los casos de desapariciones más mediáticos de nuestro país. En el trabajo se dan respuestas a preguntas como: Por qué unos casos son más mediáticos que otros, si en España desaparecen al año en torno a 14.000 personas; si los medios entorpecen en ocasiones las investigaciones policiales; o de qué manera la ley protege a las víctimas de los comentarios vertidos en medios y en redes por los periodistas y por la ciudadanía.

7.2 - PRESENTACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN Y DE LAS PRINCIPALES HIPÓTESIS.

Como objetivos de la investigación, se pretendía dar voz a la mayor cantidad de expertos relacionados con el proceso de publicación de información sobre desaparecidos y su impacto en la sociedad. Se escogió a una periodista de sucesos del diario ABC; un experto en deontología y ética periodística; un abogado experto en derecho de la información para averiguar de qué manera la ley protege a las víctimas de desapariciones; la presidenta de la Asociación Inter-SOS Desaparecidos para que pudiera explicar de qué manera actúan ellos cuando les informan de casos de este tipo; y un psicólogo, para conocer de qué manera afecta la información a la mentalidad de los receptores y a sus actitudes.

Otro de los objetivos que me propuse fue entrevistar a algún afectado o víctima de desaparición, pero finalmente no fue posible, pues el entrevistado decidió no llevar a cabo la entrevista. Como objetivo principal, se pretendía demostrar que la prensa en muchas ocasiones es sensacionalista y utiliza el morbo a costa de las víctimas para ganar audiencia.

En cuanto a las hipótesis, desde mi punto de vista creía que todos mis entrevistados iban a estar de acuerdo en que las informaciones vertidas por la prensa en muchas ocasiones eran sensacionalistas, pero no ha sido así. Del mismo modo ha ocurrido con las noticias y comentarios publicados en redes sociales. Mi pensamiento era que las redes sociales ayudan en algunos casos, pero que en mayor medida generan bulos e informaciones poco contrastadas que ensucian el trabajo de los periodistas. Sin embargo, con la realización del reportaje, me he dado cuenta de que no todos están de acuerdo en esa hipótesis.

7.3 - CRONOGRAMA DE TRABAJO.

MARZO:

Obtención y recopilación de información. proceso de documentación y elaboración de preguntas para entrevistar a las fuentes.

ABRIL:

Fijación y elaboración d entrevistas.

MAYO:

Transcripción de los testimonios y estructuración del reportaje.

JUNIO:

Seleccionar las partes más importantes de cada entrevista y darles forma a los textos para configurar el trabajo.

JULIO:

Crear elementos multimedia, realizar fotografías, repasar los textos y pulir el proyecto.

AGOSTO:

Publicación en redes sociales y repasar el reportaje con tiempo y perspectiva para ultimar detalles.



7.4 - RELACIÓN DE DOCUMENTACIÓN RECABADA SOBRE EL ASUNTO.

Terrasa, R. (29 ENE. 2019). *Enganchados al morbo: por qué nos fascinan tragedias como la de Julen*. 09.08.2019, de EL MUNDO Sitio web:

<https://www.elmundo.es/papel/historias/2019/01/29/5c4f3a46fdddffe9038b4609.html>

REPÚBLICA/EFE. (25/01/2019). *Las principales televisiones, en el punto de mira por la cobertura del caso Julen*. 09.08.2019, de República Sitio web:

<https://www.republica.com/2019/01/25/las-principales-televisiones-en-el-punto-de-mira-por-la-cobertura-del-caso-julen/>

Ortega, P. (28.02.2019). *Lo que nos enseñó el niño Gabriel*. 09.08.2019, de EL PAÍS Sitio web: https://elpais.com/politica/2019/02/26/actualidad/1551204333_496576.html

A, L. (08.04.2017). *La vida imposible de Valeria Quer: 'huérfana' de hermana y a tortas con su madre*. 12.08.2019, de EL ESPAÑOL Sitio web:

https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170407/206729886_0.html

Álvarez, B.. (15.07.2019). *El caso Alcácer y el nacimiento de la telebasura: ¿Hemos aprendido algo?*. 13.08.2019, de ABC Sitio web:

https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-caso-alcacer-y-nacimiento-telebasura-hemos-aprendido-algo-201907150109_noticia.html

Centro Nacional de desaparecidos. (2019). *Informe "Personas desaparecidas"*.

13.08.2018, de Ministerio del Interior Sitio web:

http://www.interior.gob.es/documents/10180/9814700/2019_02_21+INFORME+DE+PERSONAS+DESAPARECIDAS.PDF/72e112d3-ce2f-4653-8527-6e5c5649e4ce

Federación de Asociaciones de Periodistas de España. (22.04.2017). *Código*

Deontológico. 13.08.2019, de Periodistas FAPE Sitio web: <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>

7.5 - SELECCIÓN Y PRESENTACIÓN DE LAS FUENTES PROPIAS Y DOCUMENTALES.

CARLOS MACIÁ BARBER:

Profesor de Redacción Periodística, licenciado en CC. de la Información, doctor en Periodismo y experto en deontología periodística y periodismo ciudadano.

HELENA CORTÉS:

Periodista del ABC, licenciada en Periodismo y Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid y Máster en Investigación de Medios. Redactora de la sección de Televisión del Periódico ABC.

CARLOS GALÁN:

Doctor en Informática y abogado especialista en Derecho de las Tecnologías de la Información.

DAVID BLANCO CASTAÑEDA:

Psicólogo Sanitario y experto en redes sociales y medios de comunicación.

MONTSERRAT TORRUELLA VENTURA:

Presidenta de Inter-SOS Desaparecidos.

MINISTERIO DEL INTERIOR (BASE DE DATOS DE PERSONAS DESAPARECIDAS Y RESTOS HUMANOS SIN IDENTIFICAR):

Esta fuente es fundamental para poder elaborar gráficas y aportar los datos necesarios de todas aquellas víctimas que desaparecen al año en nuestro país, y que sin embargo nadie conoce.

7.6 - PRESENTACIÓN DEL AUTOR Y BREVE CV.



- **NOMBRE:** Javier García Verdú
- **EDAD:** 22 años
- **DESEMPEÑO ACTUAL:**
 - Coordinador y Asistente Personal del Youtuber Sergio Peinado.
 - Técnicamente soy una extensión de Sergio. Le ayudo a organizar su día a día.
 - Creo recordatorios, planifico el calendario semanal, contesto llamadas, fijo reuniones y elaboro los informes de estas, etc. En resumidas cuentas, realizo las tareas de las que Sergio no puede ocuparse.
- **SOBRE MÍ:**
 - Soy casi licenciado en Periodismo. Hasta ahora he trabajado cubriendo partidos de fútbol de Segunda División para MEDIAPRO.
 - Posteriormente, me mudé a Madrid y comencé a trabajar para una Agencia de Comunicación. Durante esta etapa, me he encargado de la gestión y organización de eventos para revistas como Forbes o los Premios Compás del Cante; discográficas como ONErpm; festivales como Ribeira Sacra, o el Flamenco on Fire; y artistas como Ketama, Emilio Aragón o el guitarrista José Carlos Gómez.
 - Como aficiones tengo el fútbol, la música y la cocina.
 - Aprender, conocer nuevos lugares y hacer algo novedoso y distinto cada día es lo que me motiva a levantarme por las mañanas.