

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL  
TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LAS  
**DESAPARICIONES**



## Una reflexión para la acción

Todas las consideraciones expresadas en esta guía parten de la consciencia de que las desapariciones sumen a las familias que las sufren en una corrosiva incertidumbre, que se mantiene tanto tiempo como dure la situación. A la vez, el dolor por la ausencia de noticias coexiste con la lógica hipersensibilidad ante cualquier indicio, giro o comentario que pueda suscitarse. Así que, la función de informar a la opinión pública incide siempre de forma muy directa, y en primer lugar, en las familias de personas desaparecidas. Recordar esto, proveerá a los periodistas y a los medios de comunicación de la sensibilidad y la responsabilidad imprescindibles para no añadir dolor al dolor ni frustrar esperanzas.

Esta guía no apela sólo a tu conciencia profesional sino a tu capacidad para pasar a la acción siempre que te sea posible y así contribuir a que esta realidad se haga visible para el conjunto de la sociedad.

# INTRODUCCIÓN

---

Cada año se registran en España alrededor de 21.000 denuncias por la desaparición de personas sin causa aparente. La cifra desde 2010 alcanza las 121.118. De estas, dos terceras partes están relacionadas con la desaparición de menores de edad. La mayoría de estos casos pasan desapercibidos para los medios de comunicación, mientras que otros desencadenan una enorme atención mediática no exenta de controversia.

La Fundación Europea por las personas desaparecidas QSDglobal convocó en noviembre de 2016 el *Foro sobre el Tratamiento Informativo de las Desapariciones de Personas* con el propósito de generar un debate público entre periodistas, familiares de personas desaparecidas, juristas, expertos policiales, autoridades reguladoras y profesores de comunicación que puso de manifiesto la necesidad de contar con una Guía de Buenas Prácticas que garantice la adecuada difusión de los casos de desapariciones de personas, fomentando la responsabilidad de los medios y de los periodistas ante un problema de gran magnitud, que genera además un enorme impacto social y emocional.

---

Con este propósito, el Consejo Audiovisual de Andalucía y la Fundación Europea por las personas desaparecidas QSDglobal asumieron el compromiso de trabajar conjuntamente para contribuir a que los medios de comunicación y sus profesionales asuman como parte de su responsabilidad social tanto la tarea de dar a conocer los casos de desapariciones de personas, como la de proteger a sus protagonistas por la especial vulnerabilidad en la que se encuentran.

El resultado es esta guía, un documento inédito en nuestro país, que parte de la necesidad de conciliar y preservar el derecho constitucional a la libertad de información con la responsabilidad que tienen los medios de comunicación y sus profesionales de adoptar normas deontológicas y pautas de conducta que garanticen el ejercicio de un periodismo riguroso, honesto y comprometido con las personas desaparecidas y con sus familias, incluso en circunstancias complejas y difíciles.

# EL PROBLEMA

---

**1** La desaparición de personas sin causa aparente genera un enorme impacto social y emocional, que demanda un tratamiento responsable por parte de los medios de comunicación y de sus profesionales. Ambos desempeñan un papel extraordinario, tanto al difundir la información y los datos que pueden ayudar a rastrear el paradero de las personas desaparecidas, como en el acompañamiento de las familias y en la colaboración con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado (en adelante FCSE). Se trata de sensibilizar al conjunto de la sociedad, de modo que cuantas más personas conozcan el caso y puedan retener en la memoria la imagen de la persona desaparecida, mayores serán las posibilidades de que colaboren en su búsqueda y localización.

**2** Desaparecida es toda aquella persona ausente de su residencia habitual sin motivo conocido o aparente, o cuya nueva residencia se ignora, dando lugar a una búsqueda en interés de su propia seguridad y sobre la base del interés familiar o social, según la definición aprobada por el Consejo de Europa. Toda desaparición lleva aparejada un drama familiar, si bien hay que distinguir entre las desapariciones voluntarias, las involuntarias y las forzosas o de naturaleza criminal. Las desapariciones voluntarias abarcan ausencias intencionadas de adultos y fugas de menores adolescentes. 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.

**3** Las FCSE 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. La acción informativa debe acompañarse a la prioridad de encontrar a la persona y, en ese sentido, hay que tomar en cuenta siempre las recomendaciones de las FCSE.

**4** Aunque todas las desapariciones generan una gran angustia familiar, hay que ser conscientes de que no todas las personas desaparecidas desean ser encontradas. Respetar el *derecho a desaparecer* de toda persona debe ser compatible con el *derecho a saber* de su familia o círculo afectivo más cercano. Los medios de comunicación y sus profesionales deben considerar la singularidad irreplicable de cada caso y tratar de encontrar el equilibrio entre el interés general y los derechos particulares de las personas implicadas en el curso de una desaparición.

**5** La difusión inmediata de los datos, fotografías e información relevante proporcionados por la familia, amigos o por las FCSE en periódicos y programas de máximo alcance, así como a través de las páginas 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.

**6** Durante la última década, la media anual de denuncias por desaparición superó las veinte mil. Y aunque el porcentaje de resolución es muy alto, los casos no resueltos desde 2006 a enero de 2017, y que permanecen, por tanto, como búsquedas activas, son 4.164, de los que 214 son considerados de alto riesgo\*. Incluye con asiduidad este asunto en tu agenda informativa para que la sociedad conozca la dimensión del problema y contribuir a su prevención.

---

**7** Entre un 5 y un 10 por ciento de las desapariciones denunciadas siguen sin resolverse cada año, acumulándose a las anteriores. Algunas no se resuelven nunca. Las familias y las organizaciones que las representan necesitan que los medios de comunicación les ayuden a mantener abierta la atención sobre los casos no resueltos y así contribuir a la continuidad de la investigación oficial. En España, el 9 de marzo es el *Día de las personas desaparecidas sin causa aparente* desde que así lo decidiera, en 2010, el Pleno del Congreso de los Diputados de manera unánime.

**8** Admitiendo la diversidad de los componentes que rodean una desaparición, así como su diferente potencial narrativo, debe asegurarse un tratamiento informativo equitativo a las familias para ayudar con ecuanimidad a encontrar a sus seres queridos. La relevancia informativa que reciben unos casos frente a otros similares, sin razones objetivas que lo justifiquen, genera un agravio que debes evitar. Reflexiona sobre ello cuando recibes una petición de ayuda o recibes el encargo de cubrir un caso.

**9** Toda desaparición genera sufrimiento y angustia familiar. El interés público y el deber de ofrecer una información completa, exacta y precisa no justifican jamás que se invada la intimidad de las familias o de las propias personas desaparecidas. Cuando una persona desaparece, no desaparecen sus derechos, entre ellos los que protegen su honor y su imagen. No hay una fórmula mágica para conseguirlo, sino el sentido de la medida y la sensibilidad ante cada situación. Hay una fina frontera entre la información sobre el dolor y el riesgo de que devenga espectáculo. Saber detectar el umbral entre ambos evitará incurrir en sensacionalismo. En la duda, es útil recordar las prioridades y preguntarnos en qué puede contribuir nuestra información a la resolución del caso que nos ocupa. La pregunta que deberías hacerte es cómo te gustaría que se abordara ese caso si se tratara de tu propia familia.

---

**10** Las familias de las personas desaparecidas viven una compleja situación de estrés emocional y vulnerabilidad psicológica que puede derivar en depresión y otros problemas de salud, agravados cuando la incertidumbre se prolonga durante meses o años. Siendo uno de los trances más dolorosos a los que se puede enfrentar un ser humano, debes tratar con extremo cuidado la información y las imágenes que ellos mismos suministran. Hay que preservar los datos confidenciales que puedan entorpecer la investigación policial o poner en riesgo la vida de las personas, especialmente en casos de secuestro. El mismo tacto requerirán los datos personales que puedan vulnerar el derecho a la intimidad de las familias y que no contribuyan a esclarecer el caso.

**11** Es muy importante respetar la dignidad de las personas desaparecidas. Debemos protegerlas, cuidando las imágenes que difundimos y obviando aquellos datos que puedan deteriorar su prestigio o causar un daño innecesario a su familia, avergonzarles o angustiarles. Nuestra legislación protege especialmente los derechos de los menores de edad frente a cualquier intromisión que pueda dañar su imagen. En ningún caso debes difundir datos de su vida privada que pudieran ser contrarios a sus intereses, incluso cuando estén implicados en posibles delitos.

**12** Se debe observar escrupulosamente el principio de presunción de inocencia en informaciones en torno a causas judiciales, procedimientos en curso o actuaciones de las FCSE. No difundas rumores ni ideas u opiniones no contrastadas por fuentes autorizadas. Retener la información que puede poner en riesgo una investigación o vulnerar derechos fundamentales te convierte en mejor periodista y te distancia de quienes ejercen esta profesión sin escrúpulos.

# LA NOTICIA

---

**1** Cuando informas de una desaparición estás prestando un servicio público. Del enfoque que des a la noticia puede depender que la ciudadanía aporte pistas fiables que permitan resolver el caso o que se obstaculice y complique la investigación. El seguimiento informativo de una desaparición debe iniciarse en colaboración con quienes se encargan de su investigación. Es conveniente comprobar qué hipótesis manejan las FCSE y otras fuentes cercanas, con el fin de evitar una alarma general que resulte injustificada. La alarma social conlleva efectos negativos y tiende a dificultar la colaboración ciudadana. En cambio, la difusión de alertas debidamente contrastadas —con la familia y con las FCSE— puede resultar decisiva si se hace con la celeridad necesaria, sobre todo cuando se trata de menores, de ancianos, o de personas enfermas, dada su especial indefensión.

**2** El rigor periodístico es incompatible con la difusión de rumores o elucubraciones. Recaba información a través de fuentes autorizadas y portavoces de la familia, evitando entrevistar a personas del entorno que pudieran divulgar información sensible o, en otros casos, banalizar la situación a base de meras especulaciones.

**3** Publica fotografías, datos e imágenes suministrados por la familia, o por quienes investigan la desaparición, que puedan ayudar a la localización. Los retoques fotográficos para envejecer a una persona desaparecida hace años deben ser realizados siempre por profesionales que dominen esta técnica. Si no se cuenta con esa garantía, es preferible limitarse a las fotografías retocadas avaladas por las FCSE.

**4** La notoriedad pública que adquieren los familiares de una persona desaparecida al convertirse en foco informativo no evita que sean, a la vez y objetivamente, víctimas de la situación. Hay que tenerlo en cuenta y actuar en consecuencia: no les sigas por la calle, no les grabes sin su autorización ni permanezcas en la puerta de sus casas si te piden que te marches. No debes presionar a las familias para conseguir entrevistas ni acosarles con llamadas telefónicas, correos electrónicos, mensajes de texto o llamadas a la puerta. No publiques, sin consentimiento, datos o imágenes que desvelen la localización exacta del domicilio de una persona desaparecida o de su familia.

**5** Respeta su derecho a no conceder entrevistas o a seleccionar los medios a los que acuden. Su estado de ánimo puede hacerles cambiar de opinión. Ofréceles la posibilidad de enviar a alguien que las represente y de que estén acompañados en los programas televisivos por profesionales expertos que les asistan, especialmente cuando estos espacios se emiten en directo. No realices preguntas que puedan considerarse personales; céntrate en las cuestiones relevantes y objetivas que puedan ayudar a encontrar a la persona desaparecida.

**6** En caso de error en una información, debes rectificar con la máxima celeridad, sin necesidad de que medie solicitud externa, para evitar mayor presión sobre los afectados y sus allegados o entorpecer la investigación. Atiende también inmediatamente el derecho de rectificación y de réplica.

---

**7** Cada caso es diferente. Esforzarse en conocer y comprender la singularidad de cada uno es una manifestación de respeto hacia las personas que sufren la desaparición de un ser querido y una práctica periodística responsable. No deben compararse casos sin más ni más, sobre todo en el supuesto de desapariciones relacionadas con actos delictivos. Además de un discutible valor informativo, puede tener el pernicioso efecto de victimizar a los familiares, socavar su esperanza y acrecentar su dolor.

**8** Las dramatizaciones de los hechos de actualidad comportan el riesgo de confundir a la audiencia, sobre todo si se intercalan imágenes reales y ficticias. Si lo haces, adviértelo siempre y con claridad.

**9** La vida privada, el correo y las conversaciones procedentes de teléfonos móviles u otros dispositivos no deben llevarse al terreno público informativo a menos que tengan un claro interés general.

**10** Las personas que estén en lugares públicos o semipúblicos no pueden gozar del mismo nivel de intimidad que en sus propias casas, pero debemos respetar su deseo de no ser grabadas. Respeta especialmente sus momentos de dolor, sufrimiento y angustia. No difundas esas imágenes sin su autorización ni las reiteres sin justificación informativa. Las imágenes que puedan provocar dolor o angustia no deben usarse nunca como fondo de pantalla, difundirse en bucle ni ilustrar otros temas. Estas prácticas sólo alimentan el morbo y el sensacionalismo.

---

**11** Las imágenes de dolor no suelen ofender o angustiar a las víctimas o familiares que hayan permitido que se les grabe, pero en cambio, pueden perturbar o causar angustia a una parte de tu audiencia, especialmente a los menores de edad.

**12** Trata siempre con cuidado la reutilización de materiales de archivo para evitar, pasado el tiempo, reverdecir el sufrimiento de las familias. Los familiares deben estar al tanto de tus planes y debes atender cualquier objeción razonable que puedan realizar. Busca siempre el equilibrio informativo. Tan dañino puede ser infravalorar una desaparición como informar en exceso sobre ella, rodeando la noticia de recursos deliberadamente espectaculares que hacen derivar el contenido hacia el mero entretenimiento. Los magazines televisivos deben extender todas las recomendaciones y buenas prácticas a sus colaboradores habituales en tertulias y debates. Cuenta siempre en tus programas con personas expertas que aborden el caso con solvencia y rigor.

(\*) Informe 2017 sobre “Personas Desaparecidas” en España. Ministerio del Interior



**Consejo Audiovisual de Andalucía**

Calle Pagés del Corro 90


41010 Sevilla

info.caa@juntadeandalucia.es

Teléfono: 955 407 301

[www.consejoaudiovisualdeandalucia.es](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es)

 @WebCaa

 Consejo Audiovisual de Andalucía

**od:A**

Oficina de Defensa  
de la Audiencia

**Fundación QSD**

<http://www.qsdglobal.com>