



Universidad de Valladolid

CURSO 2015-2016

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**El tratamiento del suicidio en la
prensa digital española según las
recomendaciones de la Organización
Mundial de la Salud (OMS)**

Alumno: Javier Sánchez Girón

Tutora: Marta Redondo García

Convocatoria: Julio de 2016

Agradecimientos

A Marta Redondo, por su orientación constante a lo largo de este camino que, ahora sí, ha llegado a su fin.

RESUMEN

En la literatura científica hay evidencias que respaldan la hipótesis de que un suicidio aparecido en los medios de comunicación puede estimular un efecto de imitación en ciertos individuos en determinadas circunstancias. Al mismo tiempo, una cobertura responsable puede contribuir en la labor de prevención. El principal objetivo de este trabajo es analizar si la prensa digital española tiene en cuenta las recomendaciones publicadas por la Organización Mundial de la Salud en 2008 sobre cómo informar de suicidios. Para ello se realiza un análisis de contenido de 148 noticias incluidas en un periodo de 6 meses (octubre 2015 / marzo 2016) y pertenecientes a los cuatro diarios digitales más leídos en España: *El País*, *El Mundo*, *El Confidencial* y *ABC*. Las conclusiones revelan que ciertas recomendaciones se cumplen mucho más que otras y que los resultados son similares en los cuatro medios analizados, con independencia de su línea editorial. Las noticias sobre personas famosas utilizan más frecuentemente un lenguaje sensacionalista o inadecuado.

PALABRAS CLAVE

Suicidio; Tratamiento informativo; Recomendaciones para los medios; Prevención del suicidio; Organización Mundial de la Salud.

ABSTRACT

Research literature on the impact of mass media on suicide supports the hypothesis that media reporting can trigger an imitative behavior in certain individuals under certain circumstances. However, responsible reporting can have a protective effect and help to prevent suicide. This study analyzes if the most read online newspapers in Spain follow the recommendations published by the World Health Organization in 2008 about how the media should report on suicide. The method used is content analysis, carried out in 148 pieces of news published over a time period of six months (October 2015 / March 2016). The conclusions show that some recommendations are much more followed than others and that there are not substantial differences among the four analyzed newspapers. The stories related to celebrities are more likely to include sensationalist or inappropriate language.

KEYWORDS

Suicide; Media coverage; Recommendations for the media; Suicide prevention; World Health Organization.

ÍNDICE

I - Introducción	1
1. Descripción y justificación del trabajo	1
2. Objetivos e hipótesis	3
II - Marco teórico	4
<u>Capítulo 1</u> - Introducción al suicidio y a su situación actual	4
1.1. Definición y concepto de suicidio	4
1.2. El suicidio en el mundo: un problema de salud pública	5
1.3. El suicidio en España	6
<u>Capítulo 2</u> - La influencia de los medios de comunicación en el suicidio	8
2.1. Introducción a los efectos de los medios de comunicación	8
2.1.1. Los efectos de los medios y la violencia	9
2.2. La influencia de los medios en el suicidio: efectos Werther y Papageno	11
2.2.1. Investigaciones sobre la influencia de los medios en el suicidio: una revisión de la literatura científica	13
2.2.2. Aproximación a la influencia de internet en el suicidio	17
2.2.3. Recapitulación sobre el impacto de los medios en el suicidio	18
<u>Capítulo 3</u> - El papel de los medios de comunicación en la prevención del suicidio	20
3.1. Consideraciones generales en la prevención del suicidio	20
3.2. El papel de los medios en la prevención	20
3.3. La situación en España	26
III - Metodología	29
IV - Resultados de la investigación	35
1. Resultados generales y por medios de comunicación	36
2. Resultados en las noticias sobre personas famosas	59
V - Conclusiones y limitaciones	61
VI - Bibliografía	64

I - INTRODUCCIÓN

1. Descripción y justificación del trabajo

El suicidio es un grave problema de salud pública de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2003). A pesar de las dificultades en el registro de datos, se estima que el número anual de suicidios en el mundo es superior a los 800.000, a lo que hay que sumar los efectos negativos y duraderos que cada caso provoca en el círculo de personas cercanas al fallecido (OMS, 2015a). Solamente en España, en el año 2013 –el último sobre el que hay cifras oficiales– se quitaron la vida 3.870 personas (INE, 2015).

Sin embargo, muchos de los suicidios que se producen pueden prevenirse, aunque no es una tarea fácil OMS (2015b). El suicidio es un fenómeno complejo, por lo que las actividades de prevención requieren la implicación de varios agentes de la sociedad, como profesionales sanitarios, políticos o medios de comunicación (OMS, 2015a).

En la literatura científica hay evidencias que apoyan la hipótesis de que un suicidio aparecido en los medios puede estimular un efecto de imitación en determinados individuos si se dan determinadas circunstancias (Gould, Jamieson y Romer, 2003). Pero al mismo tiempo, una cobertura responsable de los suicidios puede contribuir en la labor de prevención (Herrera Ramírez, Ures Villar y Martínez Jambriña, 2015).

Debido a esta doble influencia, en varios países se han desarrollado una serie de guías con recomendaciones sobre cómo los periodistas deberían informar acerca del suicidio para reducir ese posible efecto imitación y al mismo tiempo contribuir en la prevención del suicidio. Es decir, una información responsable sobre suicidios no solo sirve para educar al público sobre el tema, sino que también podría llegar a animar a personas que están en riesgo de cometer suicidio a que busquen ayuda (OMS, 2008).

No obstante, son escasos los estudios que comprueban si los medios de comunicación siguen las recomendaciones incluidas en las guías y si estas pueden llegar a conseguir reducir el número de suicidios reales. También hay muy pocas investigaciones que analicen cómo las audiencias interpretan una noticia sobre suicidio y cómo esa interpretación influye en el efecto imitación (OMS, 2012). Por lo tanto, se trata de un campo de estudio con varios frentes abiertos.

En España no hay constancia de que exista alguna guía con recomendaciones específicas sobre cómo informar del suicidio (Olmo López y García Fernández, 2015). Por consiguiente, parece lógico que el documento a tomar como referencia para juzgar este tipo de informaciones sea el elaborado por la Organización Mundial de la Salud, un organismo con carácter global y del que, además, España es miembro.

Sin embargo, a fecha de hoy tan solo se ha encontrado un estudio en el que se comprueba si los medios españoles tienen en cuenta las recomendaciones de la OMS; se trata del trabajo «El tratamiento del suicidio en la prensa española: ¿efecto Werther o efecto Papageno?». En esta investigación, Herrera Ramírez, Ures Villar y Martínez Jambrina (2015) analizan las ediciones digitales de *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *El Comercio* y *La Nueva España* desde septiembre de 2011 hasta septiembre de 2012. Una de sus conclusiones es que en general no se siguen las recomendaciones publicadas por la OMS en el año 2000¹.

El principal objetivo del presente trabajo es analizar si a día de hoy la prensa digital española más leída tiene en cuenta las recomendaciones de la OMS a la hora de informar sobre suicidios, pero a diferencia del estudio de Herrera Ramírez *et al*, esta investigación toma como referencia la versión más actualizada de las recomendaciones de la OMS (año 2008).

Para ello se realiza un análisis de contenido de 148 noticias pertenecientes a los cuatro diarios digitales más leídos en España: *El País*, *El Mundo*, *El Confidencial* y *ABC*. El objetivo final no es solo averiguar si estos medios respetan las recomendaciones establecidas por la OMS, sino también comprobar si existen diferencias importantes entre unos y otros en el tratamiento de este tipo de noticias. Por último, se presta especial atención a los textos sobre suicidios de personas famosas, dado que estos requieren de una especial precaución.

En el caso de que las conclusiones demuestren que las recomendaciones no se respetan, este trabajo daría más fuerza y, sobre todo, actualidad a los resultados de Herrera Ramírez *et al*. Por otro lado, este proyecto también puede servir como referencia para futuros estudios nacionales que aborden la relación entre medios de comunicación y suicidio, y más en concreto, todo lo relativo a las guías con recomendaciones.

¹ El trabajo de Herrera Ramírez *et al* se basa en la guía con recomendaciones de la OMS publicada en el año 2000. Sin embargo, como se explica a lo largo del trabajo, dicha guía fue revisada y actualizada en el año 2008. La versión que aquí se toma como referencia es la del 2008; la más reciente.

2. Objetivos e hipótesis

Este trabajo se fija como **objetivo general** conocer en profundidad la forma en que los principales periódicos digitales españoles abordan las informaciones que versan sobre suicidios consumados, tomando como base las recomendaciones establecidas por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Para la consecución de dicho fin se han marcados los siguientes **objetivos específicos**:

- **Objetivo 1:** Comprobar si los medios analizados respetan las recomendaciones de la OMS sobre cómo informar de suicidios.
- **Objetivo 2:** Realizar un estudio comparativo entre los cuatro medios analizados para determinar si existen diferencias significativas en el tratamiento.
- **Objetivo 3:** Averiguar si hay ciertas recomendaciones que se respetan más que otras o, por el contrario, si el grado de cumplimiento es similar en todas ellas.

Atendiendo a los objetivos hasta aquí planteados, a continuación se formulan las **hipótesis de investigación** que se tratarán de confirmar o refutar a lo largo del trabajo:

- **Hipótesis 1:** Los medios analizados no respetan, en general, las recomendaciones establecidas por la OMS sobre cómo informar de suicidios.
- **Hipótesis 2:** Ninguna de las noticias analizadas cumple todas las recomendaciones indicadas por la OMS.
- **Hipótesis 3:** Teniendo en cuenta el cómputo total de noticias analizadas, hay algunas recomendaciones que se respetan mucho más que otras.

Por ejemplo, aunque ambas acciones están desaconsejadas por la OMS, será mucho más frecuente encontrar noticias que contengan la palabra «suicidio» (o derivadas) en el titular, que noticias donde se presente la muerte como una solución a los problemas.

- **Hipótesis 4:** No existen diferencias significativas entre los medios analizados a la hora de tener en cuenta estas recomendaciones. Factores como la línea editorial o la pertenencia a uno u otro grupo empresarial resultan independientes a la hora de abordar este tipo de sucesos.

II - MARCO TEÓRICO

El marco teórico se estructura en tres capítulos centrales: el primero conforma una breve aproximación al suicidio y a su situación actual, tanto en el mundo como en España. Los dos últimos constituyen la parte principal del marco: partiendo de los efectos que los medios de comunicación tienen en el público, el segundo apartado aborda la influencia de los medios en la conducta suicida. Para finalizar, el tercer capítulo se centra en la labor de prevención y el papel que en ella juegan los medios de comunicación, prestando especial atención a las guías con recomendaciones.

Capítulo 1 - Introducción al suicidio y a su situación actual

Realizar una aproximación teórica al suicidio es fundamental para comprender mejor tanto la importancia del posterior análisis como el trabajo en su conjunto:

1.1. Definición y concepto de suicidio

El suicidio ha sido investigado desde diversas disciplinas: psiquiatría, psicología social, sociología, comunicación y sus efectos, etc., por lo que existen múltiples definiciones y clasificaciones de la conducta suicida. El término ha sido explicado por diversos psicólogos, sociólogos, filósofos o entidades, como la Organización Mundial de la Salud (OMS). Además, el propio concepto ha sufrido variaciones a lo largo de la historia debido a que el suicidio ha sido interpretado de maneras distintas en función de la época histórica y el sistema cultural dominante (Vicente Muelas y Ochoa Mangado, 2007).

Sin embargo, el objetivo de este apartado no es profundizar en el ámbito histórico o teórico del suicidio, sino simplemente introducir el concepto:

- La Real Academia Española (RAE) se refiere al suicidio como el acto de «quitarse voluntariamente la vida» (RAE, 2014: n. p.).

- La Organización Mundial de la Salud va más allá y afirma que el «comportamiento suicida varía en cuanto a los grados, desde solo pensar en quitarse la vida hasta elaborar un plan para suicidarse y obtener los medios para hacerlo, intentar suicidarse y, finalmente, llevar a cabo el acto (“suicidio consumado”))» (2003: 201).

Frente a estas definiciones en apariencia sencillas, el comportamiento suicida es un fenómeno complejo y el hecho de que cada suicidio sea un caso único impide hablar de unas causas comunes a este fenómeno (OMS, 2003).

Sin embargo, sí que existen una serie de factores de riesgo que, en mayor o menor medida, se asocian a él. Algunos ejemplos son el sexo, la edad, la salud física y mental, factores culturales, acontecimientos de la vida que actúan como desencadenantes, una conducta suicida previa, etc. (Cano Domínguez, Pena Andreu y Ruiz Ruiz, 2011).

Consecuentemente, muchos estudios actuales se centran en analizar esos factores. Así lo constata la OMS:

El comportamiento suicida tiene gran número de causas. Los factores que ponen a los individuos en riesgo de cometer suicidio son complejos y [...] los expertos en suicidio han descrito varias características específicas que se asocian estrechamente con un mayor riesgo de comportamiento suicida. Aparte de los factores personales [...] incluyen factores biológicos, psiquiátricos, sociales y ambientales (2003: 208).

1.2. El suicidio en el mundo: un problema de salud pública

«El suicidio es una de las principales causas de muerte en todo el mundo y constituye un problema importante de salud pública» (OMS, 2003: 225).

La Organización Mundial de la Salud es una de las entidades más importantes en lo referente a la publicación de informes, documentos, recomendaciones y estadísticas sobre el suicidio. A continuación se exponen algunos de los datos que ofrece esta organización (OMS, 2015a) y que sirven para hacerse una idea general de la situación actual del suicidio en el mundo:

- El número anual de suicidios en el mundo es superior a 800.000.
- Cada suicidio trae consigo efectos negativos y duraderos para el círculo de personas cercanas al fallecido (familiares, amigos, compañeros, etc.).
- En general, los datos existentes sobre el suicidio y los intentos de suicidio son insuficientes: tan solo 60 de los 194 países miembros de la OMS disponen de un registro civil de calidad que se pueda utilizar para calcular tasas de suicidio.
- Las tasas de suicidio no siguen una distribución similar en todo el planeta, sino que varían de un territorio a otro dependiendo de muchos factores.

- El 75% de los suicidios tiene lugar en países de ingresos bajos y medianos.
- A pesar de que el suicidio puede producirse a cualquier edad, en el año 2012 fue la segunda causa de muerte en las personas de entre 15 y 29 años.
- Los métodos más frecuentes para cometer un suicidio son la ingestión de plaguicidas, el ahorcamiento y el uso de armas de fuego.
- El número de suicidios es mucho más alto entre adolescentes, adultos jóvenes y ancianos, sobre todo en los varones. «En los países ricos se suicidan tres veces más hombres que mujeres, pero en los de ingresos bajos y medianos la razón hombre:mujer es mucho menor, de 1,5 hombres por cada mujer» (OMS, 2014: n. p.).

Además, no hay que olvidar que por cada suicidio consumado hay otros muchos intentos más, y que un intento de suicidio fallido se convierte en el factor individual de riesgo más importante (OMS, 2015a). Sin embargo, el comportamiento suicida se puede prevenir mediante determinadas intervenciones y actuaciones. De hecho, y como se verá más adelante, existen varias organizaciones que centran sus esfuerzos en este fin.

No obstante, a pesar de que hoy en día el suicidio es un grave problema de salud pública, «el respeto a la voluntad y a los derechos del individuo ha llevado a considerarlo, nuevamente, como un acto racional de elección entre la muerte y el dolor» (Bobes García, González Seijo y Sáiz Martínez, 1997: 4).

1.3. El suicidio en España

Los datos más recientes del Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre el número de suicidios en España fueron publicados en el año 2015 y hacen referencia a las muertes de 2013. En dicho año 3.870 personas se quitaron la vida (2.911 hombres y 959 mujeres), por lo que el suicidio fue la principal causa externa² de muerte (INE, 2015). La tasa de suicidios en España asciende hasta los 8,3 fallecidos por cada 100.000 personas (INE, 2015).

Para situar esta cifra en su tendencia de los últimos años se cita el trabajo de Robledo Acinas *et al* (2015), que han llevado a cabo un estudio estadístico del suicidio en España desde el año 2000 al 2012 basándose en los datos del INE y del Instituto Anatómico Forense de Madrid (ver *Tabla 1*). Algunas de sus conclusiones son:

² Entre las causas externas se incluyen los accidentes (laborales, de tráfico...), homicidios, suicidios, etc.

- El número de suicidios consumados en el periodo de tiempo estudiado ha ido aumentando, especialmente desde 2005.
- Los rangos de edad donde se dan más casos de suicidio son entre los 30-39 años y, sobre todo, a partir de los 60.
- El método más empleado entre los hombres es el ahorcamiento y, entre las mujeres, la precipitación.

Tabla 1. Evolución del suicidio clasificado según el sexo durante los años 2000 a 2012

Año	Número de suicidios en España		
	Hombres	Mujeres	Total
2000	1842	683	2525
2003	1685	520	2205
2005	2570	829	3399
2009	2666	763	3429
2012	2724	815	3539

Fuente: Robledo Acinas *et al*, 2015 [resumen/adaptación].

Es necesario indicar que varios autores han mostrado cierto recelo respecto a los datos proporcionados por el INE; así lo afirman, por ejemplo, Bobes García *et al*: «Las cifras reales son probablemente más altas [que las del INE], tal y como se desprende de diversos estudios de investigación epidemiológica» (1997: 29).

Sin embargo, en el estudio del último año disponible (datos de 2013; publicado en 2015), el INE introdujo una mejora metodológica que «ha permitido asignar de forma más precisa la causa de defunción en las muertes con intervención judicial. Como consecuencia, defunciones que estaban asignadas a causas mal definidas han sido reasignadas a partir de 2013 a causas externas específicas» (INE, 2015: 4). Esto debe tenerse en cuenta a la hora de comparar las cifras de 2013 con las de años previos.

Capítulo 2 - La influencia de los medios de comunicación en el comportamiento suicida

Conocer la influencia que los medios de comunicación pueden tener en el suicidio es un aspecto fundamental de este trabajo. Para ello, este capítulo se estructura en dos apartados principales: el primero es una introducción a los efectos de los medios y su relación con la violencia, mientras que el segundo se centra por completo en esa relación entre medios de comunicación y suicidio.

2.1. Introducción a los efectos de los medios de comunicación

Explicar que los medios de comunicación pueden provocar determinados efectos en las actitudes y pensamientos de la población es el paso previo para poder hablar de la influencia de los medios en el comportamiento suicida.

Una parte importante de la investigación en comunicación o *Communication Research* ha estado siempre muy ligada a los efectos que producen los medios en los individuos y en la sociedad; es decir, pretende averiguar cómo la exposición a los medios afecta al individuo y a la sociedad. Así lo afirma Mauro Wolf: «Es difícil infravalorar la importancia y el papel dominante de este hecho [referido al estudio de los efectos] a pesar de que haya tenido, en los diferentes periodos, significativos cambios de matices y de planteamiento» (1994: 15). En efecto, como señala Wolf (1994), el estudio de los efectos ha pasado por tres etapas principales que se enumeran a continuación:

1. Etapa de efectos poderosos (desde los años 20 hasta finales de los 30).
2. Etapa de efectos limitados (desde los años 40 hasta finales de los 60).
3. Etapa de efectos moderados (desde principios de los 70 en adelante).

Queda claro que el estudio de los efectos de los medios de comunicación ha sido uno de los pilares básicos de la *Communication Research* (apoyada a su vez en otras disciplinas, como la Psicología o la Sociología). Para Wolf, los efectos que provocan los medios son complejos de estudiar, pero tienen una «importancia crucial» y adquieren cada vez más actualidad en las sociedades contemporáneas (1994: 9-17).

Una vez introducido el hecho de que los medios tienen una serie de efectos en el público, el siguiente apartado constituye una aproximación a la relación y los efectos existentes entre medios de comunicación y violencia.

2.1.1. Los efectos de los medios y la violencia

La Organización Mundial de la Salud (2003) divide los actos violentos en tres categorías: violencia autoinflingida, interpersonal y colectiva. El comportamiento suicida (que como se ha visto antes, incluye los pensamientos suicidas, los intentos de suicidio y el suicidio consumado) está englobado dentro de la violencia autoinflingida.

Hay numerosos estudios que han abordado la cuestión de si la violencia que aparece en los medios de comunicación puede tener efectos en la vida real. Según Eunkyung Jo y Leonard Berkowitz, existe suficientes investigaciones para afirmar que «las descripciones de agresividad en los mass media pueden influir en el pensamiento y las acciones de la audiencia» (1996: 83).

Estos dos autores, en su trabajo sobre el efecto *priming*³ y la influencia de los medios, intentan explicar esos efectos en base a los procesos psicológicos que pueden desencadenarse en el público a partir de la violencia mediática. Jo y Berkowitz (1996) concluyen que la exposición a esa violencia, bajo determinadas circunstancias y durante un periodo corto de tiempo, puede provocar que ciertas personas tengan pensamientos hostiles, crean que otras formas de comportamiento agresivo están justificadas o puedan ser beneficiosas y, finalmente, manifiesten esa agresividad en la realidad.

Sin embargo, es importante recalcar que eso no es algo que pase siempre, sino que depende de cada persona y de determinadas variables, como por ejemplo, que el propio sujeto considere esos contenidos como agresivos o que en los medios sean presentados como un hecho justificable o moralmente aceptable (Jo y Berkowitz, 1996).

En relación a este último aspecto, en la teoría social cognitiva de la comunicación de masas⁴ (teoría del aprendizaje social) Albert Bandura hace referencia a los efectos «inhibidores y desinhibidores»: «Normalmente, el ser humano no se dedica a la práctica de una conducta reprensible hasta que no se ha justificado a sí mismo la moralidad de sus acciones. Lo culpable se transforma en aceptable a nivel personal» (1996: 102). Y aquí, los medios juegan un papel esencial porque «las descripciones mediáticas pueden alterar las sanciones sociales percibidas» (1996: 102).

³ Brevemente, el efecto *priming* aplicado a los medios postula lo siguiente: «Cuando el sujeto presencia, lee u oye un suceso a través de los mass media, en su mente se activan una serie de ideas de significado parecido durante un corto periodo de tiempo subsiguiente» (Jo y Berkowitz, 1996: 70).

⁴ Partiendo de la base de que muchos de los comportamientos humanos se aprenden a través de la observación, esta teoría se centra en los mecanismos psicosociales mediante los que la comunicación simbólica influye en los pensamientos y actos humanos (Bandura, 1996).

Por último, otro concepto a tener en cuenta en la relación entre medios de comunicación y violencia es el efecto identificación. Como explican Jo y Berkowitz, varios estudios sugieren que los espectadores «que se identifican con los actores pueden imaginarse de forma muy vívida sustituyéndolos, y se ven a sí mismos ejecutando las acciones descritas en la pantalla» (1996: 79-80).

Autores que han investigado la relación entre medios de comunicación y suicidio, como Madelyn S. Gould (2001) o S. Stack (2003), indican que una de las explicaciones tradicionales a la influencia de los medios en el suicidio se basa en esta teoría del aprendizaje social de Bandura.

Stack (2003) también señala el papel que juegan el estado de ánimo de la audiencia y la sociedad en general⁵, así como el proceso de identificación particular: cuanto más se identifique una persona con una historia sobre suicidio que aparece en los medios, se espera un mayor impacto de esa historia en dicho sujeto.

Para terminar, es importante recalcar las siguientes ideas expuestas por Jo y Berkowitz en su trabajo antes mencionado:

- «Al destacar la posibilidad de los efectos de *priming* generados por los medios, postulamos que los medios violentos pueden activar ideas agresivas y tendencias que fomenten un comportamiento antisocial» (1996: 83-84).

- Los medios «van más allá de la transmisión de noticias o de divertir a la audiencia. También pueden influir sobre los pensamientos y el comportamiento [...] aunque, por supuesto, esto no suceda con todo el mundo» (1996: 84).

- Estos efectos no se limitan a los medios de comunicación audiovisuales; también pueden ser provocados por un texto, un informe una descripción, etc.

- Además, hay determinadas variables que aumentan la posibilidad de provocar un efecto imitación, como pensar que el hecho violento aparecido en los medios puede tener una recompensa o que está justificado. De acuerdo con Bandura (1996), los medios contribuyen a transmitir esa sensación.

⁵ La tesis central es que si las «*suicidogenic conditions*» de una sociedad son altas (por ejemplo, una tasa alta de desempleo, tasas altas de divorcios, etc.), hay más posibilidades de que se produzca un efecto imitación dado que se supone que hay más personas viviendo una situación dramática y por lo tanto pueden estar al borde del suicidio (Stack, 2003).

2.2. La influencia de los medios en el suicidio: efecto Werther y efecto Papageno

Tal y como afirma la OMS, «la repercusión potencial de los medios de comunicación en las tasas de suicidio» es algo que se conoce desde mucho tiempo atrás» (2003: 221).

Según Gould y Davidson (1988; citado en Gould, 2001), los medios pueden provocar un efecto contagio (*suicide contagion*) definido como el proceso mediante el que un suicidio se convierte en un modelo persuasivo o convincente que da pie a sucesivos suicidios. Siguiendo con las ideas de Gould (1990; citado en Gould, 2001), el *suicide contagion* se enmarca dentro del *behavioral contagion* (contagio del comportamiento), es decir, la situación en que un mismo comportamiento se propaga rápida y espontáneamente a través de un grupo de personas.

En la misma línea, Robles Sánchez, Acinas Acinas y Pérez-Íñigo Gancedo señalan: «La conducta suicida puede generar un efecto imitativo. Tras la aparición de suicidios en prensa y televisión (incluidas películas y series), se producen suicidios por imitación o contagio emocional» (2013: 129).

Por lo tanto, varios autores afirman que existe una potencial influencia de los medios de comunicación en los suicidios reales (Hawton y Williams, 2002; Gould, Jamieson y Romer, 2003; Gould, 2001; Robles Sánchez *et al*, 2013; Pérez Barrero, Guerra Plaza y Haranburu Oiharbide, 2014; etc.). Dicha influencia se explica a continuación.

El efecto Werther: introducción al estudio de la influencia de los medios de comunicación en la conducta suicida

En primer lugar, respecto al origen e historia de este término, Pérez Barrero *et al* indican lo siguiente:

El término “Efecto Werther” fue acuñado por el sociólogo norteamericano D. P. Phillips en 1974 para describir el efecto de la sugestión en la conducta suicida tomando como paradigma la novela *The sorrows of Young Werther* (*Las penas del joven Werther*) del escritor alemán Johan W. von Goethe (2014: 14).

En esa obra, el joven Werther se suicida disparándose en la cabeza debido a un amor no correspondido. La venta del libro fue prohibida en varios lugares europeos porque provocó una ola de suicidios entre numerosos jóvenes mediante ese mismo método (Pérez Barrero *et al*, 2014).

Por lo tanto, los estudios sobre el efecto Werther comenzaron con las investigaciones de Phillips en la década de los 70 del siglo XX. El trabajo de Philips mostraba una fuerte relación entre la cobertura de suicidios en periódicos y televisión con el aumento de las tasas de suicidio reales (Gould, 2001).

Según Gould (2001), la mayoría de estudios sobre este tema previos a 1990 solamente se centraban en la población estadounidense, por lo que la cuestión radicaba en si los resultados podían generalizarse también a otros lugares. No fue hasta la década de los 90 cuando los efectos de la cobertura mediática en las tasas de suicidio reales pasaron también a investigarse en otros países, como Austria, Hungría, Australia o Japón.

Sin embargo, las evidencias encontradas al respecto no son plenamente satisfactorias en muchos casos (Stack, 2003). Es decir, de acuerdo con este autor, lo que normalmente demuestran los estudios es una asociación entre la presencia de un suicidio en los medios y el aumento posterior en las tasas de suicidio reales, pero es difícil saber hasta qué punto esas personas fallecidas fueron influenciadas por la cobertura mediática.

No obstante, el propio Stack (2003) afirma que existen evidencias históricas suficientes como para poder hablar del efecto imitación de la conducta suicida. A continuación se exponen algunos de los ejemplos más conocidos:

- **Romeo y Julieta:** Tras la publicación de esta obra de Shakespeare, varios adolescentes se suicidaron, posiblemente identificados con los personajes (Pérez Barrero *et al*, 2014). Estos autores señalan como una de las causas el hecho de que, en general, la obra de Shakespeare presenta el suicidio de forma neutral o incluso como algo positivo, «despertando en el lector sentimientos de piedad, compasión o admiración por la víctima, no de rechazo o condena» (2014: 13).

- **El caso de Yukiko Okada:** Yukiko Okada fue una cantante japonesa que se suicidó en 1986, cuando tenía 18 años. En Japón se denominó como *efecto Yukiko* a los diversos casos de imitación suicida que tuvieron lugar tras la muerte de esta joven (Robles Sánchez *et al*, 2013).

- **Final Exit:** En este libro se recomendaba la asfixia como una forma muy efectiva para quitarse la vida. En su año de publicación (1991), el número de suicidios mediante este método se incrementó en Nueva York de 8 a 33 (Stack, 2003). Además, en el 27% de los casos se encontró entre las pertenencias de la víctima un ejemplar de *Final Exit* (Pérez Barrero *et al*, 2014).

El efecto Papageno

El efecto Papageno es el contrario del efecto Werther. Es decir, plantea que «el cubrimiento responsable [por parte de los medios], siguiendo unas pautas establecidas, puede tener un efecto preventivo sobre la conducta suicida» (Herrera Ramírez, Ures Villar y Martínez Jambrina, 2015: 125). Respecto al origen del término, estos mismos autores indican que este se acuñó «en honor al personaje homónimo de “La flauta mágica” de Mozart, que fue disuadido de suicidarse después de que tres niños le mostrara las otras alternativas que le ofrecía la vida» (2015: 125).

Gould (2001) señala que un grupo de investigadores⁶ encontró un descenso significativo en las tasas de suicidio tras la implementación y aplicación por parte de los medios de una guía con recomendaciones de cómo y cuándo informar sobre suicidios. Se trata del caso de Austria y la guía elaborada por la Asociación Austriaca para la Prevención de Suicidio. Pérez Barrero *et al* lo resumen de la siguiente manera:

Entre 1983 a 1986 se reportó un incremento del número de suicidios en el tren subterráneo de Viena lo cual estaba vinculado a las noticias sensacionalistas de los medios de difusión de estos actos suicidas. En 1987 la Asociación Austriaca de Prevención del Suicidio lanzó una campaña contra este tipo de cobertura periodística y logró que cesara la misma, reduciéndose de forma sustancial el suicidio por este método (2014:15).

Sin embargo, hay pocos estudios acerca de los posibles efectos positivos de la cobertura mediática del suicidio en las tasas reales. Uno de los más importantes es el de Niederkröthaler *et al* (2010), que pretenden comprobar la hipótesis de que aunque ciertos contenidos de la cobertura mediática de un suicidio estén asociados a un incremento en la tasa de suicidios (efecto Werther), también hay otros que lo están con un descenso de esa tasa (efecto Papageno).

2.2.1. Investigaciones sobre la influencia de los medios en el suicidio: una revisión de la literatura científica

Algunos autores han realizado una revisión de varios artículos científicos sobre esta cuestión, lo que les ha permitido extraer una serie de conclusiones respecto a la influencia de los medios de comunicación en el comportamiento suicida:

⁶ Se refiere al trabajo «Preventing suicide by influencing mass-media reporting. The viennese experience 1980–1996» de Elmar Etzersdorfer y Gernot Sonneck, publicado en 1998.

S. Stack (2003) ha llevado a cabo un análisis basado en 293 resultados obtenidos de 42 artículos sobre la influencia de la cobertura mediática en los suicidios reales. Esta revisión de literatura científica permite a Stack extraer las siguientes generalizaciones:

- Suicidios reales frente a suicidios ficticios⁷ aparecidos en los medios: Los estudios que se centran en noticias sobre suicidios reales encuentran un efecto imitación 4,03 veces más que los estudios que analizan los suicidios ficticios.

- Noticias sobre suicidios de personas famosas: Los estudios revisados que analizan este tipo de noticias encuentran un efecto imitación 14,3 veces más que los estudios sobre noticias de suicidios de personas no famosas. Se cree que es así porque las personas famosas (sobre todo las pertenecientes al mundo del espectáculo) generan un sentimiento de identificación mucho mayor.

- En función del medio de comunicación: Los estudios sobre noticias aparecidas en televisión encuentran un efecto imitación un 87% menos de veces que los estudios que analizan periódicos. Según Stack (2003), esto se debe a que las noticias sobre suicidios en televisión normalmente duran menos de 20 segundos, por lo que pueden olvidarse rápidamente e incluso pasar desapercibidas.

- En función de la cantidad de cobertura recibida: En general, los estudios demuestran que a mayor cobertura por parte de los medios, más posibilidades de que se dé el efecto imitación.

Madelyn Gould (2001) también ha revisado varios artículos en lengua inglesa (la mayoría procedentes de Estados Unidos) que buscan comprobar si los suicidios que aparecen en los medios de comunicación (tanto ficticios como reales) pueden provocar un efecto imitación. Las investigaciones revisadas son sobre todo relativas a periódicos, aunque también hay algunas referentes a la televisión.

Dado que este proyecto se centra en los suicidios reales, aquí solamente se exponen las conclusiones de Gould (2001) respecto a las noticias sobre ese tipo de suicidios. Según Gould, la investigación sugiere que el contagio del suicidio es un efecto real y hay evidencia suficiente del impacto de estas noticias en posteriores suicidios (la mayoría de los estudios revisados que se centran en periódicos evidencian un aumento de las tasas de suicidio tras la aparición de esos casos en la prensa).

⁷ Los suicidios que aparecen en series, películas, textos ficticios, etc.

De acuerdo con Gould (2001), en la actualidad cada vez se están dedicando más esfuerzos a analizar el diferente impacto que los medios de comunicación pueden tener en el suicidio en función de determinados factores que ella denomina «*interactive factors*» y que se enumeran a continuación:

1- Características de la noticia («Agent/Stimuli Characteristics»). Determinados elementos de las noticias sobre suicidios (tanto en la forma como en el contenido) pueden aumentar el riesgo de imitación; por ejemplo, hay estudios que demuestran que las noticias publicadas en portada, con grandes titulares o ampliamente publicitadas por el medio tienen más posibilidades de provocar un efecto imitación. Sin embargo, debido al gran número de casos de suicidios que pueden llegar a ser noticia, se necesita más investigación para poder determinar exactamente qué características de la noticia pueden tener un mayor impacto en el suicidio.

2- El individuo que se expone a la noticia («Host Characteristics»). Hay determinados individuos que parecen ser más propensos a ese *suicide contagion*, por ejemplo los adolescentes.

3- El contexto social en el que se publican las noticias («Environment»). La situación económica, social, laboral, anímica etc. en la que se encuentra una sociedad.

Por consiguiente, mientras los estudios tradicionales sobre este tema se han centrado en analizar la variación de las tasas de suicidio antes y después de la cobertura mediática de uno o varios casos en un determinado periodo de tiempo, de forma progresiva se están realizando trabajos con nuevas metodologías, como analizar las reacciones de los jóvenes ante determinadas noticias sobre suicidio o analizar el contenido y características de las propias noticias (Gould, Jamieson y Romer, 2002).

Sisak y Värnik (2012) han revisado 56 estudios para intentar determinar si el hecho de informar sobre un suicidio en los medios puede repercutir en los suicidios reales. Los artículos científicos analizados por Sisak y Värnik proceden sobre todo de Estados Unidos, Canadá, Europa y Asia (todos en lengua inglesa) y, a diferencia del trabajo de Gould citado anteriormente, este solo se centra en los suicidios reales (no ficticios). Algunas de las conclusiones extraídas por estos autores son:

- La mayoría de los estudios analizados confirman que existe una relación (ya sea positiva o negativa) entre la cobertura mediática y los suicidios reales.

- Varios de los estudios revisados apuntan que ese efecto contagio se da sobre todo en determinados grupos vulnerables, como los jóvenes.

- La mayor parte de las investigaciones se centran en analizar los efectos negativos mientras que hay muy pocos estudios que se dedican a las posibles consecuencias positivas.

- Algunos de los estudios indican que los suicidios de los que informan los medios no son representativos de los datos oficiales, sino que se centran en personas famosas o en aquellos que se desarrollan bajo circunstancias o métodos inusuales.

- Hay muchas investigaciones que abordan el aspecto cuantitativo de la cobertura mediática (cuántas veces se ha informado sobre un suicidio concreto), pero en general no se analiza cómo es esa cobertura en términos cualitativos y cómo la audiencia interpreta esos mensajes.

Como parte del *Supreme Project*⁸ (s. f.) también se ha elaborado una revisión de artículos científicos acerca de la relación entre los medios y el comportamiento suicida. La primera parte consta de 42 artículos en lengua inglesa y en los que el medio estudiado no es internet. Su conclusión más destacada es que cuando los medios informan continuamente sobre un caso de suicidio, parece que hay un incremento en el número de suicidios entre grupos vulnerables, especialmente los adolescentes.

La investigación de **Pirkis y Blood (2010)** revisa 97 artículos en lengua inglesa sobre esta relación entre los suicidios que aparecen en los medios y el comportamiento suicida real. La revisión incluye estudios sobre periódicos, televisión, libros e internet. Una de las conclusiones principales a la que llegan los autores es que si los medios informan de manera irresponsable sobre el suicidio, se puede producir un efecto imitación en determinadas circunstancias.

Por último, el trabajo de **Niederkröthaler et al (2010)** pretende comprobar la hipótesis de que ciertas características y elementos de la cobertura mediática de un suicidio están asociados a un incremento en la tasa de suicidios reales, mientras que otros pueden tener un efecto preventivo y ayudar a reducir el número de suicidios.

⁸ El *Supreme Project* es un proyecto formado por distintos países (entre ellos España) que aportan expertos en materias como la prevención del suicidio, psiquiatría, psicología, medios de comunicación, internet, salud...

Para ello, Niederkrotenthaler *et al* (2010) realizaron un análisis de contenido de todas las noticias relativas a suicidios publicadas en los primeros seis meses de 2005 en los once periódicos austriacos más importantes (497 noticias en total). Tras identificar características potencialmente perjudiciales o beneficiosas, examinaron si esos rasgos estaban relacionados con aumentos o descensos a corto plazo en las tasas de suicidios. Algunas de las conclusiones de este estudio son:

- El informar repetitiva y continuamente de un caso de suicidio, así como incluir en las noticias mitos relacionados con el suicidio⁹, se asocia con un incremento en las tasas de suicidio reales.

- Los efectos de los medios en el suicidio no son exclusivamente negativos, sino que determinados elementos de las noticias pueden tener efectos positivos.

- Por ejemplo, uno de esos factores que puede contribuir a reducir las tasas de suicidio es incluir en la noticia la experiencia de individuos que se abstuvieron de cometer suicidio en circunstancias adversas y lucharon por salir adelante.

- Como los propios autores afirman, este es un hecho sobre el que solo se había teorizado, pero este estudio consigue demostrarlo empíricamente. Por lo tanto, los medios sí que pueden contribuir a la prevención del suicidio.

- Esto hace que merezca la pena que los periodistas, tanto de medios tradicionales como digitales, sigan las guías con recomendaciones sobre cómo se debe informar sobre el suicidio. Sin embargo, se necesitan llevar a cabo investigaciones similares en otros países para comprobar la generalización de estos resultados.

2.2.2. Aproximación a la influencia de internet en el suicidio

En su inmensa mayoría, los estudios mencionados se centran en prensa y televisión. Sin embargo, internet¹⁰ también puede tener efectos en los comportamientos suicidas reales:

Las primeras manifestaciones de suicidios a través de Internet fueron detectadas a finales de los años noventa [...] Se ha acuñado el término *cibersuicidio* para referirse a la influencia de la información sobre el suicidio aparecida en Internet, en la incidencia de los suicidios (Robles Sánchez *et al*, 2013: 128).

⁹ Pérez Barrero *et al* afirman que los medios deberían contribuir a eliminar los mitos relacionados con el suicidio «culturalmente aceptados y [...] que no reflejan la veracidad científica» (2014: 49).

¹⁰ Internet entendido como la red informática global, no exclusivamente como los medios digitales.

La hipótesis de que el efecto Werther se da también en los nuevos medios como internet se hace cada vez más fuerte, pero todavía no es definitiva (Pirkis y Blood, 2010).

El potencial peligro es que en internet es fácil encontrar información sobre diversos métodos para suicidarse y, además, cualquiera puede escribir mensajes en chats, foros, etc., de forma anónima e inducir a otras personas fácilmente influenciables a hacerlo – ya sea intencionadamente o no– (Robles Sánchez *et al*, 2013).

Sin embargo, a pesar de los riesgos enumerados, internet también ofrece herramientas muy útiles para la prevención del suicidio, como webs especializadas en el tema o chats y foros que permiten el contacto directo con expertos (Pérez Barrero *et al*, 2014).

Sisak y Värnik (2012) afirman que la mayoría de trabajos que han estudiado el impacto de los medios en el suicidio se han centrado en los efectos provocados a corto plazo (desde 1 o 2 días hasta 3 o 4 semanas después de que el suicidio se ha publicado). Sin embargo, estos dos autores señalan que cada vez cobra más importancia el estudio de los efectos en un plazo mayor, dado que hoy en día casi todos los periódicos tienen una versión digital que permite acceder a cualquier noticia en cualquier parte del mundo y en cualquier momento.

Además, los medios digitales permiten la interacción entre la noticia y el usuario, por lo que cada lector puede participar en la construcción de la realidad de otras personas que se exponen a esa noticia y llegar a influir en ellas. Esta realidad puede ser un nuevo aspecto para analizar en futuras investigaciones al respecto (Sisak y Värnik, 2012).

2.2.3. Recapitulación sobre el impacto de los medios en el suicidio

La hipótesis de que la representación del suicidio –ya sea en libros, periódicos, etc.– puede provocar un efecto imitación se ha debatido desde hace más de 200 años, pero solo en los últimos 50 (aproximadamente) se han llevado a cabo estudios científicos relativos a este tema (Pirkis y Blood, 2010).

Hoy en día, en la literatura científica hay evidencias suficientes que apoyan la hipótesis de que un suicidio aparecido en los medios puede estimular un efecto de imitación si se dan determinadas circunstancias, por lo que esta afirmación no tiene por qué ser cuestionada (Gould, Jamieson y Romer, 2003). Algunas de las conclusiones más destacadas que se han obtenido son:

- «El contagio o imitación se suele dar sobre todo en adolescentes o adultos jóvenes» (Robles Sánchez *et al*, 2013: 152).

- El incremento de suicidios que siguen a un caso de suicidio publicado en los medios es proporcional a la cantidad, duración y prominencia de la cobertura que han hecho los medios de esa historia (Gould, Jamieson y Romer, 2003).

- El hecho de que los medios informen sobre el método que una persona ha utilizado para cometer suicidio es un factor de riesgo que puede incitar al uso de ese método (Supreme Project, s. f).

- Otros estudios también muestran que si el suicidio sobre el que se informa es el de una persona famosa, puede aumentar el riesgo de contagio (Gould, 2001).

- Por el contrario, basándose en resultados de investigaciones anteriores¹¹, Gould (2001) también indica que las noticias sobre ciertos tipos de suicidios (como por ejemplo las que tratan sobre alguien que se ha suicidado después de hacer daño a otras personas) parecen no provocar un efecto imitación. Esto se debe, en parte, a la «falta de atractivo» de la persona que ha cometido el suicidio o de las circunstancias que rodean a esa muerte (Schmidtke y Schaller, 2000; citado en Gould, 2001: 210).

Sin embargo, no hay que obviar el rol que juegan la susceptibilidad y las características individuales de cada persona (Gould, 2001). Además, hay muy pocos estudios que analicen cómo las audiencias interpretan una noticia sobre suicidio y cómo esa interpretación influye en el efecto imitación (OMS, 2012).

Tampoco hay que olvidar que una cobertura e información responsables por parte de los medios sirven para educar al público sobre el suicidio y podrían animar a personas que están en riesgo de cometerlo para que busquen ayuda (OMS, 2008).

¹¹ Gould remite, por ejemplo, a los trabajos de Phillips («Suicide, motor vehicle fatalities, and the mass media: evidence toward a theory of suggestion») o de Downey y Kessler («Network television news stories about suicide and short-term changes in total U.S. suicides»).

Capítulo 3 – El papel de los medios de comunicación en la prevención del suicidio

Una vez explicada la influencia de los medios en el comportamiento suicida, este último capítulo se centra en cómo los medios pueden contribuir a prevenir determinados suicidios y, por lo tanto, a reducir el número de casos. También se presta especial atención a las guías con recomendaciones dirigidas a los medios.

3.1. Consideraciones generales en la prevención del suicidio

De acuerdo con la OMS (2015b), muchos de los suicidios que se producen pueden prevenirse, aunque no sea fácil. Sin embargo, como ya se ha indicado en el primer capítulo, el suicidio es un problema complejo, por lo que las actividades de prevención requieren la implicación de varios sectores y agentes de la sociedad: profesionales sanitarios, de la educación, la política, los medios de comunicación, etc. (OMS, 2015a).

La OMS, con el apoyo de la Asociación Internacional para la Prevención del Suicidio, puso en marcha el programa SUPRE (*Suicide Prevention*) en 1999 para intentar reducir el número de muertes atribuidas a esta causa, romper los tabúes asociados e impulsar estrategias nacionales con estos mismos fines (OMS, s. f.). Sin embargo, a pesar de estas iniciativas internacionales, «faltan programas concretos de prevención adaptados a cada grupo poblacional, país, cultura...» (Robles Sánchez *et al*, 2013: 140).

Algunas de las medidas que pueden tomarse para reducir el riesgo de suicidio son las siguientes: restringir el acceso a los medios para suicidarse (como las armas de fuego), hacer un seguimiento de las personas que han cometido intentos previos o «fomentar un tratamiento responsable del tema en los medios de comunicación» (OMS, 2015b: n. p.).

3.2. El papel de los medios en la prevención

Al hablar de las acciones de intervención y prevención del suicidio se distinguen tres niveles de actuación (Pérez Barrero *et al*, 2014):

- Primario: antes de conocerse las tentativas de suicidio.
- Secundario: al ser rescatado de una tentativa de suicidio.
- Terciario: después de ser rescatado de una tentativa de suicidio.

La labor de los medios de comunicación se enmarca dentro del nivel primario; es decir, se busca que los medios contribuyan a prevenir el suicidio y disminuir el número de nuevos casos (Pérez Barrero *et al*, 2014).

Además, los medios también tienen la capacidad para educar y concienciar al público sobre este grave problema de salud pública: informar sobre las causas más frecuentes, sobre los síntomas que pueden indicar un posible caso de suicidio, sobre la evolución de las tasas, etc. (Gould, Jamieson y Romer, 2003). Y no solo eso, sino que en el ámbito público, los medios tienen poder suficiente para llamar la atención de los políticos sobre un tema de salud concreto (Brown y Walsh-Childers, 1996).

Una de las principales conclusiones extraídas del capítulo anterior es que los medios «pueden ser un factor que ayude a propagar la conducta suicida, pero también pueden servir de factor de prevención privilegiado si es bien empleado» (Robles Sánchez *et al*, 2013: 140). Por lo tanto, queda claro que los medios juegan un papel importante en la prevención del suicidio (Bobes García *et al*, 2013).

Debido a esta doble influencia, se han desarrollado una serie de guías con recomendaciones para medios de comunicación y periodistas sobre cómo informar del suicidio para reducir al mínimo ese posible efecto imitación. Algunos de los países donde se han elaborado este tipo de guías son Estados Unidos, Austria, Suiza, Australia o Nueva Zelanda¹².

Además, las investigaciones revelan que la influencia de los medios en el efecto imitación del suicidio parece ser más fuerte cuando la noticia presenta determinadas características (OMS, 2003). Por ejemplo, Hawton y Williams (2002) señalan como uno de los errores más frecuentes por parte de los medios el simplificar demasiado las causas, atribuyendo el suicidio a un simple factor (problemas financieros, problemas amorosos, etc.), cuando la realidad es mucho más compleja. De acuerdo con Gould (2001), se necesitan más estudios que identifiquen exactamente qué elementos de las noticias (y bajo qué circunstancias) facilitan ese efecto contagio.

Por lo tanto, «se hace impostergable que los periodistas cuenten con los conocimientos suicidiológicos mínimos que le permitan cubrir la noticia de manera más profesional» (Pérez Barrero *et al*, 2014: 15).

¹² La página web de la Asociación Internacional para la Prevención del Suicidio (IASP) facilita un listado en el que se incluyen muchas de estas guías y enlaces para poder acceder a ellas en formato PDF: https://www.iasp.info/es/media_guidelines.php

«El nivel de implantación y uso de estas guías es diverso y varía en función de lo desarrolladas que estén en cada país las políticas de prevención del suicidio» (Olmo López y García Fernández, 2015: 43). Respecto a la elaboración de este tipo de textos, aunque en varias de las guías sí que han participado profesionales de la información junto a los expertos en suicidio y salud mental, se puede afirmar que estos documentos no nacen por iniciativa de los periodistas (Olmo López y García Fernández, 2015). De hecho, es interesante señalar lo siguiente:

Gould, Jamieson y Romer (2003) relatan que el *Annenberg Public Policy Center* de la Universidad de Pennsylvania (EE. UU.) realizó 59 entrevistas con periodistas a colación de estas guías. Los resultados revelaron que muchos periodistas no eran conscientes de que las noticias sobre suicidios pueden llegar a provocar un efecto imitación, y varios de los que sí habían oído hablar de este fenómeno expresaban sus dudas acerca del mismo. Esto evidencia cierto desconocimiento dentro de la propia profesión periodística, por lo que las guías con recomendaciones también sirven para solventar esas dudas y concienciar a los periodistas respecto a este tema.

A nivel internacional, dentro del programa SUPRE (*Suicide Prevention*), la Organización Mundial de la Salud elaboró en el año 2000 una guía para medios de comunicación y periodistas sobre cómo informar del suicidio: *Preventing Suicide. A Resource for Media Professionals*. Dada la relevancia y el carácter global de la organización que promueve este documento, las recomendaciones de la OMS serán las que se tendrán en cuenta en este trabajo para la posterior parte de análisis.

La guía de la OMS sobre cómo informar de suicidios

En 1999 la OMS puso en marcha la iniciativa SUPRE para la prevención del suicidio en el mundo. Dentro de ese programa, y gracias a la continua colaboración con la Asociación Internacional para la Prevención del Suicidio, la OMS publicó una guía con recomendaciones acerca de cómo los medios de comunicación deberían informar sobre suicidios (OMS, 2008).

La elaboración de esta guía ha involucrado a profesionales de diversos ámbitos: salud, educación, comunicación, legisladores, familias... (OMS, 2008). Se publicó en el año 2000, aunque fue actualizada y revisada en el año 2008, por lo que esta última versión es la que se tiene en cuenta en este trabajo.

El documento está diseñado para periódicos, radio, televisión y medios digitales; es decir, la mayoría de recomendaciones son válidas para todo tipo de medios, pero algunas, debido a sus características, solo pueden aplicarse a los periódicos.

La OMS reconoce que hay casos en los que un suicidio tiene que ser publicado por los medios debido a su relevancia y, por eso, lo que esta guía pretende es hacer una serie de sugerencias a los periodistas para que esa información sea precisa, responsable y ética (OMS, 2008).

En el documento también se admite que el hecho de informar sobre un suicidio varía de unos países a otros, e incluso dentro de ellos, debido a que las diferencias culturales generan percepciones distintas acerca de cuándo y cómo es adecuado informar de estos sucesos (OMS, 2008). Por eso, la guía incluye recomendaciones básicas y alienta a los profesionales de la comunicación de cada país a colaborar con las organizaciones relacionadas con la prevención del suicidio para desarrollar guías locales que se adapten mejor a las particularidades de cada territorio (OMS, 2008).

A continuación se resumen los principios que los periodistas tendrían que seguir para realizar una cobertura responsable de los suicidios. Las recomendaciones se exponen aquí en el mismo orden en el que aparecen en el documento de la OMS (2008):

1. Aprovechar la oportunidad para educar al público sobre el suicidio. En general existen muchos mitos y estereotipos asociados al suicidio, y los medios de comunicación son una herramienta fundamental para eliminarlos, por ejemplo incluyendo la opinión de expertos o proporcionando información veraz sobre el tema. Tampoco debe atribuirse el suicidio a una sola causa (pérdida del trabajo, ruptura de una relación, etc.).

2. Evitar usar un lenguaje sensacionalista o que presente el suicidio como una solución a los problemas. No utilizar términos que puedan llevar al público a hacerse una idea equivocada de este fenómeno, como «epidemia» (para las altas tasas) o «suicidio sin éxito» (para un suicidio no consumado).

3. Evitar la profusión de noticias sobre un mismo caso y su colocación en lugares altamente visibles. Por ejemplo, es preferible ubicar una noticia sobre suicidios en las páginas interiores de un periódico que hacerlo en la portada.

4. Evitar descripciones del método utilizado para suicidarse, especialmente cuando es poco frecuente, para disminuir así el riesgo de que otros lo utilicen.

5. Evitar dar información detallada sobre el lugar en el que se produce un suicidio. A veces un determinado espacio puede ganarse la reputación de ser un lugar donde se producen suicidios (una vía de tren, un acantilado, etc.). Para evitarlo, no deberían describirse esos lugares ni informar de que allí han ocurrido más suicidios.

6. Prestar especial atención a los titulares. En el titular debe evitarse incluir el término «suicidio» (o palabras de la misma familia), el lugar y el método utilizado.

7. Extremar la precaución en el uso de fotografías, vídeos u otro tipo de materiales (como las notas de suicidio). En general no deberían utilizarse, y menos si muestran a la persona, el lugar o el método con el que se cometió el suicidio.

8. Tener especial cuidado a la hora de informar sobre suicidios de personas famosas. No se debe presentar la muerte como algo glamuroso o identificar a esa persona con un héroe. Tampoco deben hacerse especulaciones al respecto.

9. Mostrar el debido respeto por las personas cercanas a quien ha cometido el suicidio. Esas personas se encuentran normalmente en un estado de vulnerabilidad muy alto, por lo que hay que considerar si es realmente necesario entrevistarles o no, y en caso afirmativo, siempre respetando su privacidad y su deseo de no hablar.

10. Proporcionar información sobre dónde conseguir ayuda. Al final de cada noticia se pueden incorporar datos de contacto (teléfonos, páginas web...) de organizaciones relacionadas con la prevención del suicidio, psicólogos, etc.

11. Reconocer que los profesionales de la comunicación pueden verse afectados por una noticia sobre suicidio, especialmente en medios locales. Si esto ocurre, los periodistas no deben dudar en buscar consejo, dentro o fuera de la empresa.

Además de todo esto, la OMS hace hincapié en que los periodistas deberían utilizar fuentes fiables a la hora de buscar información sobre el suicidio, así como interpretar cuidadosa y correctamente las estadísticas al respecto.

¿Son efectivas las guías para disminuir los suicidios?

Hay muy pocos estudios que permitan esclarecer si tras la implantación de guías con recomendaciones para los medios se puede conseguir reducir el número de suicidios.

La OMS ha llevado a cabo una revisión de literatura científica al respecto y, de hecho, apunta como principal limitación el escaso número de artículos encontrados (OMS, 2012). Dicha investigación concluye que los trabajos revisados señalan la importancia de que los medios informen de manera responsable sobre el suicidio, pero tan solo uno de los estudios incluidos demostraba una reducción del número de suicidios tras la implementación de las guías (OMS, 2012)¹³.

Sin embargo, la OMS «considera absolutamente imperativo que haya una comunicación responsable de los suicidios por los medios informativos, y cualquier manera de lograr esto deber ser recibida con beneplácito» (2003: 222). En relación con esto también es interesante la siguiente reflexión de Urzúa Aracena:

Basta pensar que existe la posibilidad que una información imprudente [...] podría significar el punto clave en la decisión de una persona que atraviesa por una de esas etapas previas, para cargar en la propia conciencia con una muerte, lo que debe llevar a extremar todo cuidado relativo a la información (2003: 355).

Por consiguiente, aunque todavía no haya suficientes investigaciones que demuestren que las guías son efectivas para reducir el número de suicidios, sí que hay trabajos que señalan la importancia de que los periodistas apliquen lo expuesto en esas guías a fin de disminuir el efecto imitación del que se ha venido hablando a lo largo de este trabajo.

El posible conflicto entre las guías y la libertad de expresión

Una posible desventaja de estas es guías es que pueden ser vistas como algo que entorpece la libertad de expresión e información (Hawton y Williams, 2002). Sin embargo, su objetivo es buscar el equilibrio entre el derecho a la información del público y unos contenidos responsables que contribuyan a reducir el daño potencial que ha sido evidenciado por distintas investigaciones (Pirkis y Blood, 2002).

El problema no es el hecho de informar sobre el suicidio o no, sino cómo se informa (Gould, 2001). Por lo tanto, la meta de estas guías no es interponerse en la libertad de expresión de los periodistas, sino proporcionarles los conocimientos necesarios para mejorar la calidad de las noticias sobre suicidios y así contribuir a evitar el efecto imitación, «recordando que un buen profesional de la información nunca debe olvidar que a la libertad de expresión debe ir unida la responsabilidad social por las consecuencias de lo que se informa» (Pérez Barrero *et al*, 2014: 16).

¹³ Es el caso de Austria y el tren subterráneo de Viena, comentado en el apartado 2.2. de este trabajo.

Por consiguiente, para conseguir la aplicación efectiva de las guías y que al mismo tiempo estas no sean vistas por los periodistas como una amenaza a la libertad de expresión, es necesaria una estrecha colaboración entre los profesionales de la salud y de la información (Gould, 2001).

3.3. La situación en España

En primer lugar, es necesario señalar que a fecha de hoy existen muy pocos trabajos en España que aborden la temática de la relación entre medios de comunicación y suicidio.

Un segundo aspecto a destacar es que en España hay cierta discreción a la hora de informar sobre suicidios. Puede afirmarse que, como tema específico, no suele estar presente en los medios de comunicación, sino que casi siempre aparece vinculado a otra causa o consecuencia: desesperación, criminalidad, enfermedad mental o derivado de la fama de una determinada persona (Olmo López y García Fernández, 2014).

Además, el hecho de que las circunstancias de cada caso sean distintas hace que a la hora de dictaminar si se debe informar o no sobre un suicidio intervengan una serie de factores: si se trata de una persona famosa o no, si se ha producido en lugar público o privado, etc. (Urzúa Aracena, 2003).

No obstante, Olmo López y García Fernández (2015) indican que a pesar de que hay ciertos factores que pueden limitar la libertad de información en lo que a suicidios se refiere (protección de la infancia, intimidad, etc.), la información sobre suicidios puede tener interés general y contribuir a la formación de la opinión pública. El problema para estos autores (2015) es que en los medios españoles los suicidios normalmente se tratan haciendo hincapié en el hecho individual y la anécdota, no como un «tema reposado» que permita una cierta reflexión en torno a él.

Olmo López y García Fernández (2014) hacen una comparación interesante: en los medios españoles es muy frecuente ver informaciones sobre accidentes de tráfico y campañas de concienciación. Sin embargo, no ocurre lo mismo con el suicidio a pesar de que causa más del doble de muertes al año. Los últimos datos relativos al suicidio en España son de 2013, cuando 3870 personas murieron por esta causa. En ese mismo año, el número de personas fallecidas en accidentes de tráfico fue de 1680 (DGT, 2014).

Las guías en España

Por último, en relación a las guías específicas sobre cómo informar de un suicidio, Olmo López y García Fernández (2015) afirman que en España no hay constancia de ningún documento de estas características y que, por lo tanto, los periodistas se basan en la autorregulación. Según estos mismos autores, la autorregulación consiste en que «los medios, organizaciones de medios y periodistas elaboran sus propias normas de actuación que no obligan de forma legal, pero sí lo hacen de forma ética y deontológica» (2015: 50).

Sin embargo, esos mecanismos de autorregulación (códigos deontológicos, libros de estilo, etc.) no suelen concretar cómo se tiene que informar sobre un suicidio, o tan solo lo hacen superficialmente y muy lejos del nivel de detalle que aportan las guías con recomendaciones. Aquí se exponen algunos ejemplos aplicables al caso español:

- **Código Europeo de Deontología de la Profesión Periodística (Consejo de Europa, 1993)**. Es un código bastante general, por lo que el tratamiento de las informaciones sobre suicidio no aparece mencionado de forma explícita, aunque algunos aspectos podrían estar englobados muy superficialmente en otros artículos. Por ejemplo, se hace mención al respeto de la intimidad de las personas y a no dar por hecho que algo meramente espectacular o conflictivo tiene interés informativo *per se*.

- **Código de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE, 1993)**. En el artículo 4 se hace referencia al derecho a la intimidad y a la propia imagen, a evitar la intromisión gratuita y las especulaciones a la hora de tratar temas sensibles. Sin embargo, al ser otra vez un código demasiado genérico, tampoco menciona las informaciones sobre suicidios de manera específica.

- **Libro de estilo de *El País***. En este caso sí que se habla de las informaciones sobre suicidios; sin embargo, aunque se hace referencia a cuándo deben publicarse, no se menciona cómo:

1.31. El periodista deberá ser especialmente prudente con las informaciones relativas a suicidios. En primer lugar, porque no siempre la apariencia coincide con la realidad, y también porque la psicología ha comprobado que estas noticias incitan a quitarse la vida a personas que ya eran propensas al suicidio y que sienten en ese momento un estímulo de imitación. Los suicidios deberán publicarse solamente cuando se trate de personas de relevancia o supongan un hecho social de interés general (2003: 26).

- **Libro de estilo de *El Mundo***. Hace mención a los suicidios pero tampoco se dan detalles claros de cómo debe informarse sobre ellos (El Mundo, s. f.):

VIII. Suicidios. Un suicidio no debe ser noticia en sí mismo. Acaba siéndolo cuando el autor es un personaje relevante o cuando se convierte en un hecho significativo por la forma de llevarse a cabo, la edad o el problema social que se esconda detrás.

También se explica que los profesionales sanitarios advierten del potencial peligro de las noticias sobre suicidios a la hora de generar un efecto imitación, pero en el manual de *El Mundo* no se dan recomendaciones sobre cómo se ha de informar para evitarlo.

- **Manual de estilo de Radio Televisión Española**. El manual de RTVE es el que tiene el contenido más completo en lo que a las informaciones sobre suicidios se refiere. Aparecen enmarcadas en el apartado de «cuestiones sensibles» e incluso se aportan algunas recomendaciones sobre cómo tratarlos, por ejemplo:

La responsabilidad debe implicar, entre otros aspectos, considerar los sentimientos de los parientes, evitar la descripción detallada del método de suicidio adoptado y tener en cuenta la sensibilidad del público receptor. Aunque pueda resultar relevante indicar cómo murió una persona, proporcionar demasiados detalles podría estimular a otras personas a probar esos métodos (RTVE, 2010: n. p.).

Por consiguiente, a falta de guías con recomendaciones específicas sobre cómo informar sobre el suicidio en España, y dada la falta de concreción, en general, de los mecanismos de autorregulación, parece lógico que el documento a tomar como referencia sea el elaborado por la Organización Mundial de la Salud, un organismo con carácter global y del que, además, España es miembro.

III - METODOLOGÍA

Para la elaboración del marco teórico y la comprobación del estado de la cuestión se ha realizado una revisión bibliográfica de la literatura científica que estudia la relación entre los medios de comunicación y el suicidio (la mayor parte publicada en el ámbito anglosajón), prestando también especial atención al tema de la prevención del suicidio y al papel que en ella juegan los medios a través de las guías con recomendaciones. Además, se han revisado códigos deontológicos y libros de estilo de varios medios españoles para comprobar si incluyen apartados relativos al tratamiento del suicidio u otros aspectos aplicables a este tipo de noticias.

En la fase empírica del trabajo se ha utilizado el método del **análisis de contenido**, que puede definirse de esta manera:

Conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que [...] tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior (Piñuel Raigada, 2002: 2).

MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANALIZADOS

Se analizan los cuatro periódicos digitales más leídos en España. Para comprobar cuáles son se han consultado los datos ofrecidos por Alexa¹⁴ y se han tenido en cuenta tanto versiones digitales de periódicos en papel como diarios exclusivamente digitales.

Alexa facilita información sobre las visitas que recibe cada web y ofrece clasificaciones con las más visitadas, tanto a nivel global como por países. Los *rankings* se elaboran mediante una combinación de la media diaria de visitantes y el número total de visualizaciones que ha tenido ese sitio web durante el último mes (Alexa, 2016). La consulta se hizo en marzo de 2016 y los cuatro periódicos digitales situados más alto en la clasificación española fueron, en este orden:

(1) *El País* (2) *El Mundo* (3) *El Confidencial* (4) *ABC*

¹⁴ En primer lugar se ha intentado acudir a los datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) y del Estudio General de Medios (EGM). Sin embargo, se ha observado que los *rankings* que proporcionan en relación a medios de comunicación digitales son deficientes, dado que hay muchos medios sobre los que no aparece información. Por eso, finalmente se han tenido en consideración los datos de Alexa, que ofrece una clasificación mucho más completa: www.alexa.com

CRITERIOS DE INCLUSIÓN EN LA MUESTRA DE NOTICIAS

Una vez establecidos los medios de comunicación, se han aplicado una serie de criterios para decidir si una noticia pasa a formar parte o no de la muestra de análisis:

1. Periodo de tiempo analizado: 6 meses (desde el 1/10/15 hasta el 31/3/2016).

2. Noticias publicadas en español en los medios digitales ya indicados.

3. Palabras clave utilizadas en la búsqueda: Se ha buscado a través de la palabra clave «suicidio» y se han incluido las noticias que contienen este término, sus sinónimos (quitarse la vida, autolesionarse, matarse, etc.) o palabras derivadas de estas (suicida, suicidarse, etc.), ya sea en el bloque de titulación o en el primer párrafo.

4. Se incluyen las noticias que informan sobre casos concretos y reales de suicidio consumado o sobre circunstancias alrededor de estos casos.

5. No se han incluido las noticias en las que se hace referencia a un suicidio pero este no constituye una parte relevante de la información o no está relacionado con el tema central, sino que tan solo se menciona, por ejemplo, como dato complementario.

6. No se han incluido los casos en los que no está claro si se trata de suicidio, accidente u homicidio. Tampoco aquellos sobre suicidio asistido o eutanasia.

7. También se excluyen las noticias que usan los términos mencionados como recurso estilístico o en sentido metafórico.

La muestra incluye **148 noticias** obtenidas aplicando estos criterios. Cada una de ellas constituye una unidad de análisis.

Tabla 2. Número de noticias analizadas

Medios analizados	Nº total de noticias
<i>El País</i>	34 → 23%
<i>El Mundo</i>	56 → 38%
<i>El Confidencial</i>	13 → 9%
<i>ABC</i>	45 → 30%
TOTAL	148 → 100%

Fuente: Elaboración propia (porcentajes redondeados a la unidad)

Es necesario señalar que el número de noticias procedentes de *El Confidencial* es bajo en comparación con los otros medios analizados. Además, llama la atención que en ese diario digital no se han encontrado noticias sobre ciertos casos de suicidio que sí que aparecen en todos los demás. Por esta razón, se ha realizado una búsqueda alternativa en Google con las palabras «El Confidencial» más términos identificativos de casos de suicidio concretos para comprobar si *El Confidencial* publicó algo sobre ellos.

El problema encontrado ha sido que Google muestra noticias publicadas en *El Confidencial* que no se obtuvieron al realizar la búsqueda desde dentro del periódico. En los ejemplos que se rastrearon desde Google, todos los textos obtenidos fueron noticias de agencia publicadas en *El Confidencial*, por lo que quizá el buscador interno de este diario no incluye este tipo de textos. No obstante, esto solo es una suposición.

En el análisis tan solo se han incluido las noticias que aparecían desde el buscador interno de *El Confidencial*, de ahí que el número sea inferior al de los otros medios.

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Una vez seleccionadas las noticias en base a los criterios establecidos, se les ha aplicado de forma individual la tabla de análisis elaborada para este trabajo y basada en la guía publicada por la OMS en 2008. No obstante, las recomendaciones han sido organizadas de manera distinta a la que aparece en el documento de la OMS para que el análisis sea lo más lógico y estructurado posible. Esta es la correspondencia entre el documento de la OMS (tal como aparece en el marco teórico, pág. 22) y la tabla de análisis:

Tabla 3. Correspondencia entre la guía de la OMS y la tabla de análisis

Recomendación OMS	Correspondencia en tabla de análisis	Recomendación OMS	Correspondencia en tabla de análisis
1	1P+ 4N + 5N	7	8N
2	1N	8	9N
3	6N	9	-
4	2N	10	2P
5	3N	11	-
6	7N	<i>P = factor positivo / N = factor negativo</i>	

Fuente: Elaboración propia

TABLA DE ANÁLISIS (I)

<ul style="list-style-type: none"> • <u>Titular de la información analizada:</u> • <u>Medio en el que se ha publicado:</u> • <u>Autor:</u> • <u>Fecha de publicación:</u> 		REGISTRO DE DATOS
RECOMENDACIONES OMS	DESCRIPCIÓN	
FACTORES POSITIVOS	«Sí» = la recomendación se cumple // «NO» = la recomendación no se cumple	
1. Educar al público sobre el suicidio.	1.1. Proporciona la opinión de expertos (médicos, psicólogos...).	SÍ / NO
	1.2. Aporta información relevante sobre el comportamiento suicida: señales de advertencia, factores de riesgo, contribuye a eliminar estereotipos asociados, etc.	SÍ / NO
2. Proporcionar información sobre dónde conseguir ayuda.	2.1. Se incluyen teléfonos, enlaces u otra forma de contacto a organizaciones relacionadas con la prevención del suicidio, psicólogos, etc.	SÍ / NO
FACTORES NEGATIVOS	«Sí» = la recomendación no se cumple // «NO» = la recomendación se cumple	
1. Evitar un lenguaje sensacionalista y términos inadecuados que transmitan una idea equivocada del suicidio.	1.1. La noticia utiliza un lenguaje morboso o macabro, descripciones explícitas del cadáver, presencia de términos inadecuados ("suicidio con éxito" en vez de "consumado"), etc.	SÍ / NO
2. No incluir descripciones del método usado, especialmente si es poco usual.	2.1. La noticia indica el método que se utilizó.	SÍ / NO
	2.2. La noticia ahonda y profundiza en el método (pasos seguidos, cómo se consiguió...).	SÍ / NO
3. Evitar dar información detallada sobre dónde se produce un suicidio.	3.1. Se describen esos lugares de forma explícita o se informa de que allí han ocurrido más suicidios/intentos de suicidio (en el caso de que así sea).	SÍ / NO

TABLA DE ANÁLISIS (II)

4. No presentar el suicidio como una solución o salida a los problemas.	4.1. La noticia presenta el suicidio como una salida o solución a los problemas, ya sea directa o indirectamente.	SÍ / NO
5. No atribuir el suicidio a una sola causa o problema.	5.1. Se atribuye el suicidio a una sola causa (crisis económica, problemas amorosos...). Es decir, aunque no se diga explícitamente, la noticia relaciona directa o indirectamente el suicidio con un solo problema concreto.	SÍ / NO
6. Evitar la profusión de noticias sobre un mismo caso.	6.1. Consideramos como cobertura excesiva el que un medio publique tres o más noticias sobre un mismo caso de suicidio (o circunstancias alrededor de este) que cumplan los criterios de inclusión de la muestra. A la hora de registrar estas noticias, tan solo se aplica el "SÍ" en una noticia de cada caso repetido, y "NO PROCEDE" para las demás.	SÍ / NO / NO PROCEDE
7. Prestar especial atención a los titulares	7.1. El titular incluye el término «suicidio» (o palabras de la misma familia). 7.2. El titular incluye el lugar concreto en el que ha ocurrido el suicidio 7.3. El titular incluye el método con el que se ha cometido el suicidio.	SÍ / NO SÍ / NO SÍ / NO
8. Extremar la precaución en el uso de fotografías, vídeos u otros materiales	8.1. La noticia incluye imágenes o vídeos que muestren a la persona ya fallecida, el lugar concreto, el método con el que se cometió el suicidio u otros elementos inadecuados. 8.2. La noticia incluye la nota de suicidio (o citas de ella).	SÍ / NO SÍ / NO
9. Tener especial cuidado en los suicidios de personas famosas.	9.1. La muerte se presenta como algo glamuroso o digno de elogio; se identifica a la persona como un mártir o similar. 9.2. En el caso de que la causa u alguna circunstancia alrededor de la muerte no esté clara, se hacen especulaciones o afirmaciones sin fundamento al respecto.	SÍ / NO / NO PROCEDE SÍ / NO / NO PROCEDE

Fuente: Elaboración propia en base al documento publicado por la OMS (2008)

Es necesario señalar que las recomendaciones **9** y **11** (numeración OMS; ver página 24) no son aplicables directamente al contenido de la noticia, por lo que no se han incluido en la tabla de análisis).

Respecto a la **presentación de resultados**, en primer lugar se indica el número de noticias incluidas en la muestra siguiendo los criterios especificados.

Después, en base a los datos obtenidos en las fichas de análisis, se ha llevado a cabo un análisis cuantitativo calculando los porcentajes de cumplimiento de cada una de las recomendaciones, tanto en general como en cada uno de los cuatro medios analizados.

A continuación, todos los datos y porcentajes obtenidos se han interpretado siguiendo estos dos apartados:

- Resultados generales: en total y en cada recomendación establecida en la tabla.
- Resultados relativos a las noticias sobre personas famosas (se comparan con los resultados generales para ver si existe alguna diferencia significativa entre ambos).

Además, de forma complementaria se han recogido ejemplos concretos de lo que no se debe hacer para ilustrar con casos reales las recomendaciones incluidas en la tabla.

Por último, se indican las principales conclusiones y limitaciones encontradas.

IV - RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

¿Sigue la prensa digital española las recomendaciones de la OMS a la hora de informar sobre suicidios?

En primer lugar se indica el número de noticias incluido en la muestra de análisis según los criterios detallados en la metodología del trabajo (ver página 30). Se han hallado un total de 148 noticias en los cuatro diarios seleccionados, con un reparto más bien irregular: *El Mundo* es el diario con mayor número de informaciones localizadas, 56, lo que representa el 38% de la muestra total. Está seguido por *ABC* con 45, *El País* con 34 y *El confidencial*, donde solo se han encontrado 13 unidades.

Tabla 2. Número de noticias analizadas

Medios analizados	Nº total de noticias
<i>El País</i>	34 → 23%
<i>El Mundo</i>	56 → 38%
<i>El Confidencial</i>	13 → 9%
<i>ABC</i>	45 → 30%
TOTAL	148 → 100%

Fuente: Elaboración propia (porcentajes redondeados a la unidad)

A continuación se exponen los resultados obtenidos en relación a las recomendaciones de la OMS. Se sigue el orden establecido en la tabla de análisis, por lo que los números con los que se identifican las recomendaciones son los que aparecen en dicha tabla.

Además, en todos los gráficos posteriores hay que tener en cuenta que:

SÍ = La recomendación se cumple **NO** = La recomendación no se cumple

Primero se hace una valoración del cumplimiento de las recomendaciones de la OMS, tanto en general como en cada uno de los cuatro medios analizados y, después, se interpretan los datos referentes a las noticias sobre personas famosas.

1- RESULTADOS GENERALES Y POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN

– FACTORES POSITIVOS (P) –

Estos factores hacen referencia a los esfuerzos que los periodistas han de realizar para formar al público en torno a la compleja problemática del suicidio. Principalmente, esto se conseguiría actuando en tres sentidos complementarios: contando con el testimonio de especialistas en el tema, aportando información contrastada sobre el fenómeno en general y, finalmente, proporcionando información sobre dónde y cómo conseguir ayuda para aquellas personas que puedan estar en riesgo.

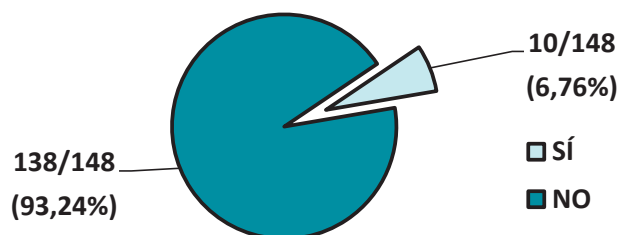
1. Educar al público sobre el suicidio:

1.1. Proporcionar la opinión de expertos

La opinión experta aporta información especializada sobre el suicidio, de forma que permite un conocimiento más profundo del fenómeno, evita caer en la casuística del hecho particular y proporciona el necesario contexto explicativo sobre la relevancia del tema. Expertos como psicólogos o psiquiatras pueden, además, incorporar información que haga detectar el riesgo de suicidio y plantear su prevención.

Sin embargo, se observa que la presencia de voces expertas en los medios analizados es muy escasa (*Gráfico 1*), siendo especialmente significativo el caso de *ABC*, que no incluye este aspecto en ninguna de las noticias abordadas. El resto de medios se situarían bastante por encima, siendo *El Mundo* el más responsable en este sentido, con un 10,7% de informaciones en las que sí incluye la interpretación experta, pero en todo caso muy lejos los niveles aceptables. *El País*, registra este tipo de testimonios en el 8,8% de las noticias y *El Confidencial* en el 7,7% (*Tabla 4*).

Gráfico 1. Cumplimiento de la recomendación 1.1. (P) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Cumplimiento de la recomendación 1.1. (P) en cada medio analizado

Cumplimiento recomendaciones OMS (1.1. P)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
3/34 (8,82%)	6/56 (10,71%)	1/13 (7,69%)	0/45 (0%)

Fuente: Elaboración propia

Algunos de los escasos ejemplos encontrados en los que esta recomendación se cumple son los siguientes:

El psiquiatra Juan Romeu sostiene que este tipo de comportamiento se denomina suicidio ampliado. “En muchas ocasiones la persona tiene que empezar a suicidarse y, matando primero a sus hijos, llega a un punto de no retorno” (El País, 10 de diciembre de 2015).

El reputado psicólogo Vicente Garrido, profesor de Criminología de la Universidad de Valencia, disecciona lo sucedido (El Mundo, 11 de febrero de 2016).

1.2. Aportar datos o información sobre el suicidio

En general, existen muchos mitos y estereotipos relacionados con el suicidio. Los medios de comunicación son una herramienta fundamental para eliminarlos, ya sea incluyendo la opinión de expertos o facilitando directamente información al respecto. También es útil publicitar otros aspectos, como las señales de advertencia del comportamiento suicida o el hecho de que el suicidio nunca es el resultado de un hecho aislado, sino que intervienen muchos factores.

En definitiva, se trata de aportar cualquier dato que pueda contribuir a la formación del público sobre el suicidio; por ejemplo, de esta manera:

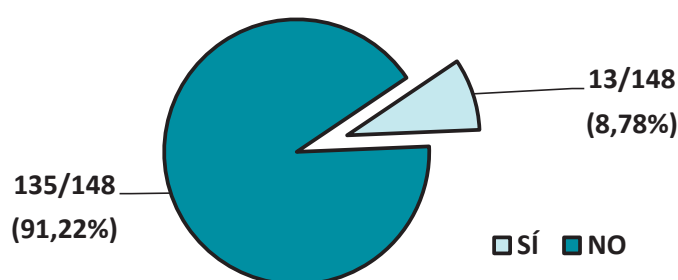
Estuvo con un protocolo de prevención de suicidios, que conlleva, entre otras medidas, el estar acompañado por un preso de confianza de la dirección de la prisión. (El Confidencial, 29 de enero de 2016).

Sin embargo, al igual que ocurría en el caso anterior, no es muy frecuente que las noticias sobre suicidios estén acompañadas de este tipo de datos o informaciones complementarias que sirvan para educar a los lectores sobre el suicidio.

El Confidencial ha obtenido aquí el porcentaje más elevado (23%), a una distancia considerable de *El País* (11,8%), *El Mundo* (8,9%) y *ABC* (2,2%). No obstante, lo más seguro es que el alto porcentaje encontrado en *El Confidencial* se deba a que el número de noticias incluidas en este periódico es bajo en comparación con los demás, por lo que los porcentajes no son tan precisos como en el resto de medios (ver *Metodología*).

En cualquier caso, los resultados encontrados son mucho más bajos de lo que sería recomendable.

Gráfico 2. Cumplimiento de la recomendación 1.2. (P) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Cumplimiento de la recomendación 1.2. (P) en cada medio analizado

Cumplimiento recomendaciones OMS (1.2. P)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
4/34 (11,76%)	5/56 (8,93%)	3/13 (23,08%)	1/45 (2,22%)

Fuente: Elaboración propia

2. Proporcionar información sobre dónde conseguir ayuda:

En la noticia se pueden incorporar fácilmente datos de contacto (teléfonos, páginas web...) de organizaciones relacionadas con la prevención del suicidio, profesionales de la salud, etc.¹⁵ Cuáles sean estas fuentes de ayuda dependerá de cada país o región. Es significativo que ninguna de las noticias analizadas tenga en cuenta esta recomendación (0%), especialmente al tratarse de diarios digitales, donde resultaría muy sencillo añadir un hipervínculo a lo largo del texto para enlazar a estas fuentes de ayuda.

¹⁵ Por ejemplo, tal y como se hace en muchas noticias sobre violencia de género con el teléfono 016.

– FACTORES NEGATIVOS (N) –

Los factores negativos hacen referencia a aquellos comportamientos o componentes que los periodistas deberían evitar introducir en las noticias sobre suicidios. Entre ellos se incluyen, entre otros, no atribuir el suicidio a una sola causa ni presentarlo como una salida a los problemas, no incluir descripciones del método utilizado o no utilizar un lenguaje sensacionalista.

1. Evitar el lenguaje sensacionalista y términos inadecuados:

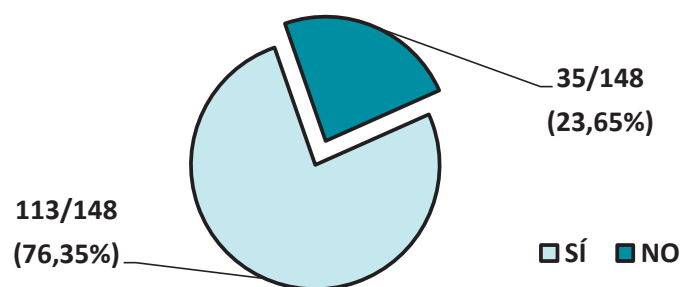
El lenguaje sensacionalista está destinado a generar un mayor impacto en el público y provocar su implicación emocional en la noticia a través de un relato sugestivo de los hechos. En el caso de las noticias sobre suicidios, la OMS considera que este estilo debe ser desterrado y, además, señala que los periodistas son uno de los sectores profesionales que mejor conoce el poder de los distintos matices del lenguaje.

Por eso, tampoco deben utilizarse términos inadecuados como, por ejemplo, «epidemia» (cuando las cifras son muy elevadas) o «suicidio sin éxito» (para un suicidio no consumado). El objetivo final es conseguir que el público no se haga una idea equivocada del fenómeno suicida.

De la misma manera, la OMS recomienda evitar el uso de la palabra «suicidio» fuera de contexto, dado que puede contribuir a quitar importancia al concepto e insensibilizar al público respecto a la gravedad del fenómeno. Aunque este último aspecto no se analiza en el trabajo, hay que señalar que a la hora de seleccionar las unidades de análisis sí que se han observado bastantes noticias que utilizaban la palabra «suicidio» como recurso estilístico o metafórico; por ejemplo: «suicidio político».

Esta primera recomendación relativa a los factores negativos se cumple en el 76,35% de noticias analizadas. El medio en el que más se tienen en cuenta estos aspectos es *ABC* (88,9%), seguido por, *El País* (79,4%), *El Mundo* (73,2%) y *El Confidencial* (38,5%). Llama la atención el porcentaje tan bajo obtenido en este último diario. Además de la limitación ya comentada respecto al bajo número de noticias incluidas en este periódico, también hay que tener en cuenta que, como se verá más adelante, la mayoría de esas noticias son sobre personas famosas, y estas noticias presentan un lenguaje sensacionalista o inadecuado más frecuentemente.

Gráfico 3. Cumplimiento de la recomendación 1 (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Cumplimiento de la recomendación 1 (N) en cada medio analizado

Cumplimiento recomendaciones OMS (1 N)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
27/34 (79,41%)	41/56 (73,21%)	5/13 (38,46%)	40/45 (88,89%)

Fuente: Elaboración propia

A pesar de que la recomendación se cumple en más de tres cuartas partes de las noticias, estos son algunos de los ejemplos encontrados en los que no es así:

Como si del mejor guión de Hollywood se tratase, cada detalle que trasciende sobre la ex novia de Jim Carrey, Cathriona White, y su suicidio es aún más sorprendente que el del día anterior (El Mundo, 6 de octubre de 2015).

La ruptura con su pareja fue otro tropiezo en su camino, que desembocó en un primer intento de suicidio: diagnosticada con depresión, lo volvería a intentar cinco meses después. Esta vez no erró (El País, 27 de enero de 2016).

El oscuro suicidio del... (ABC, 19 de octubre de 2015).

Es el último en ingresar en esta triste lista de cocineros abrasados por la llama del éxito de sus fogones (El País, 6 de febrero de 2016).

2. No incluir descripciones del método utilizado:

Ahondar en los detalles del método utilizado debe evitarse para evitar el riesgo de que individuos vulnerables puedan copiar ese *modus operandi*.

Por ejemplo, la OMS indica que al informar de un suicidio por sobredosis, sería imprudente añadir el tipo, marca o cantidad de medicamentos utilizados. Estas precauciones deben extremarse en el caso de que el método sea inusual porque, a pesar de que pueda provocar que el hecho sea más noticioso, también puede inducir a otras personas vulnerables a que lo usen.

A la hora de analizar esta esta recomendación se ha hecho una distinción entre las noticias que solamente incluyen el método y aquellas que ahondan o profundizan en él (como es lógico, estas últimas se incluyen a su vez en las primeras).

2.1. No incluir el método

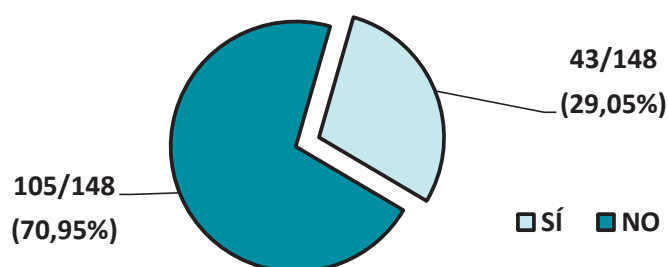
Dentro de los factores negativos, esta es la recomendación en la que se ha obtenido un menor porcentaje de cumplimiento (29%). La mayoría de noticias analizadas incluye el método con el que se ha cometido el suicidio:

El líder nazi del Ku Klux Klan que se voló la cabeza... (ABC, 6 de noviembre de 2015).

Muerte a causa de una sobredosis (El Confidencial, 1 de octubre de 2015).

Kurt Cobain se suicidó con esta escopeta (El País, 18 de marzo de 2016a).

Gráfico 4. Cumplimiento de la recomendación 2.1. (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Ordenados de mayor a menor cumplimiento, los porcentajes obtenidos en los cuatro medios de comunicación son: *El Mundo* (32,1%), *ABC* (31,1%), *El País* (26,5%) y *El Confidencial* (15,4%). Los resultados son bastante similares en el caso de los tres primeros medios y, una vez más, *El Confidencial* es el que ha obtenido la cifra más baja, posiblemente debido a lo que se viene indicando en las últimas recomendaciones.

Tabla 7. Cumplimiento de la recomendación 2.1. (N) en cada medio analizado

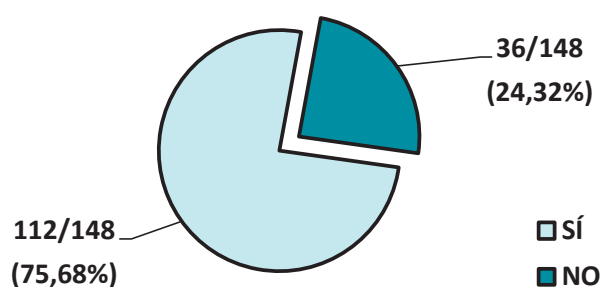
Cumplimiento recomendaciones OMS (2.1. N)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
9/34 (26,47%)	18/56 (32,14%)	2/13 (15,38%)	14/45 (31,11%)

Fuente: Elaboración propia

2.2. No ahondar o profundizar más en el método

Los resultados obtenidos son mucho más positivos, dado que solo se profundiza en el método utilizado en el 24,3% de los casos. Como se aprecia en la *Tabla 8*, los porcentajes de cumplimiento en cada medio son muy parecidos (entre el 75-80%), a excepción de *El Confidencial* (61,5%), donde este baja sensiblemente.

Gráfico 5. Cumplimiento de la recomendación 2.2. (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Cumplimiento de la recomendación 2.2. (N) en cada medio analizado

Cumplimiento recomendaciones OMS (2.2. N)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
27/34 (79,41%)	43/56 (76,79%)	8/13 (61,54%)	34/45 (75,56%)

Fuente: Elaboración propia

No obstante, se han encontrado varios ejemplos muy llamativos de casos en los que esta recomendación no se cumple. Algunos parecen extraídos de una novela más que de un medio de comunicación debido al estilo literario con el que describen los hechos:

Cathriona ingirió una mezcla de Ambien, utilizado para tratar el insomnio; Percocet, un opioide para el dolor, y Propranolol, fármaco usado para calmar los efectos de la ansiedad (El Confidencial, 5 de octubre de 2015).

Desesperado, abrió la puerta de una patada y, gritando, se fue directo a un cajón de la mesita de noche. Del mismo sacó un revólver y, tras farfullar algo sobre que no tenía nada que hacer, disparó dos veces. La primera, sobre el pecho. Falló. La segunda, sobre la cabeza. En este caso si acertó de pleno, acabando con su vida (ABC, 6 de noviembre de 2015).

Como cada día, su madre le despertó a las 7.15 de la mañana. Aprovechando que su madre se duchaba el pequeño se dirigió a la cocina de la casa y saltó desde la ventana del lavadero por el patio interior del edificio, situado en el barrio de Zarzaquemada de Leganés (El Mundo, 21 de octubre de 2015b).

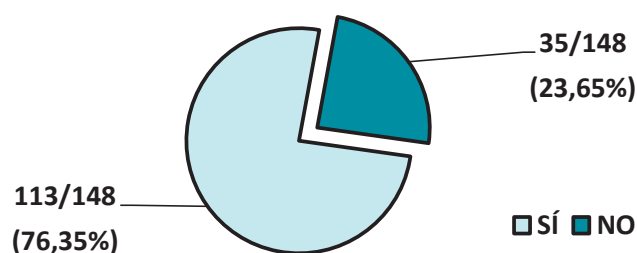
3. Evitar describir o dar información detallada sobre el lugar:

A veces un determinado espacio puede ganarse la reputación de ser un lugar donde se producen suicidios (una vía de tren, un acantilado, etc.). Para evitarlo, la OMS recomienda no describir en detalle el lugar donde ha ocurrido un suicidio ni informar de que allí han ocurrido otros suicidios o intentos de suicidio.

Durante el análisis de noticias se ha observado que en muchas de ellas se acota el lugar donde ha ocurrido el suicidio («X» ciudad, «X» calle, etc.). Por eso, solo se ha considerado que la recomendación no se cumple cuando esos espacios se concretan demasiado (ejemplo: la habitación del piso superior de su residencia en Madrid), se describen en profundidad o se informa de que allí han ocurrido otros suicidios.

Como se aprecia en el *Gráfico 6*, esta recomendación consigue un alto porcentaje de cumplimiento en la muestra de noticias analizadas (76,4%):

Gráfico 6. Cumplimiento de la recomendación 3 (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

A continuación también se exponen algunos ejemplos en los que la actuación del periodista es contraria a los dictados de la OMS:

En los últimos cuatro años una veintena de intocables se quitaron la vida en centros de educación superior. Sólo en la Universidad de Hyderabad lo hicieron al menos cinco en la última década (El Mundo, 26 de enero de 2016).

A principios del pasado mes de abril, Frederic Brandt se ahorcó en el garaje de su residencia (ABC, 27 de noviembre de 2015).

Como la mayoría de las 1.500 personas que se han suicidado desde ese puente... (El País, 8 de diciembre de 2015).

Los porcentajes de cada medio son similares entre sí. De mayor a menor: *El Mundo* (83,9%), *ABC* (73,33%), *El País* (70,6%) y finalmente, *El Confidencial* (69,2%).

Tabla 9. Cumplimiento de la recomendación 3 (N) en cada medio analizado

Cumplimiento recomendaciones OMS (3 N)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
24/34 (70,59%)	47/56 (83,93%)	9/13 (69,23%)	33/45 (73,33%)

Fuente: Elaboración propia

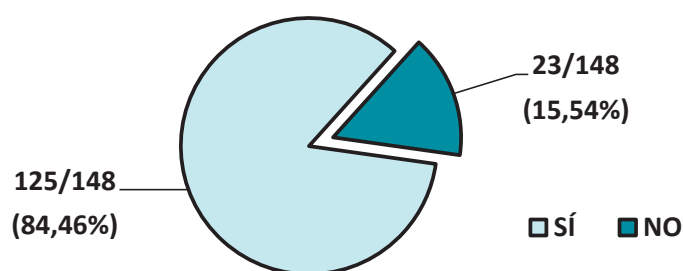
4. No presentar el suicidio como una salida a los problemas:

El suicidio de una persona no debe aparecer como una solución a sus problemas o a una situación difícil. De este modo, se evitará que personas susceptibles o en riesgo de cometer suicidio puedan verlo como una salida también para ellos mismos.

Esta recomendación presenta uno de los porcentajes de cumplimiento más altos, alcanzando casi el 85% (*Gráfico 7*).

El porcentaje de cumplimiento supera el 75% en todos los medios de comunicación, por lo que los resultados obtenidos sobre esta recomendación son bastante positivos. *El Confidencial* no presenta el suicidio como una salida a los problemas en ninguna de las 13 noticias, y *ABC* tampoco lo hace en el 95,6% de los casos. *El Mundo* y *El País* obtienen resultados casi idénticos con un 76,8% y un 76,5% respectivamente.

Gráfico 7. Cumplimiento de la recomendación 4 (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. Cumplimiento de la recomendación 4 (N) en cada medio analizado

Cumplimiento recomendaciones OMS (4 N)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
26/34 (76,47%)	43/56 (76,79%)	13/13 (100%)	43/45 (95,56%)

Fuente: Elaboración propia

Estos son algunos ejemplos en los que la recomendación se incumple:

Cuando se liberó fue feliz (El País, 1 de diciembre de 2015).

“Creo que cogió una depresión severa [...] Y solo vio una salida”, ha contado su ex mujer (El País, 8 de diciembre de 2015).

Antes de Carla, mucho antes, fue Jokin el que se arrojó desde la muralla de Hondarribia para "ser libre, oh, libre", como dejó escrito en su despedida (El Mundo, 21 de octubre de 2015a).

Una verdad que, según parece, no pudo resistir este joven de 28 años, que prefirió despedirse del mundo a su única alternativa: afrontar las miradas inquisitorias de sus compañeros (ABC, 6 de noviembre de 2015).

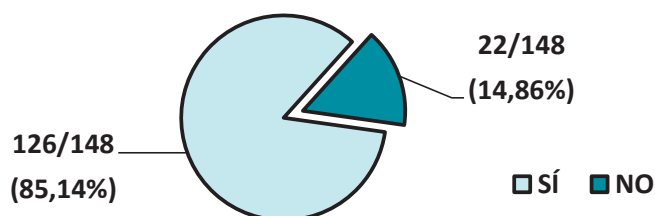
5. No atribuir el suicidio a una sola causa:

La OMS afirma que el suicidio es un fenómeno complejo en el que intervienen varios factores, por lo que atribuirlo a un solo motivo (pérdida del trabajo, ruptura de una relación, etc.) será erróneo, especialmente en aquellos casos en que las circunstancias de la muerte aún no han sido investigadas y aclaradas.

En el análisis se ha considerado que esta recomendación se cumple cuando el suicidio no se atribuye a un solo evento/causa, ya sea porque se expliquen otras o porque no se mencione ninguna. De hecho, esta última circunstancia es la más frecuente. Apenas se han encontrado noticias con una explicación detallada sobre los motivos de un suicidio.

No obstante, tampoco suelen atribuirse a una sola causa: esta es una de las recomendaciones que registra un porcentaje de cumplimiento más alto (85,1%) aunque, como ya se ha indicado, la inmensa mayoría de las noticias que cumplen esta recomendación es porque no hacen referencia a las causas, no porque las expliquen.

Gráfico 8. Cumplimiento de la recomendación 5 (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Estos son casos en los que se relaciona directamente el suicidio con un solo motivo:

Una mujer se suicida después de que su marido le quitase el móvil por estar enganchada a Facebook y WhatsApp (ABC, 14 de octubre de 2015).

El hombre se ahorcó en un centro de acogida [...] frustrado por no permitirle volver a Bagdad junto a su familia ni tampoco trabajar en Europa (El Mundo, 18 de enero de 2016).

Al igual que en la recomendación anterior, los porcentajes de todos los medios son muy elevados (siempre superiores al 76%). El más alto lo ha obtenido *El Confidencial* (100%), al que siguen *ABC* (91,1%), *El País* (85,3%) y *El Mundo* (76,8%):

Tabla II. Cumplimiento de la recomendación 5 (N) en cada medio analizado

Cumplimiento recomendaciones OMS (5 N)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
29/34 (85,29%)	43/56 (76,79%)	13/13 (100%)	41/45 (91,11%)

Fuente: Elaboración propia

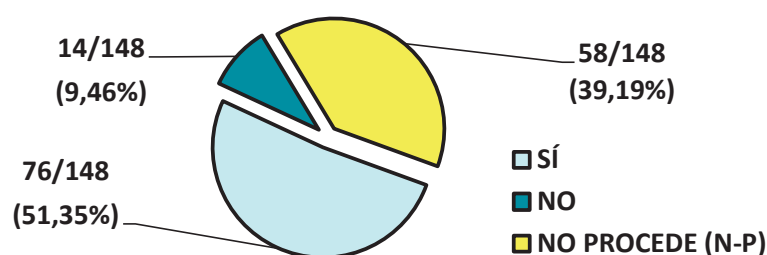
6. Evitar la profusión de noticias sobre un mismo caso:

La profusión de noticias sobre un mismo caso y su colocación en lugares altamente visibles son dos factores que, de acuerdo con la OMS, aumentan el riesgo de generar un efecto imitación. Por ejemplo, en un periódico es preferible ubicar una noticia sobre suicidios en lugares inferiores de las páginas interiores que hacerlo en la portada.

Debido a que este último aspecto no puede comprobarse en la hemeroteca de los medios digitales, solo se ha tenido en cuenta la profusión de noticias sobre un mismo suicidio. Se ha considerado como cobertura excesiva cuando hay tres o más noticias relacionadas con un caso. En estas situaciones, tan solo se contabiliza con «NO» una de las noticias, y para el resto de ellas «N-P».

Es decir, un 51,4% de las noticias cumplen la recomendación. Las 14 noticias (que representan el 9,5%) corresponden a 14 casos de suicidio distintos, de los que derivan otras 58 noticias (39,2%) que están relacionadas con alguno de esos casos:

Gráfico 9. Cumplimiento de la recomendación 6 (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Además, se observa que esos 14 casos sobre los que derivan más noticias son prácticamente los mismos en los cuatro medios analizados; se trata por tanto de suicidios que se han considerado muy noticiables en los cuatro medios.

Tabla 12. Cumplimiento de la recomendación 6 (N) en cada medio analizado

Cumplimiento recomendaciones OMS (6 N)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
25/34 (73,53%) [N-P = 7/34 (20,59%)]	24/56 (42,86%) [N-P = 28/56 (50%)]	3/13 (23,08%) [N-P = 7/13 (53,85%)]	24/45 (53,33%) [N-P = 16/45 (35,56%)]

Fuente: Elaboración propia

En esta recomendación los resultados de cada medio difieren bastante. Destaca especialmente *El Confidencial*, donde la recomendación solo se cumple en el 23,1% de noticias, muy por debajo de *El Mundo* (42,9%), *ABC* (53,3%) y *El País*, que es el diario que obtiene los mejores resultados con un 73,5%. No obstante, no hay que olvidar las limitaciones ya señaladas respecto a este diario.

También es llamativo que el 50% de las noticias analizadas en *El Mundo* derivan de unos pocos casos de suicidio. Más en concreto, el suicidio de un adolescente en relación a un supuesto caso de acoso escolar generó una enorme cantidad de noticias, y este es el motivo principal de que el porcentaje relativo a «N-P» sea tan elevado en este periódico.

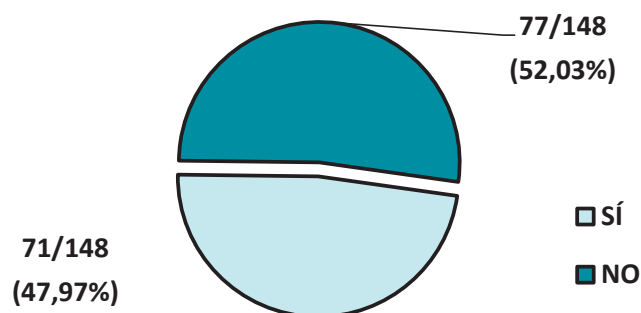
7. Prestar especial atención a los titulares:

Los titulares están diseñados para resumir todo el contenido de la noticia en unas pocas palabras y al mismo tiempo intentar atraer la atención del lector. Según la OMS, en el titular debe evitarse incluir el término «suicidio» (o palabras de la misma familia), el lugar y el método utilizado. Por ese motivo, la recomendación se ha dividido en los siguientes tres subapartados:

7.1. No incluir el término «suicidio» o palabras derivadas

Dentro de los factores negativos, esta es otra de las recomendaciones que menos se respetan. Se cumple aproximadamente en la mitad de las noticias (48%).

Gráfico 10. Cumplimiento de la recomendación 7.1. (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Algunos de los ejemplos encontrados de titulares que sí incluyen esta palabra (o derivadas) son:

El autor del tiroteo de Oregón se suicidó, según la autopsia (El Mundo, 3 de octubre de 2015).

Una madre lanza a sus dos hijas por la ventana y se suicida (El País, 10 de diciembre de 2015).

Esta es una de las recomendaciones en la que los resultados difieren más entre los medios: *El Confidencial* vuelve a situarse a la cola (23,1%), seguido por *ABC* (42,2%), *El Mundo* (50%) y *El País*, que de nuevo obtiene el mejor porcentaje con un 61,8%:

Tabla 13. Cumplimiento de la recomendación 7.1. (N) en cada medio analizado

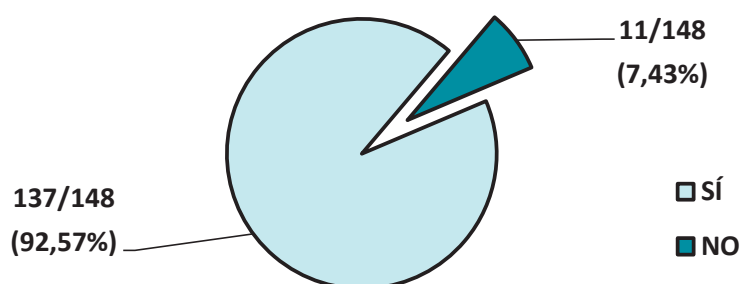
Cumplimiento recomendaciones OMS (7.1. N)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
21/34 (61,76%)	28/56 (50%)	3/13 (23,08%)	19/45 (42,22%)

Fuente: Elaboración propia

7.2. No incluir el lugar concreto

Tanto esta recomendación como la siguiente han obtenido porcentajes muy altos de cumplimiento: ambas superan el 90%. Se trata por tanto de dos aspectos que cuentan con poco margen de mejora. Analizando por separado cada medio de comunicación se observa que los resultados son muy parecidos y siempre por encima del 92% a excepción de *El Confidencial*, que se encuentra un poco por debajo, pero también con un buen porcentaje (76,9%).

Gráfico 11. Cumplimiento de la recomendación 7.2. (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Cumplimiento de la recomendación 7.2. (N) en cada medio analizado

Cumplimiento recomendaciones OMS (7.2. N)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
33/34 (97,06%)	52/56 (92,86%)	10/13 (76,92%)	42/45 (93,33%)

Fuente: Elaboración propia

Como se viene haciendo hasta ahora, a continuación se adjuntan ejemplos ilustrativos de noticias en las que la recomendación no se respeta:

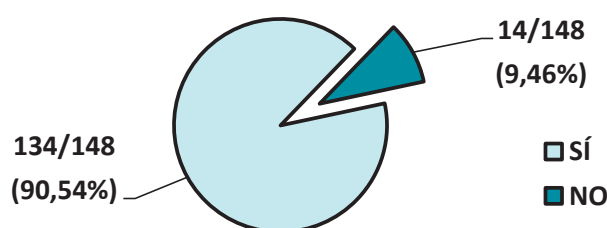
Un británico detenido por malos tratos se ahorca en un calabozo de Benidorm (El Mundo, 28 de octubre de 2015).

Un joven fallece al caer desde el puente de Miraflores en Bilbao (El Mundo, 1 de enero de 2016).

7.3. No incluir el método

Como se adelantaba en el punto anterior, el porcentaje de cumplimiento de esta recomendación también supera el 90%. Además, como se aprecia en la *Tabla 15*, apenas hay diferencias entre los resultados obtenidos en cada uno de los cuatro medios de comunicación analizados:

Gráfico 12. Cumplimiento de la recomendación 7.3. (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Cumplimiento de la recomendación 7.3. (N) en cada medio analizado

Cumplimiento recomendaciones OMS (7.3. N)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
31/34 (91,18%)	51/56 (91,07%)	11/13 (84,62%)	41/45 (91,11%)

Fuente: Elaboración propia

Algunos ejemplos en los que la recomendación se incumple son:

El asesino de Eva Blanco se ahorca en prisión (ABC, 29 de enero de 2016a).

Cathriona White se suicidó con pastillas prescritas a nombre de Jim Carrey (El Confidencial, 5 de octubre de 2015).

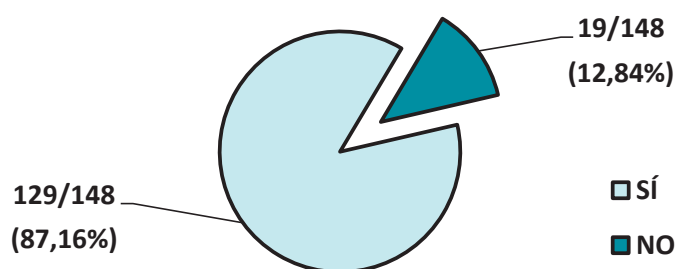
8. Extremar la precaución en el uso de imágenes, vídeos, etc.:

La OMS indica que, en general, no deberían utilizarse imágenes o vídeos que muestre la escena donde ha ocurrido un suicidio, especialmente en los casos en los que este material permita identificar el lugar exacto o el arma utilizada. También deberían evitarse las imágenes/vídeos de la persona ya fallecida. Si finalmente se decide utilizar una fotografía o vídeo, esta no tendría que publicarse con grandes dimensiones ni en lugares especialmente llamativos. Del mismo modo, tampoco se deben publicar las notas de suicidio o fragmentos de ellas.

8.1. No utilizar imágenes/vídeos que muestren a la persona fallecida, el lugar, el arma u otro contenido inadecuado

La recomendación obtiene muy buenos resultados, tanto en su cómputo general (87,2%), como en los cuatro medios analizados. Como se muestra en la *Tabla 16*, *El País* es quien tiene el porcentaje más bajo con un 79,4%, seguido por *ABC* (84,4%), *El Confidencial* (92,3%) y *El Mundo* (92,9%). Por lo tanto, también se trata de una recomendación con poco margen de mejora. No obstante, hay que señalar que en varios casos sí que se incluyen fotografías de la persona que se ha suicidado, pero esto no se ha considerado como negativo (a no ser que la persona en cuestión aparezca ya fallecida).

Gráfico 13. Cumplimiento de la recomendación 8.1. (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Cumplimiento de la recomendación 8.1. (N) en cada medio analizado

Cumplimiento recomendaciones OMS (8.1. N)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
27/34 (79,41%)	52/56 (92,86%)	12/13 (92,31%)	38/45 (84,44%)

Fuente: Elaboración propia

Por último, se adjuntan dos ejemplos muy claros que incumplen esta recomendación:

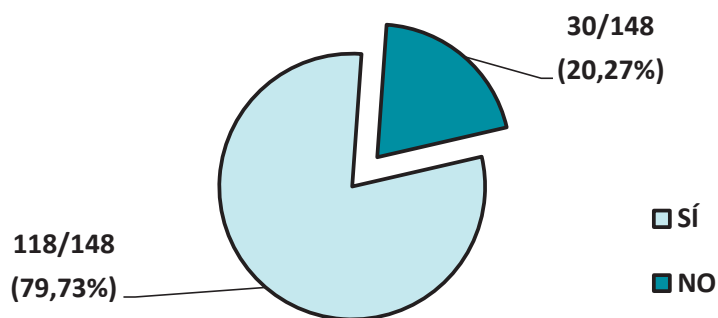


Fotografías relacionadas con el suicidio de Kurt Cobain (*El País*, 18 de marzo de 2016b)

8.2. No incluir la nota de suicidio (o fragmentos de ella)

En esta ocasión el porcentaje obtenido en el cómputo total de noticias analizadas vuelve a ser muy bueno y roza casi el 80%, tal y como se aprecia en el siguiente gráfico:

Gráfico 14. Cumplimiento de la recomendación 8.2. (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Los porcentajes de *El País*, *El Confidencial* y *ABC* están por encima de la media, superando siempre el 84% de cumplimiento. El diario *El Mundo* obtiene aquí el peor resultado (71,4%) debido al alto número de noticias publicadas en este medio sobre el suicidio de un adolescente en Madrid supuestamente relacionado con un caso de acoso escolar, tal y como se comentó en la recomendación número seis. En la mayor parte de esas noticias se publicaba también la carta de suicidio de ese niño (o fragmentos de ella), de ahí que el porcentaje de *El Mundo* esté por debajo de la media.

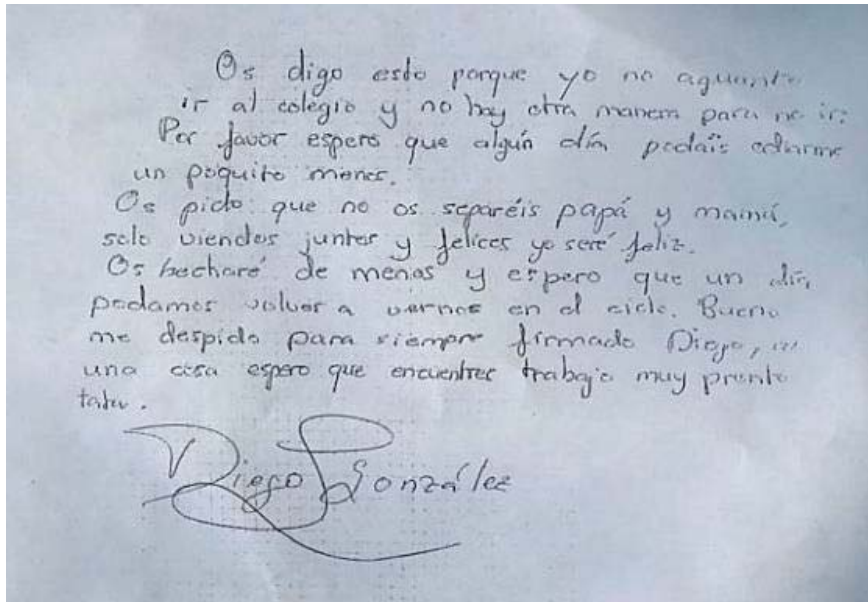
Tabla 17. Cumplimiento de la recomendación 8.2. (N) en cada medio analizado

Cumplimiento recomendaciones OMS (8.2. N)			
<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>
29/34 (85,29%)	40/56 (71,42%)	11/13 (84,62%)	38/45 (84,44%)

Fuente: Elaboración propia

Los ejemplos seleccionados para ilustrar el incumplimiento de esta recomendación son los siguientes:

"Ya no estaré cerca cuando leáis esta carta. No os enfadéis conmigo". Así empezaba la nota de suicidio de Rohith Vemula. "No causéis problemas a mis amigos ni a mis enemigos después de que me haya ido". Así terminaba (El Mundo, 26 de enero de 2016).



Un fragmento de la nota de suicidio de Diego González (*El País*, 21 de enero de 2016)

Una de las citas extraídas de esta carta que más se incluye en las noticias analizadas es: «Os digo esto porque yo no aguanto ir al colegio y no hay otra manera para no ir». Por lo tanto, a falta de una explicación en la noticia, no solo se está incumpliendo la recomendación 8.2., sino que también se está presentando el suicidio como una salida.

9. Tener especial cuidado en los suicidios de personas famosas:

El suicidio de una persona famosa es más susceptible de generar un interés público y consecuentemente convertirse en noticia. Sin embargo, los suicidios de este tipo de personas tienen más posibilidades de provocar un efecto imitación en individuos vulnerables. Una persona famosa es una fuente de admiración para muchas otras y, por ese motivo, sus comportamientos pueden llegar a ser vistos como un modelo a seguir.

Por lo tanto, hay que extremar el cuidado en estas noticias, especialmente en una doble vertiente: no se debe presentar el suicidio como algo glamuroso o digno de elogio y tampoco deben hacerse especulaciones al respecto en el caso de que alguna circunstancia alrededor de la muerte aún no se haya aclarado.

Para el análisis se han considerado como personas famosas a deportistas, cantantes, cocineros profesionales, actores, etc. Es decir, aquellos individuos que podrían ser más susceptibles de generar un efecto de imitación en individuos vulnerables de acuerdo a lo visto en el marco teórico.

La *Tabla 18* muestra el número de noticias sobre personas famosas incluidas en la muestra de análisis:

Tabla 18. Número de noticias incluidas sobre personas famosas

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Confidencial</i>	<i>ABC</i>	Total
Nº total de noticias	34	56	13	45	148
Nº noticias sobre famosos	9 (26,5%)	13 (23,2%)	10 (76,9%)	12 (26,7%)	44 (29,7%)

Fuente: Elaboración propia

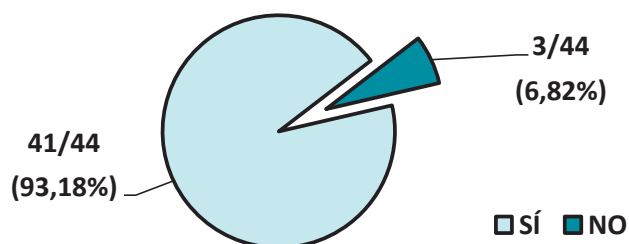
El porcentaje es muy parecido en todos los medios a excepción de *El Confidencial* (que prácticamente triplica el de los demás). Como se ha indicado a lo largo del análisis, esto supone una cierta limitación a los resultados obtenidos en este periódico dado que lo ideal sería que el porcentaje de noticias sobre famosos fuese lo más similar posible, como ocurre entre *El País*, *El Mundo* y *ABC*.

9.1. No presentar la muerte como algo glamuroso o digno de elogio

Como se observa en el *Gráfico 15*, esta es la recomendación que ha obtenido el porcentaje de cumplimiento más alto (93,2%); tan solo se han encontrado tres noticias que presentan el suicidio en cuestión como algo positivo o glamuroso (*Gráfico 15*). A continuación se ofrece uno de esos ejemplos:

Hubo un tiempo en que Yukio Mishima renegó de sí mismo, de sus sentimientos y de su concepción de la belleza y del amor. Y cuando dejó de hacerlo, se hizo grande [...] Cuando se liberó fue feliz (El País, 1 de diciembre de 2015).

Gráfico 15. Cumplimiento de la recomendación 9.1. (N) en los medios analizados

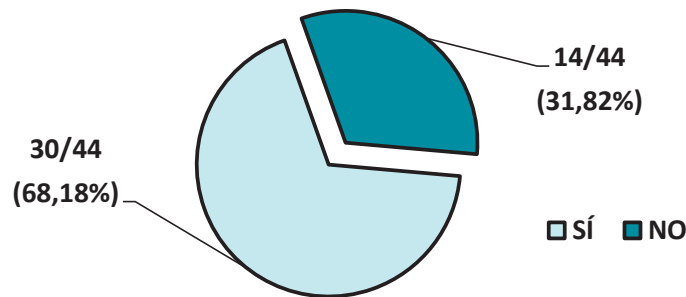


Fuente: Elaboración propia

9.2. No hacer especulaciones respecto a ese caso de suicidio

La recomendación se cumple en el 68,2% de los casos analizados, por lo que el resultado, a pesar de no ser malo, sí que es mejorable.

Gráfico 16. Cumplimiento de la recomendación 9.2. (N) en los medios analizados



Fuente: Elaboración propia

Hay que señalar que bastantes de estas noticias en las que se hacen especulaciones o afirmaciones sin fundamento están relacionadas con el suicidio de la exnovia del actor Jim Carrey, un tema tratado por los cuatro medios de comunicación analizados.

Cat habló por teléfono con su madre natural, quien la calificó de "fracasada" por haber roto su relación con Jim Carrey, lo cual pudo afectar profundamente la fragilidad mental de la joven, que por todos los indicios estaba enamorada del actor canadiense (El Mundo, 9 de octubre de 2015).

Cathriona era miembro de la Cienciología. Jim Carrey dejó la relación con la fallecida un día antes de su suicidio. Hasta el momento todo son hipótesis (El Confidencial, 7 de octubre de 2015).

Una vez revisadas las recomendaciones incluidas en la tabla de análisis, la Tabla 19 muestra detalladamente el porcentaje en el que se cumple cada una de ellas:

- La columna «Total» refleja el porcentaje en el que se cumple cada una de las recomendaciones en el total de noticias analizadas. Es importante recordar que las cifras de esta columna no se corresponden con la media aritmética de los resultados obtenidos en cada uno de los medios analizados, dado que la muestra no incluye el mismo número de noticias de cada medio.

- Columna «Total recomendación»: En las recomendaciones que a su vez han sido divididas en otras (X.1., X.2., etc.), se ha realizado la media aritmética de estas subdivisiones para así asignarle un solo porcentaje identificativo a cada recomendación. Al igual que antes, las cifras de esta columna no se corresponden con la media aritmética de los resultados obtenidos en cada uno de los medios analizados por separado, sino con la del total de noticias analizadas (número distinto en cada medio).

- Celda «% medio de cumplimiento»: Calculado con la media aritmética de los porcentajes obtenidos en la columna «Total recomendación». Representa el porcentaje medio de cumplimiento de las recomendaciones de la OMS en las noticias analizadas.

- Celdas «% de cada medio»: Operando de la manera detallada hasta ahora, se ha calculado el porcentaje medio de cumplimiento en cada medio analizado.

Para calcular los cinco porcentajes totales que se han obtenido (uno por cada medio analizado y el general) se ha considerado que cada una de las once recomendaciones incluidas en la tabla tiene la misma importancia (media aritmética).

A la vista de los datos obtenidos y expresados en la *Tabla 19*, puede afirmarse que:

Factores positivos. El primer dato a destacar es la diferencia en el cumplimiento de los factores negativos (74,13%) y los positivos (3,89%). Ninguna de las noticias analizadas proporciona información sobre dónde conseguir ayuda, y apenas se aprovecha la oportunidad para informar al público sobre el suicidio, ya sea incluyendo opiniones de expertos u aportando otro tipo de información relevante al respecto.

Factores negativos. Su porcentaje de cumplimiento es mucho mayor si bien es cierto que existen diferencias significativas entre algunas recomendaciones, tal y como se ha explicado a lo largo del análisis.

Medios de comunicación. No existen grandes diferencias entre ellos a la hora de seguir las recomendaciones de la OMS. Su porcentaje medio de cumplimiento en las once recomendaciones analizadas es similar:

- *El País*: **63,41%**

- *El Confidencial*: **55,88%**

- *El Mundo*: **59,88%**

- *ABC*: **63,26%**

Además, las cuatro cifras son muy cercanas al porcentaje medio total obtenido: **61,36%**.

Tabla 19. Porcentaje de casos (total y por medios) en los que se cumplen las recomendaciones de la OMS

Porcentaje de casos en los que se cumple la recomendación								
Recomendaciones OMS		El País	El Mundo	El Confidencial	ABC	TOTAL	Total recomendación*	
Factores positivos (P)							% Medio (P) [2] = 3,89%	↓
1	1.1.	8,82%	10,71%	7,69%	0,00%	6,76%	7,77%	
	1.2.	11,73%	8,93%	23,08%	2,22%	8,78%		
2		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
Factores negativos (N)							% Medio (N) [9] = 74,13%	↓
1		79,41%	73,21%	38,46%	88,89%	76,35%	76,35%	
2	2.1.	26,47%	32,14%	15,38%	31,11%	29,05%	52,37%	
	2.2.	79,41%	76,79%	61,54%	75,56%	75,68%		
3		70,59%	83,93%	69,23%	73,33%	76,35%	76,35%	
4		76,47%	76,79%	100,00%	95,56%	84,46%	84,46%	
5		85,29%	76,79%	100,00%	91,11%	85,14%	85,14%	
6		73,53%	42,86%	23,08%	53,33%	51,35%	51,35%	
7	7.1.	61,76%	50,00%	23,08%	42,22%	47,97%		
	7.2.	97,06%	92,86%	76,92%	93,33%	92,57%	77,03%	
	7.3.	91,18%	91,07%	84,62%	91,11%	90,54%		
8	8.1.	79,41%	92,86%	92,31%	84,44%	87,16%	83,45%	
	8.2.	85,29%	71,42%	84,62%	84,44%	79,73%		
9	9.1.	77,78%	92,31%	100,00%	100,00%	93,18%	80,68%	
	9.2.	88,90%	69,23%	60,00%	58,33%	68,18%		
% de cada medio →		63,41%	59,88%	55,88%	63,26%		61,36%	
% MEDIO DE CUMPLIMIENTO								

* En las recomendaciones que han sido divididas en varias (X.1., X.2., etc.), se ha realizado la media aritmética de esas subdivisiones para así asignarle un solo porcentaje a cada recomendación.

Centrándose en cada recomendación por separado, los resultados de los cuatro medios analizados también son bastante parecidos en la mayoría de ellas, con algunas pocas excepciones que se han ido señalando a lo largo de esta parte del trabajo. Donde se observan más diferencias es en el caso de *El Confidencial*, pero lo más probable es que esto sea debido a que la muestra de noticias analizada es inferior a las demás (se analizan 13 textos, un 9% del total).

2- RESULTADOS EN LAS NOTICIAS SOBRE PERSONAS FAMOSAS

Se han analizado **44** noticias sobre personas famosas, un **29,7%** del total de la muestra. Recordamos que se han considerado como personas famosas a deportistas, cantantes, cocineros profesionales, actores, etc. Es decir, aquellos individuos que generan un interés público y que podrían ser más susceptibles de provocar un efecto de imitación de acuerdo a lo visto en el marco teórico.

La *Tabla 20* muestra una comparación entre el cumplimiento general de cada una de las recomendaciones y el cumplimiento específico que presentan las noticias sobre personas famosas para comprobar así si existe alguna diferencia significativa.

En este caso no se ha hecho distinción entre los medios de comunicación analizados debido a que a cada uno le correspondería un número muy bajo de este tipo de noticias y, por consiguiente, los resultados podrían no reflejar la realidad o estar distorsionados a causa de ese bajo número.

No se incluye la recomendación número nueve (9.1. y 9.2.) debido a que es exclusiva para las noticias sobre personas famosas.

Como se aprecia en la tabla, en la mayoría de los casos las diferencias no son excesivamente grandes. Sin embargo, destacan los resultados obtenidos en la recomendación número 1.1. (N), donde hay una diferencia de casi 22 puntos. En el cómputo total de noticias, esta recomendación se cumple en el 76,35% de los casos, mientras que en los textos sobre personas famosas el porcentaje baja hasta el 54,55%.

Por consiguiente, puede afirmarse que en este tipo de noticias se tiende a utilizar bastante más a menudo un lenguaje sensacionalista o términos inapropiados.

Tabla 20. Cumplimiento general vs. cumplimiento en noticias sobre famosos

RECOMENDACIÓN	% DE CUMPLIMIENTO	
	<u>Noticias sobre famosos</u>	<u>Total de noticias analizadas</u>
1.1. (P)	4,55%	6,76%
1.2. (P)	4,55%	8,78%
2.1. (P)	0%	0%
1.1. (N)	54,55%	76,35%
2.1. (N)	20,45%	29,05%
2.2. (N)	72,73%	75,68%
3.1. (N)	86,36%	76,35%
4.1. (N)	93,18%	84,46%
5.1. (N)	84,09%	85,14%
6.1. (N)	56,82%	51,35%
7.1. (N)	52,27%	47,97%
7.2. (N)	88,64%	92,57%
7.3. (N)	88,64%	90,54%
8.1. (N)	90,91%	87,16%
8.2. (N)	81,82%	79,73%

Fuente: Elaboración propia

V - CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

Las conclusiones más destacadas de este estudio son las siguientes:

1) El porcentaje medio de cumplimiento de las recomendaciones establecidas en la tabla de análisis (basadas en el documento publicado por la OMS en el año 2008) para el total de noticias analizadas (148) y procedentes de los cuatro diarios digitales más leídos en España (*El País*, *El Mundo*, *El Confidencial* y *ABC*) es del **61,36%**.

Por lo tanto, la **hipótesis 1** queda refutada, dado que este porcentaje de cumplimiento es mayor del que se esperaba encontrar: «Los medios analizados no respetan, en general, las recomendaciones establecidas por la OMS sobre cómo informar de suicidios».

Sin embargo, la **hipótesis 2** se confirma: «Ninguna de las noticias analizadas cumple todas las recomendaciones indicadas por la OMS».

2) Hay una gran diferencia entre el porcentaje de cumplimiento de las recomendaciones catalogadas como «factores positivos» (3,89%) y los denominados «factores negativos» (74,13%).

En los factores positivos se han incluido las recomendaciones referidas a lo que sí debería hacerse: proporcionar la opinión de expertos, aprovechar la ocasión para educar al público sobre el suicidio, etc.

Por otra parte, los factores negativos hacen referencia a los comportamientos que deberían evitarse: no atribuir el suicidio a una sola causa, no incluir imágenes del arma utilizada o del lugar concreto donde ha ocurrido el suicidio, etc.

3) Dentro de los factores positivos, ninguna de las recomendaciones se cumple en más del 9% del total de noticias. Casi nunca se proporciona la opinión de expertos (6,76%) y nunca se incluyen teléfonos, enlaces u otra forma de contacto a organizaciones relacionadas con el suicidio y su prevención, psicólogos, etc.

Esto llama la atención porque en los medios digitales no se pueden alegar razones de falta de espacio para no incluir enlaces a otros artículos o webs especializadas donde se ofrezca una mirada en profundidad del tema.

4) Respecto a los factores negativos, hay ciertas recomendaciones que presentan un porcentaje de cumplimiento muy superior a otras.

Por ejemplo, algunas de las recomendaciones que se cumplen en más del 75% de noticias analizadas son: no incluir en el titular el método (90,54%) o el lugar concreto en el que ha tenido lugar el suicidio (92,57%), no presentar el suicidio como una salida/solución a los problemas (84,46%) o no incluir la nota de suicidio ni fragmentos de ella (79,73%).

Tampoco suele atribuirse el suicidio a un solo problema concreto (85,14%), pero esto no implica que se expliquen las causas de ese suicidio; tan solo que no se relaciona con una sola causa concreta, ya sea porque se expliquen otras o porque no se mencione ninguna. De hecho, esto último es lo más frecuente: no suele hablarse sobre las causas.

Por otra parte, los siguientes ejemplos se cumplen en menos del 50% de las noticias: no incluir la palabra «suicidio» o sus derivadas en el titular (47,97%) o no mencionar en toda la noticia el método con el que se cometió el suicidio (29,05%).

A la vista de todo esto, la **hipótesis 3** también se confirma: «Teniendo en cuenta el cómputo total de noticias analizadas, hay algunas recomendaciones que se respetan mucho más que otras».

5) No existen grandes diferencias entre los medios analizados a la hora de seguir las recomendaciones de la OMS. Su porcentaje medio de cumplimiento es muy similar:

- | | |
|-----------------------------------|--|
| • <i>El País</i> : 63,41% | • <i>El Confidencial</i> : 55,88% |
| • <i>El Mundo</i> : 59,88% | • <i>ABC</i> : 63,26% |

Centrándose en cada recomendación por separado, los resultados también son parecidos en muchas de ellas. Donde se observan más variaciones es en el caso de *El Confidencial*, pero lo más probable es que esto se deba a que la muestra de noticias analizada es inferior respecto a la del resto de medios (se analizan 13 noticias, un 9% del total).

Por consiguiente, la **hipótesis 4** también queda confirmada: «No existen diferencias significativas entre los medios analizados a la hora de tener en cuenta estas recomendaciones. Factores como, por ejemplo, una línea editorial distinta resultan independientes a la hora de abordar este tipo de sucesos».

6) Respecto a las noticias sobre suicidios de personas famosas, se ha comparado el cumplimiento general de cada una de las recomendaciones con el cumplimiento específico que presenta este tipo de noticias para comprobar si difieren.

No se observan diferencias significativas a excepción de la recomendación referida a evitar un lenguaje sensacionalista o términos inadecuados que puedan transmitir una idea equivocada del suicidio. En el cómputo total de noticias, esta recomendación se cumple en el 76,35% de los casos, mientras que en los textos sobre personas famosas el porcentaje baja hasta el 54,55% (una diferencia de casi 22 puntos). Por lo tanto, puede afirmarse que en este tipo de noticias se tiende a utilizar más un lenguaje sensacionalista o términos inapropiados.

En cuanto a las **limitaciones** del estudio, hay que tener en cuenta que el número de noticias incluidas de *El Confidencial* es bastante bajo en comparación con los otros medios analizados. Además, un porcentaje muy elevado de las noticias incluidas en este diario son sobre personas famosas y, como se ha visto, esto también es una de las razones por las que los resultados de este periódico digital difieren ligeramente respecto a los demás.

Respecto a **futuras líneas de investigación** relacionadas con el tema de este trabajo, se podría analizar una muestra más amplia de medios (incluyendo también televisiones o radios) tanto públicas como privadas para detectar tendencias y diferencias entre ellos.

También sería interesante comprobar a través de encuestas qué porcentaje de periodistas en España conoce que existe una serie de recomendaciones sobre cómo se debería informar de un suicidio, así como los motivos por los que estas son necesarias. Quizá una de las causas de que el grado de cumplimiento no sea más alto sea que existe un desconocimiento respecto a este tema por parte de los propios profesionales de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Alexa. (2016). Top sites: Top sites in Spain. Recuperado el 15 de marzo de 2016 de:
<http://www.alexacom/topsites/countries/ES>
- Bandura, A. (1996). Teoría social cognitiva de la comunicación de masas. En Bryant, J. y Zillmann, D. (Eds.), *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías* (pp. 89-126). Barcelona, España: Paidós.
- Bobes García, J., González Seijo, J. C. y Sáiz Martínez, P. A. (1997). *Prevención de las conductas suicidas y parasuicidas*. Barcelona, España: Masson.
- Brown, J. D. y Walsh-Childers, K. (1996). Efectos de los media sobre la salud personal y pública. En Bryant, J. y Zillmann, D. (Eds.), *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías* (pp. 517-554). Barcelona, España: Paidós.
- Cano Domínguez, P., Pena Andreu, J. M. y Ruiz Ruiz, M. (2011). Las conductas suicidas. *Medynet.com*. Recuperado de:
<http://www.medynet.com/usuarios/jraguilar/Manual%20de%20urgencias%20y%20Emergencias/suicidas.pdf>
- Consejo de Europa. (1993). *Código Europeo de Deontología de la Profesión Periodística*. Recuperado de:
<http://www.xornalistas.com/imxd/noticias/doc/1229538997codigoeuropeo.pdf>
- Dirección General de Tráfico [DGT]. (2014). España asciende al quinto puesto de la UE en tasa de fallecidos por accidente de tráfico. Recuperado el 3 de marzo de 2016 de:
<http://www.dgt.es/es/prensa/notas-de-prensa/2014/20140626-Espania-asciende-al-quinto-puesto-de-la-UE-en-tasa-de-fallecidos-por-accidente-de-trafico-.shtml>
- El Mundo. (Sin fecha). *Libro de estilo del diario El Mundo*. Recuperado de:
http://www.masmenos.es/wp-content/uploads/2002/01/librodeestilo_elmundo.pdf
- El País. (2003). *Libro de estilo El País*. Madrid, España: El País, D.L.
- Federación de Asociaciones de Periodistas de España [FAPE]. (1993). Código Deontológico. Recuperado de: <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>

- Gould, M. (2001). Suicide and the Media. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 932(1), 200-224. DOI: 10.1111/j.1749-6632.2001.tb05807.x
- Gould, M., Jamieson, P., y Romer, D. (2003). Media contagion and suicide among the young. *American Behavioral Scientist*, 46(9), 1269-1284. DOI: 10.1177/0002764202250670
- Hawton, K. y Williams, K. (2002). Influences of the media on suicide. *The BMJ*, 325(7377), 1374-1375. DOI: 10.1136/bmj.325.7377.1374
- Herrera Ramírez, R., Ures Villar, M. B., y Martínez Jambrina, J. J. (2015). El tratamiento del suicidio en la prensa española: ¿efecto Werther o efecto Papageno? *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 35(125), 123-134. DOI: 10.4321/S0211-57352015000100009
- Instituto Nacional de Estadística [INE]. (2015). *Defunciones según la causa de muerte. Año 2013*. Recuperado de: <http://www.ine.es/prensa/np896.pdf>
- Jo, E. y Berkowitz, L. (1996). Análisis del efecto priming sobre la influencia de los medios: una puesta al día. En Bryant, J. y Zillmann, D. (Eds.), *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías* (pp. 67-88). Barcelona, España: Paidós.
- Niederkrötenhaler, T., Voracek, M., Herberth, A., Till, B., Strauss, M., Etzersdorfer, E., Einsenwort, B. y Sonneck, G. (2010). Role of media reports in completed and prevented suicide: Werther v. Papageno effects. *The British Journal of Psychiatry*, 197(3), 234-243. DOI: 10.1192/bjp.bp.109.074633
- Olmo López, A., y García Fernández, D. (2014). El tratamiento de las noticias sobre suicidios. Una aproximación a su reflejo en los medios de comunicación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), 1149-1163. DOI: 10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47056
- Olmo López, A., y García Fernández, D. (2015). Suicidio y libertad de información: entre la relevancia pública y la responsabilidad. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (38), 35-57.
- Organización Mundial de la Salud [OMS]. (Sin fecha). SUPRE Prevention of suicidal behaviours: a task for all. Recuperado el 24 de febrero de 2016 de: http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/information/en/

- Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2003). *Informe mundial sobre la violencia y la salud*. Recuperado de:
http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/112670/1/9275315884_spa.pdf
- Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2008). *Preventing Suicide. A Resource for Media Professionals*. Recuperado de:
http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/resource_media.pdf
- Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2012). *Is responsible and deglamourized media reporting effective in reducing deaths from suicide, suicide attempts and acts of self-harm?* Recuperado de:
http://www.who.int/mental_health/mhgap/evidence/resource/suicide_q9.pdf
- Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2014). *Prevención del suicidio. Un imperativo global*. Recuperado de:
http://www.who.int/mental_health/suicide-prevention/world_report_2014/es/
- Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2015a). Centro de prensa: Suicidio (Nota descriptiva nº 398). Recuperado el 26 de enero de 2016 de:
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs398/es/>
- Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2015b). ¿Cómo se puede prevenir el suicidio? Recuperado el 12 de febrero de 2016 de:
<http://www.who.int/features/qa/24/es/>
- Pérez Barrero, S. A., Guerra Plaza, J. y Haranburu Oiharbide, M. (2014). *Prevención del suicidio: consideraciones para la sociedad y técnicas para emergencias*. Bilbao, España: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Sociolinguistic Studies*, 3(1), 1-42. Recuperado de:
https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingusticaUVigo.pdf
- Pirkis, J., y Blood, W. (2010). Suicide and the news and information media. A critical Review. *Mindframe National Media Initiative*. Recuperado de:
http://www.mindframe-media.info/__data/assets/pdf_file/0016/5164/Pirkis-and-Blood-2010,-Suicide-and-the-news-and-information-media.pdf

- Radio Televisión Española [RTVE]. (2010). Manual de estilo de RTVE. Directrices para los profesionales. Recuperado de: <http://manualdeestilo.rtve.es/>
- Real Academia Española [RAE]. (2014). Definición de «suicidio». *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.) Recuperado el 23 de enero de 2016 de: <http://dle.rae.es/?id=YfnPoSq>
- Robledo Acinas, M. M., Koutsourais, I., López-Cerón, A., Serrano, M., Villareal, J., y Martín, D. (2015). Estudio médico legal del suicidio en España en el periodo 2000-2012. *Derechoycambiosocial.com*. Recuperado de: http://www.derechoycambiosocial.com/revista039/ESTUDIO_MEDICO_LEGAL_DEL_SUICIDIO_EN_ESPANA.pdf
- Robles Sánchez, J. I., Acinas Acinas, M. P. y Pérez-Íñigo Gancedo, J. L. (2013). *Estrategias de intervención psicológica en la conducta suicida*. Madrid, España: Síntesis.
- Sisask, M., y Värnik, A. (2012). Media roles in suicide prevention: a systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 9(1), 123-138. DOI:10.3390/ijerph9010123
- Stack, S. (2003). Media coverage as a risk factor in suicide. *Journal of epidemiology and community health*, 57(4), 238-240. Recuperado de: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1732435/pdf/v057p00238.pdf>
- Supreme Project. (Sin fecha). *Report on mapping of media based suicide preventive interventions*. Recuperado de: http://www.supreme-project.org/deliverables/mapping_media_based_int.pdf
- Urzúa Aracena, M. (2003). Suicidio, intimidad e información. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 26, 351-358. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN0303110351A/19403>
- Vicente Muelas, N. y Ochoa Mangado, E. (2007). Consideraciones sobre el suicidio: Una perspectiva histórica. *Psiquiatría.com*, 11(3). Recuperado de: <http://www.psiquiatría.com/revistas/index.php/psiquiatricom/article/viewFile/235/220/>
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona, España: Paidós.

REFERENCIAS DE LAS NOTICIAS CITADAS

A continuación se referencian todas las noticias de las que se han extraído los ejemplos incluidos en la parte de análisis del trabajo:

ABC. (14 de octubre de 2015). Una mujer se suicida después de que su marido le quitase el móvil por estar enganchada a Facebook y WhatsApp. *Abc.es*. Recuperado el 11 de mayo de 2016 de:

<http://www.abc.es/internacional/20151014/abci-facebook-suicidio-india-201510141310.html>

ABC. (19 de octubre de 2015). Paul Kammerer: el oscuro suicidio del «sucesor» de Darwin. *Abc.es*. Recuperado el 11 de mayo de 2016 de:

<http://www.abc.es/20120416/archivo-historia-abc/abci-kammerer-sapo-partero-201204131617.html>

ABC. (6 de noviembre de 2015). El líder nazi del Ku Klux Klan que se voló la cabeza cuando se supo que era judío. *Abc.es*. Recuperado el 11 de mayo de 2016 de:

http://www.abc.es/historia/abci-lider-nazi-klux-klan-volo-cabeza-cuando-supos-judio-201511060250_noticia.html

ABC. (27 de noviembre de 2015). Vendida la mansión de Miami donde se suicidó el Dr. Brandt, el «barón del botox». *Abc.es*. Recuperado el 11 de mayo de 2016 de:

http://www.abc.es/estilo/gente/abci-vendida-mansion-miami-donde-suicido-brandt-baron-botox-201511271546_noticia.html

ABC. (29 de enero de 2016a). El asesino de Eva Blanco se ahorca en prisión. *Abc.es*. Recuperado el 11 de mayo de 2016 de:

http://www.abc.es/espana/madrid/abci-presunto-asesino-blanco-aparece-ahorcado-celda-201601291043_noticia.html

El Confidencial. (1 de octubre de 2015). Las 10 claves del suicidio de Cathriona White, novia de Jim Carrey. *Elconfidencial.com*. Recuperado el 9 de mayo de 2016 de:

http://www.vanitatis.elconfidencial.com/celebrities/2015-10-01/las-10-claves-del-caso-del-suicidio-de-cathriona-white-novia-de-jim-carrey_1044538/

El Confidencial. (5 de octubre de 2015). Cathriona White se suicidó con pastillas prescritas a nombre de Jim Carrey. *Elconfidencial.com*. Recuperado el 9 de mayo de 2016 de:

<http://www.vanitatis.elconfidencial.com/celebrities/2015-10->

05/cathriona-white-se-suicidio-con-pastillas-prescritas-a-nombre-del-actor-jim-carrey_1048260/

El Confidencial. (7 de octubre de 2015). Cathriona White, novia de Jim Carrey, ya intentó suicidarse tras la muerte de su padre. *Elconfidencial.com*. Recuperado el 9 de mayo de 2016 de: http://www.vanitatis.elconfidencial.com/celebrities/2015-10-07/cathriona-white-novia-de-jim-carrey-ya-intento-suicidarse-tras-la-muerte-de-su-padre_1051505/

El Confidencial. (29 de enero de 2016). Aparece ahorcado en su celda el presunto asesino de la joven Eva Blanco. *Elconfidencial.com*. Recuperado el 9 de mayo de 2016 de: http://www.elconfidencial.com/espana/2016-01-29/asesino-eva-blanco-ahorcado-carcel-ahmed-chelh_1143343/

El Mundo. (3 de octubre de 2015). El autor del tiroteo de Oregón se suicidó, según la autopsia. *Elmundo.es*. Recuperado el 5 de mayo de 2016 de: <http://www.elmundo.es/internacional/2015/10/03/56102bd146163fad028b4598.html>

El Mundo. (6 de octubre de 2015). La ex novia de Jim Carrey estaba casada con otro hombre cuando se suicidó. *Elmundo.es*. Recuperado el 5 de mayo de 2016 de: <http://www.elmundo.es/loc/2015/10/06/56138a67ca4741c27d8b457f.html>

El Mundo. (9 de octubre de 2015). La ex novia de Jim Carrey será enterrada este sábado ante la presencia del actor. *Elmundo.es*. Recuperado el 5 de mayo de 2016 de: <http://www.elmundo.es/loc/2015/10/09/5617e47b268e3e090a8b4576.html>

El Mundo. (21 de octubre de 2015a). El adiós de Carla, Jokin, Aránzazu... *Elmundo.es*. Recuperado el 5 de mayo de 2016 de: <http://www.elmundo.es/sociedad/2015/10/21/56268b0f46163fa1198b45a9.html>

El Mundo. (21 de octubre de 2015b). Investigan si hubo acoso en el suicidio de un niño de 11 años. *Elmundo.es*. Recuperado el 5 de mayo de 2016 de: <http://www.elmundo.es/sociedad/2015/10/21/5626bc8346163fb9188b45e8.html>

El Mundo. (28 de octubre de 2015). Un británico detenido por malos tratos se ahorca en un calabozo de Benidorm. *Elmundo.es*. Recuperado el 5 de mayo de 2016 de: <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/10/28/5630f1ce22601d5d3d8b457f.html>

- El Mundo. (1 de enero de 2016). Un joven fallece al caer desde el puente de Miraflores en Bilbao. *Elmundo.es*. Recuperado el 5 de mayo de 2016 de:
<http://www.elmundo.es/pais-vasco/2016/01/01/56865d58e2704e7d338b45b1.html>
- El Mundo. (18 de enero de 2016). Un refugiado se suicida en Holanda al no poder regresar a su país. *Elmundo.es*. Recuperado el 5 de mayo de 2016 de:
<http://www.elmundo.es/internacional/2016/01/18/569d346646163f10788b462c.html>
- El Mundo. (26 de enero de 2016). La India se levanta por el suicidio de un joven universitario 'intocable'. *Elmundo.es*. Recuperado el 5 de mayo de 2016 de:
<http://www.elmundo.es/sociedad/2016/01/26/56a773e1e2704e54468b45f9.html>
- El Mundo. (11 de febrero de 2016). La aparejadora del AVE que saltó al vacío con sus dos hijas. *Elmundo.es*. Recuperado el 5 de mayo de 2016 de:
<http://www.elmundo.es/cronica/2015/12/13/566c071922601dcc038b4644.html>
- El País. (1 de diciembre de 2015). La voz de Yukio Mishima prelude su arte y su muerte. *Elpaís.com*. Recuperado el 3 de mayo de 2016 de:
http://cultura.elpais.com/cultura/2015/11/30/actualidad/1448907618_436218.html
- El País. (8 de diciembre de 2015). Fundó Victoria's Secret, se arruinó y se quitó la vida. *Elpaís.com*. Recuperado el 3 de mayo de 2016 de:
http://elpais.com/elpais/2015/12/07/icon/1449490097_906161.html
- El País. (10 de diciembre de 2015). Una madre lanza a sus dos hijas por la ventana y se suicida. *Elpaís.com*. Recuperado el 3 de mayo de 2016 de:
http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/12/10/catalunya/1449744498_411751.html
- El País. (21 de enero de 2016). *Carta de despedida de Diego* [Imagen]. Recuperado el 3 de mayo de 2016 de:
http://politica.elpais.com/politica/2016/01/20/actualidad/1453319134_091881.html
- El País. (27 de enero de 2016). Francesca Woodman, el riesgo de ser una artista. *Elpaís.com*. Recuperado el 3 de mayo de 2016 de:
http://cultura.elpais.com/cultura/2016/01/22/babelia/1453475483_302876.html
- El País. (6 de febrero de 2016). Ícaros de los fogones. *Elpaís.com*. Recuperado el 3 de mayo de 2016 de:
http://elpais.com/elpais/2016/02/04/estilo/1454603640_178948.html

El País. (18 de marzo de 2016a). Kurt Cobain se suicidó con esta escopeta. *Elpaís.com*.

Recuperado el 3 de mayo de 2016 de:

http://elpais.com/elpais/2016/03/18/estilo/1458299624_692756.html

El País. (18 de marzo de 2016b). *Escopeta con la que se suicidó Kurt Cobain y Escena donde ocurrió el suceso* [Imágenes]. Recuperado el 3 de mayo de 2016 de:

http://elpais.com/elpais/2016/03/18/estilo/1458299624_692756.html