



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**La influencia de la comunicación en la
prevención del suicidio: un análisis de
medios nativos digitales**

Marcos Ramallo Sebastián

Tutora: Cristina Renedo Farpón

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de
América y Periodismo**

Curso: 2023-24

Resumen

Esta investigación se centra en examinar la cobertura mediática del suicidio durante los últimos años (2020-2024) en tres de los diarios nativos digitales más leídos según los últimos estudios de audiencia: *elDiario.es*, *El Confidencial* y *Okdiario*. El estudio analiza un total de 197 noticias en base a diferentes manuales de buenas prácticas en el tratamiento mediático del suicidio publicado por entidades como la OMS, UNICEF o el Ministerio de Sanidad. Además, este análisis de contenido se ha complementado con entrevistas en profundidad a expertos en salud mental y comunicación, para ofrecer una visión más completa de la cobertura en cuestión. La investigación revela que, pese a haber un aumento en el número de noticias que hablan del tema, aún existen déficits informativos cuando se trata de ofrecer recursos de ayuda, utilizar fuentes expertas o desmentir mitos sobre dicha práctica.

Palabras clave

Suicidio, Medios digitales, Sensacionalismo, Recomendaciones, Prevención

Abstract

This research focuses on analyzing the media coverage of suicide during the last years (2020-2024) in three of the most mainstreamed digital native newspapers according to the latest audience studies: *elDiario.es*, *El Confidencial* and *Okdiario*. The study analyzes a total of 197 news items based on different manuals of good practices in the media treatment of suicide published by entities such as WHO, UNICEF or the Ministry of Health. In addition, the analysis of this content has been complemented with in-depth interviews with experts in both mental health and communication, to offer a more complete view of the coverage in question. The research in this piece of work reveals that, despite an increase in the number of news stories on the subject, there are still information deficits when it comes to offering help resources, using expert sources or debunking myths about such practice.

Keywords

Suicide, Digital media, Sensationalism, Recommendations, Prevention

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. MARCO TEÓRICO	6
2.2 El suicidio: contexto y definiciones	6
2.3 Estigma de la salud mental	6
2.4 Efectos de los medios de comunicación	8
2.5 Tratamiento mediático del suicidio	9
2.6 Prevención mediática y guías de estilo	10
3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS	11
4. METODOLOGÍA	12
5. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	19
5.1 Sensacionalismo	21
5.2 Tratamiento del tema	23
5.3 Inclusión de recursos de ayuda	26
5.4 Entrevistas en profundidad	28
6. CONCLUSIONES	29
7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA	33
8. ANEXOS	37

*A quienes dedican parte de su tiempo a prevenir el suicidio, a salvar vidas y, por tanto,
a hacer de este mundo un lugar más humano.*

*A quienes, a pesar de tener ideas suicidas, toman la decisión de vivir y compartir su
tiempo con otras personas.*

Galindo Bonilla, E., & Celada Cajal, F. J.

1. INTRODUCCIÓN

El suicidio ha dejado de ser un acto individual. Según la OMS, constituye un serio problema de salud pública, puesto que cada año, en el mundo, se produce más de 800.000 suicidios y 77% de los suicidios se producen en los países de ingresos bajos y medianos. La ingestión de sustancias, el ahorcamiento y el disparo con armas de fuego son algunos de los métodos más comunes de suicidio en el mundo.

Al establecerse como primera causa de muerte no natural en nuestro país, según el Instituto Nacional de Estadística (INE). En los últimos años se ha evidenciado la necesidad de un enfoque interdisciplinario y acciones coordinadas a nivel mundial para su prevención. Por ello, el establecimiento del Día Mundial para la Prevención del Suicidio el 10 de septiembre representa un esfuerzo colectivo por concienciar y actuar en pro de la salud mental y el bienestar de las personas.

Según los expertos, la ideación suicida se detecta cada vez más temprano; algo que lo atribuyen, entre otras causas, a la pandemia por COVID-19 y el ciberacoso, ya sea de forma física o verbal. (Garcés-Prettel et al., 2023; Quinatoa-Santo & Larzabal Fernández, 2021; Wake et al., 2021). Además, el suicidio es la principal causa externa de fallecimiento en España, y la cuarta entre los jóvenes de 15 a 19 años. Según un informe de la OMS y Naciones Unidas (2017), el acoso escolar está vinculado a 200.000 suicidios juveniles anuales.

El Instituto Nacional de Estadística (INE) también ha recogido los datos del primer semestre de este año 2023 y, pese a ser provisionales, señala que el suicidio seguirá siendo la primera causa de muerte externa entre enero y junio de 2023, ya que se han registrado 1.967 fallecimientos, de los cuales un 75,2% eran hombres y un 24,8% mujeres. Todas estas cifras demuestran que el suicidio es un problema de alta relevancia social, cuyo impacto justifica el foco mediático, y la imperiosa necesidad de un Plan Nacional de Prevención del Suicidio en España, carente actualmente en nuestro país. Asimismo, la presencia de informaciones periodísticas es cada vez mayor (Blanco-Castilla & Cano-Galindo, 2019), a causa, en parte, del cambio de recomendación de las organizaciones sociales y sanitarias.

2. MARCO TEÓRICO

2.2 El suicidio: contexto y definiciones

Históricamente, el término "suicidio" ha evolucionado desde su primera aparición en textos como *Religio Medici* de Thomas Browne en el siglo XVII, hasta su definición contemporánea. Este fenómeno lo han atendido organizaciones como la Asociación Internacional para la Prevención del Suicidio (IASP), que desde su fundación en 1960 ha trabajado para comprender, prevenir y abordar este problema de salud pública.

La Real Academia Española (RAE) define el suicidio como “el acto de quitarse voluntariamente la vida”. Este fenómeno, estudiado por diferentes autores y campos, ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, llegando a adquirir múltiples definiciones. Por ejemplo, el sociólogo Émile Durkheim (1987) lo define como “toda muerte que resulta, mediata o inmediata, de un acto, positivo o negativo, realizado por la víctima misma, sabiendo ella que debía producirse ese resultado”. Otros autores como el novelista Albert Camus también apuntaba en 1999 que nos encontramos ante un “problema filosófico verdaderamente serio”.

A su vez, la Organización Mundial de la Salud (OMS) señala que el acto suicida abarca además una serie de pensamientos y acciones previos al acto consumado de quitarse la vida. De este modo, se tendrían en cuenta las causas individuales y socioambientales, así como los trastornos mentales que pueden llevar a que un alto porcentaje de personas quieran terminan con su vida.

2.3 Estigma de la salud mental

Los medios de comunicación tienen un papel fundamental al informar sobre la salud mental. Tanto es así, que lo que conoce la sociedad del tema proviene de Internet y redes sociales, además de televisión, radio y prensa. Los medios se olvidan de informar y proporcionar conocimiento a la población y, a cambio, contribuyen al estigma social y terminan informando desde el desconocimiento. Además, el lenguaje usado por muchos medios no es el más adecuado y es habitual que encontremos términos peyorativos y ofensivos (Delellis, Keena y Mattioni, 2013).

Los medios de comunicación son configuradores de la opinión pública y responsables del imaginario colectivo de una sociedad. Así lo demuestran teorías como la de la *agenda-setting* (McCombs, M., y Shaw, D.,1972), en la que el público se ve como un ente inerte que recibe mensajes y los asume sin ponerlos en tela de juicio o análisis. También la teoría encuadre o *Framing*, que considera que nuestra manera de percibir el mundo depende mucho de cómo nos lo presentan en los medios, la información que nos dan, su importancia y el sesgo dado a la misma, que pueden llevar a la construcción de distintos significados (Aruguete, 2017).

Por ello, la importancia de la responsabilidad social de los medios y el ideal o principio de veracidad deben ser claves para garantizar los derechos fundamentales de las personas afectadas por las algunas informaciones que se vierten sobre ellas, sin perjudicar el derecho de los medios a informar libremente, pero sí con límites, como los del bien común y el respeto a los derechos de las personas. Así, a su vez, se fija el compromiso que se tiene con la ciudadanía.

A pesar de la evidente importancia a la hora de configurar la opinión pública y eliminar estereotipos, algunas investigaciones muestran que el papel del periodismo no ha sido el adecuado. Por ejemplo, el análisis de Muñoz et al. (2011), concluye que los medios son agentes estigmatizadores: hacen un seguimiento real del tema escaso, con un tratamiento que emplea de manera abusiva e incorrecta el lenguaje y genera estereotipos sobre la peligrosidad e impredecibilidad de los enfermos mentales.

Gran parte de los códigos deontológicos recogen la responsabilidad social de los medios o del periodista. El Principio III del Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO señala:

“La información en periodismo se entiende como bien social y no como un producto, lo que significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida y es, por lo tanto, responsable, no solamente ante quienes controlan los medios, sino principalmente ante el público, incluyendo variados intereses sociales. La responsabilidad social del periodista requiere que él o ella actúen, bajo todas las circunstancias, en conformidad con los principios de la ética profesional”. (UNESCO, 1983)

La comunicación se beneficia del interés que suscitan los mitos que rodean a la salud mental. En los medios de comunicación podemos encontrarnos con varios estereotipos sobre las personas con problemas de salud mental (Puchol, 2007). El más común es el de psicópata y maníaco, que denota peligrosidad y violencia. También podemos observar el perfil de alguien dotado intelectualmente que representa a una persona incapaz de interactuar socialmente, o al enfermo mental como un hazmerreír o poco serio, llegando a sufrir consecuencias en su vida diaria por alto pasotismo e incluso, ridiculez. Le siguen el manipulador y obsesivo, que se retrata como alguien frío, calculador, perverso y enfermo mental como individuo marginado, o víctima de los profesionales de salud mental (en este caso, se demuestra que el conglomerado sanitario que abarca la intervención también está en el foco de atención).

2.4 Efectos de los medios de comunicación

Considerando lo anterior, podemos deducir que el suicidio es un problema que requiere nuestra atención. Algunos investigadores indican que prevenir el suicidio conlleva actividades como proveer las mejores condiciones para la educación de jóvenes y niños y el tratamiento eficaz de trastornos mentales, hasta el control de los factores de riesgo ambientales. Una información correcta y una campaña de concienciación sobre el problema son elementos esenciales para el éxito de los programas de prevención.

La complejidad del suicidio como un acto imitable se ha comprobado varias veces en la historia. Con frecuencia, se pretendía silenciar el suicidio en los medios, ya que los expertos advierten a menudo de un posible “efecto llamada”, referido en la literatura como “efecto Werther”. La influencia de los medios de comunicación en la sociedad es incuestionable, como lo demostró la novela "Las penas del joven Werther" publicada en 1774, cuya descripción del suicidio de su protagonista llevó a varios lectores a quitarse la vida de forma similar. En aquel entonces, esta imitación del método suicida descrito en la obra literaria causó gran revuelo y llevó a prohibir el libro en Europa.

Años después, en 1974, el sociólogo David Phillips realizó un estudio que arrojó datos reveladores sobre la capacidad de los medios para influir en el comportamiento suicida. Phillips comparó la cantidad de suicidios ocurridos en Estados Unidos entre 1947 y 1968, notando un aumento significativo en los meses posteriores a que el diario *The New York Times* publicara en portada alguna noticia relacionada al suicidio. Este fenómeno de

imitación mediática fue llamado "efecto Werther", en alusión a la novela de Goethe que originó el primer vínculo conocido entre representaciones de suicidio y actos suicidas reales.

A diferencia de este "efecto Werther", que predominaba en los primeros estudios sobre el caso, las investigaciones más recientes han demostrado que los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la prevención del suicidio. La principal razón se encuentra en su capacidad para reducir las tasas de suicidio ya que "la difusión apropiada de información y una campaña de sensibilización del problema son elementos esenciales para el éxito de los programas de prevención" (OMS, 2014).

Este efecto inverso se llama "efecto Papageno", en honor a la obra de *La flauta mágica* de Mozart, cuyo protagonista decidió no suicidarse tras escuchar las alternativas a la muerte que le ofrecían tres niños (Philips et al., 1992; Hawton & Williams, 2002). De acuerdo con el autor Niederkrotenthaler (2002), en estos casos "la exposición a información sobre personas afectadas que han afrontado una situación de crisis de una manera positiva y sin comportamientos suicidas se asocia con tasas de suicidio reducidas", concluyendo que la información tiene un "efecto protector".

A pesar de la controversia en torno a los posibles efectos de los medios de comunicación, la Organización Mundial de la Salud puso en marcha el programa Prevención del Suicidio (SUPRE) en 1999 y publicó el documento "Prevención del suicidio: directrices para profesionales de los medios de comunicación (OMS, 2000)", que explica el impacto de la cobertura mediática de los suicidios. El texto acabó convirtiéndose en una referencia sobre cómo informar acerca del suicidio en los medios de comunicación e incluye seis medidas clave: el tratamiento de enfermedades mentales, la reducción de tóxicos en combustibles para vehículos y uso doméstico, el control de tenencia de armas de fuego, la regulación del acceso a sustancias tóxicas y la disminución de coberturas sensacionalistas sobre suicidios en los medios de comunicación (7, 9-10).

2.5 Tratamiento mediático del suicidio

En el cambio de postura de la OMS, se produjeron códigos con recomendaciones para el tratamiento mediático del suicidio, pero todos se refieren a soportes tradicionales y ninguno incluye la difusión a través de redes sociales, pese al crecimiento del canal y a su capacidad

de reproducción por audiencias no solo consumidoras, sino también productoras de información (Ritzer et al., 2012). Durante el primer semestre de 2022, el número de usuarios de Internet en España llegó a los 37 millones, de acuerdo con el Estudio General de Medios (EGM). Según el Observatorio de Redes Sociales (2021), el 85% de los internautas españoles utiliza estas plataformas, que son el medio predilecto de los jóvenes, y entre los que ha habido un alarmante aumento de casos de suicidio y tentativas. Estos datos justifican la necesidad de estudios específicos que determinen la orientación óptima en redes sociales de los medios.

La documentación sobre el tratamiento del suicidio en los medios es muy limitada y casi inexistente en relación con las publicaciones en redes sociales de los medios. Encontramos algunas referencias sobre cómo se aborda el suicidio en el periodismo y las recomendaciones de la OMS (Olivar-de- Julián et al., 2021; Durán & Fernández-Beltrán, 2020); sobre su reflejo en códigos y manuales (Lois-Barcia et al., 2018) y sobre la cobertura de suicidios de celebridades (Niederkrötenhaler et al., 2020; Wake et al., 2021).

En todos los casos, se aprecia que el cambio de postura de la OMS ha tenido un impacto muy limitado sobre la práctica periodística. A pesar de la publicación de diferentes manuales, los medios incumplen las recomendaciones de la OMS (Rodríguez-Caro et al., 2021; Olivar-de- Julián et al., 2021). Durán y Fernández-Beltrán (2020) detallan los principales errores: falta de tratamiento global del problema, explicitación del método y del lugar, uso de fuentes no expertas, simplificación de las causas y carencia de referencias de ayuda de organizaciones y teléfonos.

2.6 Prevención mediática y guías de estilo

“Los suicidios se pueden prevenir” decía la primera frase ubicada en el prefacio del informe “Preventing suicide. A global imperative (OMS, 2014)”. Hace casi dos décadas, la OMS y otros órganos internacionales elaboraron informes dirigidos a los periodistas. Todos parecían estar de acuerdo sobre qué prácticas periodísticas son perjudiciales y no deseadas: la “evitación” de cubrimientos sensacionalistas de suicidios; la supresión de descripciones detalladas de los métodos utilizados; la “no glorificación” de la víctima, así como abogar por que los medios ofrezcan información de posibles alternativas al suicidio, indicadores de riesgo y señales de advertencia.

El incumplimiento del código deontológico puede ser más frecuente en los medios digitales. Primero, atribuye al estado de ‘inmediatez’, la interactividad y el carácter multimedia de los cybermedios, por lo que la información proporcionada por estos tiene más riesgos. Según Suarez-Villegas (2015, p. 394), la competencia entre los diferentes medios de comunicación de ser primero en publicar información de alcance se incrementa debido a los medios de las características nombradas en el párrafo anterior. Teniendo en cuenta que ‘la rivalidad por la inmediatez es su disminución de control deontológico de la información’. Además, otro detalle de los cybermedios es el contenido multimedia, por lo que la búsqueda de un mayor *target* fomenta la publicación de información sensacionalista.

Una de las consecuencias positivas y negativas es el aumento de la interactividad, donde la información y/o los recursos multimedia son generalmente sensacionalistas. Esta medida se aplica con el objetivo de ofrecer y recibir *feedback* más efectivo; sin embargo, hay recursos o publicaciones negativas, como elitismo y el suicidio precisamente, que pueden ser revisadas en cualquier momento y lugar. Este detalle puede ser peligroso en caso del acoso escolar, ya que la víctima puede ser sujeta a más causas hurañas o crueles, y, en caso del suicidio, este último puede incrementar la tristeza de miembro de la familia. Para concluir, los medios digitales tienen más posibilidades de incumplimiento deontológico que los offline al indicar, como afirma Suarez-Villegas (2015) que, en última instancia, los periodistas que trabajan para cybermedios parecen menos concienciados que los periodistas de los medios tradicionales sobre los principios éticos y códigos deontológicos.

3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El objetivo general de la presente investigación es analizar el tratamiento mediático en los medios nativos digitales. Para ello se tendrán en cuenta las pautas marcadas por las recomendaciones de las diferentes organizaciones (OMS, Ministerio de Sanidad, UNICEF), entendiéndolas como la cobertura correcta que se busca en cada una de ellas.

Este trabajo de investigación tiene los siguientes objetivos específicos:

- Objetivo 1: Analizar si los medios nativos digitales realizan una cobertura sensacionalista de las noticias relacionadas con el suicidio.
- Objetivo 2: Examinar si los medios nativos digitales respetan las estrategias de

comunicación propuestas por la OMS y otras organizaciones.

- Objetivo 3: Investigar si existe una evolución positiva o negativa en el tratamiento de sus informaciones en los últimos años.

Asimismo, se plantean las siguientes hipótesis a comprobar o refutar en el proyecto de investigación:

- Hipótesis 1: La cobertura sensacionalista sobre noticias de suicidio varía en función del medio analizado.
- Hipótesis 2: Los medios nativos digitales realizan un tratamiento mediático del suicidio que no tiene en cuenta las estrategias de comunicación propuestas por la OMS y otras organizaciones.
- Hipótesis 3: La cobertura mediática del suicidio ha evolucionado positivamente en estos medios durante los últimos años.

4. METODOLOGÍA

Para dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteados, se han aplicado dos tipos de análisis. En un primer lugar, se ha aplicado el análisis de contenido a una muestra de 197 noticias dedicadas al suicidio previo, durante y posterior a la pandemia. Pese a encontrar varios estudios sobre medios tradicionales que abarcan el tema, no encontramos apenas cuando se trata de los digitales. En este caso, los seleccionados han sido los tres diarios digitales nativos más leídos en España, según *Digital News Report (DNR)*: *elDiario.es*, *El Confidencial* y *Okdiario*.

Se han tenido fundamentalmente en cuenta dos tipos de informaciones: las primeras engloban la concienciación que hacen sobre el suicidio, mientras que el segundo tipo abarca aquellas noticias protagonizadas por víctimas de la práctica suicida o sucesos. El criterio de búsqueda ha sido la etiqueta de “suicidio” en cada uno de los medios. La descarga de la muestra se ha realizado con la herramienta de web *Octoparse* y posteriormente se ha realizado una revisión manual de los datos extraídos.

Para analizar la muestra se ha aplicado un análisis de contenido, que permite obtener un enfoque objetivo, sistemático y cuantitativo del contenido de la investigación (Berelson, 1952 p. 18), en base a la siguiente tabla de codificación, que recoge pautas expuestas en

manuales de la OMS, del Ministerio de Sanidad y de UNICEF sobre el tratamiento mediático del suicidio.

Tabla 1: Propuesta metodológica de análisis de variables

Número de la noticia: Titular de la noticia: Fecha: Autor: Tipo de noticia: Concienciación/Sucesos/Otros Incluye recursos audiovisuales: No/Fotografía/Vídeo/Audio/Otros			
Variable/Recomendación	Descripción	Cumple/No cumple	Observaciones y comentarios
Cobertura sensacionalista			
Evitar el sensacionalismo en los titulares (Ministerio de Sanidad)	En el titular se destaca la palabra suicidio o aparece el método y lugar empleados.	SÍ/NO/NO APLICA	
Evitar la repetición de la palabra "suicidio" (UNICEF).	La noticia repite demasiadas veces la palabra suicidio en lugar de utilizar otros términos como "muerte autoprovocada".	SÍ/NO/NO APLICA	

No glorificar a la víctima (OMS, UNICEF).	Se glorifica a la víctima de suicidio como mártir u objeto de adulación pública en la noticia	SÍ/NO/NO APLICA	
No publicar fotografías relacionadas (OMS, UNICEF, Ministerio de Sanidad).	Se publican fotografías de la víctima, el método empleado o la escena del suicidio.	SÍ/NO/NO APLICA	
No publicar notas de suicidio (OMS, UNICEF)	Se hacen públicas notas de suicidio o cualquier otro tipo de mensaje previo (en redes sociales, servicios de mensajería instantánea, teléfono...)	SÍ/NO/NO APLICA	
No explicitar el método utilizado (OMS, UNICEF, Ministerio de sanidad)	Se informa de detalles específicos del método utilizado y cómo lo obtuvo la víctima.	SÍ/NO/NO APLICA	
Tratamiento del tema			

<p>No simplificar el suicidio (OMS, Ministerio de Sanidad)</p>	<p>Se informa sobre el suicidio como algo inexplicable o simplista en lugar de reconocer la gran variedad de factores que han podido influir (físicos, mentales, abusos de sustancias, conflictos familiares e interpersonales, acontecimientos estresantes...)</p>	<p>SÍ/NO/NO APLICA</p>	
<p>No presentar el suicidio como un hecho exitoso (OMS, UNICEF)</p>	<p>Describe el suicidio como un acto/hecho exitoso o como un logro.</p>	<p>SÍ/NO/NO APLICA</p>	
<p>No describir el suicidio como solución a problemas personales (OMS, Ministerio de Sanidad)</p>	<p>Se describe el suicidio como un método por el que la víctima ha enfrentado sus problemas personales (bancarrotas, incapacidad para aprobar un examen, abusos sexuales...)</p>	<p>SÍ/NO/NO APLICA</p>	

<p>Evitar la culpabilización de personas o grupos (Ministerio de Sanidad)</p>	<p>Se culpabiliza a la víctima del suicidio</p>	<p>SÍ/NO/NO APLICA</p>	
<p>Utilizar únicamente fuentes expertas y autorizadas (OMS)</p>	<p>Se incluyen fuentes no expertas en la información (vecinos, amigos, familiares en lugar de psicólogos o facultativos médicos).</p>	<p>SÍ/NO/NO APLICA</p>	
<p>Promover la sensibilización a través de testimonios verificados (OMS)</p>	<p>La información incluye testimonios de supervivientes, familiares u otros implicados que puedan facilitar la sensibilización</p>	<p>SÍ/NO/NO APLICA</p>	
<p>Incluye consecuencias en caso de intentos de suicidio (OMS)</p>	<p>Describe las consecuencias físicas de intentos de suicidio (daño cerebral, parálisis, etc) para que actúe como elemento de disuasión</p>	<p>SÍ/NO/NO APLICA</p>	

<p>Se desmiente algún mito relacionado con el suicidio. (Ministerio de Sanidad)</p>	<p>Desmiente o promueve uno o varios mitos relacionados con el suicidio, indicados por el Ministerio de Sanidad en su manual.</p>	<p>SÍ/NO</p>	
<p>Inclusión de recursos de ayuda</p>			
<p>Proporcionar información sobre líneas de ayuda (OMS)</p>	<p>Incluye información sobre asociaciones, servicios de salud mental y líneas telefónicas de ayuda</p>	<p>SÍ/NO</p>	
<p>Publicitar indicadores de riesgo (OMS)</p>	<p>Se incluye señales de advertencia sobre el comportamiento suicida, depresión factores de riesgo y señales de alarma</p>	<p>SÍ/NO</p>	
<p>Resalta alternativas (Ministerio de Sanidad)</p>	<p>Resalta alternativas al suicidio, ya sea mediante información genérica o historias de personas que ilustran cómo</p>	<p>SÍ/NO</p>	

	afrontar circunstancias adversas y pedir ayuda.		
Ofrece mensajes de solidaridad (Ministerio de Sanidad)	Ofrece mensaje de solidaridad a supervivientes y familiares, proporciona grupos de apoyo...	SÍ/NO	

Fuente: Elaboración propia

En una segunda fase se entrevistaron en profundidad semiestructurada (Folgueiras, 2016) a cinco expertos de diferentes perfiles para abordar, desde diferentes perspectivas, la importancia y las implicaciones del tratamiento mediático del suicidio, cuya codificación de preguntas y anexos se encuentra en la bibliografía de este trabajo.

Tabla 2: profesionales entrevistados

Profesionales	Cargos
A.D. y A.G.	Coordinadoras y voluntarias del Teléfono de la Esperanza en Valladolid
C.P	Psicóloga del Centro Psicopedagógico Don Sancho

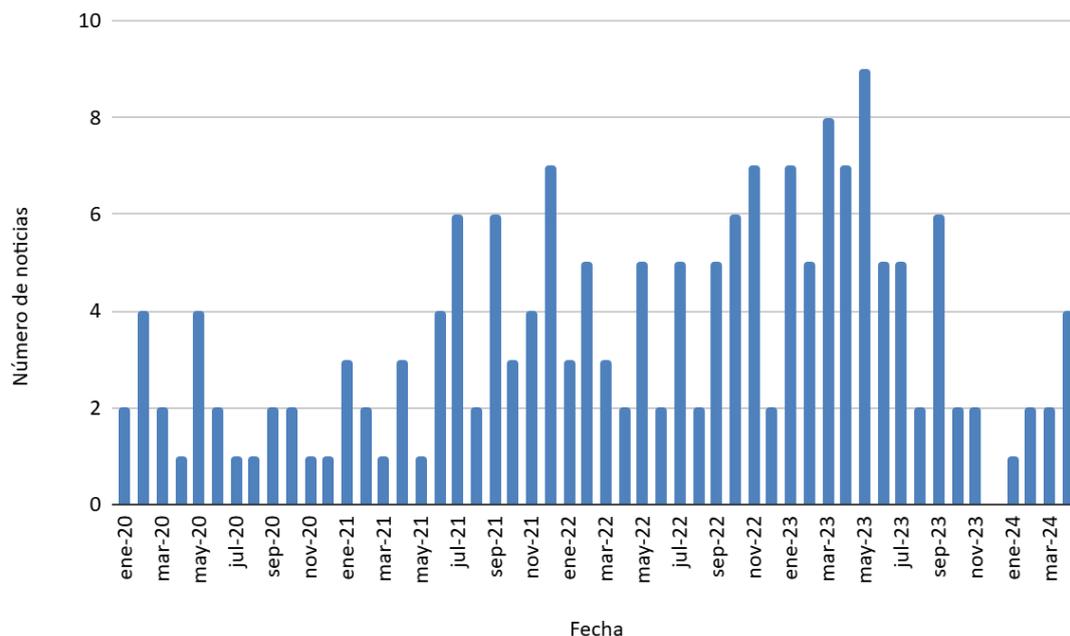
Á.M	Antropólogo y guionista del documental “Sobre Vivir”
J.I.	Periodista y CEO de Siquia (plataforma pionera de terapia online)
M.L.	Psicóloga de Siquia

Fuente: Elaboración propia

5. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Este estudio analiza el impacto del suicidio en la sociedad a través del tratamiento mediático en tres medios nativos digitales: *elDiario.es*, *Okdiario* y *El Confidencial*. Se evaluaron 197 noticias en total, desglosadas en función de pautas marcadas por la OMS, el Ministerio de Sanidad y UNICEF, para considerar una cobertura mediática correcta y responsable. Del total de las noticias, 93 corresponden a *elDiario.es*, 45 a *Okdiario* y 59 a *El Confidencial*, por lo que los resultados describen el porcentaje de cumplimiento respecto al total y de cada medio de forma individual.

Gráfico 1: Evolución notas de suicidio



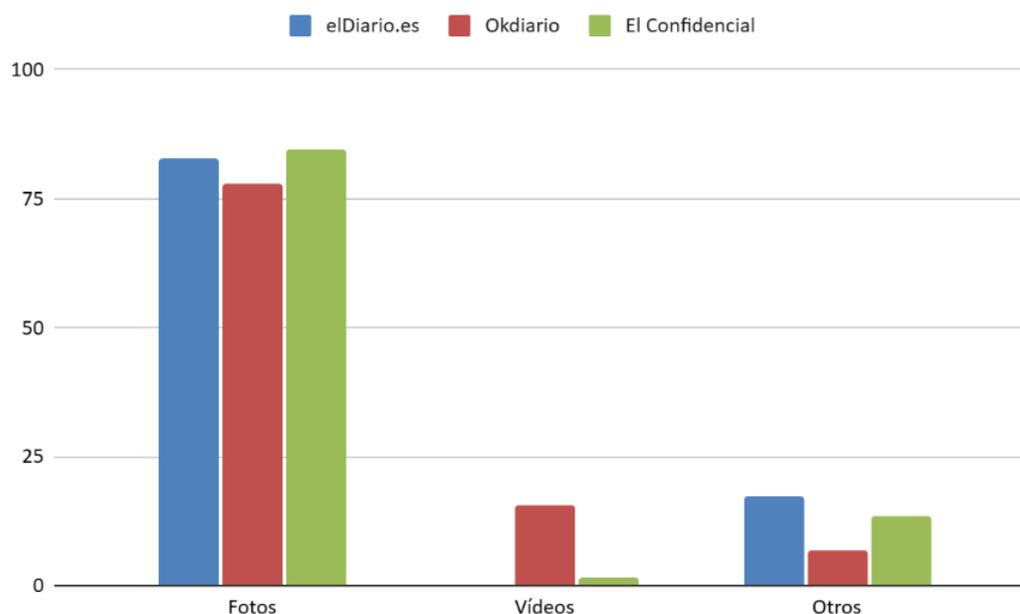
Fuente: Elaboración propia

El gráfico 1 refleja la cantidad de noticias que tratan sobre suicidio desde enero de 2020 hasta abril de 2024. 2020 fue el año en que tuvo lugar la pandemia de COVID-19 y todas las noticias giraban en torno a este tema, dejando el suicidio en segundo plano, con una media de 1 y 4 noticias al mes. Un año después se observa un ligero aumento con picos de 6 noticias en julio y 7 en diciembre, fruto de la preocupación por la salud mental que supuso el confinamiento. En 2022 el auge ya es más significativo, con un total de entre 5 y 7 noticias en la mayoría de los meses, y en 2023 se producen los mayores picos, 8 en marzo y 9 en mayo, posiblemente debido a los efectos prolongados de la pandemia y una mayor conciencia pública sobre la salud mental. En 2024, el número de noticias se redujo a niveles más bajos, con 2 artículos en febrero y marzo, de forma que podemos ver cierta estabilización en la cobertura mediática.

Para ver el tratamiento mediático del suicidio, se evaluó el contenido de las noticias analizadas. El 47.7 % (94 de 197 noticias) se centraron en la concienciación sobre el suicidio; es decir, un peso importante de las piezas seleccionadas informa sobre prevención, testimonios y mensajes de apoyo. Con escasa diferencia se encuentran los casos en las que las noticias abordan el tema un suceso tanto de personas conocidas como anónimas, llegando hasta un 37.1% (73 de 197 noticias). El 15.2% restante (30 de 197) incluye entrevistas, artículos de opinión, reseñas de teatro o libros relacionados con el tema del suicidio.

En cuanto a la parte gráfica de las informaciones, la fotografía es el recurso más utilizado en los medios digitales analizados, con un 82.1% (161 de 197) del total. *elDiario.es* destacó con un 82.8% de sus noticias (77 de 93), seguido de *El Confidencial* con un 84.7% (50 de 59) y *Okdiario* con un 77.8% (35 de 45). En contraste, el porcentaje de vídeos y otros recursos es generalmente bajo, con solo un 4.1% (8 de 197) y 13.2% (27 de 197), respectivamente.

Gráfico 2: Recursos audiovisuales (%)



Fuente: Elaboración propia

5.1 Sensacionalismo

Evitar el sensacionalismo en las noticias que hablan sobre suicidio es importante, pero más aún lo es cuando se trata de los titulares. Los titulares son lo primero que ve el lector. De este modo, si el mismo detecta que el cuerpo de la noticia no se ajusta a la información que señala el titular, es muy probable que desconfíe del medio en cuestión. De la misma forma, en lo que concierne al resto de la noticia, también es importante limitar del uso o no abusar la palabra “suicidio”.

El 81.2% (160 de 197) de las noticias respetaron las recomendaciones de evitar titulares sensacionalistas. *elDiario.es* fue el medio con el mayor porcentaje de cumplimiento, con un 90.3% de sus noticias (84 de 93) respetando las recomendaciones, seguido de *El Confidencial* con un 23.7% (14 de 59) y *Okdiario* con un 9.7% (9 de 93). En cuanto al uso de la palabra

“suicidio”, el 81.7% (161 de 197) de las noticias respetaron la recomendación de no repetirla excesivamente.

“Se ahorca el dueño de Bodegas Díaz Salazar: segundo suicidio de un hostelero en Sevilla en un mes” (*Okdiario*, 31 de mayo de 2020)

Describir el método del suicidio es una de las prácticas más habituales en los titulares sensacionalistas. En este ejemplo, se hace cuando menciona que el dueño se ahorca.

Para evitar el sensacionalismo, también es imprescindible no glorificar a la víctima, puesto que no son héroes ni débiles, sino personas que quieren dejar de sufrir; evitar el uso de fotografías relacionadas con el acto; evitar la publicación de notas para respetar la intimidad de la persona suicida; y no explicitar o dar detalles del método del suicidio, que sí puede provocar que otras personas en la misma situación lo repliquen.

El 89.3% de las noticias respetaron la recomendación de no glorificar a la víctima. *El Confidencial* fue el medio que más respetó esta recomendación con un 96.6% (57 de 59), seguido de *Okdiario* con un 88.9% (40 de 45) y *elDiario.es* con un 84.9% (79 de 93).

"Conocida como 'la más hermosa muerte', Evelyn McHale se lanzó desde el piso 86 del Empire State Building, dejando una imagen icónica de su cuerpo intacto sobre el techo de un coche, una escena que evocaba una trágica serenidad y belleza en su último acto." (*Okdiario*, junio de 2023)

Con respecto a las fotografías, es preferible evitar su uso o seleccionar imágenes que no estén directamente relacionadas con el suicidio. El 69.5% (137 de 197) de las noticias respetaron la recomendación de no publicar fotografías. *Okdiario* destaca con un 73.3% (33 de 45) de cumplimiento, seguido por *El Confidencial* con un 72.9% (43 de 59) y *elDiario.es* con un 65.6% (61 de 93).

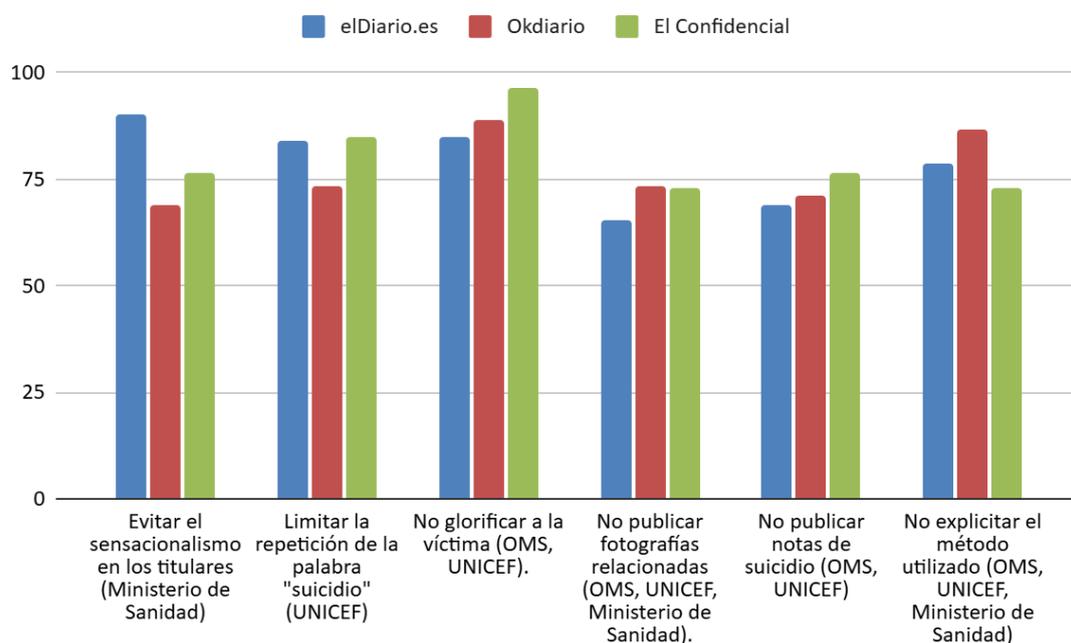
Asimismo, El 71.6% (141 de 197) de las noticias respetaron la recomendación de no incluir notas de suicidio. *El Confidencial* lidera con un 76.3% (45 de 59), seguido de *Okdiario* con un 71.1% (32 de 45), y *elDiario.es* con un 68.8% (64 de 93).

La explicitación del método utilizado también puede inducir en el suicidio puede inducir a comportamientos imitativos. El 78.7 % (155 de 197) de las noticias respetaron la recomendación de no explicitar el método de suicidio. *Okdiario* mostró el mayor

cumplimiento con un 86.7% de sus noticias (39 de 45), respetando la recomendación, seguido de *elDiario.es* con un 78.5% (73 de 93) y *El Confidencial* con un 72.9% (43 de 59).

"El cerro de Santa Catalina, un lugar emblemático en Gijón, fue testigo de un intento de suicidio cuando una joven intentó arrojarse desde el Elogio del Horizonte. La rápida intervención de un transeúnte evitó la tragedia, quien logró sujetarla en el aire y ponerla a salvo." (*El Confidencial*, 15 de junio de 2021).

Gráfico 3: Cobertura sensacionalista (%)



Cabe destacar que, en el análisis de las noticias que respetaron diversas recomendaciones relacionadas con la cobertura del suicidio, se observan diferencias tanto en porcentajes como en aportes absolutos. En todos los casos, *elDiario.es* destaca como el medio que mejor evita la cobertura sensacionalista en los medios. Por el contrario, *Okdiario* sería el que menormente cumple estas recomendaciones.

5.2 Tratamiento del tema

Además de lo anterior, tal y como dicen las recomendaciones, también es importante no presentar el suicidio como un hecho exitoso. En este caso, todos los medios (*elDiario.es*, *Okdiario* y *El Confidencial*) cumplieron esta recomendación al 100%, haciendo de la recomendación una de las más respetadas.

Se debe considerar no simplificar el suicidio como solución a problemas complejos; evitar describirlo como un método para resolver problemas personales; evitar culpabilizar a personas o grupos; utilizar solo fuentes expertas y autorizadas; promover la sensibilización mediante testimonios verificados; incluir consecuencias en caso de suicidio y desmentir o promover mitos sobre el suicidio.

Los resultados muestran que, entre 2020 y 2024, los medios digitales analizados han seguido favorablemente estas recomendaciones. El 100% de las noticias respetaron la recomendación de no presentar el suicidio como un hecho exitoso; asimismo, el 99.5% (196 de 197) evitó simplificar el suicidio como solución a problemas complejos. En este caso, *elDiario.es* tuvo un cumplimiento de un 98,9% (92 de 93), y tanto *Okdiario* y *El Confidencial* respetaron completamente esta recomendación.

En la misma línea de cumplimiento, el 89.8% (177 de 197) de las noticias respetaron la recomendación de no describir el suicidio como un método para resolver problemas personales. *El Confidencial* fue el medio que más respetó esta recomendación con un 100% (59 de 59), seguido de *Okdiario* con un 91.1% (41 de 45) y *elDiario.es* con un 82.8% (77 de 93). En cuanto a la recomendación de no culpabilizar a la víctima o a su entorno, el 87.8% (173 de 197) de las noticias la respetaron. *El Confidencial* fue el que más respetó esta recomendación con un 93.2% (55 de 59), seguido de *Okdiario* con un 91.1% (41 de 45) y *elDiario.es* con un 82.8% (77 de 93). De forma similar, la recomendación de utilizar únicamente fuentes expertas, donde el 94.4% (186 de 197) de las noticias la respetaron, siendo *elDiario.es* el que mostró el mayor cumplimiento con un 97.8% (91 de 93), seguido de *El Confidencial* con un 94.9% (56 de 59) y *Okdiario* con un 86.7% (39 de 45).

Sin embargo, también encontramos otros aspectos con un cumplimiento mayormente bajo; por ejemplo, cuando se trata de promover la sensibilización a través de testimonios puede ser beneficioso para la prevención del suicidio; de incluir consecuencias en caso de intentos de suicidio; o de desmentir mitos acerca del suicidio. En lo que respecta la primera, solo el 13.2% (26 de 197) de las noticias incluyeron testimonios. *elDiario.es* fue el medio que obtuvo mejores resultados, con un 17.2% (16 de 93), seguido de *Okdiario* con un 15.6% (7 de 45) y *El Confidencial* con un 5.1% (3 de 59). En cuanto a la segunda, solo el 8.1% de las noticias incluyeron esta información sobre las consecuencias, siendo *Okdiario* el que mostró mayor cumplimiento, con un 13.3% (6 de 45), seguido de *El Confidencial* con un 8.5% (5 de 59) y *elDiario.es* con un 5.4% (5 de 93). Finalmente, solo un 6.6% del total de las noticias (13 de

197) desmienten, de alguna manera, los mitos que señala la OMS; en concreto, lo hace *Okdiario* en un 17.8% de sus informaciones (8 de 45) y *elDiario.es* con un 5.4% (5 de 93).

"En el emotivo testimonio de los padres de las gemelas de Sallent, expresaron su profundo dolor y la lucha que enfrentaron sus hijas contra el acoso escolar y la falta de aceptación de su identidad de género. 'Queremos que esto no le pase a ninguna otra familia', dijeron, destacando la importancia de abordar estos problemas con seriedad y empatía." (*El Confidencial*, 28 de febrero de 2023).

La sensibilización se consigue a través de testimonios como el de los familiares de la víctima, que termina en subrayar lo importante que es abordar con la seriedad que requiere un tema tan delicado como el suicidio.

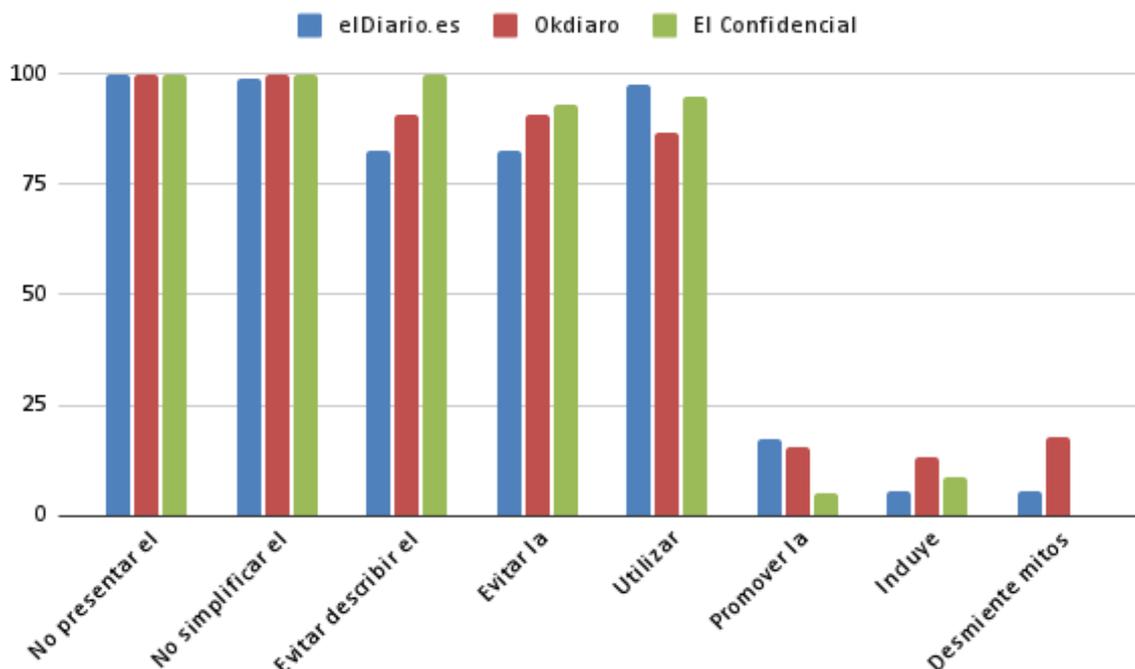
"El hallazgo del cuerpo sin vida de la mujer en la playa de Alcabre no solo ha conmocionado a la comunidad local, sino que también ha puesto de relieve las trágicas consecuencias del suicidio. La pérdida ha dejado una profunda herida en sus seres queridos, quienes ahora enfrentan un doloroso proceso de duelo y preguntas sin respuesta." (*El Confidencial*, 9 de noviembre de 2022).

Uno de los pocos ejemplos donde se encuentran consecuencias de suicidarse es este, que hablo no solo de las que ha tenido para familiares de la protagonista, sino de cómo ha afectado también a la comunidad.

"En realidad, hay estudios recientes que muestran que hablar de suicidio de forma responsable no aumenta el riesgo de suicidios; más bien, puede tener un efecto protector, conocido como 'efecto Papageno', al ofrecer alternativas y esperanza a personas en crisis." (*elDiario.es*, 25 de mayo de 2023).

Esta cita de una de las noticias de *elDiario.es* desmiente el mito que existe acerca del "efecto Werther" o "efecto llamada", tal y como se expone en el marco teórico de esta investigación.

Gráfico 4: Tratamiento del tema (%)



Fuente: Elaboración propia

Entre las recomendaciones del gráfico 4 están no presentar el suicidio como un hecho exitoso, no simplificar el suicidio, evitar culpabilizar a la víctima o grupo, usar solo fuentes expertas, promover la sensibilización mediante testimonios e incluir consecuencias en caso de suicidio. De nuevo, *ElDiario.es* es el medio que mayormente cumple, en términos absolutos, varias recomendaciones clave relacionadas con la cobertura del suicidio. Por el contrario, *Okdiario* es el medio que menormente cumple estas recomendaciones en términos absolutos.

5.3 Inclusión de recursos de ayuda

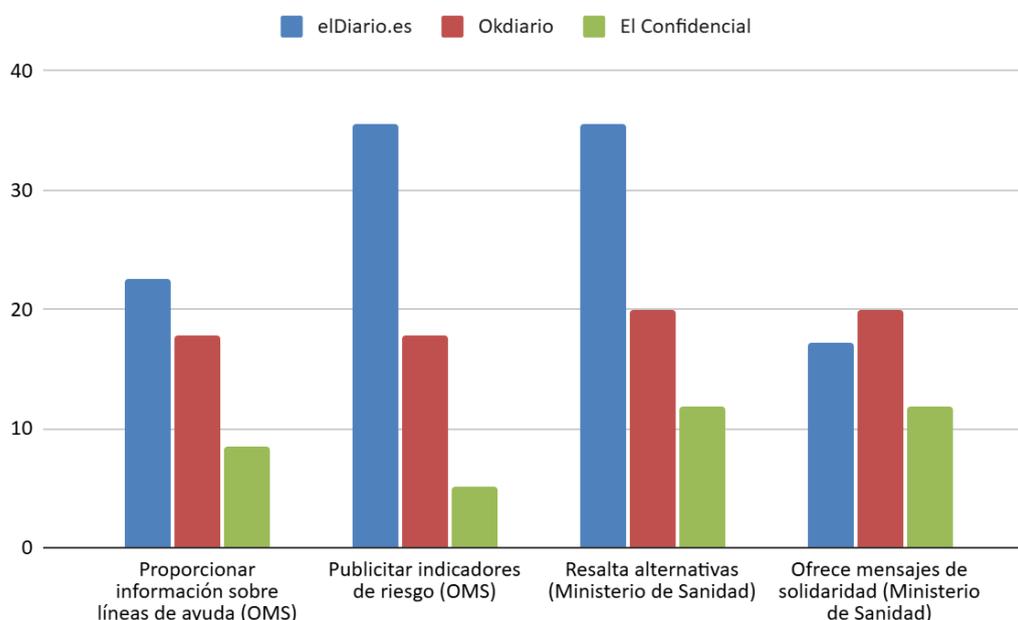
Las guías de estilo coinciden en que la inclusión de recursos de ayuda tiene un peso importante en las noticias. Los recursos de ayuda, como líneas de teléfono o servicios de atención psicológica pueden recordar a las personas que no están solas y que pueden recibir apoyo cuando lo necesiten. No obstante, los resultados se mantienen bajos en los años que tuvo lugar la pandemia y posteriores.

El 22.1% de las noticias incluyeron información sobre líneas de ayuda. *elDiario.es* fue el medio con mayor cumplimiento en este aspecto, con el 22.6% de sus noticias (21 de 93) incluyendo líneas de ayuda. *Okdiario* le siguió con un 17.8% (8 de 45) y *El Confidencial* fue

el que menos cumplió con esta recomendación, con solo el 8.5% (5 de 59) de sus noticias ofreciendo esta información.

Publicitar indicadores de riesgo, así como resaltar alternativas y ofrecer ayuda son aspectos que también puede ayudar en la prevención del suicidio y educar a la audiencia sobre los signos y síntomas a tener en cuenta. Los resultados revelan que el 19.3% de las noticias publicitaron indicadores de riesgo. *elDiario.es* fue el más destacado en este aspecto, con el 29.5% (28 de 93) de sus noticias incluyendo estos indicadores, seguido de *Okdiario* con un 17.8% (8 de 45) y *El Confidencial* con un 8.5% (5 de 59). Del mismo modo, el 22.8% de las noticias resaltaron alternativas al suicidio. *elDiario.es* destacó con un 25.8% (24 de 93) de sus noticias incluyendo esta información. *Okdiario* y *El Confidencial* tuvieron porcentajes más bajos, con un 20% (9 de 45) y un 13.6% (8 de 59), respectivamente. Finalmente, el 22.3% de las noticias ofrecieron mensajes de solidaridad. *elDiario.es* fue el medio más destacado en este aspecto, con el 38.9% (36 de 93) de sus noticias incluyendo mensajes de solidaridad, seguido de *Okdiario* con un 22.2% (10 de 45) y *El Confidencial* con un 8.5% (5 de 59).

Gráfico 5: Incluir recursos de ayuda (%)



Fuente: Elaboración propia

En este caso, *elDiario.es* vuelve a ser el medio que mayormente cumple la recomendación de incluir recursos de ayuda en sus noticias, mientras que *El Confidencial* se posiciona en el último lugar, siendo es el diario que menos lo hace, por detrás de *Okdiario*.

5.4 Entrevistas en profundidad

Las entrevistas de este estudio se realizaron a profesionales que tuvieran relación directa con la salud mental y medios de comunicación. Entre ellos se encuentran B.D. y A.G., coordinadoras y voluntarias del Teléfono de la Esperanza de Valladolid; M.L., psicóloga; C.P., psicóloga; J.I., periodista y CEO de Siquia, plataforma pionera en terapia online; y Á.M., antropólogo y guionista del documental “Sobre vivir”.

Los entrevistados coinciden en que los medios de comunicación tienen un papel indispensable en la lucha contra el estigma de los trastornos mentales y la prevención del suicidio. Según B.D. y A.G. del Teléfono de la Esperanza, los medios a menudo lanzan "titulares sensacionalistas" y ofrecen una cobertura superficial que carece de profundidad informativa. M.L., psicóloga de Siquia, menciona que el tratamiento del suicidio no puede ser solo una alarma social o aproximarse al morbo, sino que tiene que ser un ejemplo de concienciación y visibilizar un problema que afecta a millones de personas. Á.M., por su parte, reconoce que, aunque históricamente los medios han mantenido un enfoque negativo en el tratamiento de la salud mental, se ha visto un cambio reciente hacia una cobertura “más respetuosa y completa”.

Los medios tienden a tratar el suicidio de manera simplista y sensacionalista. B.D. comenta: "Los medios no profundizan en los problemas subyacentes y tienden a ofrecer una visión estigmatizada del suicidio". Á.M. señala que, a veces, los medios han perdido la oportunidad de ofrecer una prevención efectiva al no comunicar correctamente el problema. C.P. menciona que los medios tienden a centrarse en "detalles escabrosos" y no en información útil: "No es tan importante detallar que el día antes hizo X, que hizo Y, que lo dejó planeado, cómo habló, con quién habló".

El consenso entre los entrevistados es que la cobertura sensacionalista del suicidio sigue siendo un problema significativo. B.D. menciona: "Titulares sensacionalistas, repetición de la palabra suicidio... es como un bombardeo de información sin profundidad". M.L. destaca: "La explicitación del método sí que puede llegar a tener un efecto llamada en las personas que pueden llegar a plantearse”.

J.I. resalta la falta de recursos de ayuda en las noticias, indicando que es una oportunidad perdida para ofrecer apoyo a quienes lo necesitan. Á.M. aboga por una formación específica para periodistas sobre temas de salud mental y suicidio, destacando la necesidad de contextualizar las historias y evitar enfoques reduccionistas. C.P., por su parte, tiene claro que todos, incluidos los medios, tenemos un papel incuestionable en la actualidad sobre la prevención del suicidio: "Yo creo que en todos los casos se nos olvida que al final es como que nosotros somos la araña que está en el medio, pero tenemos esos tejidos a nuestro alrededor y tenemos que tirar de ellos".

De acuerdo con los resultados del análisis de contenido, además de la falta de recursos de ayuda, los profesionales coinciden en que, pese a haber aumentado la consulta a expertos, todavía existen casos donde no se sigue ese enfoque. Asimismo, consideran de vital importancia desmentir mitos, puesto que estos contribuyen a una visión simplista y estereotipada del suicidio. Finalmente, es en la evolución del tratamiento donde no coinciden en su totalidad. La mayoría considera que sí existe una mayor concienciación del suicidio en los últimos años, exceptuando a las coordinadoras de el Teléfono de la Esperanza, que no supieron dar una respuesta firme.

6. CONCLUSIONES

Para evaluar las hipótesis planteadas sobre la cobertura mediática del suicidio en medios nativos digitales, se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de 197 noticias publicadas en tres medios: *elDiario.es*, *Okdiario* y *El Confidencial*. Estas noticias fueron examinadas bajo las pautas establecidas por la Organización Mundial de la Salud (OMS), el Ministerio de Sanidad y UNICEF para una cobertura ética y responsable del suicidio. El estudio se complementa con la entrevista en profundidad a cinco expertos en comunicación y salud mental.

En relación con la primera hipótesis, que plantea que la cobertura sensacionalista sobre noticias de suicidio varía en función del medio analizado, se puede afirmar su confirmación. El análisis reveló diferencias significativas entre los tres medios en cuanto al tratamiento del suicidio. En términos absolutos de evitar la cobertura sensacionalista, *elDiario.es* mostró un mayor cumplimiento en cada una de las recomendaciones representadas en el primer bloque de la ficha de análisis; es decir, evita los titulares sensacionalistas, la repetición constante de la palabra "suicidio", la glorificación de la víctima o el acto, la publicación tanto de

fotografías relacionadas con el suicidio y notas, y la explicitación del método. Por el contrario, *Okdiario* representa el porcentaje más bajo, por detrás de *El Confidencial*, y se convierte en el medio que más debe tener en cuenta los manuales para mejorar su cobertura.

Respecto a la segunda hipótesis, que sugiere que los medios nativos digitales realizan un tratamiento mediático del suicidio que no tiene en cuenta las estrategias de comunicación propuestas por la OMS y otras organizaciones, se confirma, aunque la evidencia es parcial. El estudio muestra que, aunque existen áreas donde los medios cumplen con las recomendaciones, como no explicitar el método de suicidio en un 78.7% de las noticias y no glorificar a la víctima en un 89.3%, también encontramos otros aspectos críticos donde el cumplimiento es insuficiente. Por ejemplo, solo el 17.3% de las noticias incluyeron información sobre líneas de ayuda, y un 22.3% resaltaron alternativas al suicidio. Esto indica que las estrategias de comunicación propuestas por la OMS no se implementan de manera consistente. Además, apenas encontramos noticias que cuenten con fuentes expertas; en total, de las noticias analizadas, solo lo hace un 5.6% (11 de 197), y lo mismo ocurre con la recomendación de desmentir mitos sobre el suicidio, que solo aparece en un 6.6%.

En cuanto a la tercera hipótesis, que plantea que la cobertura mediática ha evolucionado positivamente en el periodo cronológico seleccionado, se confirma, aunque la evidencia también es parcial. El análisis muestra que, aunque el último bloque del análisis de contenido, compuesto por la inclusión de recursos de ayuda, sea bajo, existe un cumplimiento mayormente positivo en el resto de recomendaciones sobre el tratamiento y cobertura de los medios analizados; en concreto, algunas de las señaladas por los expertos entrevistados que requieren más atención: “no presentar el suicidio como un hecho exitoso” destaca con el 100% de cumplimiento, seguido de “no simplificar el suicidio como selección de problemas complejos” con un 99.5% y “evitar describir el suicidio como un método para resolver problemas personales” con un 89.8%. Por eso, aunque encontramos avances en la cobertura del suicidio por parte de los medios nativos digitales, aún existe un camino significativo para garantizar que estas noticias informen responsablemente y proporcionen recursos y apoyo esenciales para la prevención del suicidio.

Entre los límites de este trabajo de investigación está el número de noticias del periodo seleccionado a analizar que, aunque refuerza una idea del tipo de enfoque en cada medio, hay una gran diferencia entre las noticias de *elDiario.es* con respecto a los otros diarios. En este caso, una futura línea de investigación podría ser analizar los medios digitales más

consumidos, incluyendo también los tradicionales, para tener una muestra más amplia e investigar si existen grandes diferencias entre sí. Otra opción puede ser buscar en la hemeroteca digital de cada medio a través de otras etiquetas como “salud mental”, para conocer si realmente no existen más noticias acerca del suicidio o están silenciadas por la hemeroteca.

Del mismo modo, la ficha de análisis contaba con otras variables iniciales como la sección del medio a la que procedían las noticias. Tras comprobar que gran parte correspondían a la sección de CC.AA. (y no contaba con un número suficiente de piezas pertenecientes a otras como “política”, “sociedad”, “sucesos” o celebridades”, de las que se han extraído una, dieciséis, nueve y una, respectivamente), se consideró que la variable “tipo de noticia”, que sí aparece en la ficha de análisis, podría ser más enriquecedora para la investigación. De forma similar, ocurrió con otra nombrada “estereotipos del suicidio” que, al tener un significado similar a la que habla de “desmentir mitos acerca del suicidio”, finalmente se decidió sustituirla por esta última.

En lo que respecta a las entrevistas, podría ser útil contar con los protagonistas que aparecen en las noticias que hablen de sus intentos de suicidio para conocer su punto de vista sobre cómo los medios abordaron su caso, su grado de conformidad y si extrañan alguna otra recomendación que no aparezca en las actuales recomendaciones. También puede enriquecerse hablar con médicos, psiquiatras, bomberos y policías, que pueden ofrecer una visión más completa del tema, y con los directores y responsables de los medios analizados, para conocer qué criterios de redacción y enfoque siguen al abordar el suicidio.

Finalmente, se observa analizar el tratamiento informativo del suicidio en las redes sociales de los respectivos medios. A través de ese análisis, se podría determinar hasta qué punto los medios utilizan una de las herramientas más consumidas por los usuarios para dar visibilidad al tema, y en qué términos, ya que cada una tiene sus códigos y no encontramos un manual común para todos. Asimismo, se podría comprobar si el porcentaje de casos en los que se incluyen recursos de ayuda es mayor o, por el contrario, revela la misma escasez encontrada en esta investigación.

Lo que se observa con este análisis es que los medios de comunicación tienen un papel crucial en la lucha contra el estigma de la salud mental y del suicidio. Para lograr una cobertura adecuada de estos, no solo se trata de evitar las malas praxis, sino de promover las

que se han demostrado efectivas por expertos y fuentes oficiales como las organizaciones mencionadas en el proyecto. La calidad de un medio no depende tanto de un número mayor o menor de noticias, sino de una concienciación más profunda y elaborada destinada a prevenir el suicidio.

7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

- Aruguete, N. (2017). La teoría del framing en comunicación política. *Revista de Comunicación Política*, 14(1), 5-22.
- Browne, T. (1643). *Religio Medici*. Project Gutenberg. Recuperado el 15 de junio de 2024, de <https://www.gutenberg.org/ebooks/586>
- Camus, A. (1999). *El mito de Sísifo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Campo-Arias, A., & Herazo, E. (2015). El complejo estigma-discriminación asociado a trastorno mental como factor de riesgo de suicidio. *Redalyc.org*. Recuperado el 15 de junio de 2024, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80643083008>
- Cano-Galindo, J., & Blanco-Castilla, E. P. (2020, 9 diciembre). Evolución del suicidio y su tratamiento informativo en España. Entre los efectos Werther y Papageno. *Universidad de Málaga*. Recuperado el 15 de junio de 2024, de en <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/20538?show=full>
- Delellis, N., Keena, L., & Mattioni, M. (2013). Mental Health Stigma and Media Coverage. *Journal of Health Communication*, 18(6), 567-581.
- Durán, Á., & Fernández-Beltrán, F. (2020). Responsabilidad de los medios en la prevención del suicidio. Tratamiento informativo en los medios españoles. *Profesional de la información/Information Professional*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.07>
- Durkheim, E. (1987). *El suicidio: Estudio de sociología*. Madrid: Akal.
- Fabián, F. G., López, A. E. S., & Matamoros, D. J. C. (2018). El uso por los periodistas de las recomendaciones de la OMS para la prevención del suicidio. El caso del periódico Abc. *Dialnet*. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6389497>
- Folgueiras Bertomeu, P. (2016). Técnica de recogida de información: La entrevista. *Universidad de Barcelona*. Recuperado el 15 de junio de 2024, de <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Galindo, J. C. G. D. J. C., & Castilla, E. B. (2021, 16 marzo). El suicidio y su tratamiento informativo. El silencio mediático ante la primera causa de muerte violenta en España. *Revista Inclusiones*. Recuperado el 15 de junio de 2024, de <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/2629>
- García, L. M. (2023, 10 septiembre). La tasa de suicidios no deja de aumentar en España, sobre todo entre los jóvenes. *elEconomista.es*. Recuperado el 15 de junio de

2024, de <https://www.eleconomista.es/salud/noticias/12425767/08/23/la-tasa-de-suicidios-no-deja-de-aumentar-en-espana-sobre-todo-entre-los-jovenes.html>

- Garrido-Fabián, F., Serrano-López, A. E., & Catalán-Matamoros, D. (2018). El uso por los periodistas de las recomendaciones de la OMS para la prevención del suicidio. El caso del periódico Abc. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 810-827. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2018-1283>
- Gloria, E. G. (2011, 15 noviembre). Autopsia psicológica en niños y adolescentes con conductas suicidas. *Repositorio CUC*. Recuperado el 15 de junio de 2024, de <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/3049>
- Graña, S., & Fernández, M. D. M. (2019). El tratamiento periodístico del suicidio en diarios digitales de Argentina, España y Perú. *Dialnet*. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7456391>
- Infocop. (2023, 20 diciembre). El suicidio se mantiene como la primera causa externa de muerte en España, según el INE. *Infocop*. Disponible en <https://www.infocop.es/el-suicidio-se-mantiene-como-la-primera-causa-externa-de-muerte-en-espana-segun-el-ine-2/>
- International Association for Suicide Prevention. (n.d.). About IASP. *IASP Official Website*. Disponible en <https://www.iasp.info>
- Investigación, R. (2022, 9 agosto). Suicidio en mayores de 65 años. Determinantes sociales en España y Aragón. *RSI - Revista Sanitaria de Investigación*. Disponible en <https://revistasanitariadeinvestigacion.com/suicidio-en-mayores-de-65-anos-determinantes-sociales-en-espana-y-aragon/>
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Muñoz, M., Pérez-Santos, E., Crespo, M., Guillén, A. I., & Izquierdo, S. (s. f.). La Enfermedad Mental en los Medios de Comunicación: Un Estudio Empírico en Prensa Escrita, Radio y Televisión. *SciELO*. Recuperado el 15 de junio de 2024, de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1130-52742011000200005&lng=es&tlng=es
- Muñoz, M., et al. (2011). Medios de comunicación y estigmatización de la enfermedad mental. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 2(3), 25-35.

- Niederkrotenthaler, T. et al. (2002). Role of Media Reports in Completed and Prevented Suicide: Werther v. Papageno Effects. *The British Journal of Psychiatry*, 206(3), 149-156.
- Pérez-Virtus, A., & Larrondo-Ureta, A. (2018). Menores, bullying y suicidio. Un análisis de caso a través de los medios digitales de referencia en España. *Correspondencias & análisis*, (8), 55-74. Recuperado el 15 de junio de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7073499>
- Phillips, D. (1974). The Influence of Suggestion on Suicide: Substantive and Theoretical Implications of the Werther Effect. *American Sociological Review*, 3(3), 340-354.
- Pongo Powered by FRMA. (2024, 26 abril). Prevención del suicidio: Un instrumento para médicos generalistas. *Pongo*. Disponible en <https://pongo.org.sv/publications/prevencion-del-suicidio-un-instrumento-para-medicos-generalistas/>
- Real Academia Española. (2024). Suicidio. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). RAE. Disponible en <https://dle.rae.es/suicidio>
- Revuelta, G. (2006). Salud y medios de comunicación en España. *Gaceta Sanitaria*, 20, 203-208. <https://doi.org/10.1157/13086045>
- Ramírez, R. H., Villar, M. B. U., & Jambrina, J. J. M. (2015). El tratamiento del suicidio en la prensa española: ¿efecto werther o efecto papageno? *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría/Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 35(125), 123-134. <https://doi.org/10.4321/s0211-57352015000100009>
- Suarez-Villegas, J. C. (2015). La responsabilidad ética de los cybermedios. *Comunicación y Sociedad*, 28(3), 389-405.
- Suicidio y comportamiento suicida: MedlinePlus enciclopedia médica. (s. f.). Disponible en <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/001554.htm>
- Treviño-Elizondo, F. A., Willis, G. B., Siller-González, B., & Quiroga-Garza, A. (2018, 5 noviembre). La representación de la enfermedad mental en la prensa escrita. *Repositorio Consejo de Comunicación*. Disponible en https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO_REP/4367
- UNESCO. (1983). *Código Internacional de Ética Periodística*. UNESCO. Disponible en <https://en.unesco.org/themes/media-development/journalism-safety/code-ethics>

- World Health Organization. (2000). *Preventing Suicide: A Resource for Media Professionals*. WHO. Disponible en <https://www.who.int/publications-detail/preventing-suicide-a-resource-for-media-professionals>
- World Health Organization. (2014). *Preventing Suicide: A Global Imperative*. WHO. Disponible en <https://www.who.int/publications-detail-redirect/9789241564779>
- Galindo Bonilla, E., & Celada Cajal, F. J. (2023). *Dejar de sufrir o dejar de vivir: La dualidad del suicidio*. Anaya Multimedia.

8. ANEXOS

Ficha de análisis: [Ficha de análisis - Hojas de cálculo de Google](#)

Cuadro de preguntas para entrevistar: [PREGUNTAS](#)

Transcripción de las entrevistas: [Transcripción de entrevistas - Documentos de Google](#)