

El tratamiento de las noticias sobre suicidios. Una aproximación a su reflejo en los medios de comunicación

Agustín OLMO LÓPEZ
Universidad de Sevilla
aolmo@us.es

Diego GARCÍA FERNÁNDEZ
Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)
2.diego.garcia@gmail.com

Recibido: 23 de julio de 2013

Aceptado: 4 de febrero de 2014

Resumen

No es habitual que los suicidios aparezcan en los medios de comunicación. En las redacciones se trabaja con la idea prefijada de que informar sobre ese tipo de noticias sirve como ejemplo negativo y provoca conductas imitativas. Algunos estudios así lo demostraban, pero casi todos estaban basados en programas televisivos de ficción y no en los espacios informativos. Por eso los autores se acercan al tema, y en especial a la televisión, para sostener que, igual que se ha comprobado que la información promueve la toma de conciencia social en otros asuntos delicados, informar más sobre el suicidio podría ayudar a reducir el número elevado de los mismos. Para ello, además de un análisis de la situación actual, estudiarán casos concretos de tratamiento informativo.

Palabras clave: Suicidio, información, medios, televisión, prevención

The Media and the treatment of news about suicide. Approach to its reflection on television

Abstract

It is not usual that suicides appear in media. Newsrooms are working with the preset idea that reporting on that news you give a negative example and cause imitative behavior. Some studies thus showed it, but almost all were based on fictional television programs and not on informational spaces. So authors approach to the subject, and especially television, to hold that, as that found that the information promotes social awareness in other sensitive topics, find more about suicide could help reduce the high number of them. To do this, as well as an analysis of the current situation, consider concrete cases of treatment information.

Keywords: Suicide, information, media, television, prevention

Referencia normalizada

OLMO LÓPEZ, Agustín y GARCÍA FERNÁNDEZ, Diego (2014): "El tratamiento de las noticias sobre suicidios. Una aproximación a su reflejo en los medios de comunicación". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 20, Núm. 2 (julio-diciembre), págs.: 1149-1163. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología y fuentes. 3. Suicidio y medios. 4. Impacto de los medios al informar sobre el suicidio. 5. Normas de los medios para informar sobre el suicidio. 6. La televisión, medio de mayor impacto como agente socializador, ante el suicidio. 7. Dos ejemplos: Informe Semanal, Informativos de Canal Sur TV. 8. Conclusiones. 9. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

El suicidio se interpreta como un acto por el que se adopta una solución extrema ante una serie de problemas sociales, psicológicos y personales, que derivan de conflictos emocionales, familiares, sociales, económicos, de adaptación o por problemas de salud mental. Pero también, en otras ocasiones, es algo que aparece enmarcado en ámbitos o momentos precisos, y que recibe una lectura idealizada, bien sea por el romanticismo, el fanatismo, o como agilización ante el momento final.

Si nos fijamos en algunos casos aparecidos desde mediados de octubre a mediados de noviembre de 2012 en la prensa escrita, vemos que se refleja en ellos un vínculo del suicidio con otra razón, y que se presenta como una salida final o desesperada ante otro conflicto que no se sabe afrontar.

Observando algunos titulares durante el periodo señalado, apreciamos que el o la protagonista aparece como víctima, o bajo el peso de la culpabilidad. Veamos cinco de estos titulares:

Un caso de ciberacoso conmociona a la sociedad canadiense

Amanda Todd explicó su historia en un vídeo en Youtube un mes antes de quitarse la vida.
(*El País* 17.10.2012)

Muere una adolescente que intentó suicidarse tras sufrir acoso escolar

La familia ha denunciado al instituto de Ciudad Real donde estudiaba por acoso escolar
(*El País* 13.11.2012)

Hallado muerto un hombre que iba a ser desahuciado

La policía que iba a ejecutar el desalojo encuentra a la víctima ahorcada
(*El País* 25.11.2012)

Huido tras matar a tiros a una menor y a un hombre

El fugitivo de El Salobral muere tras pegarse un tiro en la cabeza

(*El Mundo* 22.10.2012)

Una exconcejala socialista de 53 años se suicida en Baracaldo cuando iban a desahuciarla

(*El Mundo* 09.11.2012)

De cinco titulares, dos hablan de suicidio, dos del método utilizado, y el otro no es específica. Quizás, como epítome, valga la opinión recogida en otro medio, *eldiario.es* por el sociólogo Javier de Rivera quien apunta a que se aborda con una mezcla de monotonía y respeto, sin dar pie a una interpretación de la noticia, como una nota fúnebre en un drama vivido.

2. Metodología y fuentes

Para estudiar este tema, hemos entendido que, además de hacer un repaso a la escasa literatura científica, había que reflexionar amparándonos en el concepto de agenda setting sobre cómo algunos asuntos pasan a formar parte de la preocupación ciudadana, y por qué otros temas que se consideraban delicados y por ello no solían ocupar espacio en los medios, han pasado a formar parte de la información cotidiana, suponiendo que darles visibilidad ha sido positivo. Así, nos hemos planteado un re-

paso a cómo los medios contemplan, si acaso lo contemplan, cómo debe informarse; y a ello hemos añadido un análisis cuantitativo y cualitativo de dos ejemplos recogidos de los archivos tanto de TVE como de Canal Sur Televisión, para concretar cómo se ha reflejado este problema en un medio, en este caso la televisión, que nos permite incorporar una valoración sobre la imagen que se incorpora a los tratamientos. Partimos de la hipótesis de que el suicidio es un tema que en las redacciones se prefiere ignorar su cobertura, salvo que adquiriera notoriedad por ser conocido el protagonista, o por ser consecuencia de una circunstancia social que lo agrava y lo convierte en llamativo. Al contrario, entendemos que si se tratara de una manera rigurosa y siguiendo protocolos adecuados, podría ejercer un efecto positivo para evitar nuevos casos.

3. Suicidio y medios

No es sencillo abordar el suicidio, pues es un acto complejo en el que se identifican al menos tres elementos: ocurre una muerte, es ocasionada por la propia persona, y es intencionado; es decir, la persona es consciente de las consecuencias que busca con su acción. Al ser un suceso, y a veces en circunstancias llamativas, cabría pensar que sería normal que fuera recogido en los medios. Los datos de su relevancia social avalarían esto también.

En España, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2010 se produjeron 382.047 defunciones. Las principales causas de muerte se debieron a enfermedades, integradas en grandes grupos: del sistema circulatorio (31,2%), los tumores (28,1%) y del sistema respiratorio (10,5%). Se recogen, además, globalmente como causas externas aquellos fallecimientos no debidos a enfermedad. Y ahí, se señala que la primera causa fue el suicidio con 3.145 casos (2.456 hombres y 689 mujeres), por encima de los accidentes de tráfico (2.327).

Llama la atención la diferencia por género, puesto que hay una proporción de casi 4 hombres por cada mujer.

En todo caso, la mortalidad por suicidios se ha convertido en un problema importante para la salud pública, pues diariamente entre 8 y 9 personas recurren a él.

Hay diversos factores que se asocian a esa conducta, y varían dependiendo del grupo de edad. Se estima que entre los jóvenes influyen la depresión, el consumo de drogas y de alcohol; entre los mayores las enfermedades que provocan gran dolor o discapacidad; y entre los de edad laboralmente activa consideraciones del trabajo y económicas.

Si los medios tienen que reflejar la realidad social, entonces no se entiende que este tema apenas sea tratado, y cuando lo es, que se aborde como derivado de otro asunto. Es habitual ver informaciones sobre accidentes de tráfico y advertencias para evitarlos, y sin embargo, no se hace algo similar con el suicidio, ni hay campañas de concienciación.

Siendo un problema social, ¿por qué aparece tan poco en los medios? La teoría de la agenda-setting estableció que los medios influyen en el público directa o indirectamente, no tanto en las opiniones o dictámenes que estos enuncian, sino procurando la relevancia o el espacio informativo a temas o cuestiones que los propios medios eligen. El estudio realizado por McCombs y Shaw en 1972 indicaba que la gente consi-

deraba unos temas más destacados que otros en proporción directa a la importancia que los medios le daban, aunque los medios no deciden por la audiencia cuál será la actitud o decisión sobre estos asuntos que proponen como agenda.

La teoría de la agenda-setting es el resultado experimental de una tesis que planteó Cohen (1963: 13): “La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar”.

Desde principios del siglo anterior, Walter Lippmann (1964: 29) señaló que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes. El mundo es demasiado grande como para acceder a la información de primera mano por medios propios, y los medios nos cuentan cómo es ese mundo al que no tenemos acceso con el riesgo de que nuestras mentes reproduzcan un mundo distinto al real, ya que éste está “fuera del alcance, de la mirada y de la mente”. En este sentido, hablar de agenda-setting es hablar de las imágenes de los temas que destacan los medios además de su transferencia a las imágenes que se reproducen en nuestras cabezas. La idea principal, por tanto, se centra en observar que las imágenes destacadas en los medios también son destacadas por la audiencia.

Noam Chomsky (1990) aporta un matiz pues ve la agenda-setting como una alianza tácita entre el gobierno y los medios para comunicar a los espectadores, oyentes o lectores sólo lo que interesa, y ocultar lo que pueda resultar peligroso o perjudicial para la estabilidad que creen correcta para el país. Aunque esta reflexión es política, podríamos asociarla con el ocultamiento del suicidio por perjudicial o peligroso.

Wanta (1997) le da al concepto de la agenda-setting mayor complejidad pues interpreta que no todas las personas mostrarán idénticos efectos; ni todos los temas influirán de la misma manera, porque hay más factores que intervienen en este proceso.

Las expresiones de “tematización de la realidad” o “fenómeno de tematización” han sido utilizadas por el estructural-funcionalismo alemán (Luhmann) para referirse al mismo concepto. Para otros autores (Dader, 1990 y Roda Fernández, 1989), la teoría de la agenda-setting y la de la tematización consisten en un mismo proceso, aunque abordado desde una perspectiva mucho más profunda y nada empirista en el segundo caso.

Castells (2009: 216) recuerda que la investigación sobre la comunicación ha identificado tres grandes procesos que intervienen en la relación entre medios y personas: la agenda setting, la priorización (priming-orden) y enmarcado (framing-contexto). Los tres son importantes para construir el mensaje; pero en la emisión influyen factores como la indexación: los responsables de informativos dan relevancia según se la den las élites y la opinión pública; y fundamentalmente según el gobierno que es, por tanto, la principal fuente. Esto nos podría llevar a inferir que tras el silencio del tema del suicidio se esconde una voluntad gubernamental de que los medios no lo aborden.

Podemos partir como Villafañe, Bustamante y Prado (1987: 16) al aceptar que los medios de comunicación mediatizan el conocimiento social, y que el público ensalce o minimice determinados asuntos públicos, y así indagar en qué ha ocurrido con otros temas que ahora se manifiestan en los medios, y que antes apenas se trataban.

En unas jornadas celebradas en Salamanca en septiembre de 2012 sobre responsabilidad de los medios en la sensibilización del Alzheimer, la presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España manifestó que su tratamiento en los

medios de comunicación es fundamental para la prevención y normalización, e incidía en la especialización como elemento imprescindible para que con su reflejo se consiga presionar a la Administración, despertar el interés en la sociedad, concienciar a posibles mecenas y avanzar en la investigación y en la atención a los afectados.

No ocurre lo mismo ya con otro tema sensible, que durante décadas sólo aparecía como un hecho secundario vinculado a otro suceso principal: la violencia de género. Sin embargo, ahora se considera que su aparición en los medios es positiva. Vives-Cases reconocía:

“La “invisibilidad” de la violencia contra las mujeres en los medios era lo más común en España hasta comienzos de la década de los noventa, o sólo se incluía en la sección de sucesos. Probablemente, el problema se percibía como lejano para la mayoría de los individuos. Con posterioridad, comenzaron a aparecer noticias sobre movilizaciones y negociaciones entre grupos feministas e instituciones públicas. A mediados de la década de los noventa se incorporó también la información relacionada con la deslegitimación y la condena oficial de la violencia contra las mujeres” (Vives-Cases, 2005: 174)

No se trataría, en definitiva, como indica Miguel Lorente (2003: 35), de crear opinión, sino de mantener una opinión ya formada, pues la actitud pasiva de los medios implicaría que es una actitud activa en el mantenimiento del problema.

4. Impacto de los medios al informar sobre el suicidio

Si nos remontamos a la imagen social que ha atenido el suicidio, la primera referencia habría que hacerla a la consideración que hizo la Iglesia Católica como algo muy negativo por atentar contra la vida, y de hecho no permitía que se enterrara a los suicidas en los camposantos. Igualmente, se vinculaba esta práctica a Judas, el apóstol traidor. Sin embargo, la literatura cambia esta percepción al empezar a asimilarlo con comportamientos románticos, como podemos verlo si nos remontamos a *Romeo y Julieta* de Shakespeare. Pero no es hasta casi dos siglos después cuando, por primera vez, se asocian consecuencias trágicas al hecho de difundirlo. Fue tras la publicación en 1774 de la novela de Goethe *Las penas del joven Werther*; y entonces se informó de que muchos varones jóvenes se habían quitado la vida de un disparo, como hacía el protagonista.

El primer análisis sobre el papel de los medios en el suicidio lo hizo David Philips en 1974 cuando intentó cuantificar el que podríamos llamar “efecto imitación”.

Tras él, hay un recorrido por el siglo pasado en los Estados Unidos (Motto, 1967), o lo relacionan con la influencias de libros, como ocurre con *Final Exit* (Mazurk, 1993) y *Suicide, mode d'emploi* (Soubrier, 1984) que apuntan a que se apreciaba un aumento de los suicidios repitiendo métodos descritos en varias publicaciones.

Philips, Lesnya, Paight (1992) concluyen que el grado de publicidad dado a la historia de un suicidio está directamente relacionado con el número de intentos posteriores.

Otra visión es la que da Wasserman (1984) sobre el fuerte impacto de los casos de suicidio cuando está involucrada alguna celebridad. Relacionado con ello destacamos el estudio de Franziska Müller que detecta el incremento tras la profusión de noticias en la prensa española sobre el caso de un famoso, el cantante Antonio Flores.

Hay que mencionar en sentido positivo, la iniciativa tomada en el año 2000 por la Organización Mundial de la Salud (Prevención del suicidio: un instrumento para los profesionales de los medios) de elaborar un informe sobre cómo tratar el tema, recogiendo recomendaciones para los profesionales de los medios.

En él se destaca que no se suele informar, y que cuando se hace, se involucra a personas o métodos o lugares, que generalmente utilizan patrones poco usuales, y que entonces se presenta lo atípico como típico de manera que se perpetúan las informaciones erróneas sobre el suicidio. Igualmente, señala que no existe cobertura del suicidio por sí mismo, sino una cobertura hacia lo llamativo con lo que se podría incitar hacia ese comportamiento suicida a poblaciones vulnerables.

Destaca la OMS que existe evidencia suficiente para sugerir que algunas formas de cobertura periodística y televisiva de suicidios están asociadas con un aumento en suicidios estadísticamente significativo; y que ese impacto parece ser mayor entre la gente joven. Colige, además, que con otro tipo de cobertura se podría ayudar a prevenir, y para ello habría que evitar tratarlo como algo normal, o de forma repetitiva pues se banaliza.

Sí que parece elocuente lo expuesto por el doctor Steven Stack, del Centro de Investigación del Suicidio, de la Universidad Estatal de Wayne (EE.UU.), en la reunión de la Asociación Americana de Sociología de 2003, donde presentó una investigación llamada el “Suicidio en los medios de comunicación: reportaje de medios ficticios: un Meta análisis”, en la que aseguraba que había mucho debate y resultados inconsistentes. Y presentaba unos datos por los que determinaba que cuando se mide la presencia de una celebridad política o entretenimiento hay 5.27 veces más probabilidades de encontrar un efecto imitador; que si se centraba la historia en destacar las definiciones negativas de suicidio, eran menos propensos a reportar un efecto imitador; si se basaba en historias de la televisión (que reciben menos cobertura que en prensa escrita) eran un 79.99% menos propensos a buscar un efecto imitador, y que los estudios centrados en suicidio femenino fueron 4,89 veces más propensos a reportar un efecto imitador.

5. Normas de los medios para informar sobre el suicidio

En un repaso a cómo algunos medios se posicionan ante el tema, lo primero que resulta llamativo es que ni siquiera sea mencionado en el Código deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España.

En el Libro de Estilo de la *Corporación Catalana de Medios Audiovisuales* se recoge dentro de las materias sensibles un apartado destinado al suicidio, e indica:

Trataremos los suicidios, los intentos de suicidio y las autolesiones con extrema prudencia, y sólo nos haremos eco cuando haya interés informativo por la notoriedad de la persona o por las circunstancias del hecho.

No calificaremos de suicidio una muerte si no tenemos la confirmación. Si difundimos la identidad de la persona, citaremos la causa de la muerte sin usar eufemismos, salvo que sus familiares o personas cercanas se pronuncien en sentido contrario.

Evitaremos producir y difundir contenidos que inciten al suicidio o que incluyan explicaciones y detalles sobre procedimientos de suicidio.

Igualmente, en el Manual de Estilo de RTVE, como “Cuestiones Sensibles” incluye el tratamiento del suicidio:

- Especial sensibilidad. Como pauta genérica, deben evitarse las informaciones e imágenes referidas a suicidios y autolesiones de gravedad y, más aún, cuando sus protagonistas sean niños o adolescentes. En RTVE, el suicidio debe considerarse un asunto especialmente sensible, tanto en los programas de actualidad como en los de ficción.
- Excepciones. Sólo de forma excepcional y por razones muy justificadas se podrá citar el suicidio como causa de una muerte, especialmente cuando se trate de personalidades relevantes o cuando revelen un hecho social de interés general.
- Información responsable. 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. Descripciones explícitas también pueden acentuar el desamparo de los familiares y allegados del difunto, particularmente el de los niños.
- Precauciones:
 - Deben evitarse explicaciones simplistas y las basadas en la especulación
 - No debe justificarse el suicidio con valores morales dignos de imitarse como el valor, amor, dignidad, honor, etc.
 - No debe asociarse el suicidio a expresiones como éxito, salida, opción, solución, etc.

En el Libro de Estilo de Canal Sur TV no hay un apartado concreto, pero aparecen varias referencias. Al hablar de las recreaciones señala que no se utilizarán como norma general, y en particular recuerda que tampoco en los casos de suicidio. Otra vez, acerca de la información judicial y los delitos señala que los espacios informativos no ofrecerán imágenes ni darán noticia de un suicidio, salvo si se trata de una persona de gran relevancia o en reportajes de mayor profundidad que trasciendan un hecho aislado y lo traten con delicadeza. Por último, en un anexo sobre datos de violencia de género hace referencia a que se incluyen los suicidios como consecuencia de esa violencia.

Si nos fijamos en un medio internacional de referencia, como la BBC, en sus Directrices Editoriales, entre Valores y Criterios en el apartado de Daños y Perjuicios habla del suicidio dentro de la violencia, y recomienda:

Debemos esforzarnos en garantizar que programas concretos, o un conjunto de programas de la parrilla, evitan incluir material que justifique o haga atractivo el uso de la violencia, los comportamientos peligrosos o antisociales, así como aquél que pueda animar a otras personas a imitar ese comportamiento, a no ser que tenga una fuerte justificación editorial.

Luego, específicamente hablando del suicidio señala:

El suicidio, el intento de suicidio y las autolesiones deberían presentarse con gran cuidado, ya sea en ficción o en programas de no ficción. Debemos tener cuidado para no describir o mostrar con gran detalle los métodos; los productores de contenidos deberían estar alerta de los peligros de que estas conductas parezcan atractivas a los más vulnerables.

Tanto la información en directo y online como la representación ficticia de un suicidio, intento de suicidio o autolesiones pueden animar a otras personas. También es importante un uso correcto y delicado del lenguaje. El suicidio se despenalizó en 1961 y desde entonces algunas personas consideran ofensivo el uso de la expresión “se suicidó”; son preferibles las alternativas “quitarse la vida” o “matarse”. Cuando nuestra producción trate sobre estos temas, deberíamos considerar si damos un número de teléfono de ayuda o proporcionamos material de información. El presidente de los Samaritanos [organización de voluntarios que presta servicios de ayuda y consulta 24 horas al día] está disponible para que los productores de contenidos le consulten en relación al tratamiento del suicidio.

Cualquier propuesta para emitir un ahorcamiento, un suicidio, un intento de suicidio o una autolesión debe consultarse con un figura editorial senior o con el editor responsable en el caso de las productoras independientes, quien asimismo pueden consultar al Consejero Jefe de Política Editorial.

En prensa escrita, *El País*, en su *Manual de Estilo*, en sus principios, en política editorial dice:

1.6. 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.

Existe, pues, mucha cautela en los medios, si bien, siguiendo las consideraciones de la OMS podríamos aceptar que informar del suicidio podría resultar beneficioso si se aborda con criterios periodísticos rigurosos. Entre ellos destacaríamos el que no debe informarse como algo inexplicable o simplista, ni como el resultado de un solo factor o hecho; no debe aparecer como una solución a un problema, y se ha de tener en cuenta el impacto que produce sobre las familias, para no añadir un sufrimiento estigmatizante.

Se añade también que cuando existe en el caso un problema de salud mental debe reconocerse; y se evitarán las exageraciones, hablar del método empleado, así como fotografías de la víctima, y de la escena del suicidio. Según la OMS se ha demostrado que la cobertura por parte de los medios ofrece un mayor impacto al detallar el método de suicidio adoptado. Así, la referencia a ciertos escenarios -puentes, acantilados, edificios, etc.- asociados con el suicidio aumenta el riesgo de que se recurra a ellos.

La cobertura sensacionalista debe evitarse, y es inapropiado utilizar estereotipos religiosos o culturales. Describir las consecuencias físicas de intentos de suicidio (daño cerebral, parálisis, etc.) puede actuar, igualmente, como elemento disuasorio.

6. La televisión, medio de mayor impacto como agente socializador, ante el suicidio

Los medios de comunicación han ocupado un papel creciente en la socialización de los individuos. Se unieron a la familia, la escuela, el grupo de amigos para ejercer como agentes de socialización, y ello implica que transmiten valores, patrones culturales y pautas de comportamiento de la sociedad en la que se vive.

La televisión está en la vida cotidiana de muchas familias y ocupa una parte importante del tiempo dedicado al ocio. Además, siguiendo la idea de Lippmann, se habría convertido en la más destacada fuente de imágenes para nuestras mentes, y utiliza un lenguaje accesible, comprensible, que no requiere esfuerzo entenderla, ni precisa de habilidades especiales.

Casi por definición es, además, el medio que más apela a las emociones y a las sensaciones, y menos a la racionalidad. Por eso, la crítica de esa deriva hacia al espectáculo (González Requena, 1992), o esa tendencia a la espectacularización de los contenidos (Imbert, 2008), y de hecho hay autores que remarcan el valor sensorial y emotivo de la imagen (Martínez Albertos 1997: 476; Ramonet 1998: 90; Ibáñez 2000; Cebrián 2004; Fernández García 2005: 41-42), lo que ha hecho del entretenimiento en sí un formato natural de la representación de toda experiencia.

Benaissa (2013: 336) ha destacado en un reciente estudio que las imágenes llamativas al igual que las imágenes impactantes se basan en el criterio de la “emotividad”, pero que a diferencia de las imágenes impactantes, que conllevan en todo caso una connotación negativa, las imágenes llamativas pueden ser de carácter positivo o negativo.

Ante el suicidio, la televisión ha seguido la lógica del resto de medios. Tradicionalmente se ha silenciado porque los responsables de las redacciones suponían que cada vez que se informaba de uno aumentaba el número de intentos. Snack (2003), sostiene que la televisión influye en el comportamiento suicida. Philips (1982) aseguró que había un aumento de suicidios hasta diez días después de que se informara sobre alguno en las noticias. Además, esas historias aparecen ahora en múltiples programas, por múltiples canales y tienen un mayor impacto, sobre todo si involucran a celebridades. No obstante, no todos coinciden este impacto directo (Hawton, 1999) y menos aún si se producen en programas de ficción.

Ese papel significativo que juega la televisión en la sociedad actual, tiene una fuerte influencia sobre las actitudes, creencias y comportamientos de la comunidad. Debido a esa influencia, también puede jugar un rol activo en la prevención del suicidio. ¿Cómo? Ejerciendo una información responsable que sirva como elemento de persuasión ante el suicidio, y para ello debería favorecer la sensibilización a los profesionales vinculados a la producción de información respecto de la problemática del suicidio desde una perspectiva preventiva. Por supuesto, preservando el derecho a la privacidad de personas implicadas en episodios de suicidio, y ofreciendo información actualizada y útil respecto de los servicios de prevención y/o asistencia a personas implicadas en la ocurrencia de eventos asociados al suicidio.

7. Dos ejemplos: Informe Semanal e Informativos de Canal Sur TV

Analicemos la cuestión a través de dos maneras diferentes de reflejar el tema: una cuantitativa y otra cualitativa. Para la primera contabilizamos las veces que aparece tratado en una cadena, en este caso recurriendo al servicio de documentación de Canal Sur TV. Para la lectura cualitativa analizaremos un reportaje en el que se abordaba este asunto dentro del programa Informe Semanal de Televisión Española.

En cuanto al primer apartado, en Canal Sur hemos accedido a su servicio de documentación para reseñar cuántas veces en un año, se ha hablado del suicidio. Se ha

tomado como término de búsqueda “suicid” (para dejar abierta las opciones de suicida y suicidio), y con fecha de emisión en 2012 han aparecido 264 documentos.

Hay que tener en cuenta que en alguna ocasión las noticias son repetidas en otro informativo; por ejemplo, en el de la tarde y el de la noche; o que en algún informativo, incluso se aborda dos veces al ser una noticia de impacto, como ocurrió con el suicidio previo a un desahucio en Granada, o el suicidio del autor de la matanza de niños en Estados Unidos.

Del número total hay al menos diecisiete registros a desestimar, uno por ser un bruto de grabación, otro por corresponder a información sobre una película, y el resto, por utilizar el término suicida para calificar distintos aspectos como las políticas económicas del gobierno (en 13 casos) y de la UE (por los sindicatos europeos), el recorte en educación una vez, y otra en un resultado deportivo. Igualmente, hay una vez en que se utiliza por una donación hecha en un programa tras haberse suicidado el propietario.

Una vez descartados estos usos, hemos establecido una categorización agrupando por similitud en la causa adjudicada al suicidio. Por ejemplo, en cultura hay 13 informaciones relacionadas con distintos campos de la cultura, habiendo cuatro películas, 4 libros, un cantante, una exposición, una obra de teatro, un equilibrista y una foto premiada, en las que bien por trama, bien por protagonista o por situación, se vincula lo dicho al suicidio. Así, como resultado nos quedaría el reflejado en la siguiente tabla:

| CAUSA-CONSECUENCIA | NÚMERO DE NOTICIAS |
|-----------------------------------|--|
| Terrorismo | 63 |
| Violencia de género | 43 |
| Desahucios | 42 |
| Matanzas, episodios violentos | 20 (19 en EE.UU. y 1 en España) |
| Enfermedad mental | 19 (10 protocolo aplicado a un detenido) |
| Discriminación de la mujer | 17 |
| Crisis | 13 (sobre todo en Grecia e Italia) |
| Cultura | 13 |
| Acoso, persecución | 8 |
| Política-acontecimiento histórico | 3 |
| Famosos | 3 |
| Muerte | 1 |
| TOTAL | 245 |

Fuente: archivo Canal Sur TV. Elaboración propia

El mayor número de noticias en que aparece un suicidio (62) está relacionado con el terrorismo extremista islámico, siendo Afganistán donde más se producen. La crisis directamente, sobre todo lo ocurrido en Grecia e Italia, y una consecuencia como son los desahucios, es también una parte importante dentro de las informaciones. Y tras ellos, el recurso final de algunos que han cometido violencia de género. Hay que señalar que en discriminación de la mujer se han incluido noticias de otros países donde mujeres acuden a él ante casos como una boda impuesta o violaciones. Dentro de enfermedad mental se han incluido 10 informaciones sobre la aplicación en la cárcel del

protocolo para evitar suicidios a José Bretón, acusado de haber asesinado a sus dos hijos en Córdoba.

Por otro lado, en la visión cualitativa, hay que señalar primero que no es habitual que en los programas informativos no diarios se hable del suicidio, salvo que un-una suicida asuma un papel protagonista en el contenido. Por ello, hay que destacar que el veterano programa Informe Semanal se ocupó exclusivamente del tema en un reportaje que tuvo 16 minutos y 23 segundos de duración, el día 14 de abril de 2012. Se titulaba “La ley del silencio” y con él se quería significar la invisibilidad social de este problema, del que recuerda que por cada hecho consumado hay 30 tentativas.

Arranca y acaba el reportaje fijándose en el entorno familiar, con familiares directos, -una madre, un hijo y un sobrino de suicidas-, que sienten por un lado dolor por la pérdida de un ser querido, y por otro, todavía observan un cierto estigma al abordar el tema, bien por la tradición religiosa que lo consideraba pecado, bien por ser contemplado como un delito. En cualquier caso, esos familiares se echan la culpa por no haberlo sabido evitar, y a la vez, lo consideran un acto de agresión.

Posteriormente, se acerca a los profesionales de la medicina (tres psiquiatras y dos enfermeras) especializados en tratamientos para evitarlo, centrándose en dos hospitales, uno en Barcelona -que ha llevado a cabo un plan piloto de la UE para reducir los reintentos- y otro en Ourense -donde hay una unidad específica- puesto que en Galicia es donde se da el más alto porcentaje de suicidios en España. Establece ahí un perfil de los suicidas, pues aproximadamente la mitad tienen más de 65 años y se sentían solos e inútiles. En ese perfil, aunque sin apuntar cuál es la fuente, indica que la mujer es más depresiva, y que llega a intentarlo tres veces más que el hombre, aunque lo consuma tres veces menos.

Hay que hacer una observación sobre el tratamiento de imagen, pues acompañar para aspectos generales del guión recurre a personas andando por la calle, y para hablar de la sensación de soledad a pasajes que podríamos considerar bucólicos, de hecho el plano del título es un árbol aislado proyectando sombra sobre una pradera. Cuando se abordan los aspectos médicos, las imágenes corresponden a interiores de hospital o centros de salud. Y en la referencia de los familiares a sus seres perdidos, se utilizan recursos de sus aficiones, de los hogares y en un caso de fotografías. El final se resuelve con una exposición de fotos de un grupo de personas que sobrevivió al intento de suicidio, y luego unos planos del mar, sobre los que hay testimonios y recuerdos de varios fallecidos -se supone que por suicidio-.

8. Conclusiones

No está clara la relación directa entre incremento en el número de suicidios y el aumento de información sobre ellos, no hay un estudio que refleje claramente que silenciar el tema es positivo puesto que se produce un efecto contagio. Lo que sí parece más demostrado es que informar mal o de forma sensacionalista puede ayudar a quienes muestran esa propensión a ejercer conductas imitativas.

Lo normal es que se ofrezcan informaciones en las que aparece el suicidio, en casi todos los casos no se aborda esa conducta de forma específica, sino que se refleja como un elemento de la noticia, que es causa o consecuencia de la idea central de la información.

Pero no queda reducido a una cuestión de causa-consecuencia, porque en los informativos, las noticias sobre suicidios aparecen en muchos casos presentadas con una connotación negativa ya que se ha cometido un acto reprochable. También se ha de destacar como una constatación creciente las ocasiones en que se presenta como una medida desesperada que sirve a los medios para denunciar situaciones alarmantes como puede ser un desahucio.

No sólo es cuestión de ver qué se trata, sino de cómo se trata. Y ahí puede residir la principal dificultad, en que los medios deberían establecer un protocolo sobre cómo abordar este tema. Pero además, tampoco se puede olvidar que, como indica Urzúa (2003), hay que prestar atención al respeto a la intimidad de la muerte, pues la muerte es un asunto propio.

Si establecemos que se evita en los medios hablar del suicidio directamente, salvo esa vinculación a otra causa o consecuencia, podríamos en general agrupar la inclusión de la noticia en estas cuatro causas:

Por desesperación.

Por criminalidad.

Derivado de la fama o la notoriedad

Por enfermedad mental o comportamientos sociales perniciosos.

Pero como tema específico, en general, no se aborda. Se oculta que es una realidad más extendida de lo que reflejan los medios.

Se olvida introducir información complementaria de servicio público que podría ofrecer conocimiento y salidas a quienes puedan pensar en el suicidio como solución.

En cuanto a la imagen, el tratamiento ha de ser extremadamente cuidadoso, y, por supuesto, no mostrar recreaciones ni elementos que pudieran inducir al mismo.

Alguna vez aparece tratado como negación, como ocurre en el caso de los famosos. Cuando se trató de recordar los aniversarios de los fallecimientos de Marilyn Monroe y Carmina Ordóñez, en ambos se introducía que se había descartado el suicidio como causa de sus muertes. Carecía de sentido apuntarlo, puesto que las autopsias poco después ya habían despejado esa hipótesis.

Por el contrario, se echa de menos que se aborde en su relación con las enfermedades mentales.

Los medios de comunicación necesitan replantearse la necesidad de abordarlo como un asunto específico y ofrecer información adecuada. Obviar algo, no significa que no exista, y no puede aparecer sólo como una solución final ante otro tipo de cuestiones. Es un tema que debe tratarse de una manera especial, con una precaución mayor.

Los medios pueden jugar un papel proactivo en la prevención del suicidio al publicar otro tipo de información complementaria, como los servicios de salud mental y las líneas de ayuda disponible, advertir ante esas informaciones, incidir entre la frecuente relación entre depresión y comportamiento suicida, siendo la depresión una condición tratable, y ofrecer mensajes de solidaridad a los supervivientes.

Es, por tanto, conveniente, estar sensibilizados ante el impacto que pueden suponer estas informaciones, y por ello se debe trabajar en contacto con responsables de salud.

9. Referencias bibliográficas

- BENAISSA PEDRIZA, Samia (2013): “El procesamiento de imágenes de impacto por la audiencia de informativos de televisión”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 19, nº. 1. pp. 331-346. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- CASTELLS, Manuel (2009): *Comunicación y Poder*. Barcelona, Alianza Editorial.
- CEBRÍAN HERREROS, Mariano (2004): *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Barcelona, Gedisa.
- CHOMSKY, Noam y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona, Crítica.
- COHEN, Bernard (1963): *The press and foreign policy*. Princeton (USA), Princeton University Press.
- FERNÁNDEZ GARCIA, Francisco (2005): *Érase una vez...La narración informativa en televisión*. Jaén, Universidad de Jaén.
- GONZÁLEZ CONDE, Julia y BARCELÓ UGARTE, Teresa (2009): *La televisión. Estrategia audiovisual*. Madrid, Fragua.
- GONZÁLEZ REQUENA, Jesús (1992): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Cátedra.
- HAWTON, Keith et al. (1999): “Effects of a drug overdose in a television drama on presentations to hospital for self-poisoning: time series and questionnaire study”. *British medical journal*. Núm. 318, pp. 972-977.
- IMBERT, Gérard (2003): *El zoo visual: De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona, Gedisa.
- LIPPMANN, Walter (1964): *La opinión pública*. Buenos Aires, Compañía General Fabril Editora [1922].
- LORENTE, Miguel (2003): “La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación: entre la noticia y la información”. En RAMÍREZ ALVARADO, M^a del Mar: *Medios de Comunicación y Violencia contra las mujeres*. Sevilla, Instituto Andaluz y Fundación Audiovisual de Andalucía, pp. 33-43.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1997): *Curso general de redacción periodística*. Madrid, Paraninfo.
- MAZURK, Peter M. et al (1993): “Increase of suicide by asphyxiation in New York City after the publication of ‘Final Exit’”. *New England journal of medicine*. Nº 329, pp. 1508- 1510.
- McCOMBS, Maxwell (1985): “La comunicación de masas en las campañas políticas: información, gratificación y persuasión”. En MORAGAS, Miquel de (ed.): *Sociología de la Comunicación de Masas. Estructura, funciones y efectos*. Barcelona, Gustavo Gili.

- MOTTO, Jerome (1967): "Suicide and suggestibility". *American journal of psychiatry*. N° 124, pp. 252-256.
- MÜLLER, Franziska (2011): El "Efecto Werther" - Gestión de la información del suicidio por la prensa española en el caso de Antonio Flores y su repercusión en los receptores. *Cuadernos de Gestión de Información*. Vol 1, n° 1. Murcia. Máster en Gestión de Información en las Organizaciones, pp. 65-71.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (2000): *Prevención del Suicidio: Un Instrumento para Profesionales de los Medios de Comunicación*. http://www.who.int/mental_health/media/media_spanish.pdf [Consultado 10 septiembre 2012]
- PHILIPS, David P. (1982): "The impact of fictional television stories on US adult fatalities: new evidence on the effect of the mass media on violence". *American journal of sociology*, N° 87. pp. 1340-1359.
- PHILIPS, David P.; LESNYA, Katherine; PAIGHT, Daniel J. (1992): "Suicide and media". En Maros R.W., Berman AL, Maltsberger J.I, eds. *Assessment and prediction of suicide*. New York: Guilford, pp. 499-519.
- PUNTES ROSAS, Esteban; LÓPEZ NIETO, Leopoldo; y MARTÍNEZ MONROY, Tania (2004): "La mortalidad por suicidios: México 1990-2001". *Revista Panamericana de Salud Pública*. Vol. 16, n° 2. Washington.
- RAMONET, Ignacio (1998): *La Tiranía de la Comunicación*. Madrid, Debate
- SCHMIDTKE, Armin y SCHALLER, S. (1998): "What do we do about media effects on imitation of suicidal behaviour". En DE LEO, D., SCHMIDTKE, A., & SCHALLER, S. (eds): *Suicide prevention: a holistic approach*. Dordrecht, Kluwer Academic Publishers, pp. 127-131.
- STACK Steven (2003): "Media coverage as a risk factor in suicide". *Journal Epidemiology Community Health*. N° 57, pp. 238-40.
- SOUBRIER, Jean Pierre (1984): "La prévention du suicide est-elle encore possible depuis la publication autorisée d'un livre intitulé: Suicide Mode d'Emploi - Histoire, Techniques, Actualités". *Bulletin de l'Académie Nationale de Médecine*. N° 168, pp. 40-46.
- URZÚA ARACENA, Mario (2003): "Suicidio, intimidad e información". *Documentación de las Ciencias de la Información*. N° 26, pp. 351-358. Facultad de Comunicación Universidad Católica de Concepción (Chile).
- VILA-MATAS, Enrique (2007): *Suicidios ejemplares*. Barcelona, Anagrama.
- VILLAFANE, Justo; BUSTAMANTE, Enrique; y PRADO, Emili (1987): *Fabricar noticias. Las rutinas productivas en radio y televisión*. Barcelona, Mítre.
- VIVES-CASES, Carmen et al. (2005): "Historia reciente de la cobertura periodística de la violencia contra las mujeres en el contexto español (1997-2001)". *Revista Gaceta Sanitaria*. Vol. 19, n° 1, pp. 22-28.

WANTA, Wayne (1997): *The Public and the National Agenda: how people learn about important issues*. Mahwah (USA), Lawrence Erlbaum Associates.

WASSERMAN, David (1984): "Imitation and suicide: a re-examination of the Werther effect". *American sociological review*. N° 49, pp. 427-436.