



Question

Periodismo / Comunicación
ISSN 1669-6581

Esta obra está bajo una
Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-Compartir Igual
4.0 Internacional



El tratamiento periodístico del suicidio en la prensa regional de Colombia
Nicolás Góngora Granada, Luis Camilo Jara Tejada, Lizandro Angulo Rincón
Question/Cuestión, Nro.72, Vol.3, Agosto 2022
ISSN: 1669-6581
URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>
IICom -FPyCS –UNLP
DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e730>

El tratamiento periodístico del suicidio en la prensa regional de Colombia
Journalistic treatment of suicide in regional press in Colombia

Nicolás Góngora Granada
Universidad del Tolima
Colombia
ngongoragra@ut.edu.co

Luis Camilo Jara Tejada
Universidad del Tolima
Colombia
lcjaratej@ut.edu.co
<https://orcid.org/0000-0001-5467-4703>

Lizandro Angulo Rincón
Universidad del Tolima

Colombia

langulo@ut.edu.co

<https://orcid.org/0000-0001-8954-4116>

Resumen

La Organización Mundial de la Salud propone unas recomendaciones a los medios de comunicación para que informen adecuadamente sobre el suicidio. Esta investigación tiene como objetivos (1) identificar si los criterios periodísticos usados por los periodistas de *El Nuevo Día* para informar sobre este tema se enmarcan entre las recomendaciones de la OMS y (2) caracterizar el uso del lenguaje periodístico en algunas notas del periódico sobre el suicidio desde la perspectiva de las emociones. Se emplea una metodología mixta: análisis de contenido (cuantitativo) a 32 piezas periodísticas impresas del periódico del 2019 y el análisis crítico del discurso desde la perspectiva de las emociones (cualitativo) a dos de las 32 notas de la muestra general. Se concluye que el periódico no cumple completamente con las recomendaciones de la OMS y las emociones de la culpa, el dolor y la desesperación son las que predominan en las dos notas elegidas.

Palabras clave: periodismo regional, información, suicidio, Organización Mundial de la Salud.

Abstract

The World Health Organization (WHO) proposes some recommendations for the media to appropriately inform about suicide. This research aims to (1) identify if the journalistic criteria used by journalists of *El Nuevo Día* to inform about this topic are within the framework of the WHO recommendations, and to (2) characterize the use of journalistic language in some of the newspaper notes about suicide from the perspective of emotions. A mixed methodologies approach is used: Content analysis (quantitative) to 32 printed journalistic pieces of the newspaper from 2019 and the critical discourse analysis from the perspective of emotions (qualitative) to 2 of the 32 pieces of the general sample. It is concluded that the newspaper

does not completely follow the WHO recommendations and the guilt, pain, and despair emotions are predominant in the selected notes.

Key words: regional journalism, information, suicide, World Health Organization.

Introducción

La Organización Mundial de la Salud señala que el suicidio se ha convertido en un problema de salud pública que no distingue entre clases, nacionalidad, género, sexo, edad ni culturas. Además, informa que cada 40 segundos se suicida una persona, sumando 800.000 suicidios por año en todo el mundo, y que “cada suicidio afecta directamente al menos a seis personas” (Organización Mundial de la Salud, 2017). En Colombia se presentaron 2463 casos en el 2019 y en Ibagué, la capital del departamento del Tolima, se cometieron 50 suicidios en el mismo año (Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, 2019).

Este problema de salud pública se trata de explicar desde distintas perspectivas: psiquiátrica, económica, cultural, sociológica y mediática. Se entiende la perspectiva mediática a partir del rol y responsabilidad que tienen los medios de comunicación y sus periodistas de prevenir o, en caso contrario, provocar este tipo de conductas que llevan a los individuos a quitarse la vida. En este contexto, la Organización Mundial de la Salud pide a los medios y a sus propietarios y reporteros a informar de manera responsable sobre este fenómeno a partir de una serie de recomendaciones testadas científicamente, para evitar un impacto negativo en las audiencias y, en especial, en las personas que se encuentran en un notorio estado de vulnerabilidad.

Justamente, esta investigación pretende (1) identificar si los criterios periodísticos usados por los periodistas de El Nuevo Día para informar sobre suicidio en el departamento del Tolima se enmarcan entre las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y (2) caracterizar el uso del lenguaje periodístico en las noticias sobre el suicidio por parte de los periodistas de El Nuevo Día, en el ámbito de estudio de las emociones. Para ello, se estudian 32 piezas periodísticas impresas sobre el suicidio, publicadas a lo largo del año 2019, a partir de la aplicación de los métodos del análisis de contenido (cuantitativo) y el análisis

crítico del discurso desde la perspectiva de las emociones (cualitativo) aplicado a dos notas destacadas de la muestra general. El Nuevo Día es el principal diario impreso y online de la ciudad de Ibagué, con 30 años dedicados a informar a sus lectores sobre la región y Colombia.

Marco teórico

La responsabilidad social de los medios

La teoría que guía esta investigación es la teoría de la responsabilidad social de los medios, la cual considera que la libertad es esencial para organizar y estructurar a los medios de comunicación, en el marco de los derechos legítimos que tiene el público de recibir un adecuado servicio informativo, educativo y de entretenimiento. Según Algarra y Rodríguez (2008), esta teoría nace como respuesta a la teoría liberal que entrega total autonomía a la prensa de hallar la propia verdad de los hechos, sin la regulación del Estado o de las personas que se sintieran afectadas por la tergiversación o manipulación de la realidad.

La teoría es producto de la Comisión Hutchins y de su informe titulado “Una prensa libre y responsable” (1947), cuyo propósito fue fijar límites al dominio del mercado de la comunicación por empresas privadas, mediante la promoción de la autorregulación de los *media*, la promulgación de leyes que vigilen y controlen la actividad informativa y la creación de medios de comunicación públicos (Christians, Glasser, McQuail, Nordenstreng, & White, 2009).

El suicidio desde la perspectiva de las humanidades

Émile Durkheim en su obra *El suicidio* (2012) presenta dos causas extrasociales a las que se les atribuye una influencia sobre el aumento de cifras del suicidio: las disposiciones orgánico-psicológicas (entendiendo éstas como las necesidades que nuestra mente requiere suplir para vivir en armonía con nuestro yo) y las variables del medio físico como la geografía, la temperatura, entre otros aspectos.

Albert Camus en su ensayo *El mito de Sísifo* (1942) plantea el dilema filosófico en torno a juzgar si la vida vale o no la pena vivirla y expone el concepto del “absurdo” que nace de la confrontación del hombre con el mundo y las limitaciones de la razón.

Por su parte, Enrique Lynch en su ensayo *Acerca del suicidio* (2011) expresa algunas de las posturas críticas del existencialismo que consideran que el hombre está desamparado. Retoma los postulados de Jacques Lacan, para quien el suicidio ocurre cuando existen conflictos internos del hombre y, debido a ellos, se encuentra ante callejones sin salida por no relacionarse satisfactoriamente con otros seres humanos.

Los medios de comunicación como factor de riesgo: entre el efecto Werther y el efecto Papageno

Los medios de comunicación son señalados por la OMS como un factor de riesgo suicida. Atendiendo al llamado efecto Werther (silencio), se presume que la frecuencia y la forma en que los medios abordan el tema del suicidio puede incidir en la predisposición de un individuo a quitarse la vida. Al respecto, y sobre el origen del término:

El sociólogo David Philips denominó en 1974 como el efecto Werther, en alusión a lo acontecido a finales del siglo xvii cuando en países como Italia o Dinamarca se prohibió la venta de *Las penas del joven Werther*, de Johann Wolfgang von Goethe, porque tras su publicación en 1774 se detectaron casos de jóvenes que imitaban al protagonista suicida (Barcia, Rodríguez, & Túnñez, 2018, pág. 141).

La OMS sugiere que los medios podrían cumplir una función de prevención del suicidio, en tanto que pueden suministrar información educativa útil acerca de este fenómeno (Organización Mundial de la Salud, 2017). El enfoque preventivo, entonces, es una de las propuestas que en los últimos años ha tenido cabida en las discusiones acerca de cómo tratar el suicidio en los medios. De hecho, el denominado efecto Papageno (prevención) surge por un personaje alegre que trabaja como vendedor de pájaros en la ópera de Mozart y por miedo a perder su amor decide suicidarse. Sin embargo, aparecen tres personas que lo persuaden y le enseñan otros caminos para superar la melancolía (Román, 2018).

En los últimos estudios científicos de las ciencias de salud, se ha determinado el impacto que pueden tener los periodistas y los medios de comunicación en la prevención del suicidio. Un de las conclusiones de esas investigaciones apuntan a que la información responsable influye a que las persona no se quiten la vida y opten por alternativas para

solucionar los problemas de diversa índole (Román, 2018). De manera que las noticias deberían estar enfocadas en “que se informe de casos en los que se logró superar episodios de crisis suicida porque de ese modo el efecto imitativo podría incidir beneficiosamente sobre la población” (Barcia, Rodríguez, & Túñez, 2018, pág. 142). En síntesis, el periodismo debe implementar el denominado efecto Papageno en su política editorial, para que la directriz del medio de comunicación y las prácticas de sus reporteros contribuyan a mantener la salud pública.

Metodología

Este trabajo asume el enfoque mixto de la investigación. El enfoque mixto ofrece una perspectiva holística y rigurosa para conocer con precisión y hondura los procesos comunicativos. Aquí se utiliza una tipología mixta de carácter secuencial y un diseño explicativo, porque en su primera etapa se recogen los datos cuantitativos y, en un segundo momento, se almacenan los datos cualitativos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) para luego tabular, triangular e interpretar la información.

Los métodos empleados son el análisis de contenidos (cuantitativo) y el análisis crítico del discurso (cualitativo), desde la perspectiva de las emociones. Esta combinación es apropiada, puesto que, por un lado, se obtiene medición y precisión en el chequeo de las piezas periodísticas sobre el suicidio en el periódico El Nuevo Día y, por otro, se profundiza en su valor causal y explicativo.

El método del análisis de contenido

El análisis de contenido es un método de análisis en la investigación que descifra, interpreta y comprende la estructura e impacto de los mensajes, a través de variables cuantificables. Este método se constituye en una técnica de investigación que descubre el ADN de los mensajes mediáticos para reconstruir su estructura, componentes, arquitectura y funcionamiento (Igartua, 2006).

En los medios de comunicación, el análisis de contenido se sustenta en la teoría de la agenda setting y, en su derivada, la teoría del framing. La teoría de la agenda setting sugiere que los medios de comunicación tienden a centrarse sobre unos problemas en detrimento de

otros al momento de informar, mientras que la del frame decide cuál será el foco, la perspectiva principal de la historia (Igartua & Humanes, 2010).

La pertinencia de este método estriba en que cuantifica los mensajes sobre el suicidio en el periódico El Nuevo Día e identifica la estructura del contenido en las piezas periodísticas, encuadre y nivel de interés de la pieza periodística para el diario, y determina hasta qué punto las piezas periodísticas sobre el suicidio cumplen con las normas de la Organización Mundial de la Salud.

Muestras

En la muestra temporal si bien se toma como referencia el año 2019, se escogen aquellos periódicos de EL Nuevo Día en cuyas fechas aparezcan informaciones sobre suicidios. En total, se encuentran. En la muestra de contenido, se seleccionan 32 piezas periodísticas sobre los suicidios reportados por El Nuevo Día en el 2019 (no a los intentos de suicidio), publicadas mayoritariamente en la sección Judicial.

Unidad de análisis

El primer plano de análisis se refiere a la importancia de la pieza periodística de suicidio para el diario con base en la escala (Budd, 1964) adaptada, con su baremo de puntuación (ver tabla).

Tabla 1

Escala para identificar el grado de interés de la pieza periodística

1. Tamaño	Titular a 2 columnas	2
	Titular a 3 o más columnas	3
2. Espacio	Más de $\frac{3}{4}$ de página incluidas fotografías	1
3. Lugar de la página	Si aparece en la $\frac{1}{2}$ superior	1
4. Primera página	Noticia principal en portada	2

	Otras formas de aparición en portada	1
5. Otro tipo de portada	Aparición en portada de sección o contraportada	1
6. Ilustraciones	Infográficos	1,5
	Fotografías	0,5
Puntuación Máxima		10
Baremo de puntuación	Máximo interés	de 8 a 10
	Alto interés	de 6 a 7,9
	Interés medio	de 4 a 5,9
	Bajo interés	de 2 a 3,9
	Mínimo interés	de 0 a 1,9

En el segundo plano de análisis se tienen en cuenta las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), sobre lo que se debe y no se debe informar sobre suicidios. Según la OMS lo que se debe hacer a la hora de informar acerca de este tema es: suministrar información exacta acerca de dónde buscar ayuda (OMS 1+); educar al público acerca de los datos sobre el suicidio y la prevención del suicidio, sin difundir mitos (OMS 2+); informar sobre maneras de hacer frente a los estresantes de la vida o a pensamientos suicidas y sobre formas de obtener ayuda (OMS 3+); informar con mucha cautela sobre los suicidios de celebridades (OMS 4+).

Y lo que no se debe reportar en los medios de comunicación es: no destacar ni repetir innecesariamente las noticias sobre suicidios (OMS 1-); no utilizar un lenguaje que sea sensacionalista o normalice el suicidio, ni se presente el suicidio como una solución constructiva a problemas (OMS 2-); no describir explícitamente el método utilizado (OMS 3-); no facilitar detalles acerca del sitio ni la ubicación (OMS 4-); no usar titulares sensacionales (OMS 5-); no usar fotografías (OMS 6-).

Utilizamos las palabras OMS, el número y el + (lo que se debe hacer) y el – (lo que no se debe hacer) para facilitar la identificación de las recomendaciones.

Prueba de fiabilidad intercodificadora

Siguiendo con los criterios estrictos del análisis de contenidos, se realizó una prueba piloto, la cual consistió en que dos personas independientes a esta investigación codificaran cuatro muestras de contenido del periódico El Nuevo Día.

Para ello, se empleó la fórmula de fiabilidad de Holsti (1969). $Fiabilidad = 3M / (N1 + N2 + N3)$, donde M es el número de decisiones codificadoras en las que coinciden los codificadores (en este caso tres) y N el número de codificaciones realizadas por cada uno de ellos. N1 es el autor y N2 y N3 son dos codificadores independientes. De acuerdo con la literatura internacional, se considera que, si existe una coincidencia igual o superior al 90%, las definiciones operativas y el proceso codificador son fiables.

Tras la prueba piloto, quedo en evidencia que las coincidencias de los tres codificadores fueron del 0,90%, lo cual sugiere que el método es fiable.

El método del análisis del discurso desde la perspectiva de las emociones

Si el análisis cuantitativo apunta a desvelar los contenidos manifiestos, el análisis textual, cualitativo, busca los contenidos latentes o interpretar y leer los significados de los mensajes implicados o escondidos (Weerakkody, 2012). Van Dijk (1999, pág. 23) habla de la conjunción entre crítico y discurso (análisis crítico del discurso), para evidenciar que su interés estriba en conocer cómo “el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos”.

En esta investigación, si bien toma como referente el análisis crítico del discurso, enfatiza en el discurso de las emociones, argumentado por Gutiérrez y Plantin (2010), y Gutiérrez y Vargas (2017). La emoción se define como percepción y reacción ante un estímulo, la cual se basa en componentes psicológicos, físicos, conductuales y motrices. La pragmática de la emoción incluye la situación percibida, construida cognitivamente en el marco de un sistema de valores propio del sujeto en relación con el contexto.

Para avanzar, no obstante, es preciso expresar en qué ámbito del discurso de las emociones se ubica esta investigación, esto es, la comunicación emotiva, la cual sugiere la elaboración de un discurso semiotizado, planificado, controlado e intencional para influir en la interpretación de circunstancias por parte del interlocutor. Implica, por tanto, una elaboración estratégica consciente o inconsciente del locutor/emisor sobre el mensaje (Gutiérrez & Vargas, 2017).

El modelo que se propone para el estudio de la emoción en textos periodísticos, particularmente de la prensa escrita, se deriva de las investigaciones de la emoción desde la perspectiva de la argumentación de Plantin (1998) y Ungerer (1997), así como de los estudios periodísticos de Gutiérrez y Vargas (2017).

Tabla 2

Modelo analítico para el análisis del texto periodístico

Topoi		Principios y reglas
¿Qué?	Tipo	de Preconstructos eufóricos o disfóricos. <i>Principio de Animacidad: vida / muerte.</i>
¿Quiénes?	Tipos personas.	de <i>Principio de rango: tipo de personas y de proximidad (nosotros/ellos).</i> <i>Regla estimule la emoción: personas emocionadas, imágenes personas conmovidas.</i>
¿Cómo?	Intensidad-	Principio de intensidad de la presentación: analogías, metáforas. Regla: Representa las situaciones – estímulos: descripción, amplificación, dramatización
¿Dónde?	Lugar.	<i>Principio de proximidad.</i> Emocionalmente marcado o en relación con personas determinadas.
¿Cuántos?	Cantidad.	<i>Principio de número: número de personas involucradas.</i>
¿Por qué?	Causa/agente.	<i>Principio de evaluación emocional: actitud ante el acontecimiento.</i>

Articulación entre el análisis del discurso y el análisis del discurso desde la perspectiva de las emociones

La articulación de los dos métodos consiste en que el análisis de contenido jerarquiza la información desde la teoría de la *agenda setting* y define su enfoque desde la perspectiva de la teoría del *framing*. Con la creación de la escala cuantitativa de la emoción de las piezas periodísticas sobre el suicidio en EL Nuevo Día, se busca conocer el grado de emocionalidad de estas unidades informativas, de manera que las ubicadas entre una alta y máxima emocionalidad pasen al análisis del discurso desde las emociones. Así, se supera que la elección de las piezas para el análisis del discurso no se haga arbitrariamente, bajo la interpretación subjetiva del investigador, sino con un fundamento científico.

Este último es relevante para este estudio, en la medida en que va un paso más allá de la *agenda setting* y el *framing* al identificar la o las emociones que directa o indirectamente ocupan un espacio importante en la comunicación persuasiva del emisor y en la percepción, conducta y acción del interlocutor/destinatario en la vida real, lo cual nos lleva a cuestionarnos acerca del grado de influencia que tienen las emociones subrepticia y estratégicamente semiotizadas en los textos mediatizados.

Bajo estos supuestos, se toman como objeto de análisis las piezas periodísticas, cuyos valores dan cuenta de la importancia que tuvieron para el periódico. Estas son: la noticia "Dolor por dramático suicidio", El Nuevo Día, 7 de febrero de 2019 y la crónica "Madre se lanzó desde el puente de la variante con su hijo", El Nuevo Día 7 de febrero de 2019, ambas piezas periodísticas obtienen un puntaje de 6,5, esto es, de alto interés (entre 6 y 7,9 puntos) y, además, poseen una alta carga emocional en su redacción.

Resultados del análisis de contenido

Con el baremo de Budd adaptado (1964), se han logrado identificar las piezas periodísticas y sus grados de interés.

Tabla 3

Grado de interés de las piezas periodísticas

Grado de interés	Porcentaje
------------------	------------

Alto interés	6,5%
Interés medio	32,3%
Bajo interés	51,6%
Mínimo interés	9,7%

Fuente: elaboración propia. N=32 piezas periodísticas

El 6,5% de las piezas periodísticas sobre el suicidio de El Nuevo Día son de alto interés para el periódico (entre 6 y 7,9 puntos), esto es, que adquieren altos puntajes en los valores de la escala de Budd adaptada en variables como tamaño, espacio, lugar de la página, ilustraciones y ubicación en portada. Dos de ellas cumplen con este baremo y pasan al análisis crítico del discurso desde la perspectiva de las emociones: la noticia “Dolor por dramático suicidio” y la crónica: “Madre se lanzó desde el puente de la variante con su hijo, ambas con un puntaje de 6,5. El 32,3% es de interés medio, el 51,6% de bajo interés, y el 9,7% de mínimo interés, como las notas breves de uno o dos párrafos. No hubo informaciones de máximo interés.

Tabla 4

Cumplimiento e incumplimiento de las recomendaciones de la OMS

Recomendaciones de la OMS	Cumple	No cumple
Información sobre dónde buscar ayuda (OMS1+)	12,9%	87,1%
Educar al público sobre el suicidio (OMS2+)	0%	100%
Informar sobre maneras de hacer frente a los estresantes de la vida (OMS3+)	3,2%	96,8%
No destacar ni repetir innecesariamente las noticias sobre suicidios (OMS 1-)	48,4%	51,6 %

No utilizar un lenguaje que sea sensacionalista o normalice el suicidio, ni se presente como una solución constructiva (OMS 2-)	96,8%	3,2%
No describir el método utilizado (OMS3-)	12,9%	87,1%
No dar detalles de la ubicación (OMS4-)	12,9%	87,1%
No usar titulares sensacionales (OMS5-)	32,3%	67,7%
No usar fotografías (OMS6-)	3,2%	96,8%

Fuente: elaboración propia

La recomendación de informar con cautela sobre celebridades (OMS4+), no aplica en un 93,5%, puesto que casi no se hallaron piezas periodísticas de esa naturaleza. Sólo se encontraron dos en las que cumple en un 3,2 y no cumple en un porcentaje igual del 3,2% (“Apasionado, sincero y responsable fue el periodista Armando Aragón”, 18 de enero de 2019).

Resultados del análisis del discurso desde la perspectiva de las emociones

A continuación, se analizan cualitativamente dos piezas periodísticas de El Nuevo Día (noticia: “Dolor por dramático suicidio” y la crónica: “Madre se lanzó desde el puente de la variante con su hijo”) del 7 de febrero de 2019, las que obtuvieron un baremo de puntuación de alto interés (de 6 a 7,9 puntos). El análisis se efectúa con base en el análisis del discurso desde las emociones, planteado por Gutiérrez y Vargas (2017).

Tabla 5

[Análisis de la noticia en portada de El Nuevo Día con paso a páginas interiores, del 7 de febrero de 2019](#)

Enunciados	Principios/reglas
Titular. Dolor por dramático suicidio.	Principio de Animacidad. Suicidio Término que designa situaciones de muerte.

Emociones explícitas. Dolor.	
Fotografía 1. Plano general del lugar de la variante, autoridades en el sitio.	Estímulo de la emoción. Por medio de imágenes que despierten emociones. Se pueden inferir emociones: estupor/ confusión/ incertidumbre.
Fotografía 2. Dentro de la primera fotografía, en su costado superior derecho se encuentra otra fotografía de retrato donde se puede identificar el rostro de la mujer y su hijo. El periódico pone una cinta horizontal a la altura de los ojos del menor para que no sea fácilmente identificable.	Estímulo de la emoción. Por medio de imágenes que despierten emociones. Se puede inferir emociones: tristeza/ repulsión/miedo/ desconsuelo.
Pie de foto. “Una mujer acabó con su vida y la de su hijo al arrojarse al vacío desde el puente de la variante, vía al corregimiento de El Totumo. El caso conmocionó a la ciudadanía Ibaguereña y trascendió fronteras. Ni la Policía, ni una psicóloga lograron persuadirla de la fatal e inexplicable situación.	Principio de animacidad. Término que designa situaciones violentas suicidio y homicidio. Emociones que despierta implícitamente: sufrimiento, tristeza, desesperanza. Principio del contenido emocional. Menciona aspectos emocionales de eventos de manera explícita. Emociones explícitas: conmocionó/trascendió/persuadir/ inexplicable. Principio de número. Remite a la cantidad de personas que se conmocionaron por el hecho: “conmocionó a la ciudadanía ibaguereña y trascendió fronteras”. Se infieren situaciones emocionales: solidaridad/empatía.

Tabla 6

Crónica “Madre se lanzó desde el puente de la variante con su hijo”, El Nuevo Día 7 de febrero de 2019

Argumentos	Principios/disparadores
Antetítulo. La noticia que impactó a la ciudadanía.	Foto. Mujer y niño ubicados en un extremo del puente, a punto de lanzarse.
Titular. Madre se lanzó desde el puente de la variante con su hijo.	¿Qué? Tipo de acontecimiento Suicidio. <i>Principio de Animacidad:</i> término que designa emociones negativas: suicidio, homicidio.
<p>“Una mujer acabó con su vida y la de su hijo al arrojar al vacío desde el puente de La Variante (...).</p> <p>“No fueron suficientes las palabras de los bomberos, una psicóloga y familiares para convencer a Yessi Paola (...).</p>	<p>¿Quiénes? Tipos de personas</p> <p>Mujer que se suicidó y su hijo.</p> <p>Organismo de socorro (policía, psicóloga, bomberos) y familiares de la víctima.</p> <p>Proximidad. Los familiares de las víctimas hablaron con ella, pero no la convencieron de no hacerlo.</p>
<p>“Yessi Paola llegó al puente de La Variante ayer a eso de las 7 a.m., cruzó la lona, ingresó a la nueva estructura y se dirigió hasta la mitad con su primogénito. Pasó al borde y se sentó con el niño agarrada a una de las varillas.”</p> <p>“(…) Por varios minutos hablaron con ella tratando de persuadirla para que no lo hiciera.”</p> <p>“(…) Le decían que, si tenía problemas</p>	<p>¿Cómo? Intensidad.</p> <p>Principio de intensidad. Regla: Represente las situaciones –estímulos: descripción, amplificación, dramatización. Describe los sucesos del suicidio.</p> <p>Evaluación emocional. Usa un adjetivo que conlleva una connotación negativa: <u>fatal</u> decisión. Calificando la decisión de suicidarse como algo muy malo e inevitable.</p> <p>Contenido emocional. Describe</p>

<p>familiares o personales, que ella podía superarlos o por medio de ayuda psicológica, que pensara en el hijo. Lloraba con el niño en brazos, fue muy duro”.</p> <p>“Por cerca de 40 minutos impidieron que tomara la fatal decisión y solicitaron que le entregara al niño”.</p> <p>“En su rostro se veía el desespero y las lágrimas no paraban (...)”</p> <p>“(...) Yessi Paola Moreno Cruz no soltó a su angelito, lo tenía envuelto en una sábana. (...)”</p> <p>(...) las palabras se las llevo el viento. Fue en esos, en que Moreno Cruz se soltó. “Se fue al vacío. Las personas que estaban ahí empezaron a llorar”.</p>	<p>explícitamente un término emocional, el desespero.</p> <p>Metáfora: Angelito. Designación para referirse a un ser puro, libre de culpa.</p> <p>Metáfora. Las palabras se las llevó el viento. Antes, la situación e impotencia de las personas que presenciaron los hechos y no pudieron evitar la tragedia.</p> <p>Expresa sentimientos. Nostalgia, horror, dolor.</p>
<p>“(...) cayeron del puente cuya altura sería cercana a los 120 metros y los gritos de desespero, tristeza y dolor se escucharon en el lugar”.</p>	<p>¿Dónde? Lugar. Puente.</p> <p>Regla que representa las situaciones-estímulos. Describe la altura del puente, dramatizando la caída de las dos personas desde aproximadamente 120 metros y da detalles de lo sentido por las personas que se encontraban en el lugar al presenciar el suicidio.</p> <p>Contenido emocional. Expresa sentimientos de forma explícita: gritos de desespero,</p>

	tristeza, dolor.
<p>“Esta señora, madre soltera desafortunadamente estaba desesperada por las deudas”.</p> <p>“De la occisa, además, se conoció que no tenía más hijos y que vivía sola con su niño”.</p>	<p>¿Por qué? Causa/agente: Deudas.</p> <p>Evaluación emocional. Utiliza el adverbio de modo “desafortunadamente” para calificar la causa de sus decisiones como algo negativo o lamentable.</p> <p>Contenido emocional: Hace uso de términos emocionales de forma explícita: “desesperada”.</p> <p>Evaluación emocional: Usa un adjetivo que califica la muerte de estas dos personas como algo violento: “occisa”. Lo que lleva a generar impactos emocionales negativos frente al suicidio.</p>

Discusión

La discusión de los resultados se expresa en consonancia con los dos objetivos propuestos. Objetivo 1. *Identificar si los criterios periodísticos usados por los periodistas de El Nuevo Día para informar sobre suicidio en el departamento del Tolima se enmarcan entre las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS).*

En siete de las nueve recomendaciones que aplican en las piezas periodísticas analizadas, El Nuevo Día no cumple con todas las orientaciones de la OMS, como ocurre con la investigación de Muñoz & Sánchez (2014). Esta inferencia parte de que esas ocho tienen un incumplimiento superior al 60%, baremo tomado como referencia, lo cual supone que el encuadre (frame) predominante es el de visibilizar los suicidios con el fin de atraer la curiosidad del lector y no la de educarlo para prevenir los actos suicidas (Urzúa, 2003).

El 87,1% de las piezas periodísticas de El Nuevo Día no cumplen con la recomendación de informar sobre dónde buscar ayuda (OMS1+), pues no indican exactamente

qué organizaciones, con su dirección, páginas web o número telefónico actualizados, pueden orientar a las personas que se hallan en una situación física o mental vulnerable. En concordancia con la anterior, el 100% de las notas del periódico no educan al público sobre el suicidio (OMS2+), sin difundir mitos, como ocurrió en la noticia del 23 de agosto del 2019, página 12ª “Joven acabó con su vida”. En el 96,8% de las piezas periodísticas, tampoco se indican acciones para hacer frente a los estresantes de la vida o a pensamientos suicidas, ni sobre formas de obtener ayuda (OMS3+), así se ocurre en la noticia del 7 de marzo del 2019, página 12ª, “Hombre se suicidó en Rincón de la Virgen”.

Entre tanto, el diario trata de cumplir la recomendación según la cual no se deben destacar ni repetir innecesariamente las noticias sobre suicidios (OMS1-), puesto que la cumplen en un 48,4% y no la cumplen en un 51,6%. En cambio, es notorio que sí cumple la recomendación de no utilizar un lenguaje que sea sensacionalista o normalice el suicidio, ni se presente como una solución constructiva (OMS2-) (96,8% de las piezas periodísticas), lo cual es un logro del medio de comunicación si se tiene en cuenta que procura informar más que crear emociones.

No obstante, el deseo de informar sobre suicidios tropieza con el incumplimiento de la recomendación de “evitarse la descripción detallada del método porque aumenta la probabilidad de que una persona vulnerable copie el acto” (Organización Mundial de la Salud, 2017, pág. 7) (OMS3-). Sus notas (el 87,1% de ellas) tampoco cumplen con no facilitar detalles acerca del sitio ni la ubicación del suicidio (OMS4-), ya que muchos lugares se vuelven habituales para este tipo de actos, como el Puente de la Variante de Ibagué, Colombia. La OMS, en este sentido, afirma que “los profesionales de los medios de comunicación deben ser muy cuidadosos para no promover esos sitios como lugares de suicidio al utilizar un lenguaje sensacionalista para describirlos o al destacar el número de incidentes ocurridos en esa ubicación” (Organización Mundial de la Salud, 2017, pág. 7).

Entre tanto, el 67,7% de las piezas periodísticas cumplen con la recomendación de no usar titulares sensacionalistas (OMS5-), es decir, que despierten emociones más que informar sucintamente sobre el hecho, en tanto que el 96,8% acompaña los textos con fotografías (OMS6-), lo que va en contravía de argumentos científicos citados por la OMS: “Las investigaciones científicas apuntan a que las imágenes asociadas con suicidios pueden ser

reactivadas posteriormente por individuos vulnerables, especialmente cuando afrontan crisis personales, y pueden desencadenar pensamientos y acciones suicidas” (Organización Mundial de la Salud, 2017, pág. 8). En muchas ocasiones las fotos se toman de las redes sociales de las personas que se quitaron la vida, sin que la nota evidencia que han sido publicadas con el permiso de los familiares.

El periódico El Nuevo Día, además, toma dos posturas al informar, dependiendo de quién fue la persona que se quitó la vida. Si la persona es del “común”, con dos párrafos son suficiente (Se suicidó ebanista, 28 octubre de 2019) para difundir el suceso, pero si la persona es conocida o el suicidio es muy comentado, dedican hasta una página entera.

Se identificó que con el baremo de Budd adaptado (1964), las 32 piezas periodísticas y sus grados de interés quedaron así: bajo interés (51,6 %); interés medio (32,3%); mínimo interés (9,7%); alto interés (6,5%). Con base en estas categorías, es evidente que el suicidio de Jessy Paola Moreno Cruz y su hijo, obtuvieron un alto interés y carga emocional, según los resultados de la escala de Budd adaptada.

Objetivo 2. Caracterizar el uso del lenguaje periodístico en las noticias sobre el suicidio por parte de los periodistas de El Nuevo Día, en el ámbito del estudio de las emociones.

[El análisis de la noticia en portada de El Nuevo Día con paso páginas interiores, del 7 de febrero de 2019, supone que](#) la portada de ese día del periódico impreso destacó el hecho con una imagen del lugar, y con otra fotografía dentro de dicha imagen de las personas que se quitaron la vida: la madre y su hijo.

A pesar de que fue una noticia no sólo local, sino también nacional e internacional, el periódico sólo puso en su portada un pie de foto de lo sucedido. Entre tanto, el título de la imagen fue “Dolor por dramático suicidio”, en el que se encuentra el primer elemento emocional, ya que se escribió la palabra “dramático”, haciendo referencia a un suceso fuera de lo normal, y con una carga emocional bastante negativa.

Dicho esto, los redactores quieren expresar con el titular la intención emocional de la noticia, que genera tristeza/sufrimiento/ y desesperación. Además, al decir “Dolor por dramático

suicidio”, la intención es que se sienta un dolor que no solo se produjo en la ciudad donde ocurrió el suicidio, sino que se sintió en todo el país.

En la descripción se muestra cómo la persona que escribió el párrafo, culpabiliza a la madre de asesinar a su hijo, “Una mujer acabó con su vida y la de su hijo...”, dejando que sus emociones señalaran a la mujer de manera directa. Es más, las palabras “acabó con su vida”, ya están generando al lector un impacto negativo al ver que, de ninguna manera, la madre y su hijo sobrevivieron. La intención del periódico fue destacar el acontecimiento mediante una foto explícita, de no sólo el lugar en donde ocurrió el acto suicida, sino también de las personas involucradas, entre ellas un menor de edad. Es evidente, igualmente, que el redactor se sintió afectado notoriamente por el caso, lo cual lo demuestra emitiendo juicios.

Aunque la fotografía de esta noticia no ocupa la mayor parte del espacio de la portada, tiene gran importancia pues sólo otra noticia tiene una foto del tamaño de la imagen de la noticia del suicidio de la mujer y su hijo. El toque emocional se evidencia en el empeño de identificar a la mujer y su hijo.

En la crónica “Madre se lanzó desde el puente de la variante con su hijo”, El Nuevo Día 7 de febrero de 2019, se destaca que, en los principios o disparadores, particularmente en el ¿Qué?, el tipo de acontecimiento, la crónica se centra en dos aspectos: por un lado, el evidente suicidio de una mujer y, por el otro, el homicidio de su hijo. Y es a partir de estos sucesos claros que El Nuevo Día desarrolla su pieza periodística.

En la parte de “Yessi Paola Moreno Cruz no soltó a su angelito, lo tenía envuelto en una sábana”, el término “angelito”, se quiere expresar con un tono sensible para que la noticia genere nostalgia y tristeza. Esta clase de términos pueden evocar sentimientos como inocencia y niñez. Otro elemento trascendental es la fotografía de los dos, madre e hijo, al extremo del puente, a punto de lanzarse, la cual genera emociones fuertes de asimilar como el dolor profundo y la impotencia.

Además, el periódico culpa directamente a la mujer del hecho cuando relata “se lanzó al vacío llevándose en sus brazos a su hijito de 10 años de edad”. La intención del diario es la de proteger la identidad niño, lo cual se corrobora cuando quieren referirse a él sólo con las

iniciales de sus nombres y apellidos: “M.N.C.M.”; todo lo contrario, cuando se refieren a la madre.

“No fueron suficientes las palabras de los policías, bomberos, una psicóloga y familiares, para convencer a Yessi Moreno...”, en este pasaje de la noticia se puede encontrar la evaluación emocional, pues términos como “no fueron suficientes” o “convencer” pueden ser susceptibles de evocar sentimientos de carácter negativo, ya sea decepción/falta de empatía/repudio. Esto lo pueden experimentar los lectores en contra de no solo la madre, sino también de su familia.

La frase “la señora estaba desesperada por las deudas” se cita como la posible causa del suicidio de Yessi, según la versión de familiares y de los integrantes de los organismos de socorro que atendieron la emergencia. La emoción que suscita esta frase se resume en desesperación, como el disparador emocional del suicidio.

“Quienes estaban detrás del muro extendieron sus brazos hacia Yessi Moreno para que ella los tomara”. Aquí la emocionalidad que quiere provocar el periódico es que hubo una completa intención de ayuda por las personas que estaban presenciando el suceso, con lo cual se quieren generar sentimientos de humanidad/empatía/solidaridad.

En la frase “Minutos después arribó un cuadrante de la policía metropolitana de Ibagué, los bomberos y una psicóloga”, se hace referencia a que las personas y las entidades públicas están dispuestas a colaborar en lo que sea necesario para que este tipo de hechos terminen. Cabe resaltar que lo analizado y el texto en general, guardan total relación con otra foto, el título y el párrafo de la portada, pues la palabra “dramático” del título de la portada tiene que ver con lo escrito en el cuerpo de la noticia.

Conclusiones

Los resultados cuantitativos y cualitativos infieren que El Nuevo Día suele ofrecer detalles de los suicidios y a no educar sobre el tema, aspectos que van en contra de las recomendaciones de la OMS, como la de difundir datos exactos de organizaciones que puedan prevenir este tipo de acciones, no publicar fotografías, ni ofrecer descripciones minuciosas del método para quitarse la vida. Es decir, el medio no opta por una postura silenciosa (tampoco

plenamente aceptable) de efecto Werther (Barcia, Rodríguez, & Túnñez, 2018) ni por una postura de prevención de efecto papageno (Román, 2018), sino que su criterio editorial se inclina por el imaginario de que los suicidios, al despertar mucho interés debido a que “aparece primero como algo incomprensible, algo que va contra la misma naturaleza humana y contra la propia existencia” (Urzúa, 2003, pág. 354), los hace atractivos para la explotación comercial, e incómodos para las normas deontológicas del periodismo (Aznar, 2005).

Pese a que intenta no caer en el sensacionalismo informativo, algunas de sus piezas periodísticas, como la del suicidio de Yessi y su hijo, están cargadas de emociones. En efecto, esta crónica se incluye plenamente entre el 3,2% del incumplimiento de no utilizar un lenguaje sensacionalista (OMS2-). Unas de las emociones que se reiteran son, justamente, la de la culpabilidad, dirigida a la madre del menor (“una mujer acabó con su vida y la de su hijo”), y la de la tristeza, el sufrimiento y la desesperación, cuando se describe cómo fueron los momentos previos al lanzamiento de las dos personas a un abismo de un puente de la variante de Ibagué (“no fueron suficientes las palabras de los policías, bomberos, una psicóloga y familiares, para convencer a Yessi Moreno...”). Estas expresiones, a nuestro juicio, quieren demostrar una falsa sensibilidad y pasan a ser sensacionalistas, insisten en un inquisidor juzgamiento y apelan a riesgosas fuentes de información (“la señora estaba desesperada por las deudas”), sin medir los efectos perturbadores -ampliamente validados por la comunidad científica- en la mente de quienes son y no lo son vulnerables a este tipo de actos.

Referencias bibliográficas

- Algarra, M., & y Rodríguez, X. (2008). Medios y democracia: la teoría de la Responsabilidad social. *Revista de Comunicación*(7), 154.166. Obtenido de <https://dialnet.unirioja>.
- Álvarez, S. (2012). Efecto Werther: Una propuesta de intervención en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (UPV/EHU). *Norte de Salud Mental*, 10(42), 48-55. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3910960>
- Aznar, H. (2005). *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios* (2 ed.). Barcelona: Ariel.
- Barcia, M., Rodríguez, I., & Túnñez, M. (2018). Pautas de redacción y análisis de contenido en noticias sobre suicidio en la prensa española e internacional: efecto Werther&Papageno y seguimiento de las recomendaciones de la OMS. *ZER - Revista*

- de *Estudios de Comunicación*, 23(45), 139-159. Obtenido de <https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/20244/18250>
- Budd, R. W. (1964). "Attention score: a device for measuring news play". *Journalism & Mass Communication Quarterly*(41), 259-262.
- Camus, A. (1942). *El mito de Sísifo*. Francia: Éditions Gallimard.
- Caro, N. (2017). *FLIP*. Obtenido de Tolima. Municipios en Alerta [Mapa]: <https://flip.org.co/cartografias-informacion/content/tolima#secondPage>
- Castillo, J. (2015). *EL suicidio en el ámbito de la comunicación*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Choles, M., Martínez, J., & Martínez, A. (2014). *Diseño de una estrategia de comunicación para la prevención del suicidio*. Trabajo para obtener título, Universidad Autónoma del Caribe, Colombia.
- Christians, C., Glasser, T., McQuail, D., Nordenstreng, K., & White, R. (2009). *Normative theories of the Media. Journalism in democratic societies*. Illinois: University of Illinois.
- Durkheim, E. (2012). *El suicidio*. Madrid: Akal S.A.
- García, C. (2014). *Tratamiento del suicidio en los medios de comunicación aragoneses*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- Grijelmo, A. (2002). *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus.
- Gutiérrez, S., & Plantin, C. (2010). Argumentar por medio de las emociones. La campaña del miedo del 2006. *Comunicación y Política*, 24, 41-69.
- Gutiérrez, S., & Vargas, E. (2017). Emociones y medios de comunicación. Una propuesta de análisis. *Conexão Letras*, 12(18), 115-138.
- Gutiérrez-García, A., Contreras, C., & Orozco-Rodríguez, R. (2006). El Suicidio, conceptos actuales. *Salud Mental*, 29(5), 66-76.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Igartua, J. J., & Humanes, M. T. (2010). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses. (2019 de diciembre de 2019). *Observatorio de Violencia. Información preliminar de lesiones fatales de causa externa*

- en Colombia. Obtenido de Cifras preliminares de lesiones de causa externa en Colombia 2019: <http://www.medicinalegal.gov.co/en/observatorio-de-violencia>
- López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, 4, 167-180.
- Lynch, E. (2011). Acerca del Suicidio. *Las Nubes*. Obtenido de http://www.ub.edu/las_nubes/archivo/trece/articulos/Lynch_trece.pdf
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Ministerio de Salud y Protección Social. (1 de agosto de 2018). *Boletín de salud mental. Conducta suicida - Subdirección de Enfermedades No Transmisibles*. Obtenido de Definiciones: <https://n9.cl/3q30>
- Montoya, B. (2015). *Comportamiento del Suicidio*. Colombia. Obtenido de <http://www.medicinalegal.gov.co/documents/20143/49523/Suicidios.pdf>
- Moreno, M., Aragón, V., Ruiz, A., & Ávila, J. (2 de octubre de 2017). *Cartografías de la información*. Bogotá: FliP. Obtenido de Fundación para la Libertad de Prensa: <https://flip.org.co/cartografias-informacion/content/tolima>
- Muñoz, R. (2002). *De la noticia al reportaje*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Organización Mundial de la Salud. (01 de junio de 2017). *Prevención del suicidio: un recurso para los profesionales de los medios de comunicación*. Recuperado el 27 de diciembre de 2021, de Preventing suicide: a resource for media professionals. Update 2017. World Health Organization 2017: <http://iris.paho.org/xmlui/handle/123456789/49121>
- Plantin, C. (1998). Les raisons des émotions. En M. Bondi, *Forms of argumentative discourse / Per un'analisi linguistica dell'argomentare* (págs. 3-50). Boloña: CLUEB.
- Pole, K. (2009). Diseño de metodologías mixtas. Una revisión de las estrategias para combinar metodologías cuantitativas y cualitativas. *Revista Renglones*(60), 37-42. Obtenido de <https://n9.cl/irlxf>
- Román, V. (10 de septiembre de 2018). *Efecto Papageno: cómo los periodistas pueden prevenir suicidios*. Obtenido de Periodismo en salud: <https://n9.cl/chgtm>
- Sharma, V. (2003). Atypical antipsychotics and suicide in mood and anxiety disorders. *Bipolar Disorders: An International Journal of Psychiatry and Neurosciences*, 5(s2), 48-52.

- Ungerer, F. (1997). Emotions and emotional language in English and German news stories. En S. Niemeier, & R. Dirven, *The Language of Emotions* (págs. 307-328). Amsterdam: John Benjamin.
- Urzúa, M. (2003). Suicidio, intimidad e información. *Documentación de las Ciencias de la Información*(26), 351-358.
- Van Dijk, T. A. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*(186), 23-36.
- Weerakkody, N. (2012). *Research Methods for Media and Communication*. Melbourne: Oxford University Press.