



**Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: Las noticias sobre suicidios en los medios audiovisuales de Argentina : de la espectacularización a la comunicación responsable**

**Autores (en el caso de tesis y directores):**

**Lorena Soledad Mauriello**

**Brenda Focás, tutora**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis): 2024**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)





## **Tesina de Grado**

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Facultad de Ciencias Sociales

### ***“Las noticias sobre suicidios en los medios audiovisuales de Argentina: de la espectacularización a la comunicación responsable”***

**Tutora:** Dra. Brenda Focás

**Alumna:** Lorena Soledad Mauriello

DNI 31.973.624

*Ciudad Autónoma de Buenos Aires*

*Diciembre 2023*

## ÍNDICE

### ➤ **Introducción**

- Presentación del tema y motivo de la elección 3
- Objetivos 4
- Hipótesis 5
- Presentación del corpus 5
- El “caso Fabián Rodríguez” como punto de inflexión 9
- Metodología
  - 1. Enfoque metodológico 10
  - 2. Diseño de la matriz y de las variables seleccionadas para el análisis 11
  - 3. Espectacularización de la noticia: variables cualitativas 12
  - 4. Entrevistas en profundidad a actores clave relacionados al tema 15
- Marco teórico 16
- Los principales actores a nivel local y la cuestión normativa 21
- Estado del arte: investigación sobre el tema 23

### ➤ **Capítulo 1: Sobre el suicidio**

- Definición del problema desde la perspectiva de salud pública 25
- Estadísticas más relevantes a nivel mundial y local 28
- El rol de la Organización Mundial de la Salud 28
- Principales hallazgos de la OMS con respecto al efecto imitativo 30

### ➤ **Capítulo 2: Análisis de contenido**

- A. El antes: el caso Graciela Dieser (2012) 35
- B. El después: principales resultados estadísticos del análisis de contenido de las notas posteriores a 2014.
  - ✓ Pautas de comunicación responsable del suicidio 38
  - ✓ Variables de espectacularización de la noticia 63
- C. “Noticieros versus magazines”: Diferencias en el tratamiento

➤ <b>Capítulo 3: La relevancia del encuadre noticioso del suicidio para las estrategias de prevención</b>	
• De policiales a salud pública	75
• Fama y <i>bullying</i> : el contexto como aspecto definitorio de la noticiabilidad del suicidio	77
• El suicidio no es noticia, la noticia es quién se suicidó	82
➤ <b>Conclusiones</b>	84
➤ <b>Bibliografía</b>	88
➤ <b>Anexo (matriz de datos adjunta en Excel)</b>	

## INTRODUCCIÓN

- *Presentación del tema y motivo de la elección*

Esta tesina trata sobre la representación mediática del suicidio en programas televisivos de tipo informativos (noticieros) y de información general (magazines).

El tema elegido para mi tesina de grado es analizar la noticia audiovisual sobre suicidios. Es decir, poner el foco en el análisis de cómo se comunica este tipo de muerte en los medios televisivos, específicamente en los noticieros y programas magazines.

Cuando comencé a interesarme por este tema, encontré un documento titulado "[Recomendaciones para el tratamiento mediático del suicidio](#)", elaborado por el Ministerio de Salud de la Nación en base a pautas mundiales de la Organización Mundial de la Salud, que fue clave para definir el objeto de estudio ya que en él se plantea que "*la manera cómo los medios de comunicación informan acerca de casos de suicidio puede influir negativamente en otras conductas suicidas*".

Esa afirmación me orientó hacia mi pregunta de investigación: ¿qué relación existe entre las coberturas mediáticas sobre muertes (en principio lo había pensado en relación a homicidios) y hechos de la vida real? Dada la imposibilidad de realizar un estudio de recepción mediática, la temática del suicidio resultó más adecuada debido a su vacancia y también al hecho de que ya contaba con estudios previos. Esto me permitió elaborar un trabajo más sólido, basado en evidencias que la propia Organización Mundial de la Salud ha dado a conocer en sus informes públicos. Este cambio de orientación fue posible gracias a la intervención y guía de mi tutora.

Empecé a indagar de dónde provenía esa afirmación acerca de la influencia negativa de los medios en futuros casos de suicidios y encontré muchísima información muy interesante, incluso estudios de otros países que me ayudaron a llevar adelante mi propia investigación sobre el tratamiento mediático del suicidio en Argentina en los últimos años. De hecho, en la actualización del 2017 del informe de la OMS titulado "[Prevención del Suicidio: un recurso para los profesionales de los medios de comunicación](#)" hay un apartado, en la página 3, que se titula "*Pruebas científicas de las repercusiones de los medios en los comportamientos suicidas*".

La OMS declaró al suicidio como problema de salud pública apenas arrancada la década del 2000 y, desde ese momento, viene estudiando con énfasis distintas cuestiones con un único fin: trabajar en la prevención de dicha problemática. Y en ese eje es justamente donde los medios de comunicación tienen un rol relevante. Como me dedicaré a exponer a lo largo de las siguientes páginas, distintas investigaciones muestran que los medios tienen la posibilidad tanto de influir negativa como positivamente (propiciando estrategias preventivas) en futuros hechos suicidas. Esta afirmación se desprende, no sólo de los lineamientos de la propia Organización Mundial de

la Salud, sino también de estudios -sobre todo europeos-, que analizaron el tema desde la óptica de la teoría del Aprendizaje Social (Rodríguez, 2019), que plantea que *“al igual que las noticias sobre suicidios pueden ejercer el efecto Werther, los medios pueden conseguir un efecto protector contra el suicidio a través de un modelo positivo”* (Stack, 2000). Poder estudiar este tema, que en Argentina no ha sido del todo explorado aún, me resulta gratificante y muy motivador, teniendo en cuenta, además, que contribuye con una buena causa.

La elección del formato audiovisual se debe a dos motivos. Por un lado, es muy usual encontrar este tipo de informes sobre medios que trabajan el texto escrito y la imagen fija únicamente, como diarios y portales online. Pero es menos frecuente encontrar investigaciones sobre medios audiovisuales, dado que involucran más niveles de análisis. Así, en este trabajo de investigación abordaré las notas periodísticas desde el contenido, reparando en estrategias propias del formato como movimientos de cámara, efectos visuales y sonoros, musicalización, recursos empleados; y también desde el plano del discurso, donde se procederá a recabar sentidos y representaciones acerca del suicidio y de la persona suicida, formulados tanto en la oralidad como en el texto escrito de los videographs.

Por otro lado, si hablamos de posibles efectos y de cobertura sensacionalista, el formato audiovisual nos ofrece mayores posibilidades de abordaje, en relación con el formato escrito. Si tomamos como cierta la afirmación de las entidades gubernamentales sobre que las coberturas mediáticas del suicidio, en su forma extensa, repetitiva y sensacionalista, pueden influir negativamente en futuras conductas suicidas, sin duda encontraremos en las notas televisivas mayor cantidad de indicios que permitan seguir esa hipótesis.

- **Objetivos**

El objetivo general de esta tesina tiene que ver con realizar un análisis diacrónico cualitativo que permita comparar cómo era el tratamiento mediático del suicidio en los medios audiovisuales de nuestro país en el período previo al punto de inflexión que marca el año 2014 (como explicaré más adelante); y, a su vez, analizar en qué medida las noticias sobre suicidios posteriores a dicho momento -y hasta tres años después-, lograron incorporar y en qué porcentaje las recomendaciones tendientes a encuadrar la problemática del suicidio de modo responsable.

El objetivo particular será, siguiendo los modelos de tesis de otros países, establecer un diagnóstico comunicacional de la situación local, apuntando qué pautas se respetan y cuáles no y, de ese modo, poder delimitar en qué narrativas se debería mejorar.

- **Hipótesis**

Al comienzo de este trabajo investigativo, las preguntas que guiaron la búsqueda de información tenían que ver, en primer lugar, con recabar qué datos concretos motivaron la redacción del documento con las pautas para la comunicación responsable del suicidio. Me interesaba indagar acerca de qué hallazgo había hecho la OMS sobre la necesidad urgente de comunicar de forma responsable los casos de suicidios. Luego, cuando encontré referencias concretas al concepto de “*efecto imitativo de las audiencias*”, me interesó entender y estudiar en qué medida se conecta la problemática del suicidio con la teoría de los efectos, una de las teorías más importantes de nuestro campo de estudio que transitó, a lo largo del siglo XX, por diversos momentos teóricos.

En ese sentido, la primera hipótesis de trabajo se desprende de los materiales con los que tomé contacto en principio y que indican que existe una alta probabilidad de que los medios, en su rol de comunicadores sociales, puedan efectivamente colaborar en la prevención de una problemática de salud con grave incidencia a nivel global como es el suicidio. El trabajo de análisis será identificar de qué manera los medios pueden tener una participación en dicha lucha y, al mismo tiempo, demostrar si determinadas coberturas resultan lesivas y contraproducentes y por qué.

Como segunda hipótesis de trabajo, me enfocaré en analizar si las características propias del formato audiovisual, con su tipo de narrativa específica, constituyen un obstáculo a la hora de intentar cumplir con las pautas sugeridas.

Por último, la tercera hipótesis refiere a la posibilidad de repensar las teorías de los efectos de los mass media, pero desde el siguiente ángulo: no tomando a la audiencia como un todo homogéneo sino considerando “*efectos concretos en audiencias concretas*”. En el caso del suicidio, la audiencia concreta sobre la cual pueden producirse ciertos efectos está conformada por todas aquellas personas consideradas población de riesgo en relación al suicidio, por criterios que explicaré más adelante. Entonces, mi hipótesis parte de la idea de que sería posible, en función de los descubrimientos empíricos realizados por las investigaciones de la OMS, asegurar que existe una conexión entre coberturas irresponsables del suicidio y suicidios posteriores. La evidencia sugiere algún tipo de nexo causal y es ahí adonde quisiera enfocar mi atención.

- **Presentación del corpus**

Para la definición del corpus a trabajar, se tuvieron en cuenta los siguientes hechos significativos:

- En 1999, la OMS lanza el programa SUPRE (Suicide Prevention), una iniciativa mundial para la prevención del suicidio. En esta estrategia se enmarca la publicación del documento “Prevención del suicidio: un instrumento para profesionales de los medios de comunicación” (año 2000).
- En la 66° Asamblea de la Organización Mundial de la Salud, en mayo de 2013, se declara al suicidio como un problema de salud pública y, además, prevenible. Seguidamente, el 1° de enero de 2014, se publica el primer informe mundial titulado “Prevención del suicidio: un imperativo global”.
- En Argentina, el Ministerio de Salud de la Nación publica por primera vez, en el año 2013, el documento “Recomendaciones para el tratamiento mediático del suicidio”, que es una bajada de las pautas establecidas por la OMS.
- Finalmente, hacia fines del año 2014, la Defensoría del Público Audiovisual presenta la “[Guía para el tratamiento mediático responsable de la salud mental](#)”, donde se incluye un apartado especial en el cual se analizan todos los errores que tuvo la cobertura del caso del suicidio de Fabián Rodríguez<sup>1</sup>.

Como se puede ver, el trabajo preventivo a nivel mundial comenzó hace más de veinte años, mientras que en Argentina el punto de inicio sucede en el 2013, que es el año en el cual el Ministerio de Salud de La Nación publica por primera vez las recomendaciones para el tratamiento mediático del suicidio. Tan sólo un año después, en 2014, uno de los casos más resonantes fue el suicidio del empresario Fabián Rodríguez, ya que registró una cobertura mediática extensa, repetitiva y sensacionalista, todos elementos de los que debería haber carecido.

Para dar cuenta de ello, tan sólo basta remitirnos a las siguientes notas periodísticas:

- Al día siguiente del suicidio de Rodríguez (el 25 de marzo de 2014), el Ministerio de Salud hizo circular una [gacetilla de prensa](#) a todos los medios advirtiendo sobre la necesidad de realizar un tratamiento responsable del tema. En la bajada de la misma, se lee lo siguiente: “*La cartera sanitaria nacional reiteró un llamamiento a los medios periodísticos para lograr una adecuada comunicación del tema. Existen investigaciones que determinaron que una cobertura repetitiva y continua tiende a promover conductas imitativas*”.

La respuesta del Ministerio fue sumamente rápida, casi instantánea, porque durante todo el día del 24 de marzo de 2014, canales de aire como América y A24 se dedicaron a abordar el suicidio de Rodríguez prácticamente sin interrupciones, incluso levantando parte de su programación habitual para continuar reportando sobre el mencionado

---

<sup>1</sup> Empresario mediático y esposo de la actriz Nazarena Velez.

suicidio de forma reiterativa. Lo mismo sucedió con otras señales de noticias como C5N y TN.

- Esta misma lectura realizó el periodista José Crettaz, de La Nación, quien en una [editorial](#) del 26 de marzo (dos días después del suicidio) se dedica a criticar la extensa cobertura mediática que obtuvo el caso en la televisión, concretamente, y realiza, además, una especie de mea culpa que abarca a todo el periodismo argentino cuando escribe: “*Ayer, al informar sobre la muerte de Fabián Rodríguez, buena parte de los medios argentinos involucraron varias décadas*”. Y agrega una información muy interesante, que tiene que ver con que Goar Mestre -fundador de Canal 13-, ya desde la década del '60 difundía entre sus periodistas una especie de manual de estilo que incluía la recomendación de evitar informar sobre suicidios. El periodista también da cuenta, en el citado editorial, de que la OMS y el Ministerio de Salud publican continuamente guías en internet orientadas a periodistas y comunicadores.

Entonces, de las dos fuentes convocadas, podemos observar que no era ajeno a los medios el hecho de que la cobertura mediática del suicidio representaba un tema delicado y, sin embargo, con respecto al caso concreto de Fabián Rodríguez, se hizo todo mal. Se desoyeron las advertencias y las recomendaciones. La Defensoría del Público Audiovisual elaboró ese mismo año una guía estilística con recomendaciones y pautas específicas para los medios nacionales, acerca de cómo comunicar de manera responsable los futuros casos de suicidios.

Es por eso que, para poder establecer una comparación, un antes y un después de este mencionado punto de inflexión –que se ubica alrededor del año 2014 en Argentina-, se tomó un caso emblemático de un suicidio mediático (el de Graciela Dieser, ex esposa del juez Fraticelli), en el cual se pueden observar varios de los elementos que luego serán evitados por los medios ya que se corresponden con las mencionadas pautas de comunicación responsable difundidas fuertemente a partir del 2014.

Y, para poder comprobar el grado de adhesión a las recomendaciones –tal cual lo realizan los estudios de otros países que funcionan como guía para este informe-, se toma el período que va del 2014 al 2017. Siguiendo las pautas metodológicas de [Fermín Garrido \(2018\)](#), se procedió a relevar los casos de suicidios informados en los medios en el período citado, de la siguiente manera: se elige un diario online de gran tirada (en nuestro caso, [www.lanacion.com.ar](http://www.lanacion.com.ar)) y se coloca en el buscador de noticias “suicid\*”. De esta manera, quedan incluidas en la búsqueda las distintas variantes de la palabra “suicidio”, como “suicida”, “suicidarse”, “suicidó”, y “suicidaron”. Luego, se aplican los filtros para encuadrar la búsqueda en el intervalo de tiempo que va de enero 2014 a diciembre 2017.

El resultado obtenido es una gran cantidad de notas periodísticas, por lo cual se procede a aplicar los siguientes criterios de exclusión (de elaboración propia), que persiguen el objetivo de acotar al mínimo la muestra obtenida para poder hacer un trabajo de análisis en profundidad:

- Sólo se toman los casos de suicidios consumados (no así las notas de intentos de suicidios).
- Existe una gran cantidad de notas que relatan un hecho de homicidio seguido de suicidio del agresor. Estos casos, por no ser suicidios plenos, se descartan. Este criterio de exclusión se encuentra también en algunos de los trabajos de España.
- Existen, en el período mencionado, varios casos de suicidios con sospechas de haber sido homicidios (el caso Nisman, por ejemplo). Esos casos que podrían sesgar la muestra, se excluyen.
- Por otro lado, sólo se toman casos sucedidos en territorio argentino.
- Por último, sólo se incluyen casos de suicidios del período 2014-2017 que cuentan con cobertura audiovisual en links online vigentes, accesibles para el análisis.

De este proceso de filtro, resultan diez casos de suicidios que suceden entre el 2016 y el 2017, y que pasan a integrar el corpus a abordar.

<i><b>NOMBRE</b></i>	<i><b>Nº DE CASO</b></i>	<i><b>MÉTODO</b></i>	<i><b>FECHA</b></i>
Graciela Dieser	1	Cóctel de pastillas	11/04/2012
<b>Fabián Rodríguez</b>	<b>2</b>	<b>Ahorcamiento</b>	<b>24/03/2014</b>
Gino Lucero	3	Se arrojó al vacío	07/06/2016
Vecino de Villa Urquiza	4	Disparo	05/08/2016
Adolescente de Zarate	5	Disparo en la cabeza	02/11/2016
Hombre de 61 años	6	Disparo en la boca	18/01/2017
Diego Olombrada	7	Se arrojó de un 6º piso	10/03/2017
Jorge Cyterszpiller	8	Se arrojó de un 7º piso	06/05/2017
Rodolfo Oscar Estivill	9	Disparo en la cabeza	29/06/2017
Lara Tolosa Chagnetón	10	Disparo en la cabeza	03/08/2017
Jorge Delhon	11	Se arrojó a las vías del tren	14/11/2017
Rocio Gancedo	12	Se arrojó de un 5º piso	29/11/2017

Como se puede observar en la tabla, se nombran a los casos de suicidios de forma numérica para poder distinguir las notas periodísticas relacionadas a cada caso. El caso 1 es el de Graciela Dieser, que se analizará como representativo de una época anterior a las pautas de comunicación responsable, mientras que el caso 2 es el de Fabián Rodríguez, que fue analizado en profundidad por la Defensoría del Público, cuyas principales conclusiones expondremos a continuación.

Entonces, el corpus original de este trabajo lo componen las 37 notas audiovisuales correspondientes a los 10 casos de suicidios posteriores a 2014 -los casos que van del número 3 al número 12-, y que pueden verse en la matriz de datos adjunta.

### El caso “Fabián Rodríguez” como punto de inflexión

En este apartado voy a reproducir sintéticamente el diagnóstico comunicacional que elaboró y presentó la Defensoría del Público Audiovisual sobre el suicidio del empresario del espectáculo Fabián Rodríguez. Los principales puntos que se evidenciaron en las distintas coberturas periodísticas del caso fueron:

- ✓ **“Se tendió a la simplificación del hecho, privilegiando la difusión de conjeturas y valoraciones personales por sobre la comunicación de información socialmente relevante”**. Tanto conductores como invitados especularon sobre la cara de tristeza de Rodríguez en sus últimas fotos, sobre el método de suicidio empleado en calidad de mensaje hacia alguien no especificado. También se juzgó su accionar por considerar que hay personas que tienen mayores problemas y no se suicidan.
- ✓ **“Se reprodujo un imaginario mítico y se buscó establecer culpabilidad”**. Inexplicablemente, se desarrolló una especie de hipótesis en la cual la esposa –Nazarena Velez-, era la culpable de la decisión que tomó el empresario. Incluso se la llegó a salpicar con acusaciones laxas e improbables de instigación al suicidio, un delito penado por ley. Al respecto, la Defensoría recalcó la imposibilidad de dar cuenta de los motivos que llevan a alguien a suicidarse y, también, advirtió sobre la tendencia encubierta a justificar este tipo de comportamientos en la búsqueda de motivos supuestamente válidos.
- ✓ **“Se propició la justificación indirecta del hecho a partir de la difusión de representaciones de la víctima ancladas en la enumeración de las características negativas de su vida personal y laboral”**. Este punto refiere al hecho de que se promovieron abiertamente conjeturas sobre que la decisión del suicidio tuvo que ver con que tenía problemas financieros y sentimentales con su pareja. Este tipo de mensajes son peligrosos porque, al quedar resonando en el imaginario social, pueden contribuir a identificaciones equívocas.
- ✓ **“Se promovió un enfoque espectacularizante del caso, tendiente a enfatizar el dramatismo inherente al hecho y el impacto en las audiencias”**. Más allá de recurrir a fotos, videos y música dramática, en una espiral de repetición, lo más alarmante de esta cobertura tuvo que ver con la difusión pormenorizada del método de suicidio. Incluso se convocaron médicos y especialistas que hablaron al aire de métodos de suicidio caseros, y explicaron cómo hacer el nudo y qué forma era más efectiva, entre otros aspectos. También, el enfoque espectacularizante estuvo ligado a mostrar el dolor de los familiares en calidad de primicia, incluso disponiendo micrófonos en la sala velatoria para captar el llanto de la esposa.
- ✓ **“Se promovió la consulta a fuentes ocasionales y la inscripción de las voces especialistas en el marco de explicaciones conjeturales”**. Se realizaron entrevistas a

vecinos y terceros allegados a la víctima y sus comentarios, anclados fuertemente en lo conjetural, se conjugaron con entrevistas a profesionales que continuaron en la misma lógica, desaprovechando la oportunidad para contextualizar la problemática de modo general y brindar un enfoque preventivo.

- ✓ “*Se advirtió una notable ausencia de información socialmente necesaria en torno a la problemática del suicidio en general*”. No se informó sobre líneas de atención ni se educó sobre posibles signos de alarma a los cuales prestar atención. La cobertura del caso tuvo un enfoque banalizante debido a la repetición de mitos asociados al suicidio y a todas las características de espectacularización mencionadas.

Es importante tener presente que este caso sucede a principios de 2014, cuando recién empezaba en nuestro país la tarea de difusión y concientización, por parte del Ministerio de Salud de la Nación, de las pautas de comunicación responsable elaboradas por la Organización Mundial de la Salud. Será interesante entonces analizar si, en los años que inmediatamente siguieron a esa fecha, se lograron incorporar estas recomendaciones, cambiando el enfoque. De ahí parte el análisis que voy a presentar en el capítulo 2 de la presente tesina.

- **Metodología**

1. **Enfoque metodológico**

El presente trabajo tomará la forma de una tesina de investigación, siguiendo las pautas establecidas para la presentación de dicho trabajo. Para abordar la pregunta de investigación: ¿de qué modo los medios de comunicación comunican las noticias sobre suicidios?, se definió un enfoque mixto que combina tanto técnicas cuantitativas como cualitativas.

Para poder exponer estos modos de comunicar específicamente un tipo de noticia, se prestará especial atención a los tipos de encuadres que predominan en las noticias sobre suicidios, dado que esta información es la que guiará la interpretación.

Siguiendo los modelos de estudios de España, se realizará un análisis de tipo descriptivo y observacional, bajo un diseño no experimental. La principal técnica será el análisis de contenido de las notas que conforman el corpus, a partir de variables cualitativas –de espectacularización de la noticia-, con resultados cuantitativos de apariciones y ausencias expresados en cantidades y porcentajes.

Con respecto a la adhesión o no a cada una de las pautas de comunicación responsable del suicidio, se procedió a numerar y aislar las principales recomendaciones, consignando respuestas afirmativas o negativas para cada variable en cada una de las notas visualizadas.

Por último, se realizaron entrevistas en profundidad a actores involucrados en la temática, como los referentes de la Defensoría del Público Audiovisual, para reforzar las conclusiones a las que se arriben y para corroborar todos los datos aquí expuestos.

## 2. Diseño de la matriz y de las variables seleccionadas para el análisis

La matriz de trabajo, por su extensión, se incluye en forma adjunta al presente informe. En ella se podrá ver que, en primer lugar, se numeran las principales pautas de comunicación responsable del suicidio de la 1 a la 12 y se redactaron de manera tal de obtener respuestas cerradas si/no en cada una de las notas, para cada una de las variables.

Si nos remitimos nuevamente al [documento](#) redactado por el Ministerio de Salud de la Nación y publicado en la página web [www.argentina.gob.ar](http://www.argentina.gob.ar), con las recomendaciones para el tratamiento mediático del suicidio, podremos ver que las mismas están divididas en dos tipos:

- ✓ Los no (lo que no debe hacerse)
- ✓ Los sí (lo que sí debe hacerse)

Entonces, se agruparon las principales cuestiones a evitar (los “no”) y se le otorgó a cada pauta un número:

- 1) describe detalles específicos del método utilizado
- 2) ilustra el método utilizado con imágenes reales o ficcionadas
- 3) resume la causa del suicidio a un solo factor
- 4) se refiere al suicidio como un hecho exitoso
- 5) presenta al suicidio como método para enfrentar problemas
- 6) publica o difunde el contenido de cartas suicidas
- 7) incluye fotografías o imágenes del cadáver
- 8) realiza comentarios espontáneos
- 9) cobertura repetitiva y continua del hecho

Luego de la visualización de cada una de las notas, se procede a completar en cada caso por sí (sí aparece) o por no (no aparece).

Del mismo modo, se trabaja con las pautas positivas. Se resumen en tres recomendaciones fundamentales:

- I. tiene en cuenta el impacto sobre los familiares
- II. brinda líneas de ayuda en pantalla
- III. presenta al suicidio como prevenible y ofrece estrategias para abordarlo (señales de alarma)

Para armar este segmento de la matriz en particular fue de gran ayuda observar la investigación del periódico ABC de España, elaborada por [Fermín Garrido Fabián y otros \(2018\)](#). Los autores realizaron el mismo análisis –la adhesión de los medios de su país a las recomendaciones de la

OMS para la prevención del suicidio-, y elaboraron la matriz de manera tal de poder recabar datos numéricos de frecuencia de aparición de cada pauta, para luego poder elaborar las conclusiones del caso.

Eso mismo es lo que se realiza en el presente informe para los medios audiovisuales de Argentina, de acuerdo al corpus delimitado. Se registraron apariciones concretas (en cantidades numéricas) de cada una de las pautas de comunicación responsable, y luego se procedió a evaluar el grado de adhesión (en porcentajes) para cada una de las pautas, pudiendo denotar rápidamente, en base a los resultados, cuáles recomendaciones cuentan con un alto grado de adhesión y cuáles no, signo de la necesidad de profundizar en la capacitación específica de esos puntos.

Por otro lado, en la primera sección de la tabla, se puede ver que cada nota (que ocupa una fila) está asociada al número de caso de suicidio y se incluye el link de la nota, el canal emisor, el nombre del programa, el formato (que distingue entre noticieros y magazines), el título de la nota, la sección o encuadre (cómo se la presenta), la fecha y la duración.

### 3. Espectacularización de la noticia: variables cualitativas

Si se deslizan bien hacia la derecha de la matriz (en el Excel adjunto titulado “Matriz de datos”), podrán ver las variables correspondientes a la espectacularización de la noticia. Dichas variables se toman para dar cuenta, justamente, del aspecto sensacionalista de las noticias que, por definición en los casos de suicidios, deberían estar prácticamente ausentes. Para la elaboración de este segmento de la matriz, se tomó como referencia el capítulo “*Noticieros: espectacularización y rutinas productivas*”, de Ornela Carboni y Gabriela Fabbro, incluido en el libro “El delito televisado” (2021). Se seleccionaron algunas de las variables que las autoras refieren respecto de su propia investigación (sobre noticias de delitos), que mejor se adaptaban a este análisis. Ellas son:

- ✓ Editorialización
- ✓ Fragmentación
- ✓ Imágenes de alto impacto
- ✓ Efectos visuales
- ✓ Musicalización
- ✓ Video con voz en off
- ✓ Móvil en vivo

Según Carboni (2020), “*en las últimas décadas se constata el pasaje de los noticieros meramente informativos a unos que valorizan el infoentretenimiento*”. La base del nuevo pacto de lectura entre los noticieros y sus espectadores es la interpelación emotiva, es decir, se atrae al

espectador desde la dimensión referencial, apelando a exacerbar las emociones, los sentimientos y la empatía (Carboni y Fabbro, 2021).

Según las autoras, se puede observar analíticamente la dramatización en diversos aspectos de la pieza comunicativa: en la postura de los conductores al momento de presentar la noticia (editorialización, tono de voz, enfatización), en la edición y en la composición de la imagen (la musicalización, los zócalos o graphs, las imágenes, las fuentes, el rol del encuadre, el modo de secuenciar los hechos narrados, entre otros).

**El problema con esta tendencia hacia una mayor interpelación emotiva por parte de los programas audiovisuales informativos es, con respecto al suicidio concretamente, que está altamente desaconsejada por razones de salud pública.** Tal como se explicará en el Capítulo 1, existe evidencia que demuestra la conexión entre noticias sensacionalistas sobre suicidios y subsiguientes suicidios de imitación. Entonces, se presenta un dilema para los medios: ¿cómo continuar con las rutinas periodísticas ya establecidas y cómo realizar los ajustes necesarios a la hora de comunicar sobre un suicidio?

*“Evitar el uso de recursos que generen un marco de dramatismo”* es una de las consignas concretas de la Organización Mundial de la Salud para comunicar responsablemente sobre el suicidio. Según Carboni y Fabbro (2021), los mecanismos de la narración televisiva que demuestran una clara intención espectacularizante son la exageración, la editorialización, la fragmentación, la personalización, el énfasis en celebridades, la utilización de imágenes de alto impacto y la inclusión de efectos visuales y sonoros, entre otros. También es relevante la integración de la noticia en el primer bloque, o como nota del día, y la duración de la misma.

En síntesis, la espectacularización de la información televisiva se define como *“la conjunción de los recursos formales y de contenido con los que se apela a los sentimientos de las audiencias para atraer su atención”* (Carboni y Fabbro, 2021). Esta definición complementa y actualiza la de Stella Martini quien, ya desde el año 2000, decía que *“la información televisiva es una información abiertamente espectacularizada que requiere de las marcas propias de la dramatización, un escenario, actores-personajes, un conflicto y la construcción de un clima adecuado a través de índices precisos”*.

El aporte más reciente de Carboni y Fabbro tiene que ver con una sistematización de las estrategias concretas mediante las cuales se construye una forma de narrar particular de los medios audiovisuales en la actualidad, tendiente al infoentretenimiento. Una de las primeras variables que analizan es la exageración que, en el caso del presente corpus, se puede relacionar con coberturas extensas y repetitivas y con el foco en personas famosas (según veremos en capítulo 3, son las que obtienen el mayor tiempo de aire y la aplicación de distintos recursos con el objetivo de ampliar la información, como especialistas, invitados y entrevistas, entre otros). Este énfasis colocado en las características individuales de un caso en particular –como puede ser el suicidio de una persona famosa–, *“ocasiona una descontextualización de los problemas y*

*el ocultamiento de fenómenos estructurales*” (Carboni y Fabbro, 2021). De esta manera, la personalización de las noticias de suicidios de personas famosas no colabora con la difusión de contenido informativo relevante sobre un problema de salud pública que involucra a toda la sociedad.

Con respecto a las variables que se decidió incorporar a la matriz de trabajo y relevar en las noticias seleccionadas, se procederá a delimitar cada una explicitando su marco de referencia, siempre remitiendo al capítulo de Carboni y Fabbro de El delito televisado.

En primer lugar, tenemos la “editorialización”. Es importante remarcar que todas las piezas audiovisuales informativas de noticieros y magazines recurren constantemente al uso de zócalos o videographs con texto escrito para titular la información que se está brindando en pantalla mediante imágenes y sonidos. La diferencia con el recurso de espectacularización es que, cuando está presente, dicho espacio se utiliza *“con fines descriptivos, para connotar lo que se informa. Es el lugar de las adjetivaciones, de los términos de carácter dramático”*. Esto lo podremos ver con ejemplos concretos en el capítulo 2, cuando se aborde en detalle esta sección.

En segundo lugar, aparece la “fragmentación”. Se trata de un recurso que se utiliza para reforzar la espectacularización y que consiste en fragmentar la pantalla en varias pantallas simultáneas. *“Su uso supone una multiplicidad de información, con una propuesta de recorrido de lectura más compleja por parte del receptor y que además descontextualiza, distrae y atomiza el acontecimiento”*.

Con “imágenes de alto impacto” se referirá la inclusión de fotos o videos (aun cuando estén blurreados) de cadáveres, de escenas del crimen y otras situaciones similares, que no necesariamente deben aparecer en la noticia para agregar información, sino que se utilizan para captar la atención del televidente desde un lugar de puro morbo.

Los efectos visuales son todos los movimientos de cámara tendientes a generar un ambiente de dramatismo; por ejemplo cuando se realiza un acercamiento rápido al rostro de un entrevistado (close up o zoom in) que está hablando sobre la persona fallecida, con el propósito de enfatizar sentimientos de empatía o reacciones emotivas en la audiencia. También podremos ver este recurso empleado en acercamientos de cámara para mostrar el lugar de los hechos, la sangre en la calle, o bien para montar fotos de la persona fallecida en formato videoclip mientras se narra la noticia de su deceso.

La música y la sonorización, en general, son recursos muy usados en televisión. La forma de narrar audiovisual, de hecho, se compone de imágenes y sonido; por ende habrá que diferenciar su uso tradicional de aquel tendiente, específicamente, a generar un clima de dramatismo. Las cortinas musicales son típicas de cada medio y son bien características (la cortina de Crónica, por ejemplo). Pero cuando el medio pone en pantalla una placa con letras de molde, título dramático y acompaña con cortina musical de suspenso para presentar una noticia trágica, resulta evidente que está interpelando a la audiencia desde lo emotivo. También se podrá

comprobar el uso de la musicalización como recurso de espectacularización al notar, de fondo, en las entrevistas a familiares o allegados a la víctima, una banda sonora que ayuda a recrear una atmósfera de tristeza.

Finalmente, se decidió relevar el uso de dos elementos muy típicos del formato audiovisual pero que, al emplearlos, colaboran con la extensión y destaque de la nota, que es justamente lo que debería tratar de evitarse según las pautas de comunicación responsable del suicidio. En ese sentido, enviar un móvil en vivo al lugar de los hechos donde sucedió un suicidio lo convierte en noticia de último momento y le otorga prioridad en la agenda mediática. Por otro lado, la edición de videos montados con imágenes fijas y en movimiento, locución en off y musicalización, muy tradicionalmente usados como informes periodísticos, reúne muchos elementos y recursos espectacularizantes que, a la hora de informar sobre un suicidio, deberían ser omitidos. Por consiguiente, la aparición de este elemento en una nota de suicidio se releva como inadecuada.

#### 4. Entrevistas en profundidad a actores clave relacionados al tema

Para ahondar en las especificidades del tema propuesto, tuve la oportunidad de entrevistar a dos referentes de la Defensoría del Público Audiovisual: Sofía Hammoe y Romina Paolino. Ambas trabajan en la Defensoría desde el año 2013, de manera que pudieron responder todas las preguntas relacionadas al corpus que tiene como fecha de inicio el mismo año.

Romina se desempeña en la Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo y Sofía en la Dirección de Capacitación y Promoción. Resulta interesante comprender cómo funciona, operativamente, la Defensoría. El circuito de análisis e intervención de las noticias comienza cuando se reciben una o varias denuncias por parte de la audiencia. Independientemente de eso, el área de monitoreo releva los principales noticieros de aire del país en días específicos del mes, pero no se realizan intervenciones de oficio. Esto quiere decir que, si un caso no obtuvo el tratamiento adecuado en términos de comunicación responsable, no se abordará proactivamente a menos que alguien de la audiencia inicie un reclamo por las vías institucionales.

De todos modos, el área de capacitación trabaja arduamente en distintos ciclos de promoción e intercambio en todo el país que promueven la discusión acerca de cómo tratar estos temas en los medios y donde se aprovecha para difundir y explicar las pautas sugeridas a todos los actores ligados a la comunicación.

También tuve la oportunidad de comunicarme con la línea telefónica nacional “Estrategia Federal de Abordaje Integral de la Salud Mental”, a cargo del Ministerio de Salud, mediante la cual se reciben los llamados de personas en emergencia, que estén atravesando una crisis de salud mental, y se las deriva a los sectores de salud correspondiente. Todos los operadores de esta línea, que es el 0800-999-0091, son psicólogos; no son telefonistas generalistas sino

profesionales formados para atender este tipo de problemas de salud. No se brindan datos estadísticos ni personales dado que las comunicaciones son confidenciales, en línea con la normativa acerca de los derechos de los pacientes.

Todas estas comunicaciones permitieron comprender más en profundidad la compleja realidad del suicidio y cómo se trabaja en materia de prevención y contención en nuestro país.

- **Marco teórico**

La emergencia de los primeros medios de comunicación de masas (prensa escrita, radio, cine), al comienzo del siglo XX, fomentó la investigación respecto de los posibles efectos que dichos medios podían ejercer sobre la audiencia. El término “comunicación de masas” fue acuñado por primera vez a fines de la década de 1930. Los usos iniciales del término “masa” solían tener connotaciones negativas (McQuail, 2012), ya que *“se percibía a la masa principalmente en relación a su tamaño, anonimato, ignorancia general, falta de estabilidad y racionalidad”*; y, por todos esos motivos, se la consideraba vulnerable a la persuasión o sugestión (Deuze, 2021). De ahí que el primer modelo teórico fuera el hipodérmico (Lasswell, 1927), que concebía a la audiencia como un elemento pasivo sin posibilidad de respuesta ante los mensajes mediáticos. La premisa fundamental de este modelo, basado en la psicología conductista, aseguraba que los medios producían efectos instantáneos y masivos sobre la audiencia. Era la época en la que se estudiaba, fundamentalmente, la propaganda política en el contexto previo a la Segunda Guerra Mundial.

En un siguiente estadio teórico, y gracias a la evidencia empírica surgida de nuevas investigaciones, comienza a atribuirse mayor entidad al receptor al dejar de considerarlo como un sujeto pasivo incapaz de resistirse a la manipulación mediática. A partir de los postulados cognitivistas, se reconoce que los medios masivos alcanzan a individuos que tienen actitudes, prejuicios y creencias anteriores que influirán directamente en la decodificación del mensaje. Así, desde el modelo de los efectos limitados (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1944), se planteaba que los media, más que generar nuevas opiniones y actitudes, lo que hacían era reforzar actitudes preexistentes en los individuos. A su vez, en paralelo al desarrollo de la teoría de los efectos limitados, el modelo de los usos y gratificaciones (Katz, 1959) se dedicó a estudiar los modos en que los individuos utilizan a los medios, colocando al receptor en una posición cada vez más activa.

Ya a partir de la década del 70 comienzan a surgir nuevas teorías que reconocen la existencia de efectos mediáticos pero bajo determinadas circunstancias contextuales. Es el caso de la teoría de la Espiral del silencio (Noelle-Neumann, 1974), teoría de Agenda Setting (McCombs y Shaw, 1972), teoría del Priming (Iyengar y Kinder, 1987) y teoría de Framing (Entman, 1993; Scheufele, 1999; Tankard, 2001). Con un enfoque constructivista social, estas teorías

desarrollan una “*visión de los media cuyos efectos más significativos serían la construcción de significados y su oferta sistemática a las audiencias, que los incorporan (o no), mediante una especie de negociación, en sus estructuras personales de significados, a menudo configuradas por anteriores identificaciones colectivas*” (McQuail, 2012). De manera que el paradigma dominante actual entiende que existe una influencia mediática negociada, cuyos polos de la comunicación (emisores y receptores) revisten un carácter igualmente activo y participativo.

Sin ánimo de realizar un repaso exhaustivo de los distintos hitos de las teorías de los efectos mediáticos, sino más bien una breve síntesis, me interesa centrarme, a continuación, en exponer una línea revisionista del concepto de masa y de audiencia, de la mano de Denis McQuail y su discípulo, Mark Deuze; de las universidades de Oxford y Ámsterdam, respectivamente.

Los orígenes de las actuales audiencias de medios de comunicación de masas, según McQuail (2012), deben remontarse al público de las representaciones teatrales y musicales y de los juegos y espectáculos de la antigüedad: “*la audiencia original se encontraba en un lugar y un momento, eran los ocupantes del auditorio, espacio en el que se podía oír y ver lo que ocurría. Sus interlocutores se dirigían a ellos directamente y las actuaciones siempre se hacían en directo y a la vista. Esto implicaba que las audiencias eran relativamente pequeñas y también potencialmente activas*”. Luego, el cine creó la primera verdadera audiencia de masas, al constituir una muchedumbre activa que compartía un mismo tiempo y espacio, aunque no podía interactuar con su objeto de atención, excepto muy indirectamente.

La novedad de los nuevos medios de masas, como indica Deuze (2021), radicaba en que “*se podía llegar a grandes poblaciones de toda una nación más o menos simultáneamente **con el mismo contenido***”. En 1939, Blumer llamó a este fenómeno “masa” y lo diferenció de formas sociales más antiguas como el grupo, la multitud y el público. La audiencia masiva era considerada en términos de su gran magnitud, su heterogeneidad y su dispersión.

Sin embargo, como señala McQuail (2012), “*la masa era homogénea en cuanto a su elección de determinado objeto de interés*”. Los objetivos de los primeros medios de comunicación de masas consistieron principalmente, como explica Deuze (2021), en “*llegar a todo un público nacional con **una gama restringida de contenido relativamente uniforme**. La transmisión era directa, rápida y muy rentable*”. Esto significa que la emisión estaba fuertemente concentrada en pocos emisores (los medios masivos), mientras que la recepción se encontraba probablemente igual de diversificada que en la actualidad.

Con el advenimiento de nuevas tecnologías (desde la televisión hasta la revolución de internet y las redes sociales), el panorama ha cambiado notablemente. Tanto la emisión como la recepción de mensajes mediáticos se hallan fuertemente diversificadas y en constante y rápida evolución. En palabras de McQuail, este proceso podría catalogarse como “fragmentación” (2012): “*la multiplicación de canales y el mayor acceso individual a tiendas de productos mediáticos ha reducido la naturaleza distintiva y quizás el carácter público de los medios de comunicación de*

*masas. El término fragmentación pretende comparar la situación actual con una anterior condición de homogeneidad e integración en la que era fácil alcanzar audiencias de masas desde unas pocas fuentes”.*

En ese sentido, adhiero a la idea de McQuail (2012) acerca de que “*el concepto actual de audiencia mediática se superpone parcialmente a las anteriores audiencias, cuyo nombre ha tomado, a veces con resultados engañosos*”. Es decir, llamar hoy audiencia mediática masiva a los millones de receptores individuales que interactúan con múltiples canales de comunicación (e incluso muchas veces eligen los contenidos a demanda), de la misma manera en que se entendía a la audiencia de la televisión de la década del 60 por ejemplo, resulta cuanto menos inapropiado. “*El concepto de audiencia en su sentido original se ha convertido en un término engañoso porque lo ha sustituido un conjunto muy diferente de consumidores de servicios de información infinitamente variados*”, dice McQuail (2012).

Sobradas son las pruebas de que la configuración actual del sistema de medios, mucho más compleja e interactiva, no se identifica con aquellas primeras emisiones de radio o televisión que lograban alcanzar a millones de espectadores y oyentes con un mismo tipo de contenido. Entonces, ¿podemos seguir hablando de audiencia en esos términos? Mark Deuze afirma que “*el sólo hecho de cuestionar las categorías desestabiliza gran parte de la teorización del siglo XX sobre el papel y el impacto de los medios en la sociedad, lo que a su vez requiere una cuidadosa reevaluación de lo que sabemos*” (2021).

Todo este planteo teórico resulta pertinente por cuanto entiendo que, en la medida en que sigamos agrupando bajo el gran paraguas de audiencia de medios de comunicación de masas a la total heterogeneidad de los receptores individuales, será imposible discernir y reconocer efectos concretos. Porque, como voy a exponer a lo largo de los siguientes capítulos, no todas las personas serán susceptibles de verse influenciadas por coberturas sensacionalistas de casos de suicidios; pero en los distintos estudios sobre el tema existe consenso sobre que hay una población de riesgo <sup>2</sup>identificada concretamente con respecto a la problemática del suicidio hacia la cual se dirigen las estrategias preventivas por parte de organismos como la OMS. Entonces, en línea con lo que plantea McQuail (2012), “*en condiciones de gran diversidad de oferta y de gran flexibilidad de uso individual, la noción inicial de audiencia como masa parece inadecuada*”. Cheffee y Metzger (2001) agregan que “*las características portátiles y descentralizadas de los nuevos medios están rompiendo los cimientos de nuestra concepción de la comunicación de masas*”. A su vez, las audiencias grandes y pequeñas se congregan y se disipan en un instante y ya no actúan siempre como audiencias porque el consumo de medios puede ir de la mano con su producción (Deuze, 2021).

---

<sup>2</sup> Se entiende como población de riesgo de conducta suicida aquellas personas que hayan tenido uno o varios intentos de suicidio (fuente: OMS).

El nuevo escenario mediático puede representarse en términos de Bauman (2000), como el pasaje de unas estructuras más o menos estables a unas estructuras fluidas y flexibles. En esta nueva versión de los medios de comunicación insertos en un entorno híbrido y cambiante, se puede pensar con Deuze (2021) que *“la comunicación de masas es más personal y privada, más específica e interactiva, más difusa y en algunos casos incluso más poderosa que antes”*.

La referencia a “algunos casos” es central para el presente análisis que busca justamente iluminar un área concreta de la comunicación mediática donde, basado exclusivamente en los resultados de investigaciones empíricas, parece haber un efecto concreto: el efecto Werther, del cual voy a hablar en profundidad en el capítulo 1. Para cerrar esta idea, simplemente resta decir que acuerdo con McQuail cuando dice que *“hay en la actualidad demasiados conjuntos de receptores de diversos tipos de comunicación, y demasiada fragmentación e individualización del uso de los media para que un único concepto pueda abarcar tal diversidad”*. No podría teorizar ni brindar nuevos conceptos teóricos pero sí considero importante subrayar la inadecuación del concepto de masa tradicional para pensar a las nuevas audiencias fragmentadas sobre las cuales recaen, probablemente también, efectos igualmente fragmentados. La premisa planteada por Mark Deuze en su artículo de 2021 con respecto a que **“los medios de comunicación tienen algunos efectos en algunas personas en algunas circunstancias algunas veces”**, es la que guiará mi reflexión sobre la relación entre el suicidio como hecho social concreto y su representación mediática.

Siguiendo con la idea de efecto, existe un consenso general acerca de que los efectos de los medios no son unidireccionales ni omnipotentes y que el receptor es un sujeto activo de la comunicación en diversos planos. Desde el ámbito de la comunicación, McQuail (2012) distinguió la respuesta individual de la reacción individual. En el primer caso se trata de una acción consciente y racional mediante la cual los individuos cambian, o se resisten a los cambios, tras su exposición a mensajes diseñados para influir en su actitud, conocimientos o conducta. En general, cuando se habla de poder mediático y se intenta estudiar sus efectos, se lo hace en relación a efectos intencionados. Por ejemplo: influir en el voto de la población hacia un determinado candidato político, lo cual configura una típica campaña de persuasión. Pero, ¿qué pasa cuando los efectos de los medios no son intencionados? Se podría pensar en la incitación a la violencia o al suicidio, que seguramente no forman parte de ninguna estrategia mediática deliberada pero que, no obstante, aparecen como efectos no deseados. De esa misma manera caracterizó McQuail (2012) a la *“reacción individual: son las consecuencias no planificadas o no intencionadas de la exposición individual a estímulos mediáticos. Se aprecia sobre todo en forma de imitación y aprendizaje, en particular de acciones agresivas o desviadas”*.

Por otro lado, se ha abordado la noción de contagio desde la psicología freudiana. En su obra *Tótem y Tabú* (1912), Freud plantea que *“el ejemplo es siempre contagioso”* y lo dice en función de la transgresión de las prohibiciones tabú que se transmiten por el contacto como un

contagio. A partir de un trabajo de campo de observación de una tribu australiana representativa de sociedades primitivas, Freud identificó cómo el tabú, bajo la forma de prohibiciones y restricciones, organizaba toda la vida social. Dichas prohibiciones recaían, en su mayoría, sobre la absorción de determinados alimentos, la realización de ciertos actos y la comunicación con ciertas personas. Según su teoría, *“el hombre que ha infringido un tabú se hace tabú a su vez, porque posee la facultad peligrosa de incitar a los demás a seguir su ejemplo”*.

Al igual que el sexo y la religión, la muerte –en todas sus formas-, constituye uno de los grandes temas tabú. Un tabú es algo de lo que no se habla abiertamente. Cuando la noticia de que alguien se suicidó se difunde en los medios suceden dos cosas: en primer lugar, se expone un tema sensible (tabú) que, si bien no constituye un delito, se identifica con una acción negativa. En segundo lugar, un determinado número de personas que conforman la audiencia de esa noticia, toman contacto con el hecho. Se informan, se enteran de él. Tanto Freud como Durkheim (1897) hacen hincapié en la necesidad de la dimensión física para que ocurra el contagio: Freud lo identifica en las prohibiciones tabú que impedían tomar contacto con determinados alimentos o personas que se pensaba *“podían inducir en tentación e impeler a la imitación”*, y Durkheim lo plantea en relación a algo aún más evidente: *“no puede haber imitación si no existe un modelo que imitar, y no hay contagio sin un foco de donde emane y donde tenga su máximo de intensidad. Es necesario que sea el punto de mira, pues claro es que no puede ser imitado si no se le ve”*.

En el capítulo 1 voy a ahondar en esta cuestión, ampliamente desarrollada por Durkheim desde el ámbito de la sociología. Suicidio y contagio social son dos fenómenos conectados por causas que voy a intentar exponer y que siguen siendo objeto de una intensa investigación. En las entrevistas realizadas para esta tesina, Sofía Hammoe de la Defensoría del Público Audiovisual, asegura que a veces les pasa que en las capacitaciones en distintos puntos del país les dicen: *“después de tal caso, hubo tal cantidad de suicidios similares”*. Este hecho concreto remite a la necesidad de seguir desplegando esfuerzos para entender y controlar un fenómeno que, a simple vista, parece difícil de creer pero que, sin embargo, sigue arrojando datos estadísticos que se han tornado ineludibles.

Previamente mencioné que las principales estrategias preventivas contra el suicidio recaen en los encuadres noticiosos de los hechos de suicidio que logran entrar en la agenda mediática. Como podrán ver en el capítulo 3, no todos los suicidios son noticiables; pero aquellos que sí lo son, ingresan a la agenda mediática -tal como me confirmaron desde la Defensoría del Público Audiovisual-, bajo el rótulo de policiales o inseguridad. En este sentido, tomo el concepto de frame o marco propuesto por Bateson en 1955 para explicar el fenómeno de interpretación en la recepción de los mensajes que se desarrolla en un proceso comunicativo (Koziner, 2013). Entman (1993), Tankard (2001) y Reese (2001) propusieron posteriormente definiciones más precisas sobre lo que debe entenderse por Framing en el campo de la comunicación. Para

Entman, “*encuadrar es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo, de modo que se promueva una determinada definición del problema (...)*”; para Tankard, se trata de “*una idea organizadora central del contenido informativo que ofrece un contexto y sugiere cuál es el tema mediante el uso de la selección (...)*”; y para Reese, son “*los principios organizadores socialmente compartidos y persistentes en el tiempo que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo de modo significativo*”.

En líneas generales, encuadrar tiene que ver con organizar la información noticiosa definiendo un enfoque que será el que guiará la interpretación. Según McCombs (2006), “*los encuadres forman el punto de vista predominante empleado para organizar las presentaciones informativas*”. En ese sentido, “*los medios de comunicación son entendidos como arenas públicas en las que se despliegan los argumentos que construyen las realidades sociales mediante el uso de marcos*” (Koziner, 2013). Entonces, definir el suicidio como un problema de salud prevenible promoverá una interpretación del tema que siga esa línea de pensamiento. En cambio, presentar al suicidio como una noticia de la categoría de policiales, o como un hecho de inseguridad, tiene como consecuencia directa una desinformación respecto de la realidad del fenómeno. Al mismo tiempo, agregarle a ese tipo de encuadre un marco de dramatismo mediante la utilización de estrategias de espectacularización de la noticia no colabora con los objetivos propuestos mediante las recomendaciones para la comunicación responsable del suicidio.

Por todos estos motivos, estudiar el fenómeno del suicidio y del efecto contagio a partir de la teoría de Framing permitirá responder a las preguntas planteadas en los objetivos del presente trabajo que tienen que ver con entender por qué la OMS insiste en cambiar el enfoque de las noticias sobre suicidios. Tal como expresan Aruguete y Zunino (2010), “*el efecto de los encuadres noticiosos sobre las personas no surge de dar mayor relevancia a ciertos aspectos de un tema, sino de invocar esquemas que influyen en la interpretación de la información recibida*”. Así, informar un suicidio como un problema de salud que puede prevenirse, a la vez que brindar herramientas para su prevención, implicará probablemente un cambio en la definición social de la problemática y, muy probablemente también, colaborará con la disminución del efecto contagio.

- **Los principales actores a nivel local y la cuestión normativa**

“La Defensoría del Público Audiovisual tiene un trabajo pionero en Argentina en relación a los preceptos de la OMS. La primera sistematización es del año 2013, a cargo del Ministerio de Salud, y nosotros presentamos la primera guía de Salud Mental que incluye un apartado sobre suicidio en el 2014”, comentaba Romina Paolino, de la Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo al inicio de la entrevista. Esa guía a la que refiere se tituló “Guía para el tratamiento

mediático responsable de la salud mental” y se elaboró en el año 2014 en el marco de la implementación de la Ley de Salud Mental N° 26.657.

Por su parte, el Ministerio de Salud de la Nación fue la primera entidad institucional en publicar en el año 2013 en su página web una síntesis de las principales recomendaciones para el tratamiento mediático del suicidio elaboradas y difundidas por la OMS a nivel global. En dicho documento, se establece como punto de partida la premisa de que *“ciertos tipos de cobertura informativa sobre las conductas suicidas pueden, por un lado, generar un aumento de las mismas (efecto imitativo) pero, por otro, colaborar en la prevención del comportamiento suicida”*. En esta misión de prevención se inscribe la intervención de un organismo de salud pública en la labor de los medios de comunicación.

Resulta que, en esta imbricación de actores sociales en relación a un tema de interés público, hay varios derechos en juego que se inter-delimitan. Por un lado, tenemos el derecho de los medios a la libertad de prensa, garantizado por la Constitución Nacional. Por el otro lado, tenemos el derecho de las personas a no ser discriminadas por ninguna condición, previsto en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522; que se articula con el derecho de la persona con discapacidad psicosocial a no ser identificada ni discriminada por un padecimiento actual o pasado –previsto en la Ley de Salud Mental N° 26.657-, y a su vez con normativas específicas del área de salud como la Ley N° 26.529 sobre los derechos del paciente en su relación con los profesionales e instituciones de la salud, que establece el derecho a la intimidad de las historias clínicas, entre otras cuestiones. Finalmente, la recientemente sancionada Ley Nacional de Prevención del Suicidio N° 27.130 determina, en su artículo 4° inciso b, que *“la autoridad de aplicación desarrollará acciones y estrategias para lograr la sensibilización de la población, a través de un tratamiento mediático de comunicación responsable, con información adecuada, basada en derechos, libre de prejuicios, estigmas y/o discriminación de los damnificados y las damnificadas y sus allegados directos o indirectos”*.

Como podemos observar, el rol de los medios de comunicación en relación a las estrategias de prevención del suicidio es fundamental. No pueden desentenderse de la cuestión alegando el derecho a la libertad de prensa porque desinformar y reforzar mitos sobre el suicidio atenta directamente contra cualquier esfuerzo colectivo de contención de la problemática. En definitiva, se trata de, tal como plantea la Defensoría del Público Audiovisual, *“conjugar el derecho a la libertad de expresión con la responsabilidad social de las y los periodistas, el derecho ciudadano a recibir información relevante y el derecho de las personas afectadas a recibir un tratamiento mediático respetuoso y no discriminatorio”*. En este cruce de derechos y responsabilidades se ubica la cuestión de cómo comunicar mediáticamente un caso de suicidio para colaborar con un enfoque preventivo.

Y, en ese sentido, la presente discusión plantea también interrogantes relacionados a qué estrategias implementar en pos de la capacitación de los periodistas y productores de la

información que sean eficaces y rápidamente aplicables. Por ejemplo, las referentes de la Defensoría del Público comentaron en la entrevista que varios periodistas -incluso aquellos de larga experiencia y trayectoria-, han manifestado, frente a denuncias de la audiencia, no conocer o no estar al tanto de la existencia de una ley de prevención del suicidio. Podemos pensar que, como fue implementada hace apenas dos años (agosto 2021), puede suceder que no haya trascendido lo suficiente. Pero sí sería interesante pensar en la necesidad de incluir estos tópicos en las carreras de comunicación y periodismo, al momento de hablar de deontología de la profesión, para encarar la capacitación desde los inicios de las nuevas generaciones de comunicadores.

La tarea de capacitación continua de los medios, y de la población en general, está a cargo de la Defensoría del Público Audiovisual que realiza periódicamente actividades de promoción e intercambio, de encuentros y de capacitación, en articulación con los Ministerios de Salud de Nación o Provincia, con municipios, sindicatos de prensa, universidades, entre otros, con el objetivo de relevar cuáles son las dificultades a la hora de abordar comunicacionalmente este tema y brindar herramientas teórico-prácticas que permitan desarrollar una noticia sobre suicidio con enfoque de salud pública promoviendo, así, su prevención.

*“Vemos, en general, que hay mucho interés en la temática”,* comentó Sofia Hammoe de la Dirección de Capacitación y Promoción de la Defensoría del Público Audiovisual. Sin embargo, se plantea una diferencia en cuanto al origen de la demanda de capacitación. Si se origina en un pedido espontáneo de un medio para obtener capacitación al respecto, se desarrolla en el mejor escenario, con mucha predisposición para aprender e incorporar las pautas de comunicación responsable. En cambio, si el motivo de la capacitación surge como resultado de una denuncia de la audiencia, *“hay más resistencia”,* en palabras de Romina Paolino, de la Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo de la Defensoría. De todos modos, ningún medio se opone a la intervención en capacitación en cuanto a enfoque sugerido, a pesar de lo cual, *“según las herramientas de monitoreo, no se adhiere, al día de hoy (año 2023), a la normativa en cuanto a enfoque. La tendencia en medios audiovisuales sigue siendo a enfocar desde policiales”,* tema que desarrollaré en el capítulo 3 del presente trabajo.

- **Estado del arte: investigación sobre el tema**

La mayor cantidad de referencias de otros trabajos académicos sobre este mismo tema los encontré en España. No es casual dado que, en ese país, el suicidio es la primera causa de muerte no natural, por encima de los accidentes de tránsito, de manera que constituye una gravísima problemática. Encontré tres informes, todos los cuales realizan el mismo esquema de investigación que tiene que ver con analizar la cobertura periodística de las noticias de suicidios

y relevar si cumplen y en qué grado con las pautas de comunicación responsable difundidas por la OMS.

El primer trabajo, del año 2018, toma al periódico digital Abc, uno de los de mayor circulación nacional, y evalúa tres períodos concretos, comparando entre un antes y un después de la intervención de la OMS. Encuentra como resultado que algunas pautas se han incorporado y mejorado mientras que otras tantas están pendientes de ser asimiladas.

El segundo trabajo es una tesis de doctorado de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria del año 2019. A diferencia del anterior, se centra en evaluar los medios locales de Gran Canaria y compararlos con los medios nacionales. Además, incorpora una nueva variable de análisis: la evitabilidad (evaluar si una noticia sobre suicidio podría haber sido evitada). Los resultados que obtuvieron fueron que los medios locales de Canarias presentan un altísimo grado de no adhesión a las pautas de la OMS.

El tercer y último trabajo de España corresponde a una tesis de grado de la Universidad de Sevilla del año 2022. En la introducción se menciona que los medios españoles optaron durante mucho tiempo por no informar los casos de suicidio, perdiendo la oportunidad de generar efectos protectores. Independientemente de eso, tal decisión no influyó en la baja de los casos. Así, la Confederación de Salud Mental de España publicó en el año 2020 un manual con recomendaciones para los medios con el lema *“El silencio informativo no es una opción. El sensacionalismo tampoco”*. El trabajo concluye sobre la urgente necesidad de capacitación de los periodistas españoles para poder informar acerca de este tema.

Por último, en Latinoamérica cobró notoriedad un caso de investigación en Colombia del año 2013. Se trata de un análisis de las noticias de suicidios publicadas en un diario local de Quindío entre 2004 y 2011. Al igual que en España, en Colombia el suicidio recibe mucha atención porque ocupa una de las primeras causas de muerte a nivel nacional. Puntualmente, el departamento de Quindío presenta tasas incluso superiores a las nacionales. Por eso los autores decidieron estudiar los medios de esa región y encontraron que en un 89% las noticias sobre suicidios informaron sobre el método detalladamente y tan solo un 2% ofrecía líneas de ayuda.

Estos informes de investigación me sirvieron de base para estructurar el presente informe. Lamentablemente en Argentina no contamos hasta el momento con sistematizaciones de este estilo que permitan dar cuenta de cómo abordan las noticias de suicidios los medios nacionales, teniendo en cuenta toda la información relacionada a los efectos que producen. Espero que este trabajo se convierta en un aporte y que podamos ir mejorando, a nivel general, en cuanto a capacitación y comprensión de la problemática.

## **CAPÍTULO 1: Sobre el suicidio**

- ***Definición del problema desde la perspectiva de salud pública***

El suicidio es un importante problema de salud pública a nivel mundial. Se trata de un fenómeno complejo y multicausal. Para empezar a hablar de esta problemática tan álgida y preocupante, e intentar dar un marco de interpretación asertivo, resulta conveniente citar un artículo publicado en la Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría del año 2019, titulado “*Los límites de la prevención del suicidio*”. En él, se discute la tendencia general a enfocar la cuestión desde el ámbito sanitario únicamente, asumiendo en forma tácita que se trata exclusivamente de un problema de salud mental. Entonces, las autoras se preguntan si se estará abordando el suicidio de manera parcial e insuficiente.

En el mencionado artículo se plantea, además, que es necesario tener en cuenta y no perder de vista otros factores que inciden directamente en el comportamiento suicida: factores sociales, culturales, ambientales y biológicos, entre otros. Por caso, mencionan estudios que han permitido comprobar que la mortalidad por suicidio aumenta en las recesiones económicas, cuando, consecuentemente, empeoran las condiciones de vida y aumentan los niveles de sufrimiento. En ese tipo de contextos, según afirman, el abordaje desde el ámbito sanitario únicamente resulta incompleto e inadecuado.

Desde un principio, la conceptualización del suicidio como enfermedad netamente de tipo mental estuvo asociada al paradigma biologicista, dominado por la psiquiatría en su intento de equipararse a otras ciencias duras. En ese primer momento histórico, se interpretaba el sufrimiento psíquico como una enfermedad somática más. Esta perspectiva reduccionista no permitía abarcar otros determinantes de la salud y de la conducta humana tales como los factores sociales y ambientales.

Luego, gracias a la intervención de Émile Durkheim, uno de los pioneros del Positivismo en las Ciencias Sociales, se abrió la puerta para estudiar el fenómeno del suicidio más allá de los procesos biológicos. En su libro “El suicidio” de 1897 se dedica con admirable énfasis a analizar todos los posibles factores que pueden incidir en la conducta suicida con el objetivo de dar luz sobre las causas estructurales de esta problemática social. Así, a lo largo de las páginas del mencionado libro, el autor explora causas relacionadas a la raza, la religión, el nivel socioeconómico, la geografía, el clima, el nivel de instrucción, las diferentes culturas, la talla, la herencia genética, las estaciones del año, los momentos del día, entre otros. Se trata de una sistematización completa, basada en datos estadísticos recopilados manualmente y puestos a dialogar para intentar encontrar regularidades que permitan explicar científicamente el fenómeno del suicidio.

Esta búsqueda exhaustiva de Durkheim se ha visto interrumpida, según las autoras del artículo citado, para volver, en la actualidad, a enfocar el fenómeno del suicidio como un mero comportamiento patológico. Es un error, según las profesionales disertantes, identificar el suicidio como un síntoma de una enfermedad mental, diagnosticada o no. En línea con esta idea, la Organización Mundial de la Salud hace muchísimo hincapié, a través de sus pautas de comunicación responsable, en la necesidad de no resumir las causas del suicidio a un solo factor, sobre todo teniendo en cuenta que las cifras de suicidio no patológico (sin antecedentes psiquiátricos) aumentan progresivamente. Es decir, el suicidio puede ser el resultado de una decisión, sin dudas trágica, pero plenamente racional.

En palabras de las autoras del artículo, las doctoras Elena María Navarrete, Judit Herrera Rodríguez y Petra León Pérez, *“el suicidio se trata de un acto privado, subjetivo, intransferible, de cuya experiencia nadie puede prestar testimonio”*. También hay que agregar que el suicidio, como tal, independientemente de ser un acto privado e individual, tiene incidencia en el conjunto social. Al ser definido como un problema de salud pública prevenible, hay diversas instituciones que deben intervenir para proveer información rigurosa y para fortalecer las estrategias de prevención de futuros casos.

En cuanto a las estrategias de prevención del suicidio desde el ámbito sanitario, se pueden mencionar, brevemente: la entrevista clínica y las escalas de valoración del riesgo suicida. Por supuesto, no son herramientas infalibles ni tienen la capacidad de predecir el paso al acto de un individuo en un momento determinado.

Por otro lado, es válido mencionar muy sintéticamente algo que las autoras del artículo que presento como referencia denominan *“la tendencia medicalizadora del malestar”*. Esta tendencia se refiere, concretamente, al abuso de la prescripción de anti depresivos para contrarrestar las dificultades de la vida cotidiana o la incapacidad de ciertas personas para hacer frente a la frustración y a otras emociones incómodas. Resulta, en muchos casos, que se termina consumiendo una medicación innecesaria que no es precisamente inocua o inofensiva para la salud integral, sumado a que no se soluciona el cuadro inicial.

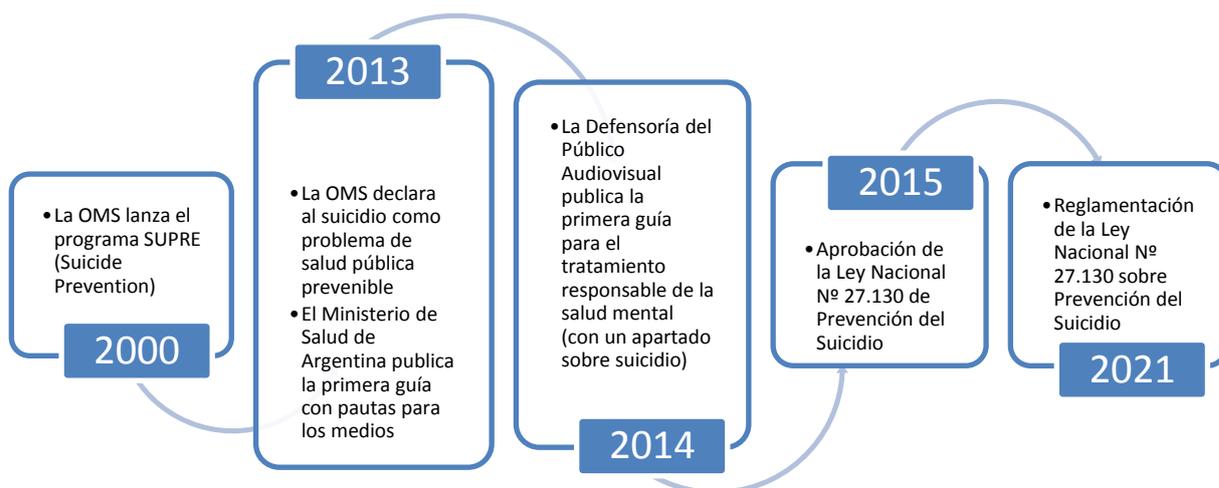
En síntesis, desde el ámbito sanitario, se plantea al suicidio como una realidad compleja y multifactorial con dificultades, aunque no impedimentos, para el abordaje en materia de prevención. Y es importante ponderar que la concepción puramente psicopatológica del suicidio redundante en un reduccionismo y en una descontextualización de la problemática. No pueden obviarse las influencias sociales, culturales y ambientales en la definición del fenómeno.

Dicho todo esto, resulta muy sensato acordar con el artículo *“Los límites de la prevención del suicidio”* cuando se afirma en él que *“considerar que el suicidio responde casi exclusivamente a una enfermedad diagnosticable, prevenible y tratable/curable es una falacia”*. Como tendré oportunidad de analizar a lo largo de las siguientes páginas, hay mucho terreno para trabajar en

materia de prevención del suicidio, sobre todo desde la comunicación, pero no se puede perder de vista que no existe forma de intervenir en el libre albedrío.

Y el otro aspecto a remarcar tiene que ver con la categoría de “público”. El suicidio ingresa al ámbito de lo público en el momento en que las carteras sanitarias deciden hacerse cargo de un fenómeno en exponencial crecimiento. De esta manera, enfocarlo como un problema de salud y no como un delito es clave a la hora de dar un encuadre responsable y riguroso a la información. De hecho, el suicidio no es penado por ley en la mayoría de los países (sí lo es, en cambio, la instigación al suicidio, que tiene otra figura legal). En ese sentido, expresiones típicas como “cometió suicidio” son desalentadas porque se asocian con crímenes. En este trabajo se abordará también la dimensión enunciativa para dar cuenta de todos esos sentidos construidos alrededor de la temática del suicidio que no responden a un enfoque desde el marco de la responsabilidad. Por último, como señaló Sofía Hammoe, de la Dirección de Capacitación y Promoción de la Defensoría del Público Audiovisual, “*las recomendaciones de comunicación responsable del suicidio hacia los medios son recomendaciones, no obligaciones, pero hay un marco legal que las avala*”. Ese marco legal está dado, primeramente, por la Ley Nacional de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 que establece, entre otras cosas, “*varias dimensiones de no vulneración de derechos*”, y, fundamentalmente por la recientemente sancionada Ley Nacional de Prevención del Suicidio N° 27.130.

Podemos ver en la siguiente línea de tiempo un sintético recorrido de los hitos más importantes de las últimas dos décadas, a nivel global y local, en materia de identificación de la problemática social del suicidio y esfuerzos colectivos tendientes a la prevención de la misma.



- ***Estadísticas más relevantes a nivel mundial y local***

Según el último informe presentado por la Organización Mundial de la Salud en junio de 2021, alrededor de 700.000 personas se suicidan cada año y, además, se sabe que, por cada suicidio consumado, hay alrededor de 20 tentativas de suicidio. A su vez, el suicidio representa la cuarta causa de muerte en el mundo en el grupo etario de 15 a 29 años.

En Argentina, según los datos estadísticos más recientes provistos por el Ministerio de Salud, en el año 2019 se registraron 3.297 muertes por razones de suicidio, concentrándose la mayor cantidad de casos en la franja etaria que va de los 15 a los 24 años. A su vez, los datos muestran una gran prevalencia del suicidio en el género masculino, por sobre el femenino (a razón de 3,8 hombres por cada mujer).

El suicidio es un fenómeno que afecta a todas las regiones del mundo, sin distinción de nivel económico, cultural o social. El único aspecto positivo de esta grave problemática de salud pública es que, según evidencia referida por la propia Organización Mundial de la Salud, el suicidio es prevenible en muchos casos, a partir de la implementación de estrategias integrales y multisectoriales de bajo costo.

Uno de los puntos centrales para concientizar y moderar el efecto de un suicidio consumado en la población específicamente vulnerable <sup>3</sup> es, en palabras de la OMS: “*educar a los medios de comunicación para que informen con responsabilidad sobre el suicidio*”. Por eso mismo, en este trabajo voy a presentar los lineamientos de la entidad global, los descubrimientos que se hicieron en materia de efectos y relevar cómo fueron los primeros años de implementación de estas pautas en Argentina.

- ***El rol de la Organización Mundial de la Salud***

La Organización Mundial de la Salud es la principal y más grande entidad en materia de salud en todo el planeta. Fue creada en el año 1948 en Suiza por la Organización de las Naciones Unidas con el propósito de gestionar políticas de prevención, promoción e intervención a nivel mundial de problemas relacionados a la salud.

Hablando concretamente de prevención, desde el año 1999 la OMS puso su total atención en un fenómeno que venía creciendo alarmantemente: el suicidio. Un hecho desconocido, angustiante, casi imposible de explicar, pero así y todo se dedicaron grandes esfuerzos a tratar de encontrar ciertas pautas que permitieran comprender el origen del problema y a desarrollar estrategias integrales para poder abordar a las personas previamente a que tomen la determinación irrevocable de quitarse la vida.

---

<sup>3</sup> Un intento de suicidio previo es el factor individual de riesgo más importante (fuente: OMS)

La decisión política de declarar al suicidio como prevenible no es más que una férrea voluntad de dar pelea contra un fenómeno muy difícil de dominar.

En ese sentido, a lo largo de las dos últimas décadas, la OMS ha publicado diversos informes con información valiosa, concreta y útil para realizar intervenciones de eficacia demostrada, basadas en evidencia, según estudios que el mismo organismo se encarga de presentar.

En la actualización del año 2017 del informe “*Prevención del suicidio: un recurso para los profesionales de los medios de comunicación*”, se detallan en forma de lista las principales estrategias a implementar a la hora de comunicar un suicidio a través de los medios:

- ***Suministrar información exacta acerca de dónde buscar ayuda***
- ***Educar al público acerca de los hechos de suicidio y la prevención del suicidio, sin difundir mitos***
- ***Informar con mucha cautela sobre los suicidios de celebridades:*** la glorificación de la muerte de una celebridad puede indicar involuntariamente que la sociedad honra un comportamiento suicida y por lo tanto puede promover comportamientos suicidas en otros.
- ***Tener cuidado al entrevistar a familiares o amigos que han perdido a un ser querido***
- ***No dar lugar preponderante a las historias de suicidios y no repetirlas excesivamente:*** si se da lugar prominente a esas historias y se las repite indebidamente, las probabilidades de posteriores comportamientos suicidas serán mayores que si sus presentaciones son más sutiles.
- ***No emplear un lenguaje sensacionalista ni que normalice el suicidio, como tampoco presentar a éste como una solución a problemas***
- ***No describir explícitamente el método utilizado:*** debe evitarse la descripción o explicación detallada del método porque aumenta la probabilidad de que una persona vulnerable copie el acto. También se debe actuar con cautela si el método de suicidio es raro o nuevo. Los métodos nuevos se pueden propagar fácilmente si los medios de difusión los dan a conocer de manera sensacionalista.
- ***No facilitar detalles acerca del sitio ni la ubicación***
- ***No usar fotografías, material de video ni enlaces a medios digitales:*** las investigaciones indican que las imágenes asociadas con actos suicidas pueden ser reactivadas posteriormente por lectores vulnerables, por ejemplo durante una crisis personal, y desencadenar comportamientos suicidas.

- ***Principales hallazgos de la OMS con respecto al efecto imitativo***

*“Algunas personas vulnerables corren el riesgo de imitar comportamientos suicidas si los medios dan a éstos una cobertura extensa, destacada y sensacionalista, al describir explícitamente los métodos utilizados para suicidarse”.*

Éste párrafo es un textual del informe de la OMS titulado “Prevención del suicidio: un recurso para los profesionales de los medios de comunicación” (actualización del 2017). Es importante destacar que este denominado efecto imitativo se refiere únicamente a los actos suicidas. También hay que mencionar que toda la bibliografía institucional al respecto refuerza la idea de que el suicidio es un fenómeno complejo que no responde a una sola causa. Hechas esas salvedades, la Organización Mundial de la Salud enfoca directamente en un tipo específico de audiencia de medios: “algunas personas vulnerables”. Es decir, el mencionado efecto imitativo no se da en cualquier persona por el solo hecho de ver una cobertura extensa y sensacionalista sobre un suicidio. Pero sí puede afectar a determinado tipo de personas.

Cuando hablamos de “población específicamente vulnerable” en materia de suicidio, nos referimos, sobre todo, como ya se dijo previamente, a aquellas personas que hayan realizado un intento de suicidio, o bien tengan ya desarrollada una ideación suicida. Un intento de suicidio que no llegó a consumarse podría contar con nuevos intentos. ¿De qué depende que eso no suceda? Evidentemente, de un tratamiento médico integral a cargo de profesionales y de variados factores ambientales. Dentro de esos factores ambientales, podemos ubicar el rol de los medios de comunicación ya que *“forman parte del entorno social en el que las conductas suicidas pueden ser aprendidas”* (Rodríguez Caro citando a Schmidtke y Hafner, 1989).

*“El suicidio es eminentemente contagioso”*, afirma Durkheim (1897). Según él, la idea del suicidio se comunica por contagio y pudo observar particularmente este fenómeno en el ejército, en las epidemias de suicidios y en los suicidios de familiares de personas que se habían suicidado previamente. En todos ellos, *“diríase que unos son copia de otros, ya que se parecen con la más asombrosa uniformidad”*. Pero no hay que perder de vista que la tendencia al contagio sólo sucede en aquellos individuos cuya constitución los hace más permeables a las sugerencias en general, y a las ideas de suicidio en particular.

Más allá de esa premisa teórica basada en la observación estadística, Durkheim aporta un dato que ya introduce en el marco teórico y que es trascendental ya que le aporta solidez a todos los estudios sobre suicidio y contagio mediático. Es tan evidente que no permite dudas al respecto: *“No puede haber imitación si no existe un modelo que imitar, y no hay contagio sin un foco de donde emane y donde tenga su máximo de intensidad. Es necesario que sea el punto de mira, pues claro es que no puede ser imitado si no se le ve”*. Básicamente, lo que el autor está diciendo es que no hay manera de imitar un suicidio que no fue visto. Por esa razón, evidentemente, la Organización Mundial de la Salud pone tanto énfasis en relación a no

informar el método de suicidio; porque es el método, precisamente, la materia pasible de ser imitada. Recordemos el dato provisto por Sofía Hammoe de la Defensoría del Público Audiovisual respecto de que, en ocasión de capacitaciones, les han comentado que después de determinados casos expuestos en los medios se han registrado una cantidad de suicidios similares en cuanto al método.

Como veremos en el capítulo 3, algunos suicidios son altamente noticiables y no se puede prescindir de informarlos por cuestiones de agenda. Pero hay algo que sí pueden hacer los medios para contribuir con la prevención del suicidio, sin dejar de informarlos. Según la OMS, *“hay cada vez más indicios de que los medios de comunicación pueden desempeñar una función significativa en el fortalecimiento o el debilitamiento de los esfuerzos de prevención. Las noticias sobre suicidios pueden reducir al mínimo o aumentar los riesgos de suicidios de imitación”*. Esos indicios a los que hace referencia esta cita provienen de las más de cien investigaciones que se llevaron a cabo en los últimos años –financiadas por la OMS–, para intentar entender un poco más acerca de este grave problema de salud pública. Las principales conclusiones a las que arribaron todos esos estudios son:

- El comportamiento suicida de imitación es más probable en algunas circunstancias que en otras (particularmente luego de coberturas de alto impacto y si involucra a celebridades).
- Algunos subgrupos específicos de la población (como jóvenes, personas con enfermedades mentales o con antecedentes de comportamiento suicida o que han perdido a seres queridos por suicidio) son especialmente vulnerables a reproducir comportamientos suicidas de imitación.
- El riesgo es mucho mayor si las características del suicida y del lector o televidente son similares de alguna manera y si el lector o el televidente se identifica con la persona suicida.

Respecto de este último punto, es interesante conectar este hallazgo investigativo con una afirmación teórica sobre las modalidades de recepción que podemos encontrar en Kessler y Focás (2014): *“Los medios inciden en las percepciones de la seguridad siempre que exista una consonancia intersubjetiva, es decir, algún tipo de confirmación entre la información que las personas reciben de la televisión y lo que perciben en su vida cotidiana. La clase social, la propia reflexividad como consumidor de noticias, las identificaciones de clase y de edad y la consonancia subjetiva entre lo que muestran las noticias y la percepción de la realidad circundante inciden en las variadas formas de recepción de los medios”*. Es decir que el proceso de identificación con la persona suicida representada en los medios juega un rol clave en la recepción de ese tipo de noticias específicas.

Por ejemplo, en un estudio publicado el 18 de marzo de 2020 titulado “[Association between suicide reporting and suicide](#)” se halló que, cuando el método de suicidio empleado por una celebridad fue reportado, hubo un incremento de un 30% de suicidios por el mismo método en los dos meses posteriores. En el estudio se aclara que se toma hasta sesenta días luego del suicidio de origen porque es el típico período para estudiar efectos imitativos, luego de lo cual pueden influir otro tipo de factores. Uno de los casos más emblemáticos fue el suicidio del actor de Hollywood Robin Williams, en el año 2014, quien se estranguló en su propia casa. El estudio refiere evidencia de un aumento del mismo método en hombres de 45-64 años justo después de la muerte del actor. Las principales conclusiones de este estudio tienen que ver con que hay, al menos, tres mecanismos que pueden explicar el aumento de suicidios luego de las coberturas periodísticas:

1. Identificación con la persona suicida
2. Una cobertura periodística que normalice al suicidio como una forma adecuada de lidiar con dificultades
3. La explicitación del método de suicidio que puede influenciar la elección del mismo método en una persona vulnerable

El primer investigador en relevar datos sobre comportamientos suicidas de imitación fue el sociólogo David Phillips. En la década del setenta, en Estados Unidos, se dedicó a estudiar los casos de suicidios reportados luego de que apareciera en la portada de los principales medios norteamericanos una noticia sobre un suicidio. En un período de 20 años encontró que, en 33 meses en los cuales se había publicado un artículo sobre un suicidio en la primera plana, se registró un aumento significativo de suicidios en 26 de esos 33 meses. Como resultado de esta investigación, en 1974 Phillips denominó “efecto Werther” a la conducta suicida imitativa. Tomó el nombre de la novela “Las penas del joven Werther” publicada a fines del siglo XVIII por Goethe. De hecho, los datos más tempranos sobre las repercusiones de los medios sobre el comportamiento suicida datan de esa época, dado que se tuvo que prohibir la circulación de ese libro en toda Europa porque desencadenó una verdadera ola de suicidios. En la historia ficticia, Werther se dispara un tiro porque se enamora de una mujer que está fuera de su alcance. Los hombres que imitaron el suicidio de Werther, disparándose a sí mismos, incluso vestían igual que él y algunos tenían un ejemplar del libro en sus manos.

Luego de Phillips siguieron otros investigadores, como Schmidtke y Hafner, que encontraron efectos de imitación después de la transmisión de una serie de televisión (“Death of a student”). Wasserman y Stack repitieron el estudio original de Phillips, extendiendo el período de observación e incluyendo también a los noticieros televisivos. Posteriores estudios consideraron incluso los intentos de suicidios y ampliaron la zona de cobertura a países europeos y asiáticos.

Todas estas revisiones sistemáticas llegaron a la misma conclusión: *“la notificación de suicidios por los medios de difusión puede conducir a posteriores aumentos de comportamientos suicidas”*. También hubo hallazgos relacionados al tiempo del efecto: suele llegar a un máximo en los tres primeros días luego de publicada la noticia y amesetarse durante una o dos semanas. Así como los efectos negativos de las noticias sobre suicidios reciben el nombre de “efecto Werther”, los efectos protectores de la comunicación responsable del suicidio se conocen en la bibliografía científica como “efecto Papageno” por el personaje de la ópera de Mozart, “La flauta mágica”. En dicha obra, Papageno se quiere suicidar por temor a haber perdido a su amor pero, a último momento, cambia de idea cuando le proponen otras alternativas. En ese sentido, las historias que describen la búsqueda de ayuda en circunstancias adversas funcionan como barreras para el suicidio y contribuyen, de esa manera, a su prevención. Es por eso también que la principal recomendación de la comunicación responsable del suicidio es que las noticias siempre incluyan información acerca de cómo y dónde conseguir ayuda.

En líneas generales, hay un apoyo concreto a la idea de que las notas periodísticas sensacionalistas acerca de suicidios pueden dar lugar a ulteriores comportamientos suicidas. Los distintos estudios convocados pudieron observar que, en los picos de casos de suicidios asociados a determinadas coberturas periodísticas, no se trataba de acontecimientos que hubieran sucedido de todas maneras, sino de suicidios adicionales.

En definitiva, y según todo lo expuesto, la OMS cuenta con sobrada evidencia de que los medios de comunicación, como actores clave a la hora de informar sobre el suicidio, tienen la enorme responsabilidad de educar y concientizar sobre esta problemática propiciando, de esa manera, efectos protectores. Y así como hay estudios que dan cuenta de la relación negativa entre desinformación y suicidios de imitación, también hay recientes investigaciones que se enfocan en estudiar los efectos de las notas periodísticas responsables sobre el suicidio. Al respecto, se encontró una asociación entre reportajes sobre personas que han atravesado circunstancias de vida adversas pero que han podido salir adelante, evadiendo pensamientos suicidas, con disminuciones de comportamientos suicidas. También, otros estudios indican que la inclusión en la agenda mediática de notas educativas sobre formas de hacer frente a pensamientos suicidas pueden ayudar a reducir este tipo de ideas.

## CAPÍTULO 2: Análisis de contenido

En el capítulo anterior hablamos sobre la necesidad de enfocar el suicidio como problemática de salud pública con énfasis en la prevención y presentamos las estadísticas más relevantes a nivel local y mundial. También, se expusieron los principales datos obtenidos acerca del efecto imitativo en relación al suicidio.

Aquí voy a presentar el análisis de contenido de las notas relevadas, tomando en cuenta varias dimensiones de análisis. El recorrido propuesto es el siguiente:

- El antes: el caso Graciela Dieser (2012)
- El después: principales resultados estadísticos del análisis de contenido de las notas posteriores a 2014
  - Pautas de comunicación responsable del suicidio
  - Variables de espectacularización de la noticia
- Noticieros versus magazines: diferencias en el tratamiento mediático del suicidio.

A nivel teórico, la principal perspectiva a partir de la cual voy a enmarcar el análisis es la teoría del Framing. La definición de encuadre que propone Entman (1993) ilustra a la perfección la cuestión teórica a dirimir: “*encuadrar es seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo, de modo que se promueva una determinada definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito*”.

Dicha teoría resulta pertinente por cuanto entiendo que aquello que los organismos institucionales exigen a los medios –en forma de recomendaciones–, es un cambio de enfoque respecto de las notas de suicidios. De un encuadre de tipo policial con connotaciones punitivas y exceso de dramatismo hacia un encuadre en el cual se presente a la problemática como un asunto de salud pública, con énfasis en la prevención.

Lo que está en juego es la responsabilidad social a la hora de comunicar un tema sensible y la definición que, como marco informativo, se le otorga al suicidio. A lo largo del presente capítulo mostraré, a partir de ejemplos concretos, *adónde apuntan las recomendaciones de los entes gubernamentales* con el fin de promover en la audiencia una definición más adecuada de la problemática. También expondré –siempre mediante ejemplos y analizando la materialidad del discurso–, la existencia de un tópico interpretativo recurrente de tipo causal que asocia el suicidio a la enfermedad mental (concretamente, a la depresión).

En referencia a este tema, es importante destacar que la teoría de la atribución fue acuñada en primer lugar por Heider (1930), quien planteó que *“dado que los seres humanos no logran comprender el mundo en su complejidad, intentan inferir las relaciones causales que subyacen en la información sensorial. Se trata de la conexión entre un comportamiento observado y la consideración de que alguien o algo es responsable por esa acción”* (Aruguete, 2020). La elección de esta teoría en el análisis de contenido tiene que ver con dilucidar qué atribución de sentido se le otorga al suicidio en tanto fenómeno individual y social desde los medios y con qué encuadre se enfoca la problemática. Así, se podrá observar cómo el discurso de los presentadores de noticias exhibe una constante necesidad de explicar los motivos que llevaron al protagonista de la noticia a suicidarse. En ese contexto, voy a poder señalar cómo se esbozan al aire diversas especulaciones respecto del fenómeno que comparten un denominador común, un motivo que las aglutina y que tiene que ver con la enfermedad mental en sentido amplio y, más concretamente, con la depresión como principal causa del suicidio.

Por último, la definición de frame de Reese (2001; citado en Aruguete, 2011), permitirá pensar sobre la real posibilidad de un cambio de enfoque que opere primero en los medios y luego en la sociedad. Según plantea Reese, los frames *“son principios organizadores socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo”*. Esto significa que el encuadre de una noticia es total o parcialmente compartido por los periodistas y por su audiencia ya que ambos forman parte del mismo medio social. De manera que la definición socialmente aceptada sobre qué es o qué representa una conducta suicida es previa a la noticia y se manifiesta en los encuadres que se observan en el análisis.

Entonces, vale la pena preguntarse si, en la medida en que estos principios organizadores que refiere Reese *“funcionan como estructuras de pensamiento preexistentes que influyen y guían el procesamiento e interpretación de la información”* (citado en Aruguete, 2011), es viable abogar por un cambio de encuadre noticioso o bien sería más conveniente modificar el medio social para que ese cambio se vea reflejado en las noticias.

### **El antes: el caso Graciela Dieser (2012).**

El 11 de abril de 2012 fue hallada muerta en su departamento Graciela Dieser, la ex esposa del juez santafesino Carlos Fraticelli. Este hecho se convirtió en noticia rápidamente por el contexto previo: en el año 2000, Natalia Fraticelli, la hija del matrimonio, de apenas 15 años, apareció

muerta en su habitación<sup>4</sup>. El caso tuvo muchísima repercusión en su momento porque la justicia había determinado que los padres eran los asesinos de Natalia. De hecho, fueron condenados a cadena perpetua pero, luego de unos pocos años en prisión, fueron absueltos y se dictó un nuevo fallo en el cual se dejaba constancia que Natalia se había suicidado.

La noticia del suicidio de la mamá de Natalia Fraticelli cobró relevancia rápidamente y fue cubierta por los noticieros, que no dudaron en enviar móviles a la provincia de Santa Fe para relatar el hecho. Una de las notas del corpus relevado para esta tesina es la del noticiero “Sensación térmica” de C5N. El móvil en vivo desde la ciudad de Rafaela está comandado por el cronista Paulo Kablan quien, en diálogo con los conductores, comienza a relatar los hechos con gran nivel de detalle. “*En Rafaela, en su departamento, Graciela Dieser se quitó la vida ayer. Todavía el juez no ha caratulado el hecho, pero no hay dudas: dejó cuatro cartas. Estaba enferma Graciela, muy angustiada por la desaparición de su hija en el año 2000*” (C5N, 12/04/2012).

Una de las primeras pautas de comunicación responsable del suicidio que se incumple en la nota es la alusión directa a la existencia de cuatro cartas redactadas de puño y letra por la víctima, cuyo contenido se difunde abiertamente mediante los videographs, que se suceden intermitente y repetitivamente:

- “*Graciela dejó 4 cartas*”
- “*Me maté para volver a ver a mi hija*”
- “*Estoy deprimida, no soporto más la vida sin Natalia*”

Luego, se observa una total falta de discreción en relación a la difusión del método de suicidio empleado. De hecho, el cronista relata detalladamente cómo se dio muerte la víctima: “*Graciela ingirió psicotrópicos y, luego de tomar estos medicamentos, se sumergió en una bañera con agua. La muerte sucedió por asfixia por inmersión porque se desvaneció y se ahogó*” (C5N, 12/04/2012).

Además de esta explicación, la nota incluye una entrevista al jefe de la morgue donde se realizó la autopsia, quien confirma la causal de muerte y agrega una información sobre el método de suicidio: que la asfixia se produjo “*probablemente*” por el consumo de psicotrópicos ya que estos “*disminuyen los reflejos*” (C5N, 12/04/2012).

Como se puede ver, la explicación detallada del método de suicidio, los elementos utilizados y el orden de la secuencia, resulta en un relato informativo e ilustrativo sobre cómo darse muerte en el interior de un hogar de manera accesible. Por otro lado, el conductor del noticiero, en

---

<sup>4</sup> <https://www.perfil.com/noticias/actualidad/natalia-fraticelli-cartas-enigma-de-su-muerte-hipotesis-que-nunca-se-investigó.phtml>

diálogo con el cronista, realiza un comentario: dice que, con el paso del tiempo (en este caso, doce años desde la muerte de su hija), el dolor por la pérdida de un hijo -que es irreparable-, podría disminuir por la lejanía pero, por el contrario, el dolor de esa madre fue en aumento e incluso había empeorado.

Se trata de suposiciones de sentido común, sin fundamento y, por lo mismo, innecesarias. Si proyectamos este relato en la audiencia específica de otras madres que hayan perdido a sus hijos, podría sonar muy desalentador. Además, otro grave error consiste en indicar explícitamente que la madre se suicidó con el mismo método de muerte a partir del cual murió su hija (la ingesta de pastillas).

Otro ejemplo es una nota del mismo canal, aunque más breve. Se trata del noticiero “Resumen Central” conducido por Luis Novaresio. Además de incurrir en todos los mismos errores mencionados en la nota anterior (que tienen que ver, básicamente, con el plano del discurso en cuanto a la irresponsabilidad de los mensajes transmitidos sobre el suicidio), esta cobertura suma grandes dosis de espectacularización a partir de la utilización de recursos audiovisuales varios:

- Efectos visuales: sucesión rápida de imágenes de archivo del caso Natalia Fraticelli, mezcladas con imágenes del caso actual de Graciela Dieser e incluso imágenes y videos del archivo personal de la familia Fraticelli.
- Efectos sonoros: musicalización de fondo de las imágenes con cortina musical de suspenso y drama que eleva su volumen en las pausas del locutor.
- Video con voz en off: se incluye un audio de un relato de un locutor, con subtítulos, y se acompaña de imágenes varias en rápida sucesión.
- Imágenes de alto impacto: se observa el traslado del cuerpo de Graciela y también se incluye una imagen de cómo encontraron el cuerpo de Natalia, tendida en su cama, ya fallecida.

Esta nota, del año 2012, es muy representativa de todo lo que no habría que hacer a la hora de comunicar un suicidio -según la OMS-, y sólo veremos un caso similar dentro del presente corpus, con la utilización de los mismos recursos de espectacularización referidos, que apelan directamente a la emotividad del receptor, en el programa “*Los Ángeles de la Mañana*” de 2017, en la cobertura, casualmente, de otro suicidio de persona famosa: Rocío Gancedo<sup>5</sup>.

El suicidio de Graciela Dieser resulta importante para este análisis, en primer lugar porque, a pesar de la distancia temporal, se encuentran aún disponibles los links online con las notas audiovisuales, lo cual permite observar cómo era el tratamiento mediático del suicidio en una

---

<sup>5</sup> Participante de Gran Hermano.

época en la cual no circulaban a gran escala mensajes orientadores ni se hablaba de la responsabilidad de los medios. Como vimos en la introducción, en nuestro país, es a partir del año 2013 en concreto que se comienzan las tareas de concientización en relación a la problemática del suicidio.

En el siguiente apartado vamos a poder comparar esta línea de cobertura mediática exhibida en el caso Dieser con todos los casos que resonaron en los medios a partir de 2014 cuando ya el Ministerio de Salud y la Defensoría del Público Audiovisual habían comenzado sus campañas de concientización.

**El después: principales resultados estadísticos del análisis de contenido de las notas  
posteriores a 2014.**

**PAUTAS DE COMUNICACIÓN RESPONSABLE DEL SUICIDIO**

En este apartado del análisis de contenido voy a relevar, pauta por pauta, las presentadas en el capítulo de metodología; tal como lo realizan las tesis que abordan este mismo tema en otros países. A partir de constatar presencias y ausencias, voy a poder presentar un panorama de la cobertura audiovisual del suicidio, en términos de responsabilidad, de acuerdo al corpus presentado, en el período concreto 2014-2017.

Recordemos que las siguientes pautas se extrajeron del documento presentado por el Ministerio de Salud de la Nación con recomendaciones para los medios sobre el tratamiento específico de casos de suicidios; y que proceden directamente de la campaña global a cargo de la Organización Mundial de la Salud.

**1) Describe detalles específicos del método utilizado:**

Una de las principales recomendaciones para los medios es que no difundan detalles específicos del método de suicidio empleado, tal como expliqué en el capítulo 1, porque “*augmenta la probabilidad de que una persona vulnerable copie el acto*”.

Como se puede ver en el gráfico a continuación, casi el 80% de las notas periodísticas del corpus explican de qué manera la persona en cuestión se quitó la vida.



Veamos algunos ejemplos:

- En el caso del hombre de Caballito que se suicidó frente a sus hijos (caso 6), el cronista -en conexión en vivo con el piso del noticiero de la TV Pública-, relata los hechos de la siguiente manera: *“En el interior de un auto de fabricación alemana de alta gama, discutía una pareja en presencia de sus dos hijos de 12 y 18 años. La mujer tomó su teléfono celular, llamó al 911 pidiendo ayuda. Concretamente, pidió que internaran a su marido. El hombre, por circunstancias que se ignoran, tomó un revólver 357 magnum de su guantera y se rajó un tiro en la sien”* (TV Pública, 19/01/201/).
- En el caso del nene que se suicidó en Zárate por supuesto caso de *bullying* (caso 5), C5N realiza una entrevista con móvil en vivo al hermano de la víctima quien relata que su hermano tomó el arma de su padre y se disparó. Y el videograph reitera esta información en formato textual: *“Agarró un arma en su casa y se disparó”* (C5N, 2/11/2016).

Si comparamos con otros estudios, podemos encontrar que en Colombia el 89% de las notas relevadas entre 2004 y 2011 describió el método, un porcentaje aún mayor al que se registró en nuestro país, de acuerdo al presente relevamiento. En España, Fermín Garrido (2018) encuentra que *“el método empleado para suicidarse es habitualmente considerado digno de mención en la información, por lo que este consejo fue habitualmente incumplido”*.

De manera que, en general, se puede inferir que, probablemente debido a las rutinas periodísticas establecidas, los periodistas estiman necesario informar el método de suicidio cada vez que deben reportar un caso. En ese sentido, se plantea un problema difícil de sortear para las entidades que buscan eliminar este dato de las noticias porque, más allá de sugerir un

enfoque responsable, deben lograr que los medios eliminen (u omitan) de las coberturas un dato que, a la luz de la evidencia, es considerado fundamental.

## 2) Ilustra el método utilizado con imágenes reales o ficcionadas:

Si describir el método de suicidio ya es suficiente problema para las audiencias vulnerables, ilustrarlo o, incluso peor, mostrarlo, sólo conduce a exhibir una cobertura lesiva y contraproducente; tanto para quienes sean susceptibles o simplemente sensibles, como para quienes conformen la población de riesgo.

En este caso, encontramos la proporción inversa que en el caso de descripción del método: mientras que el 78% de las notas no ilustraron o mostraron directamente el método de suicidio, tan solo el 22% sí lo hicieron.



Veamos ejemplos de las notas que ilustraron el método de suicidio:

- En el caso del jubilado que se suicidó en la sede de Anses de Mar del Plata (caso 9), se reproduce en las notas un video casero de alguien que estaba allí y filmó la escena. Se lo puede ver y escuchar al señor parado en la escalera, luego arrojando el bastón y se siente el estruendo del disparo y los gritos de todos los presentes. Son imágenes reales de lo que sucedió.
- En el caso del abogado que se suicidó en el marco del Fifa Gate (caso 11), la nota de Crónica, de la mano de su cronista y móvil en vivo, muestra con la cámara por dónde ingresó a las vías del tren y de qué manera se suicidó mientras el cronista relata los hechos. A su vez, el videograph dice: “*Así se suicidó Delhon*” (Crónica, 15/11/2017). La nota de “El noticiero de la gente” de Telefé aporta el testimonio de una vecina que relata que el hombre entró caminando por un hueco a las vías, se arrodilló en cuclillas y esperó a que llegue el tren.

Hay una nota que escala en irresponsabilidad en relación a la ilustración del método de suicidio, máxime cuando se trata de un suicidio adolescente:

- En el caso de la adolescente que se suicidó en el colegio de La Plata (caso 10), pegándose un tiro, el periodista Mauro Szeta de “Corta por Lozano”, revela qué tipo de arma era (revólver calibre 38), cómo fueron esos instantes según relatos de los testigos y cómo efectuó el disparo: *“colocando el caño en su boca y efectúa el disparo”* (Cortá por Lozano, 3/08/2017). Seguidamente, presentan una entrevista al doctor que la recibió en el hospital (ya que no murió en el momento), y el mismo dice lo siguiente: *“por suerte hizo un disparo con salida anterior (y no uno de adelante hacia atrás) porque podría haber dañado zonas que le hubieran ocasionado la muerte instantánea”* (Cortá por Lozano, 3/08/2017). Nuevamente en el piso, se le da la palabra a un panelista que es médico, quien ilustra con su mano el gesto de cómo la chica efectuó el disparo: coloca su mano en posición de arma con el índice apuntando adentro de su boca y proyectando el disparo hacia la parte de adelante. Dice, además: *“si lo hubiera direccionado hacia atrás (y lo muestra con el gesto), donde está el centro respiratorio, hubiera perdido la vida instantáneamente”* (Cortá por Lozano, 3/08/2017).

En este relato, acompañado de gestos e incluso de explicaciones médicas y técnicas, se puede observar cómo la información pretendidamente objetiva se transforma en una especie de tutorial para efectuar “el mejor disparo” si la intención es quitarse la vida. Al respecto, es imposible no evocar lo que comentaba Romina Paolino de la Defensoría del Público, sobre las denuncias que reciben de personas que les manifiestan *“tener la necesidad de cambiar de canal porque están mirando la tele con menores y se encuentran con que están mostrando un cadáver o desde dónde se tiró una persona y puede resultar instructivo”*.

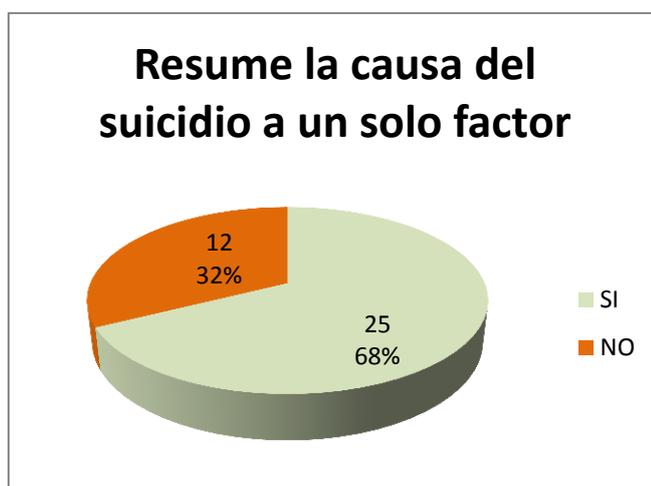
Me interesa relacionar esta cuestión con un estudio de Lucia Dammert, Rodrigo Karmy y Liliana Manzano (Chile, 2003), citado el “El delito y sus públicos” (Focás, 2020), en el marco del cual, *“a partir de la recepción de noticias relacionadas con el delito cotidiano, los entrevistados consideraron que los medios habían adquirido una función pedagógica negativa”*. Dicho estudio evaluaba noticias sobre delitos en las cuales se representaban actos violentos al mismo tiempo que se mostraban *“nuevas formas de delinquir”*. En ese sentido, los entrevistados chilenos consideraron que la televisión había adquirido un rol pedagógico de tipo negativo al enseñar modalidades delictivas a los delincuentes que se encontraban posiblemente entre la audiencia. Haciendo un paralelismo, podemos pensar que, de la misma manera que mostrar formas de delinquir puede resultar nocivo para la sociedad e instructivo para los delincuentes; mostrar formas efectivas de suicidarse -sobre todo en relación al suicidio

adolescente-, puede convertir a los medios en canales de difusión de información perjudicial y potencialmente dañina. Romina Paolino de la Defensoría del Público me señaló lo siguiente: “Por lo que comentan los especialistas, y por el recorrido que venimos teniendo, si vos tenés una cobertura que te muestra el balcón y cómo tirarte para que sea efectivo, el uso del cuchillo o el cutter; es decir, si la cobertura lo que hace es como un paso a paso, un tutorial, vos estás poniendo una instrucción al servicio de alguien”.

### 3) Resume la causa del suicidio a un solo factor:

Tal como se explicó en el capítulo 1, el suicidio constituye un fenómeno complejo y multicausal. Por este motivo, es desaconsejable abordarlo desde explicaciones simplistas que tiendan a intentar simplificar la decisión que toma alguien que se quita la vida.

En el relevamiento de las notas encontré que, en la gran mayoría de los casos (68%), el contenido presente en el plano discursivo tiende a intentar explicar, por una sola causa, los motivos que llevaron a la persona en cuestión a suicidarse.



Veamos algunos ejemplos concretos:

- “Su familia no aceptaba que sea gay” (C5N, 7/06/2016), dice el videograph que acompaña el relato del suicidio de Gino Lucero (caso 3), quien se arrojó al vacío en la Facultad de Medicina y era buscado por su familia y amigos desde hacía un par de días. El relato es ampliado verbalmente por el periodista Mauro Szeta, en C5N, quien refiere un “conflicto familiar” (C5N, 7/06/2016), que sería la causa del suicidio, originado en la no aceptación por parte de la familia de su condición sexual, según contaron sus compañeros de trabajo.

- Videograph de Crónica para describir el hecho del atrincherado de Villa Urquiza (caso 4): “*Conmoción: hombre se volvió loco por la factura del gas, agredió a su familia y se pegó un tiro*” (Crónica, 6/08/2016). Se muestran imágenes en vivo de la calle donde sucedió al hecho y alternan con una entrevista a una vecina quien ratifica que la discusión se originó por la boleta del gas y terminó con el fatal desenlace.
- Videographs del caso del nene que se suicidó en Zárate (caso 5): “*Lo cargaban y se pegó un tiro*”; “*Sufría bullying y se quitó la vida. Le decían Obama por el color de su piel*”; “*Un chico se suicidó porque le hacían bullying*” (Telefé, 3/11/2016).
- Caso del hombre de Caballito que se suicidó frente a sus hijos (caso 6). Videograph de la TV Pública: “*Tras discutir con su mujer. Un hombre se suicidó frente a sus hijos*” (TV Pública, 19/01/2017).
- En el caso del suicidio de Jorge Delhon (caso 11), la nota de Crónica refiere en su videograph: “*Jorge Delhon se mató tras ser acusado de recibir coimas*” (Crónica, 15/11/2017). La nota de “El noticiero de la gente” de Telefé dice en su videograph: “*Delhon se tiró a las vías del tren tras ser acusado de cobrar coimas*” (El noticiero de la gente, 15/11/2017).

Como se puede observar, en todos los casos descriptos, el suicidio sucede, o al menos es explicado como consecuencia de un hecho lamentable, es decir, en una especie de esquema causa-consecuencia. “Su familia no aceptaba que fuera gay, ergo se suicidó”; “Se volvió loco por la factura del gas, ergo se suicidó”; “Sufría *bullying*, ergo se suicidó”; “Discutió con su mujer, ergo se suicidó”; “Fue acusado de recibir coimas, ergo se suicidó”.

Es una causa, como vemos, la que determina el fatal desenlace, y puede ser una causa grave – como el *bullying* o una acusación penal-, o una causa menor como una boleta de gas con un monto elevado o una discusión con un familiar. La OMS refuerza este punto justamente para desmitificar los motivos que llevan a alguien a suicidarse, que son múltiples y nunca sencillos o insignificantes.

Hay una nota que se destaca de las anteriores en cuanto incluye un dato revelador. En “Corta Por Lozano”, cuando abordan el caso del jubilado que se suicidó en Anses (caso 9), el videograph dice: “*Se habría suicidado por problemas económicos*” (Cortá Por Lozano, 19/06/2017). Sin embargo, en el relato oral, el periodista Mauro Szeta aclara que “*nadie puede saber las razones que llevan a una persona a suicidarse*” (Cortá Por Lozano, 19/06/2017). Es decir, el editor encargado de escribir el videograph tendió a simplificar los motivos del suicidio (“tenía problemas económicos, ergo se suicidó”), pero el periodista Mauro Szeta exhibió tener cierta capacitación, al menos respecto a este punto, al aclarar que las causas que

llevan a una persona a suicidarse son inabordables.

Cuando consulté a la Defensoría del Público Audiovisual si los productores y editores de videographs participaban de las capacitaciones, me contestaron que “*participan todos en calidad de productores de la información*”. Sin embargo, en mi relevamiento pude observar cómo los videographs son las áreas de la información más descuidadas en relación a la inclusión de mensajes irresponsables sobre el suicidio.

Respecto de resumir la causa del suicidio a un solo factor, es fácilmente advertible cómo, en líneas generales, **en el discurso de los medios se tiende a atribuir a la enfermedad mental (como un gran paraguas) la causa que origina y produce un suicidio**. Así, la depresión por no ser aceptado en su condición sexual, o por sufrir *bullying*, o por tener problemas de pareja, es el móvil que se establece como causa de ese malestar profundo que condujo a quitarse la vida.

Voy a ilustrar esta apreciación con textuales de las notas relevadas:

Relato de una vecina del atrincherado de Villa Urquiza (caso 4):

- ✓ “*Era de conocimiento público que el señor estaba desequilibrado. Se sabía que no estaba bien, hacía escándalos por cualquier cosa. Todo el tiempo se lo veía nervioso*”. Agrega que los vecinos comentaban por whatsapp: “*finalmente el loquito se mató*” (Crónica, 6/08/2016).

Nota de “Baires Directo” sobre el nene que se suicidó en Zárate (caso 5):

- ✓ *El nene ya venía mal, lo veían muy tirado, muy deprimido*” (Baires Directo, 2/11/2016).

Nota de la TV Pública sobre el hombre que se suicidó en Caballito frente a su familia (caso 6):

- ✓ “*Se supone que el hombre fue presa de un brote psicótico*” (TV Pública, 19/01/2017).

Nota de Crónica sobre el suicidio de Caballito (caso 6), dice el presentador:

- ✓ “*Habría que ver si el hombre tendría antecedentes psiquiátricos o algo por el estilo*” (Crónica, 19/01/2017).

Nota de la TV Pública sobre el suicidio del ex manager de Maradona (caso 8):

- ✓ “*Estaba pasando por una crisis depresiva bastante importante*” (TV Pública, 8/05/2017).

Nota de “Confrontados”, de Canal 9, sobre el suicidio de Rocío Gancedo (caso 12). El

videograph dice:

- ✓ “*La ex Gran Hermano sufría de depresión*”, y luego “*Se encontraba deprimida y con asistencia psicológica*”. Más adelante “*Rocío atravesaba una fuerte depresión*” y “*Estuvo internada en una clínica psiquiátrica*” (Confrontados, 29/11/2017).
- ✓ En el piso del programa entrevistan a Cristian U, quien fuera su compañero y amigo en la edición de Gran Hermano, que cuenta detalles de su vida. El videograph transcribe palabras de él: “*Rocío tenía una vida re complicada*”, “*Rocío se deprimía muy fuerte*”, “*Rocío empezaba tratamientos y los dejaba*” (Confrontados, 29/11/2017).

Nota de “Intrusos” sobre el suicidio de Rocío Gancedo (caso 12):

- ✓ Videograph: “*Dicen que se la veía inestable y que pasaba por una crisis económica*” (Intrusos, 29/11/2017).

Nota de “El Diario de Mariana” sobre el suicidio de Rocío Gancedo (caso 12):

- ✓ Videograph: “*La modelo luchaba contra la depresión*” (El diario de Mariana, 29/11/2017).

Nota de TN sobre el suicidio de Rocío Gancedo (caso 12). La conductora y otra periodista debaten sobre el caso y dicen:

- ✓ “*Estaba con depresión*”. “*La depresión es una enfermedad devastadora*”, “*Sí, devastadora*”, concuerda su colega (TN, 29/11/2017).

En la actualización del 2017 del documento “Prevención del suicidio: un recurso para los profesionales de los medios de comunicación”, la OMS incluye un apartado con los principales mitos alrededor del suicidio. Uno de ellos tiene que ver con creer que “*solo las personas con trastornos mentales son suicidas*”. El comportamiento suicida ciertamente indica una infelicidad muy profunda pero no necesariamente un trastorno mental. Según datos estadísticos, “*muchas personas que viven con trastornos mentales no se ven afectadas por comportamientos suicidas y no todos los que se quitan la vida tienen un trastorno mental*”.

De manera que, **atribuir la causa del suicidio a un solo factor, que en líneas generales se identifica con trastornos mentales de tipo depresivos, constituye un mito y, como tal, desinforma y estigmatiza** a la población vulnerable y a sus familiares.

En este punto, tal como se adelantó en la introducción de este capítulo, encontré la preponderancia de un encuadre específico en el discurso de los medios en relación al suicidio: la atribución de responsabilidad (Scheufele, 2000; citado en Aruguete, 2020). Resulta ilustrativo pensar en los términos en los que planteó el tema Iyengar (1991), quien propuso

*“dos frames excluyentes entre sí: uno episódico, cuando los temas son tratados como eventos específicos o casos particulares, y otro temático, cuando éste recibe un enfoque más general y contextualizado”* (citado en Zunino y Aruguete, 2012).

Retomando a Heider (1930), hay una conexión entre un comportamiento observado y la consideración de que alguien o algo es responsable por esa acción. En este caso, el comportamiento observado sería el comportamiento suicida y la responsabilidad por esa acción no sería de alguien, sino de algo: de la enfermedad mental. Esto es lo que se observa en líneas generales en el plano discursivo de las notas relevadas.

Ahora bien, volviendo a Iyengar, encuentro que, de entre los dos frames que él expone, el que se impone en el corpus presentado es el episódico, dado que todas las noticias se ocupan de relatar las circunstancias personales que llevaron a cada suicida a tomar la decisión de quitarse la vida, sin profundizar en las causas estructurales de un fenómeno mucho mayor que los suicidios particulares. Iyengar agrega que *“los factores contextuales se desdibujan en la medida que la gente suele exagerar los motivos e intenciones de los actores cuando atribuye responsabilidad a las acciones individuales”* (citado en Zunino y Aruguete, 2012). Es decir, atribuir la responsabilidad a la decisión individual de quitarse la vida, motivada por una sola causa (la enfermedad mental), hace perder de vista los factores contextuales que envuelven al suicidio en tanto problemática de salud pública con incidencia a nivel mundial.

#### **4) Se refiere al suicidio como un hecho exitoso:**

Esta variable no se registró en ninguna de las notas analizadas. Ni en términos figurativos - como las frases que pide evitar la OMS tales como *“el suicidio ha sido exitoso”*-, ni en menciones concretas al hecho. De todos modos, que no haya aparecido en nuestro corpus limitado no significa que no pueda aparecer en otras notas, incluso más recientes.

Cuando la OMS plantea en un escueto listado de ítems qué decir y qué no decir acerca del suicidio no explica, por razones obvias de tiempo y pertinencia, la teoría que avala dichas sugerencias. En el siguiente punto, que se relaciona estrechamente con el presente -ya que ambos involucran netamente al plano discursivo-, voy a intentar explicar, desde la teoría del Framing, cómo operan este tipo de encuadres y su supuesta relación con el efecto contagio.

## 5) Presenta al suicidio como método para enfrentar problemas:

Esta indicación es una de las más resaltadas por la OMS ya que su uso está fuertemente desalentado en tanto promueve una representación positiva del suicidio.



La única nota que presenta al suicidio como método para enfrentar un problema es la del suicidio del adolescente de Zárate (caso 5). El medio es el noticiero de Telefé. En principio, los videographs son desacertados ya que presentan al suicidio como una consecuencia directa del *bullying*. El primer videograph dice: “*Lo cargaban y se quitó la vida*”, y el segundo: “*Lo cargaban y se pegó un tiro*” (Telefé, 2/11/2016). Este tipo de frases remiten a una relación estrecha de tipo causa-consecuencia entre probable causa de sufrimiento y suicidio.

El conductor del noticiero, Rodolfo Barili, le cede la palabra a un periodista que narra las circunstancias del hecho y quien, sobre el final del segundo link de la nota, dice: “*Un chico curioso **logró** encontrar el arma que había en su casa y, de esta manera, **resolver** una situación que lo tenía muy angustiado. Estaba faltando a la escuela, se hacía la rata. Había una reprimenda por parte de la mamá y el pibe no quería ir al colegio y esta situación se termina **resolviendo** de la peor manera*” (Telefé, 2/11/2016).

Nótese cómo se emplean valoraciones positivas en relación a la conducta suicida (“*logró encontrar el arma*”), así como también se esbozan suposiciones sobre cómo se sentía internamente el menor (“*una situación que lo tenía muy angustiado*”). En dos ocasiones, además, el periodista utiliza el verbo “*resolver*” para referirse al hecho suicida. Las pautas de comunicación responsable del suicidio son muy insistentes sobre la necesidad de cuidar el lenguaje que utilizamos para referirnos a este tipo de muertes. Decir que una situación conflictiva se resolvió mediante el suicidio es una peligrosa asociación para instalar en la

mente de una audiencia vulnerable, especialmente si son menores de edad.

Es importante destacar que, luego de estos comentarios desacertados, ceden la palabra a una especialista en *bullying* (sobre el comienzo del tercer link de la nota) quien aclara inmediatamente que el suicidio no es una resolución. “*No es (el suicidio) algo que resuelve un problema*” (Telefé, 2/11/2016).

Si bien estrictamente hablando del presente corpus, este tipo de encuadre no tiene prevalencia, se podría pensar cuáles serían los efectos de variar el enfoque con respecto al suicidio en los medios. Tanto en el punto 4 como en el 5 se toma a la conducta suicida como positiva en algún sentido. Así sea como un plan bien llevado a cabo o como forma de resolver un conflicto, se piensa al suicidio y se lo presenta alejado de toda connotación negativa.

Recordemos que las pautas de comunicación responsable se inclinan en la dirección opuesta. Y esto es por un motivo concreto. El doctor Rodríguez (2019) introduce en su tesis una de las teorías más populares para explicar el efecto Werther<sup>6</sup>: la Teoría del Aprendizaje Social de Bandura (2001). “*Dicha teoría expone que si las personas ven consecuencias positivas en la conducta observada, es más probable que la imiten, tomen como modelo y adopten. Es por ello que los medios de comunicación refuerzan los comportamientos suicidas al presentarlos con normalidad o glorificarlos*”. Así, encuadrar el suicidio desde un enfoque positivo, promoviendo la idea de que es un método para resolver un problema –como vimos en la nota de Telefé-, constituye un mensaje altamente peligroso.

El doctor Rodríguez (2019) cita, además, en su tesis a varios autores que coinciden en afirmar que “*la conducta imitativa del suicidio tiene una mayor probabilidad de ocurrir cuando el lector se identifica de alguna manera con la víctima del suicidio y comparte con ella algunas características*”, como pueden ser el género, la edad, la clase social o el área geográfica. Esta consonancia subjetiva, que se mencionó en el capítulo 1 con respecto a la recepción de noticias, es un elemento clave para entender por qué algunos suicidios se convierten en materia de imitación y otros no.

Entonces, encuadrar al suicidio como un método para resolver problemas, aun cuando no sea producto de una decisión de comunicación consciente y reflexiva, corre el riesgo de promover efectos no deseados de identificación con la persona suicida en audiencias vulnerables.

“*Una explicación del efecto contagio del suicidio de famosos es que estos son modelos positivos que repentinamente son incapaces de hacer frente a la vida, creando gran desconcierto y disonancia cognitiva en la audiencia*” (Tousignant 2005; citado en Rodríguez 2019). Como se puede ver, el binomio positivo-negativo marca los dos polos de la cuestión. A

---

<sup>6</sup> Explicado en el capítulo 1.

su vez, la consonancia o disonancia cognitiva de la audiencia, con respecto a las noticias sobre suicidios, resultarán en procesos identificatorios o en una conducta más bien indiferente.

Otro posible encuadre positivo del suicidio consistiría en relatar el suicidio de una celebridad presentándolo como un héroe, con connotaciones de valentía y cierta mística. Sin proponérselo, un enfoque de este estilo resaltaría ciertas supuestas virtudes del acto suicida.

Como vimos en el capítulo 1, un encuadre de tipo punitivista con respecto al suicidio no es adecuado porque el suicidio no constituye un crimen. Tampoco es adecuado un encuadre que resalte beneficios de esa acción. Hay una tercera posibilidad que tiene que ver con encuadrar el suicidio de forma negativa, es decir, reprochable. Durkheim (1897) ahondó bastante en esta cuestión. Él nos dice que *“allí donde estas prácticas (el suicidio) son aborrecidas, los sentimientos que originan se traducen a través de los relatos que de ellos se hacen y, por consiguiente, neutralizan más que excitan las predisposiciones individuales. Pero, a la inversa, cuando la sociedad está desamparada, el estado de incertidumbre en que se encuentra le inspira una especie de indulgencia para los actos inmorales, que se exterioriza cada vez que de ellos se habla y que hace menos sensible la imitación. Entonces, el ejemplo resulta verdaderamente nocivo, no en cuanto ejemplo, sino porque la tolerancia o la indiferencia social disminuyen la repulsión que debiera inspirar”*.

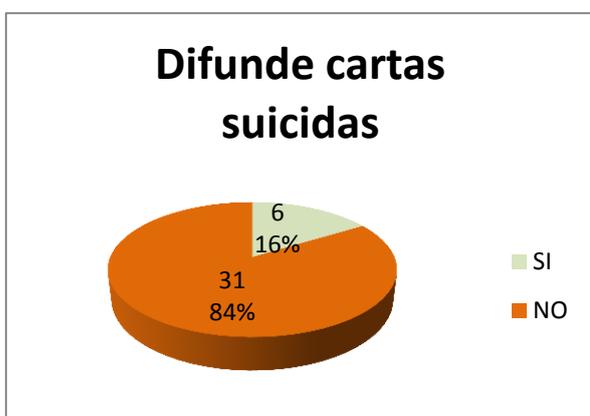
El autor observa la sociedad de principios del siglo XX y encuentra una diferencia bastante notable entre los pueblos católicos y los protestantes. Mientras que en los primeros el suicidio no se desarrolla con gran amplitud; en los segundos, llega al máximo de ocurrencias. Durkheim adjudica esta diferencia a la constitución de ambas iglesias. Infiere que la Iglesia católica, por estar integrada con mayor fuerza, ejerce una acción moderadora sobre el suicidio de sus fieles. En cambio, el espíritu de libre examen ponderado por los protestantes estaría en la base de la cantidad de suicidios registrados.

Trayéndolo al plano de los medios, podríamos decir que si el encuadre de una nota sobre suicidio deja a libre interpretación de la audiencia la carga moral que acarrea dicho acto, esta suerte de libertad de asociación no contribuiría a reforzar la distancia emocional que se requiere para no caer en mecanismos de identificación o consonancia subjetiva. Por el contrario, un encuadre que refuerce los aspectos negativos del suicidio, en palabras de Durkheim (1897), *“neutralizaría las predisposiciones individuales”*. Es decir, ayudaría a no propagar el efecto Werther. Cabe aclarar que el autor sostiene, en todo momento, que *“la idea de un acto no basta para engendrar un acto similar, a menos que recaiga en un individuo que estuviera particularmente inclinado a ello”*. Siempre nos estamos refiriendo a audiencias específicas: aquellas con alto grado de vulnerabilidad hacia el suicidio por contextos extra mediáticos.

## 6) Publica o difunde el contenido de cartas suicidas:

En los casos de suicidios muchas veces es muy usual que la persona deje una carta a sus seres queridos explicando el motivo de su decisión. Esta información, no sólo corresponde al ámbito de lo privado –del fallecido y de su familia-, sino que no se aconseja difundirla para no caer en lo que mencionábamos en el punto anterior: que ese contenido verbal de alguna manera justifique la acción, desde el punto de vista del suicida, como método para resolver un problema.

Por ejemplo, en el análisis que hicimos del caso de Graciela Dieser, la señora escribió en su carta suicida que se mataba para ir con su hija porque la extrañaba.



Como muestra el gráfico, el 16% de las notas hicieron referencia explícita e incluso mostraron cartas suicidas. Veamos algunos ejemplos:

- La adolescente de La Plata que se suicidó en plena clase de geografía (caso 10) había dejado una nota suicida, muy breve, que se leyó al aire en el programa "Corta Por Lozano" y además se incluyó como texto en el videograph. La misma decía: "*Chau mierdas. Dejo un juego en la mochila. El que lo encuentra se lo queda*" (Cortá Por Lozano, 3/08/2017).
- En el caso del suicidio de Jorge Delhon (caso 11) todas las notas publican en pantalla la breve carta suicida que dejó el señor antes de arrojararse a las vías del tren. La misma decía: "*Los amo, no puedo creer*".
- Si bien no se trata de una carta, cuando el jubilado decide matarse en la oficina de Anses (caso 9), unos instantes previos a eso, emite unas palabras a viva voz que son escuchadas y grabadas por los testigos. En la nota de "Corta Por Lozano" de Telefé comentan esta situación y el graph transcribe: *Las últimas palabras del hombre: "Dejame solo, éste es mi destino"* (Cortá Por Lozano, 29/06/2017).

Si analizamos esta cuestión desde la perspectiva de la teoría de *Agenda Setting* -que plantea que existe un fenómeno de transferencia de relevancia desde la agenda de los medios de comunicación hasta la agenda del público-, podemos decir que, periodísticamente hablando (en términos de relevancia), la existencia de una carta escrita por el propio suicida, a quien ya no se puede entrevistar, reviste un carácter altamente noticiable. Ahora bien, en pos de colaborar con un enfoque que prime la salud pública y la responsabilidad en el tratamiento de la información, este dato debería ser omitido. Sin embargo, hay que destacar que, en todos los casos del corpus en los que efectivamente hubo, o se supo de una carta suicida, la misma se difundió abiertamente.

En consecuencia, en este punto se cruzan dos intereses: por un lado, el interés periodístico por difundir información noticiosa y, por el otro, el interés público por resguardar esa información para evitar afectar a la población específicamente vulnerable al suicidio.

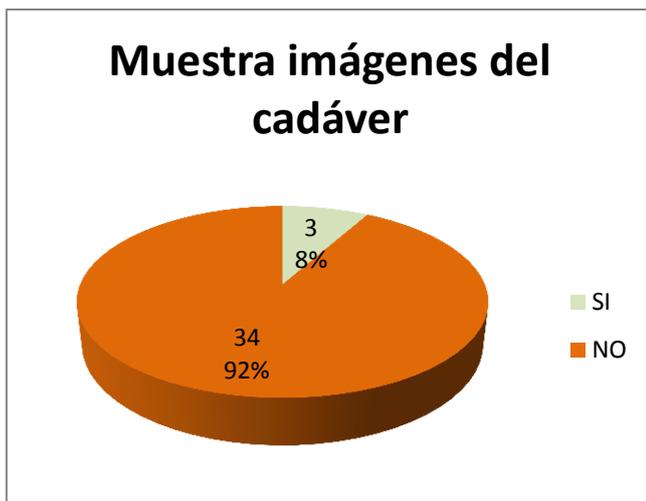
#### **7) Incluye fotografías o imágenes del cadáver:**

Este aspecto se relaciona íntimamente con la difusión de imágenes de alto impacto, un recurso muy característico de la prensa de tipo sensacionalista. Resulta muy útil citar en este punto las entrevistas que realizó Brenda Focás (2020) a periodistas especializados de policiales, quienes lo explican de esta manera:

*“Yo no quiero mostrar el cadáver abierto al medio, ¿sí? Pero un rastro de sangre hay que mostrarlo, porque implica un montón de cosas en términos de impacto. Te informa algo pero después te lo engorda, exagera. Los periodistas de policiales nos insensibilizamos un poco, no nos importa la sangre, queremos tener la nota”.*

Cabe recordar que es válida esta asociación entre suicidio y periodistas de policiales porque, como me revelaron desde la Defensoría del Público Audiovisual, *“la tendencia en medios audiovisuales (en cuanto a notas sobre suicidios) sigue siendo a enfocar desde policiales”.*

Pero también, y en íntima conexión con lo previamente dicho, la difusión de imágenes o fotografías de cadáveres está ligada -específicamente en televisión-, a la cuestión del rating. *“Vamos perdiendo en el minuto a minuto y el gerente dice “pone el cadáver”. El rating sube”* (Focás, 2020). Esta cita, de un productor de un noticiero de televisión, revela cómo las rutinas periodísticas están supeditadas a la cuestión del rating.



Teniendo en cuenta el contexto referido previamente, es posible examinar los ejemplos del corpus que incluyen un 8% de casos en los cuales se mostró el cadáver:

- En la nota de C5N sobre el abogado que se arrojó al vacío en Tribunales (caso 7), se muestran imágenes tomadas por testigos con sus celulares donde se ve el cuerpo en el piso, en la forma en la que impactó y también una foto donde está siendo asistido por el SAME (las imágenes no están blurreadas).
- En el caso del jubilado que se suicidó en la sede de Anses de Mar del Plata (caso 9), se reproduce un video casero donde se lo ve dispararse y cómo cae el cuerpo en la escalera. Todas las notas de todos los canales incluyen esta filmación, algunas con más énfasis que otras. Por ejemplo, en la nota de “Corta Por Lozano” de Telefé, que se extiende por más de 8 minutos, se presenta el video al principio de la nota en pantalla completa, una sola vez. Luego, pasan a pantalla fragmentada: en un recuadro emiten continuamente las imágenes del hecho mientras los panelistas debaten el tema en el piso.
- En la nota de “Corta por Lozano” sobre el suicidio de Rocío Gancedo (caso 12) se muestra, a pantalla partida –mientras Mauro Szeta relata los hechos-, el cuerpo de Rocío en la vereda tapado con una bolsa de residuos y la estructura donde luego se montó la carpa que el resto de las notas reflejaron y que impedía que se vea el cuerpo.

Para analizar la inclusión de estas imágenes de alto impacto en las notas mencionadas, además de referirme a la cuestión del rating, voy a citar el concepto de “*evitabilidad*” de Rodríguez (2019). El autor español desarrolló en su estudio una variable para medir el grado de evitabilidad de las notas de suicidios. Es decir, aparte de evaluar el efecto potencial perjudicial, neutro o beneficioso, en línea con las recomendaciones de la OMS, él se planteó

analizar la real pertinencia informativa de difundir ciertos suicidios. Así, “*la evaluación de la evitabilidad buscaría responder a la pregunta: ¿esta noticia podría haberse evitado?*”.

En línea con ese análisis, que básicamente busca colaborar con la disminución de coberturas repetitivas y sensacionalistas respecto del suicidio, se podría plantear, por nuestra parte, aplicar dicha variable, no sólo para evaluar noticias completas, sino también fragmentos de ellas.

Entonces, en el caso de Rocío Gancedo (caso 12) que, como ya se expuso, constituía un suicidio altamente noticiable por tratarse de una persona famosa (es decir, no era posible dejarlo fuera de la agenda mediática), cabe preguntarse: ¿era necesario mostrar el cadáver en el lugar donde impactó? Esta pregunta sólo podrían responderla los productores de televisión ya que ellos son los que deciden mostrar o no determinada imagen pero, teniendo en cuenta las pautas de comunicación responsable del suicidio, sería deseable poder repensar estas rutinas productivas y considerar la posibilidad de evaluar su evitabilidad.

#### 8) **Realiza comentarios espontáneos:**

En primer lugar, voy a definir cómo tomo la noción de “comentario espontáneo”: sería toda frase no estrictamente informativa (apegada a los hechos), sino más bien opinativa, mediante la cual el comunicador de los medios, independientemente del rol que ocupe, se expresa respecto de un hecho noticiable.

En relación con las pautas de comunicación responsable del suicidio, esta indicación se presenta de la siguiente manera: “*No realizar comentarios espontáneos (muchas veces inconscientes) que refuerzan los prejuicios y estigmas sobre el tema*”.



Como se puede observar en el gráfico, esta es una de las variables con menor adhesión (es

decir, con mayor frecuencia de aparición), reflejado en el 46% de las notas relevadas.

Veamos algunos ejemplos concretos:

- En el caso del hombre que se suicidó en Caballito frente a su familia (caso 6), el presentador de Crónica dice: *“Por suerte la familia zafó, porque podría haber sido todo mucho peor. Podría haber agarrado el arma y haber matado a la mujer o a alguno de sus hijos. Y el hombre directamente decidió matarse a sí mismo”* (Crónica, 19/01/2017).
- En la nota de “Corta Por Lozano” sobre el jubilado que se suicidó en Anses (caso 9), un panelista comenta: *“Según decían, él tenía problemas económicos y estaba pasando por un cuadro depresivo”*. La conductora Verónica Lozano rápidamente lo interrumpe y dice *“todos tenemos problemas económicos”* (Cortá Por Lozano, 29/06/2017). Se observa en este caso que, en un panel de varias personas (seis panelistas más la conductora), hay algunos que evidencian tener capacitación sobre comunicación responsable del suicidio y otros que no. Justamente, son los que emiten comentarios espontáneos, que son rápidamente corregidos por la conductora y el periodista Mauro Szeta.

Luego, continúan hablando de la implicancia política del tema, ya que los trabajadores de Anses habían decretado un paro a raíz de ese hecho y comienzan a hablar sobre el monto de la jubilación mínima (que es muy baja), y entonces Mauro Szeta, nuevamente al rescate de la situación, refuerza: *“Aclaro que estamos dando un contexto, no estamos diciendo que éste sea el detonante que lo llevó a matarse. Es imposible saberlo”*. Otra panelista comenta: *“Todos los jubilados estarían en la misma situación”* (Cortá Por Lozano, 29/06/2017). Szeta continúa contextualizando y explicando que, en todos los casos de suicidios, es imposible saber las razones, sólo las conoce quien lo realiza.

- En la nota sobre el suicidio de la adolescente de La Plata (caso 10), la panelista Agustina Kampfer de “Corta Por Lozano”, realiza el siguiente comentario: *“te peleás con un amiguito en la adolescencia y se te acaba el mundo”* (Cortá Por Lozano, 3/08/2017), en referencia a lo que estaban debatiendo sobre las causas de suicidio en dicho grupo etario. Más adelante en la nota, cuando el panelista que es médico -luego de advertir sobre las señales de alarma del suicidio-, hace un llamado a los padres para que pongan a resguardo elementos peligrosos en las casas, lo interrumpen tres panelistas para decir lo siguiente:

- ✓ Lio Pecoraro: *“con ese criterio habría que ponerle candado al cajón de los cubiertos, no podrías tener una tijera.”* (Cortá Por Lozano, 3/08/2017)

- ✓ Nicole Neumann: “*el que tiene la decisión de matarse se arroja a las vías del tren o arriba de un auto en la calle.*” (Cortá Por Lozano, 3/08/2017),
- ✓ Connie Ansaldi: “*el otro día tal persona se tiró del balcón*”. (Cortá Por Lozano, 3/08/2017),

Rápidamente, cortan el tema y la conductora da un mensaje de reflexión para toda la sociedad sobre la problemática.

- En la nota de “El Diario de Mariana” sobre el suicidio de Rocío Gancedo (caso 12), los panelistas hablan y cuentan a la audiencia los distintos cambios de rumbo y de trabajos de Rocío y entonces la conductora, Mariana Fabbiani, comenta: “*estaba muy mal económicamente parece*” (El diario de Mariana, 29/11/2017). Unos minutos más adelante, mientras otra panelista relata un hecho de abuso que habría sufrido Rocío en su infancia, la conductora comenta nuevamente: “*todo se había agravado a partir de la muerte de su papá*”, para finalmente hacer la siguiente reflexión: “*qué terrible, ¿no? La verdad es que uno no encuentra explicación para este tipo de cosas. ¿Qué puede hacer que una persona, por más problemas que pueda tener, tome esta decisión? Evidentemente esto es muy profundo, tiene que ver con una enfermedad, con una depresión*” (El diario de Mariana, 29/11/2017). En ese punto, la interrumpe uno de sus panelistas –Luis Bremer-, para aclarar: “*No tiene que ver con un solo motivo*” (El diario de Mariana, 29/11/2017).
- En la nota de “Corta Por Lozano” sobre el suicidio de Rocío Gancedo (caso 12), el panelista Lío Pecoraro comenta que Rocío sufría depresión, anorexia nerviosa y que había hecho muchos cambios recientes en su vida porque no encontraba su lugar en el mundo. Mencionan su paso por la política, discuten la búsqueda personal de objetivos y, finalmente, la panelista Connie Ansaldi remata: “*Evidentemente, el cuadro de depresión sería agudísimo para tomar esta decisión*” (Cortá Por Lozano, 29/11/2017). Y, más adelante en la nota, agrega –como pregunta al psicólogo invitado-, si quizá Rocío estaba mal medicada y, producto de un desbalance químico, tomó esa drástica decisión. Y continúa comentando y especulando que “*quizá con un buen diagnóstico hubiera tenido una vida linda, feliz, adecuada y controlada*” (Cortá Por Lozano, 29/11/2017). Hacia el final de la misma nota, el panelista Lío Pecoraro cuenta lo siguiente: “*yo tengo un ejemplo de una vecina que se quitó la vida de la siguiente manera: tomó veneno para rata*” (Cortá Por Lozano, 29/11/2017). Automáticamente, la conductora y otros lo interrumpen pidiéndole que no siga dando ideas.

Lo que puedo destacar de estos ejemplos es que, en primer lugar, los comentarios espontáneos suceden en un contexto de debate ampliado sobre el caso, en el cual participan varias personas

con distintas formaciones. En segundo lugar, retomando la noción de “evitabilidad” de Rodríguez (2019), se podría decir que ninguno de ellos agrega información pertinente sobre el caso ni sobre la problemática del suicidio en general, sino que más bien podrían haberse evitado.

En líneas generales, se observa que **estos comentarios espontáneos adoptan la forma de especulaciones y conjeturas sobre las posibles causas del suicidio**. En ese sentido, se puede analizar esta cuestión nuevamente refiriéndonos a la relación entre encuadre y atribución de responsabilidad (Scheufele, 2000; citado en Aruguete, 2020). Ante un hecho de suicidio que cumple con los criterios de noticiabilidad (ver capítulo 3), los periodistas encargados de difundirlo se preguntan cuáles fueron sus causas. Las respuestas que brindan a dicha pregunta se enmarcan, según evidencia el corpus, en dos tipos de opciones: por depresión y/o por problemas económicos.

Hay que decir, antes de avanzar, que la pregunta es capciosa porque no hay manera de saber los reales motivos que llevaron a alguien a quitarse la vida. Como sólo él/ella los conoce, y ya no puede decirlos, se convierten en algo absolutamente improbable, sólo parcialmente accesible a través de especulaciones y conjeturas. Lo ideal sería, justamente, evitar especular sobre las causas del suicidio, siguiendo las pautas que establecen los organismos públicos. En primer lugar, porque es una información inasequible y, en segundo lugar, porque, como vimos, conduce a la difusión de comentarios espontáneos que solo sirven para reforzar el estigma y el prejuicio.

Concretamente respecto de la salud mental, englobar todos los casos de suicidios, refiriéndolos a consecuencias de una enfermedad como la depresión, solo contribuye a desinformar, reforzar mitos alrededor del suicidio y, principalmente, a estigmatizar a la persona suicida y a sus familiares. También hay que decir que este tipo de encuadre generalizado sobre la salud mental como enfermedad limitante -más allá del suicidio-, vulnera derechos establecidos en la Ley de Salud Mental N° 26.657, que promueve un cambio en torno a la concepción de la salud mental y su abordaje mediático, reconociendo a las personas usuarias de servicios de salud mental, primeramente, como sujetos de derecho.

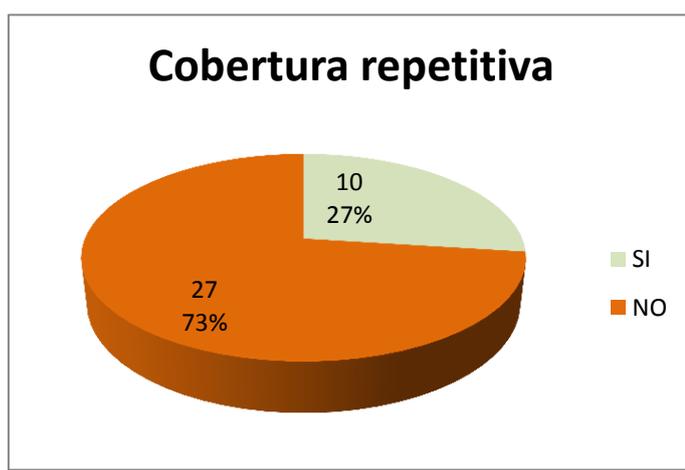
En relación al encuadre que atribuye la causalidad del suicidio a problemas económicos, como bien dijo una conductora de Telefé, en la medida en que “*todos tenemos problemas económicos*” (Cortá Por Lozano, 29/06/2017), dicho mensaje constituye un arma de doble filo. Por un lado, contribuye a resumir la causa del suicidio a un solo factor, ampliamente compartido; y, por otro, resulta peligroso en cuanto a su capacidad de identificación. Vale decir, tomando el caso del señor jubilado, que supuestamente ya no podía más con su mísera jubilación, y se suicidó en la oficina de Anses, es posible pensar en la factibilidad de que -de

acuerdo a lo que muestran los estudios internacionales-, otras personas que compartan con él rasgos como edad, clase social o género, y además estén atravesando por un estado de vulnerabilidad, puedan identificarse con la víctima, aumentando el riesgo de imitación.

Por último, la otra forma que adoptan los comentarios espontáneos en el corpus –aparte de las especulaciones sobre las causas del suicidio-, son las ideas sobre métodos de suicidio. Como se expuso en el punto 1 de este apartado, brindar detalles específicos del método de suicidio empleado es altamente desaconsejado porque el método de suicidio es justamente la materia de imitación. En ese sentido, que un periodista diga abiertamente al aire que una vecina suya que quería suicidarse tomó veneno para ratas y lo logró, es exactamente adonde apuntan las pautas de comunicación responsable: a evitar ese tipo de comentarios espontáneos que bien podrían representar una *función pedagógica negativa de los medios* (Dammert, 2003), en cuanto enseñan modalidades de suicidio a personas vulnerables que se encuentren posiblemente entre la audiencia.

#### 9) Cobertura repetitiva y continua del hecho:

El bombardeo visual de imágenes de alto impacto como puede ser un cadáver, una escena del crimen, un drama familiar y tantos otros produce muchas veces una saturación de la audiencia pero, a la vez, mantiene alerta la atención. Esto es lo que se observa en casi el 30% de las notas del corpus.



Algunos ejemplos ilustrativos son:

- En el caso del abogado que se arrojó al vacío en Tribunales (caso 7), la nota de C5N no sólo muestra imágenes del cadáver sin blurrar sino que las repite una y otra vez durante prácticamente toda la duración de la nota (alrededor de 3

minutos).

- El video del jubilado que se suicidó en Anses (caso 9), de muy corta duración, donde se ve el momento en el que se dispara, es transmitido varias veces en forma ininterrumpida durante la nota de TN.
- En la nota del suicidio de Jorge Delhon (caso 11), el programa “Nosotros a la Mañana” de Canal 13 fragmenta la pantalla incluyendo, en un sector, la imagen del periodista Juan Cruz Sanz que relata detalles del hecho y, en la otra pantalla, repiten una y otra vez imágenes de las vías del tren con restos de papel, la carta suicida y fotos del abogado.

Una cobertura repetitiva y continua de un hecho dramático como es el suicidio de una persona, acompañada de planos cerrados, movimientos de cámara y recursos sonoros para generar un marco de dramatismo, es exactamente lo que proponen evitar las pautas de comunicación responsable del suicidio. Como se mencionó previamente, la teoría del Framing se centra en estudiar los modos particulares en que los problemas públicos son formulados y presentados a la audiencia. Así, la repetición constante de un suicidio en particular, sin contextualizar la problemática a nivel social, solo logra personalizar la noticia, desaprovechando la oportunidad de brindar un encuadre temático más amplio y explicativo (Iyengar, 1991).

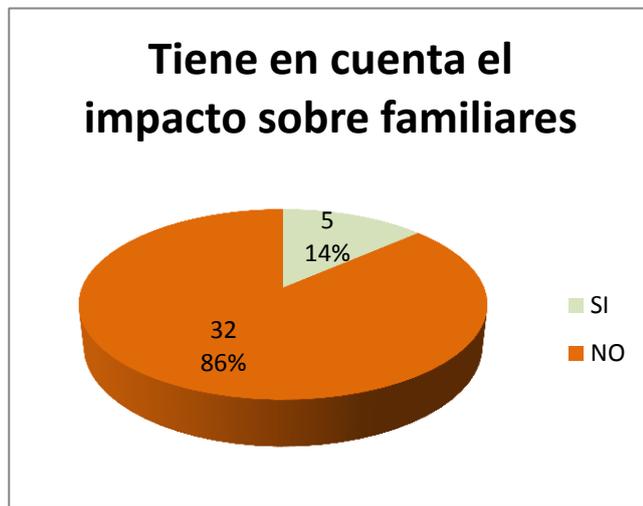
Aquí concluye el análisis de las nueve pautas de lo que no hay que hacer a la hora de comunicar un suicidio en los medios. A modo de conclusión global, y siguiendo la fórmula planteada por Rodríguez (2019), que consiste en sumar el número de recomendaciones ignoradas de todas las noticias sobre suicidio, dividido entre las nueve recomendaciones evaluadas, obtenemos que **el porcentaje global de no adhesión de los medios audiovisuales argentinos a las pautas de comunicación responsable del suicidio, dentro del período estudiado, es del 11%.**

En comparación con las tesis de otros países, este porcentaje de 89% de adhesión es muy alentador, aun cuando falte mucho camino por recorrer para concientizar a los medios en general y a la población entera a través de ellos.

*A continuación, se exponen las tres variables con efecto protector del suicidio.*

#### **I. Tiene en cuenta el impacto sobre los familiares:**

En relación a este punto, voy a citar ejemplos tanto de notas en las cuales se tiene en cuenta el impacto sobre los familiares y de qué manera se evidencia, como así también notas en las cuales no se tiene en cuenta el impacto que se puede ocasionar en los seres queridos.



Como ejemplo positivo puedo citar:

- En la nota de “El diario de Mariana” sobre el suicidio de Rocío Gancedo (caso 12), se sucede un debate entre los panelistas sobre la relación de Rocío con su familia. En ese momento, tanto la conductora Mariana Fabbiani como Diego Leuco, empatizan con los familiares, por el dolor que deben estar sintiendo, y por haberse enterado por los medios. Una panelista comenta que la mamá había hablado con ella esa misma mañana, que no se sabe en qué términos, a lo cual Luis Bremer responde rápidamente: *“cualquiera hubiera sido esa charla, no es generadora de lo posterior”* (El diario de Mariana, 29/11/2017), aduciendo que no es motivo de la decisión de quitarse la vida de su hija.

Más adelante, le dan el pase al cronista que está en el lugar de los hechos, quien relata información que le han brindado testigos mientras, detrás de él, se observa a la policía trabajar removiendo vallas y moviendo la camioneta en lo que parece que será el traslado del cuerpo. En ese momento, la conductora le pide al móvil que cambie el ángulo ya que el objetivo no es mostrar el cuerpo por respeto a los familiares. Luego, el cronista relata que llegó la cuñada de Rocío, que está llorando desconsoladamente donde está el cuerpo, pero por respeto no la enfocan con la cámara.

Como ejemplo negativo puedo citar:

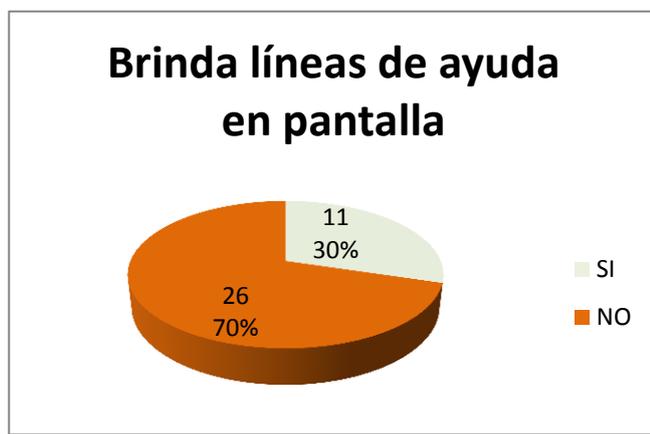
- En la nota de “Los Ángeles de la Mañana” sobre el suicidio de Rocío Gancedo

(caso 12), transmiten el audio de una comunicación telefónica entre el representante y la cuñada en el mismo momento en el que éste le comunica la muerte de su familiar. El videograph dice “*Así se enteraba la familia del suicidio de Rocío Gancedo*” (Los Ángeles de la mañana, 30/11/2017).

Lo que sucede es que tener en cuenta el impacto de los familiares de un suicida implica, muchas veces, perderse de poner al aire un contenido inédito y jugoso en términos de impacto. Por ese mismo motivo, hay un gran porcentaje de notas del corpus que no evidencian haber antepuesto el dolor de una familia a la búsqueda del rating. Como bien explica Martini (2000), la espectacularización de la noticia desplaza el eje de relevancia y trivializa el interés público. Así, en lugar de construir un encuadre desde la salud pública, lo que se logra con este tipo de recursos es, una vez más, centrar la atención en el personaje y no en la temática global.

## **II. Brinda líneas de ayuda en pantalla:**

Una de las recomendaciones tendientes a reforzar el efecto Papageno (efecto protector del suicidio) consiste en acompañar las notas sobre suicidios con la información en pantalla sobre líneas gratuitas de ayuda 24 horas, que ya funcionan en varios países, incluido el nuestro.



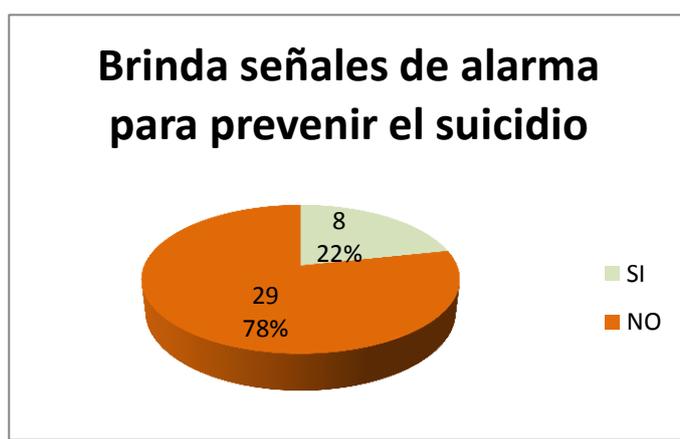
En las distintas notas relevadas, sobre todo en aquellas correspondientes al último año del relevamiento (2017), se pueden encontrar varios textos informativos que permanecen constantes en pantalla mientras se realiza la cobertura del hecho de suicidio. Algunos ejemplos de ellos son: “*Llamá 135 Centro de Asistencia al Suicida*”, “*Centro de asistencia al suicida línea 135 las 24 hs*”, “*Si usted, algún familiar o allegado está atravesando una crisis emocional de cualquier tipo comuníquese las 24 horas al 135*”.

La implementación de algo tan sencillo como una línea de ayuda, comunicada en el mismo momento en el que se desarrolla una noticia de suicidio, es probablemente el mejor recurso con efecto protector contra el mismo. Fomenta que aquellas personas en estado de vulnerabilidad que estén mirando la noticia se enteren de su existencia (si es que la desconocían) e incluso se animen a utilizarla. Para ello, es necesario, primero, el desarrollo e implementación de estos canales de atención, a través de la voluntad política y gubernamental de las instituciones a cargo de estas cuestiones.

Como parte del trabajo de investigación, llamé personalmente a la línea 135 y pude corroborar su existencia e incluso dialogar brevemente con una operadora quien me informó la manera en la que trabajan. Las llamadas son anónimas y el principal objetivo es contener y derivar a servicios especializados. Sería algo así como un primer pedido de ayuda que llega a tiempo.

### **III. Presenta al suicidio como prevenible y ofrece estrategias para abordarlo (señales de alarma):**

Como parte de la estrategia preventiva del suicidio, se recomienda que los medios puedan incorporar voces autorizadas para brindar información idónea acerca de las señales de alarma del suicidio o bien sobre cómo ayudar/se en caso de estar transitando por un problema de ese tipo.



Veamos algunos ejemplos:

- En la nota de “Corta por Lozano” sobre el suicidio de Rocío Gancedo (caso 12) se convoca a un psicólogo para que comente sobre las señales de alarma de una persona con ideación suicida, con el objetivo de hablarle a quienes estén pasando por una situación similar. El profesional responde que es difícil para alguien sin

formación darse cuenta de los indicios porque son muy sutiles, entonces, en cambio, se dirige a las personas que estén cursando por un problema así con el siguiente mensaje: “*siempre hay solución*” (Cortá Por Lozano, 29/11/2017). El problema del acto suicida es que luego del mismo, ya no hay solución posible. “*Siempre piensen que, ante cualquier problema que estén pasando, hay una solución*” (Cortá Por Lozano, 29/11/2017).

- En la nota de “Todas las tardes” sobre el suicidio de Rocío Gancedo (caso 12) se convoca a una psicóloga para hablar de prevención del suicidio y señales de alerta (ambos títulos se incluyen en el videograph) y, si bien la profesional llega a esbozar algunas ideas, no termina de brindar un mensaje contundente a la audiencia. Se pierden los mensajes preventivos en el debate constante que se origina entre los más de ocho panelistas que tiene el programa.

Como se puede observar, en algunos casos, el recurso es bien utilizado a partir de encuadrar la problemática a nivel social y no individual. Es decir, **el caso que dio origen a la noticia se usa como disparador para construir un enfoque más global y contextualizado del suicidio**, que pueda interpelar directamente a diversos sectores de la población. Sería el pasaje de un frame de tipo episódico a otro temático, en términos de Iyengar (1991), previamente citado.

Aquí concluye el análisis de las tres pautas de lo que sí hay que hacer a la hora de comunicar un suicidio en los medios. Cabe destacar que dichas pautas aparecen recién a partir de las últimas notas del corpus: desde fines de 2016 en adelante y, sobre todo, en todas las notas del 2017. Esto se debe, muy probablemente, al trabajo intensivo de los organismos de capacitación y concientización en su labor tendiente a fomentar un abordaje preventivo del suicidio desde los medios de comunicación. A modo de conclusión global, podemos decir que, si bien estas estrategias comienzan a detectarse fuertemente a partir de 2017, ninguna de ellas excede el 30% de frecuencia de aparición. Esto equivale a decir que, así como las pautas negativas del suicidio deben necesariamente bajar su porcentaje de incidencia en variables críticas; del mismo modo, las pautas positivas de la comunicación del suicidio, que promueven un efecto protector del mismo, deberían aumentar su frecuencia de aparición, volviéndose ineludibles a la hora de construir un encuadre responsable y riguroso de la problemática.

#### VARIABLES DE ESPECTACULARIZACIÓN DE LA NOTICIA

En el apartado anterior relevé las pautas de comunicación responsable del suicidio y su nivel de adhesión en las noticias que forman parte del corpus. En este apartado analizaré siete variables que me permitirán medir el grado de espectacularización de la noticia audiovisual sobre suicidio. La principal referencia bibliográfica será el trabajo de Carboni y Fabbro (2021).

### **Editorialización:**

Como se adelantó en el capítulo de metodología, esta variable se remite al uso de los videographs o zócalos “*con fines descriptivos, para connotar lo que se informa. Es el lugar de las adjetivaciones, de los términos de carácter dramático*” (Carboni y Fabbro, 2021).

Comúnmente, estos espacios de texto verbal escrito se utilizan para titular la información y tienen un carácter informativo. Sin embargo, cuando se utiliza este recurso para espectacularizar una noticia, se encuentran ejemplos como los englobados en el 68% del corpus.

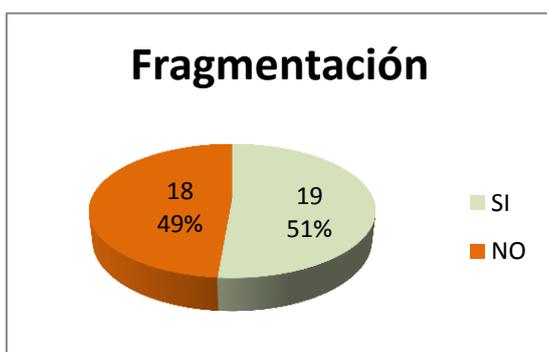


Algunos de ellos son:

- En la nota de “Los Ángeles de la Mañana” sobre el suicidio de Rocío Gancedo (caso 12), se lee el siguiente videograph: “*La trágica muerte de Rocío Gancedo. Ni la fe ni la psicología la pudieron salvar*” (Los Ángeles de la Mañana, 30/11/2017).
- A la hora de comunicar el suicidio de un jubilado en una sede de Anses de Mar del Plata (caso 9), el canal de noticias TN titula en su videograph: “*Triste: se suicidó un jubilado en Anses*” (TN, 29/06/2017). Esa primera adjetivación enmarca el tono que le darán a la noticia y guía la interpretación. El programa “Corta Por Lozano”, de Telefé, hace lo propio al titular: “*La trágica historia detrás del suicidio del jubilado*” (Cortá Por Lozano, 29/06/2017).

## **Fragmentación:**

La fragmentación es un recurso ampliamente utilizado en televisión que consiste en fragmentar la pantalla en varias pantallas simultáneas. “Su uso supone una multiplicidad de información, con una propuesta de recorrido de lectura más compleja por parte del receptor y que además descontextualiza, distrae y atomiza el acontecimiento” (Carboni y Fabbro, 2021).

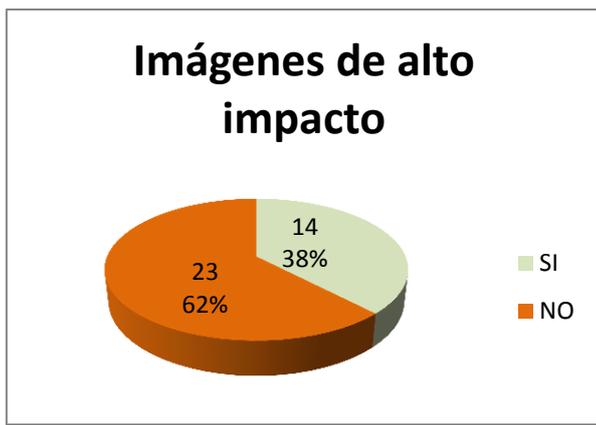


Ya hemos visto la inconveniencia que acarrea descontextualizar un problema tan complejo como el suicidio. Cuando se pone todo el foco en narrar un hecho trágico como es el suicidio de una persona, adicionando recursos tendientes a subir el impacto de la noticia, sin brindar información de contexto que permita encuadrarla en una problemática de salud pública, se obtienen resultados como los que se incluyen en el 51% del corpus:

- Caso Gino Lucero (caso 3) en C5N: pantalla partida para mostrar al periodista especializado en policiales, Mauro Szeta, al tiempo que relata los hechos del acto suicida y, en otra pantalla paralela, se exhiben fotos de la persona tomadas de redes sociales públicas y capturas de medios online que comunicaron el hecho. La cortina musical de tensión acompaña toda la duración de la nota, de fondo.
- En la nota de C5N sobre el suicidio del ex manager de Maradona (caso 8) se utiliza la pantalla partida para mostrar, en un recuadro, imágenes de su pasado como representante y, en otro, imágenes en vivo del hotel Faena donde sucedió el hecho.

## **Imágenes de alto impacto:**

La decisión de mostrar un cadáver siempre es controversial. Si por un lado contribuye a subir el rating, por el otro constituye un material audiovisual sensible y para nada exento de críticas.



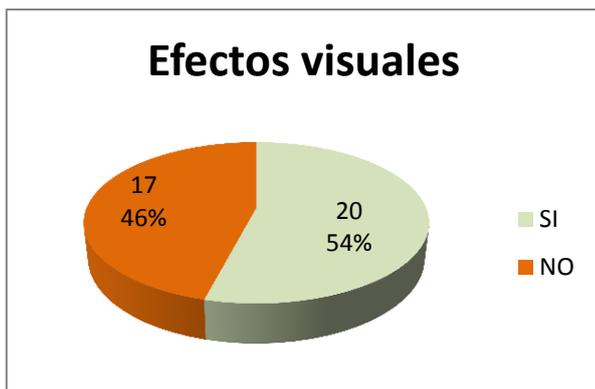
En el presente corpus, según el gráfico precedente, un 38% de las notas incluyen imágenes de alto impacto. Por ejemplo:

- C5N muestra imágenes del abogado que se arrojó al vacío en Tribunales (caso 7) sin blurrar el cuerpo. Se ve, en la foto casera, la forma en la que impactó en el piso y, en una foto posterior, cómo lo asiste el SAME. Estas imágenes se repiten una y otra vez mientras el presentador narra los hechos.
- Todas las notas del jubilado que se suicidó en Anses (caso 9) muestran la escena del momento en que se dispara, a partir de un video casero de alguien que estaba allí y lo filmó. Algunos canales blurrean la imagen del jubilado, otros pasan fragmentos no decisivos; en cambio, TN muestra el video tal cual, sin ningún tipo de arreglo y suma una placa previa que dice “*Contenido no apto para niños, niñas o adolescentes*” (TN, 29/06/2017). La hora de la transmisión es 13:49 horas. El video, de muy corta duración, se repite al menos tres veces; la primera de ellas sin comentarios del conductor, por lo que se pueden escuchar los gritos desgarradores de los testigos que intentaron frenarlo.

*“Existen límites que evitan que la noticia policial caiga en el sensacionalismo, el morbo y la exageración. Para algunos periodistas, ese límite consiste en no mostrar fotos de cadáveres con el fin de respetar a la víctima, o en no inmiscuirse en detalles escabrosos. Sin embargo, en general se trata de límites difusos, los mismos periodistas reconocen que a veces se pasan de la raya” (Focás, 2020).*

### **Efectos visuales:**

Como se introdujo en el capítulo de metodología, los efectos visuales son todos los movimientos de cámara tendientes a generar un ambiente de dramatismo.

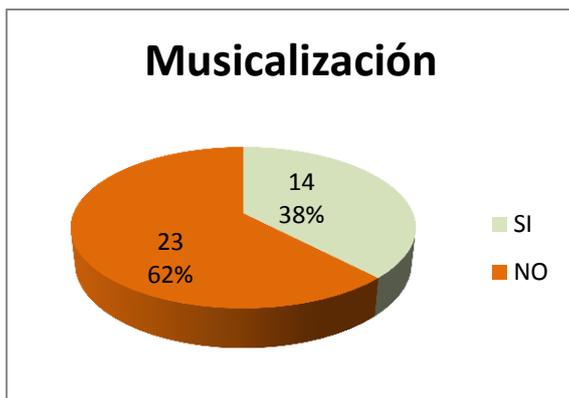


En más de la mitad de las notas del corpus, se encuentran en ejemplos como los siguientes:

- En el caso del suicidio de Jorge Delhon (caso 11), la nota de “Telefé Noticias” pone al aire en comunicación telefónica a Graciela Ocaña quien explica toda la situación procesal del caso y la cámara del móvil, que está en el lugar de los hechos, hace zoom a las vías del tren para mostrar el lugar exacto donde se arrojó Delhon, identificado por una serie de papeles que quedaron en el piso.
- En la nota de TN del suicidio de Rocío Gancedo (caso 12), mientras una periodista narra los hechos, la cámara a pantalla completa repite imágenes de Rocío de primer plano que se desvanecen para dar paso a la siguiente.
- En el caso del vecino atrincherado de Villa Urquiza (caso 4), tanto C5N como Crónica recurren a transmitir imágenes en vivo de los movimientos que suceden en la calle donde sucedió el hecho, detrás de la valla policial. Mientras C5N deja la cámara estática y acompaña con relato en off de los periodistas en piso y cortina musical de suspenso de fondo, Crónica hace zoom in a la casa del suicida y luego aleja la cámara para mostrar distintas escenas que suceden como los móviles policiales, el movimiento de gente, alternando a su vez con entrevistas a vecinos.

### **Musicalización:**

El modo de narrar audiovisual se compone, esencialmente, de imágenes y sonidos. Tanto uno como otro se utilizan en conjunto o alternadamente para construir una pieza informativa. En el caso estricto de las noticias sobre suicidios, la recomendación es “evitar el uso de recursos sonoros que generen un marco de dramatismo” porque, de esa manera, se atrae al espectador desde la dimensión referencial, exacerbando las emociones y los sentimientos y alentando la descontextualización (Carboni y Fabbro, 2021).

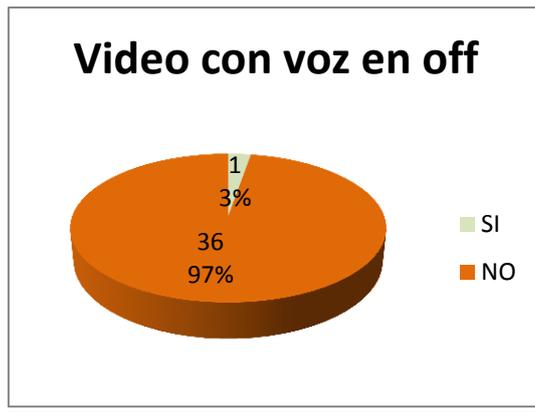


Algunos ejemplos del corpus son:

- El noticiero de Canal 9 presenta una serie de entrevistas a testigos del suicidio del jubilado en Anses (caso 9) y lo hace con una música de fondo que denota tristeza y drama. Los testimonios son desgarradores, con llanto incluido e incluso relatan de qué manera se quitó la vida (ilustran el método).
- En la nota de “Corta por Lozano” sobre la muerte de Rocío Gancedo (caso 12), abren el programa con lo que será la nota del día, usando una placa a pantalla completa en letras mayúsculas de molde con breves oraciones que dan cuenta del fatal desenlace y de su depresión y conflictos familiares previos. Utilizan fragmentos de notas que ella dio en los medios donde hablaba de sus problemas. Todo este arranque es acompañado por una cortina musical de suspenso y drama. Luego, cuando van al piso y la conductora saluda a su audiencia, comienza a relatar quién era Rocío –lo hace con una sonrisa y mirada tierna-, y entonces la música cambia de tono: se vuelve emotiva.

#### **Video con voz en off:**

La única nota de las relevadas que incluye un video editado y montado es la del suicidio de Rocío Gancedo en el programa “Los Ángeles de la Mañana” de Canal 13. Este programa se caracteriza por ser “de chimentos”, ya que todas sus notas y temáticas versan sobre cuestiones personales y laborales de los famosos y celebrities de nuestro país. No es casual que, por su estilo informativo, hayan recurrido a un video de estas características para informar a su audiencia. Este video es muy parecido al que se relevó en ocasión de la cobertura periodística de la muerte de Graciela Dieser, en 2012, en el canal C5N. Esta nota, sin embargo, sucede cinco años después (en 2017).



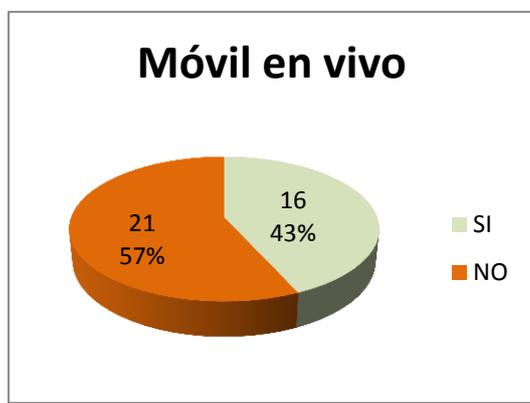
Teniendo en cuenta las pautas de comunicación responsable que se recomiendan para el tratamiento mediático del suicidio, este recurso está ampliamente desaconsejado porque incluye, en su edición, efectos visuales y sonoros de alto impacto, como los que se identifican a continuación:

- efecto sonoro con música de tensión que se combina con imágenes que se aceleran a la par de la música.
- un compilado de imágenes del hecho tipo collage que se suceden unas a otras con efectos de barrido y otros entre cada una de ellas.
- incluye entrevistas a testigos con la música de fondo que baja su volumen para escuchar el testimonio.
- incluye también imágenes de alto impacto como el brazo del cadáver y a los familiares llorando desconsoladamente.
- en un determinado momento del video, un narrador con voz en off describe a quien fuera la persona que se quitó la vida mientras continúan las imágenes y videos de ella en ropa interior.
- incluso agregan un audio de una comunicación telefónica entre el representante de Rocío y su cuñada, en el mismo momento en que le comunica la muerte de su familiar.

Es llamativo que, dentro de un contexto global de amplia adhesión a las pautas de comunicación del suicidio, como el que presentamos en el apartado anterior, se encuentre una nota de este estilo que pareciera remitirse a años anteriores, en los cuales no había ningún tipo de capacitación al respecto.

### **Móvil en vivo:**

En todos los casos de notas que introducen un móvil en vivo desde el lugar de los hechos, la forma es la misma: un cronista que relata el hecho y un camarógrafo que muestra el lugar donde sucedió. El cronista interactúa con los conductores o presentadores del programa, que están en el estudio, y responde a sus preguntas. A veces se incluyen, además, entrevistas a testigos.



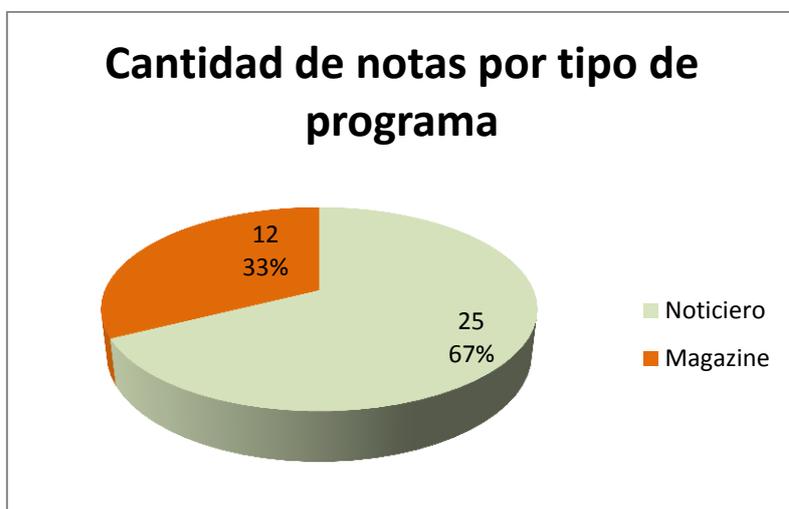
El hecho de que la noticia reciba cobertura con un móvil en vivo -como muestra el 43% de las notas relevadas-, le otorga una importancia y una relevancia destacada dentro del programa. Por este motivo, este recurso -si bien tiene el objetivo de ampliar datos y tiene que ver con características propias del modo de narrar audiovisual y con las rutinas periodísticas-, en las noticias sobre suicidio debería ser evitado, justamente para quitarle énfasis a la cobertura y rasgos espectacularizantes.

Aquí concluye el relevamiento de variables de espectacularización de la noticia. Como pudimos ver, los recursos de tipo espectacularizante están ampliamente arraigados en las rutinas productivas ya que constituyen elementos característicos de la forma típica que adopta la narración audiovisual. Sin embargo, como bien exponen Carboni y Fabbro (2021), “*este énfasis en celebridades y características individuales ocasiona una descontextualización de los problemas y el ocultamiento de fenómenos estructurales*” como, en nuestro caso, el suicidio en tanto problemática de salud pública global.

### **Noticieros versus magazines: diferencias en el tratamiento mediático del suicidio.**

En este apartado voy a delinear una breve comparación entre los dos formatos audiovisuales incluidos en el corpus: noticieros y magazines. Este tipo de programas son los que habitualmente, en la televisión de aire, cubren las noticias de actualidad e información general. Por supuesto, hay matices de acuerdo al género en el cual se encuadren, como puede ser

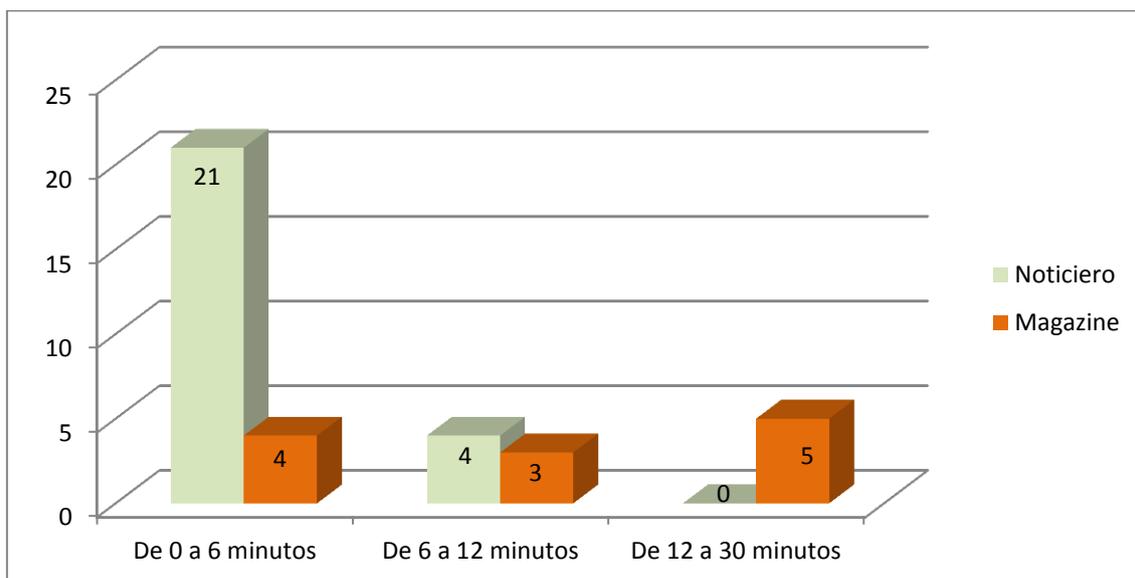
noticioso, espectáculos o información general. Más allá de estas típicas distinciones, en líneas generales, se observa una diferencia en el tratamiento mediático del suicidio entre los programas tipo noticieros y los programas tipo magazine, que desarrollaré a continuación.



En este gráfico podemos apreciar que, en relación a la temática suicidio, en el período estudiado, la gran mayoría de las notas audiovisuales son cubiertas por el formato noticiero y sólo algunos casos de suicidios son tratados en los formatos tipo magazine. Ellos son:

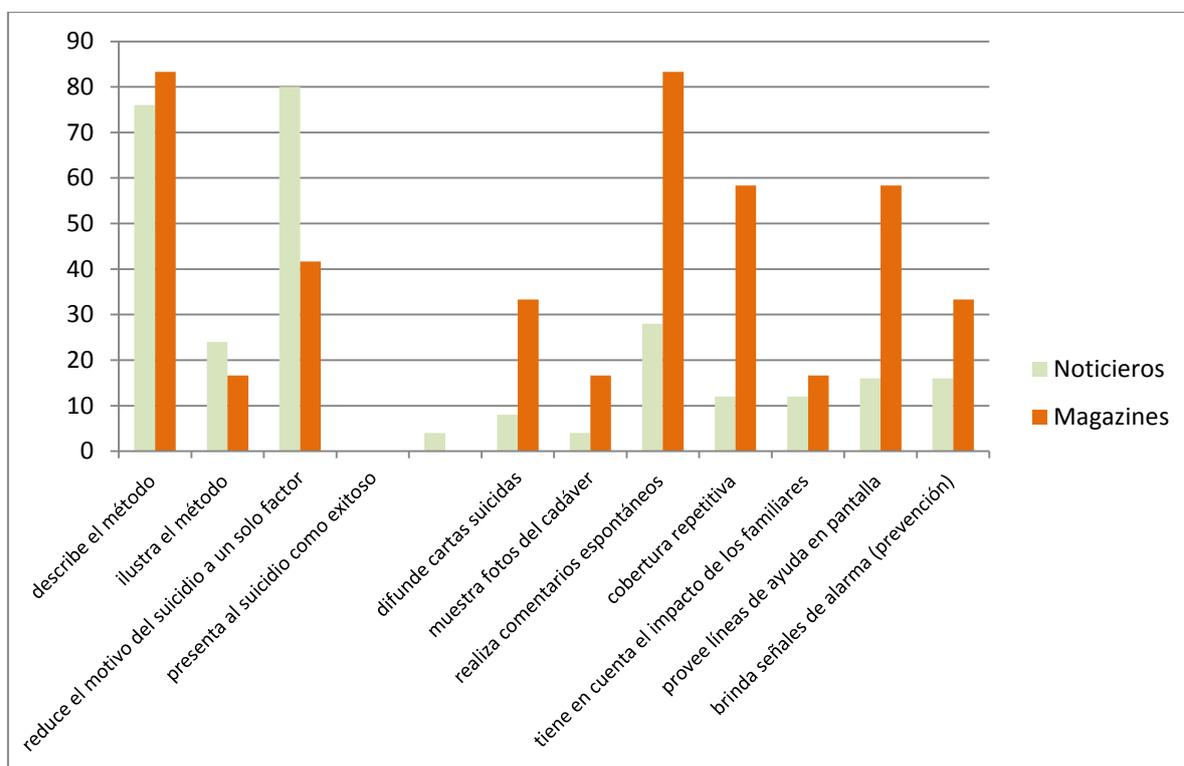
1. El jubilado que se quitó la vida en la oficina de Anses (caso 9)
2. La adolescente que se suicidó en la escuela (caso 10)
3. El abogado acusado de recibir coimas en el marco del Fifa Gate (caso 11)
4. La ex participante de Gran Hermano, Rocío Gancedo (caso 12)

El siguiente gráfico muestra cómo se diferencia la cobertura del suicidio en cuanto a duración de la nota teniendo en cuenta los dos formatos abordados: noticieros y magazines.



Mientras los noticieros son los formatos más presentes en las notas de menor extensión (de 0 a 6 minutos), los magazines, por el contrario, dominan la franja de las notas más extensas que van de los 12 a los 30 minutos de duración.

En cuanto al cumplimiento de las pautas de comunicación responsable, encuentro la siguiente diferencia:

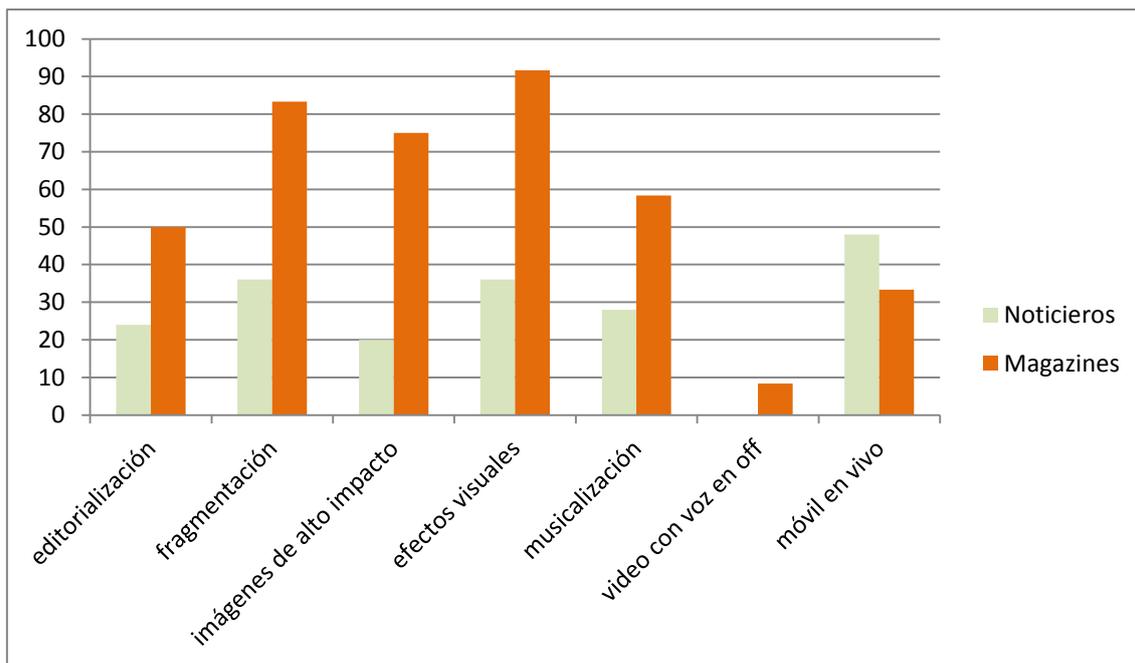


*(Expresado en porcentajes)*

Mientras que los noticieros tienen únicamente dos variables con valor crítico (describe el método 76% y reduce las causas del suicidio a un solo factor 80%), los magazines presentan valores muy altos e inadecuados en cuatro variables:

- Describe el método (83%)
- Reduce el motivo del suicidio a un solo factor (42%)
- Realiza comentarios espontáneos (83%)
- Cobertura repetitiva (58%)

En cuanto a recursos de tipo espectacularizante, encuentro lo siguiente:



(Expresado en porcentajes)

En este segmento, la diferencia es más contundente. Mientras los noticieros sólo exceden el 40% en la variable móvil en vivo, los magazines se exceden en el uso de cinco tipos de recursos espectacularizantes, con gran porcentaje:

- Editorialización 50%
- Fragmentación 83%
- Imágenes de alto impacto 75%
- Efectos visuales 92%
- Musicalización 58%

Con respecto a la variable móvil en vivo en relación a los noticieros, es importante decir que este recurso ampliamente utilizado –sobre todo en los noticieros matutinos-, tiene que ver con las rutinas productivas. Según una investigación de Ornela Carboni (2020), “*por lo general, la presencia de móviles se reduce a casos de último momento o con el objeto de sumar imágenes o relatos en primera persona para ilustrar una situación conflictiva determinada*”. Como veremos en el siguiente capítulo, los casos de suicidio se encuadran, en el formato audiovisual, como noticias “de último momento” para cuya cobertura se suele emplear el recurso del móvil en vivo.

En base a los precedentes resultados, podemos decir que los noticieros, por la duración más acotada de las notas (ninguna supera los 12 minutos de duración) y el menor uso de recursos de tipo espectacularizante, cumplen en mayor medida con las pautas de comunicación responsable

del suicidio. En el caso de los magazines, observo que es el tipo de formato el que condiciona la cobertura y el encuadre. Es decir, todos esos recursos espectacularizantes, que “*apelan a los sentimientos de las audiencias para atraer su atención*” (Carboni y Fabbro, 2021), y que son utilizados en gran medida por los magazines, forman parte de su identidad y, además, son empleados en todos los tipos de temas a abordar. La forma de narrar audiovisual que exhiben los programas tipo magazine se relaciona íntimamente con las rutinas productivas fuertemente arraigadas y, en definitiva, con un género audiovisual específico.

Siguiendo la definición de encuadre de Entman (1993), que plantea que “*encuadrar es seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo (...)*”, podemos decir que **todos los recursos de tipo espectacularizante relevados en el corpus, y que se encuentran en mayor proporción en el formato magazine, colaboran con la función de destacar ciertos atributos dramáticos del tema, construyendo así un encuadre de tipo emotivo.**

El problema radica en que este tipo de notas de larga duración y con gran presencia de recursos espectacularizantes hace que los magazines aumenten su grado de no adhesión a las pautas de comunicación responsable del suicidio, sumando dos variables que no presentan los noticieros: la cobertura repetitiva y los comentarios espontáneos. Precisamente, estos dos elementos surgen como consecuencia de tener que cubrir, en algunos casos, hasta media hora de aire hablando del mismo tema. Entonces, **la primera condición de producción del formato audiovisual -en concreto, de los magazines-, que atenta contra el cumplimiento de las pautas de comunicación responsable del suicidio es la extensa duración de las notas.**

Por otro lado, esa misma condición de producción le permite al formato magazine, al mismo tiempo, destacarse en las pautas positivas de comunicación del suicidio que son: brindar líneas de ayuda en pantalla (58%) y presentar al suicidio como prevenible, ofreciendo estrategias para abordarlo (33%). Así, algunos magazines del corpus, dentro de sus quince minutos de aire promedio, citan especialistas a quienes entrevistan para que ellos puedan hablar sobre las señales de alarma y brindar información útil a la sociedad. En este sentido, se puede afirmar que, en esos casos específicos, los magazines promueven un efecto protector contra el suicidio que no se observa en el formato noticiero.

En resumen, si tuviéramos que definir cuál de los dos formatos se adecúa más a las pautas de comunicación responsable del suicidio, tendríamos que decir que este trabajo muestra que los noticieros son los formatos más aptos para comunicar este tipo de noticias por tratarse de notas más breves, apegadas estrictamente a la información de los hechos y sin presencia de panelistas que puedan opinar libremente del tema, bajo el riesgo de verter comentarios espontáneos plagados de mitos y prejuicios en torno al suicidio. Adicionalmente, la menor utilización de

recursos de tipo espectacularizante –sobre todo efectos visuales y musicalización-, permite construir un encuadre menos emotivo, disminuyendo el riesgo de identificación de la población vulnerable.

Sin embargo, es importante destacar que el efecto protector que promueven los programas tipo magazine al desarrollar la problemática del suicidio de la mano de expertos convocados para brindar información útil y rigurosa a la población, constituye un aporte invaluable. **No solo se trata de no incurrir en errores groseros a la hora de comunicar un suicidio, sino también, y fundamentalmente, de colaborar con la prevención de dicha problemática social.** En ese sentido, quizás una amalgama de encuadre noticioso, sin tono emotivo pero con el suficiente espacio para exponer y brindar líneas de ayuda, conformaría un enfoque superador de las actuales tendencias. Como expone Rodríguez (2019), *“los medios de comunicación no deben limitarse a medidas restrictivas o de censura, ya que una redacción responsable de las noticias sobre suicidio puede tener un efecto protector sobre el comportamiento suicida”*. **En definitiva, se trata, como ampliaremos en las conclusiones, de informar sobre el suicidio, pero mejor.**

Aquí concluye el capítulo dedicado al análisis de contenido audiovisual, en el cual se ahondó, no sólo en las formas narrativas típicas del género y que ayudan a construir un enfoque de tipo dramático respecto del suicidio; sino que también se expuso y se analizó en detalle el plano discursivo a partir del cual se pudieron obtener algunos datos interesantes.

En primer lugar, mostramos adónde apuntan concretamente las pautas de comunicación responsable del suicidio y por qué en función de limitar el efecto contagio en audiencias vulnerables. En segundo lugar, el trabajo permite observar un pantallazo general del período 2014-2017 de los medios audiovisuales de Argentina en relación al grado de adhesión a las recomendaciones de comunicación responsable del suicidio y así poder comparar con la situación en otros países que ya han realizado dicho análisis.

En tercer lugar, analizamos un encuadre preponderante en las noticias sobre suicidios: frame episódico (apegado a la historia individual, con casi nula información de contexto) con atribución de responsabilidad a la enfermedad mental, concretamente a la depresión, como causa del suicidio en tanto fenómeno social.

En síntesis, el encuadre noticioso dominante es el que guiará la interpretación global del tema, apelando a los esquemas preexistentes tanto de los periodistas como de la audiencia. Se trata, en definitiva, de la forma y no tanto del contenido. **Por eso es tan importante rever, en líneas generales, cómo se habla de suicidio**, teniendo en cuenta, fundamentalmente, la existencia comprobada de un tipo de audiencia altamente vulnerable; a la vez que debatir sobre el derecho

de la prensa a comunicar sin ningún tipo de censura y la necesidad de oponer a ese derecho la responsabilidad individual y social respecto de determinados temas de salud pública.

### **CAPÍTULO 3: La relevancia del encuadre noticioso del suicidio para las estrategias de prevención**

En este capítulo voy a analizar el tipo de encuadre específico que presentan las noticias del corpus, conformado por notas audiovisuales del año 2014 al 2017. La selección temporal del corpus se justifica con el fin de comparar cómo se modificaron los abordajes mediáticos a partir de las campañas de concientización llevadas a cabo por el Ministerio de Salud de la Nación y por la Defensoría del Público Audiovisual, impulsadas a nivel global por la Organización Mundial de la Salud, y cuyo punto de inicio en nuestro país data del año 2013.

Para el análisis de los encuadres noticiosos presentes en las coberturas mediáticas sobre suicidios me basaré, principalmente, en la teoría del Framing, presentada en el Capítulo 2.

- ***De policiales a salud pública***

A partir de la visualización de las noticias que conforman el corpus de este trabajo, he podido observar que, en general, en el formato audiovisual, los suicidios se comunican bajo el título de “último momento” con placa en letras de molde que ocupan toda la pantalla y, en muchos casos, acompañado de una cortina musical que denota suspenso y drama.



*Nota del suicidio de Rocío Gancedo en Canal 9.*

La noticia de un suicidio irrumpe en el mismo momento en que se conoce y se confirma el deceso e inmediatamente es comunicada a la audiencia como noticia de último momento. Llega al aire de manera intempestiva, incluso modificando la agenda de los medios. Por ejemplo, el programa El Diario de Mariana del día 29 de noviembre de 2017 se vio modificado por el suicidio de Rocío Gancedo. Al inicio del mismo, se presentaron los títulos que tenían en agenda

y, luego, la conductora Mariana Fabbiani avisó a la audiencia que ese sumario se había visto alterado por una noticia de “último momento” que pasarían a desarrollar prácticamente al aire.



Por otro lado, he podido comprobar que las noticias de suicidios se agotan en el mismo momento de su comunicación. Excepto casos excepcionales –como expondré más adelante en este capítulo-, las noticias sobre suicidios no exceden las 24 horas de cobertura mediática.

Específicamente hablando de encuadre, fue muy ilustrativa la entrevista con las representantes de la Defensoría del Público Audiovisual porque ese organismo realiza un seguimiento constante de noticias audiovisuales y, según comentaron, *“las herramientas de monitoreo con las que cuentan permiten identificar determinados títulos, con determinadas imágenes, como encuadres noticiosos de tipo policial”*. Así, me explicaron que, más allá de sus esfuerzos por promover un enfoque de salud pública, *“la tendencia en medios audiovisuales sigue siendo a enfocar desde policiales”*.

Como cité previamente, según Entman (1993), encuadrar es *“seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo, de manera que se promueva una definición del problema determinado, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descripto”*. En ese sentido, promover un enfoque policial del suicidio es, en primer lugar, erróneo e inadecuado, dado que el suicidio no es un delito y, más importante aún, es irresponsable porque, en lugar de aprovechar la difusión de un caso para brindar información relevante con énfasis en la prevención, se elige definir el problema desde un ángulo condenatorio.

Por ese motivo, tanto la Organización Mundial de la Salud como los organismos a nivel local hacen tanto hincapié en la necesidad de cambiar el enfoque del suicidio. Según Romina Paolino de la Defensoría del Público Audiovisual en 2022 hubo tan sólo una noticia de suicidio enfocada desde la prevención. *“Lo usual es que salgan pocas noticias y siempre desde el rótulo de policiales o inseguridad”*. Ese rótulo tan determinante es el que debe ceder su lugar a nuevos encuadres, alineados con las pautas de comunicación responsable del suicidio. Y es importante destacar que debe necesariamente operarse un cambio en el encuadre ya que no es posible incorporar dos puntos de vista tan disímiles en el mismo tratamiento mediático. *“Los marcos son excluyentes pues mientras incluyen determinados mensajes excluyen otros”* (Koziner,

2013). Por ese motivo, no es posible comunicar un suicidio de la misma manera que se comunica un homicidio y promover una interpretación que genere empatía con la víctima; es necesario variar el encuadre noticioso.

Natalia Aruguete cita en su artículo de 2011 –“Framing. La perspectiva de las noticias”-, a Muñiz (2006) quien define a los encuadres noticiosos como “*estructuras que el periodista utiliza al momento de crear el contenido noticioso para aportar cierto ángulo, enfoque, perspectiva o tratamiento al asunto o evento informado a fin de hacerlo más comprensible para el público*”. La muerte en sí misma es uno de los fenómenos más difíciles de comprender, tanto más si es auto provocada. Los encuadres noticiosos sirven para estructurar la información de manera tal de priorizar un punto de vista sobre un tema en particular. Entonces, si el objetivo es informar sobre un suicidio y lograr que esta temática tan delicada sea comprensible para el público en general, la perspectiva que aporta la salud pública resulta más conveniente por cuanto la presenta como un problema de salud prevenible.

- ***Fama y bullying: el contexto como aspecto definitorio de la noticiabilidad del suicidio.***

*“Cuando la persona que realiza un suicidio es alguien del ámbito del espectáculo, del ámbito político o del ámbito más visible, pareciera que se puede decir cualquier cosa, incluso olvidando que se trata de una persona susceptible de derechos. Hay como una cosa de “puedo difundir todo, puedo ventilar todo”, esto es lo que me refirió Romina Paolino de la Defensoría del Público.*

Fue exactamente lo que pasó en 2014 con el caso de Fabián Rodríguez -esposo de la mediática actriz Nazarena Velez-, de lo cual se habló en detalle en la introducción. Casi 48 horas de cobertura mediática audiovisual ininterrumpida en canales de aire; mostrando imágenes, debatiendo sobre las posibles causas de su trágica decisión y mostrando el dolor de sus familiares, entre otros aspectos. Ese caso formó parte de la guía con recomendaciones para los medios que elaboró la Defensoría porque fue uno de los más resonantes de aquella época pero, según me comentó Paolino, “*fue ampliamente superado por el reciente suicidio –en 2022- de quien fuera la pareja de Ricardo Fort (Gustavo Martínez).* <sup>7</sup>*Los medios incluso utilizaron drones para mostrar cómo y desde dónde se arrojó la persona*”. Es decir que una tecnología novedosa y reciente fue puesta a disposición de los medios para mostrar cuestiones del ámbito de lo privado que contradicen por completo las recomendaciones de comunicación responsable

---

<sup>7</sup> <https://tn.com.ar/show/famosos/2022/02/16/hubo-un-ruido-y-llamamos-al-911-la-muerte-de-gustavo-martinez-el-ex-de-ricardo-fort/>

del suicidio promovidas por la Organización Mundial de la Salud. Según Martini (2000), *“la consigna es posicionarse con ventaja en el mercado, por lo cual la función de informar al público queda subordinada, ya que el entretenimiento es lo que más vende”*. Es decir, en lugar de aprovechar la ocasión para educar sobre el suicidio, promoviendo su prevención, se intenta tener el mejor ángulo y la imagen más impactante de cómo cortó la defensa y por dónde se arrojó al vacío. Esto se relaciona íntimamente con los recursos de espectacularización ampliamente utilizados en la noticia audiovisual, tal como expuse en el capítulo 2.

El 29 de noviembre de 2017, Jorge Rial anunció al inicio de su programa “Intrusos” que Rocío Gancedo –ex participante de Gran Hermano-, se había arrojado del balcón de su casa esa misma mañana. Minutos después, al comienzo del programa “El diario de Mariana” de Canal 13, la conductora –Mariana Fabbiani-, explica a la audiencia que toda la agenda del programa se verá modificada por un hecho de último momento de gran trascendencia: se acababa de suicidar Rocío Gancedo.

El 6 de mayo de 2017, Jorge Cyterszpiller, quien fuera el primer manager de Diego Maradona, se arrojó al vacío en el hotel Faena. La noticia ganó minutos de cobertura por tratarse de una persona famosa en el mundo del deporte, relacionado, además, al futbolista más famoso del país. En C5N, por ejemplo, se agregó un módulo a cargo de un periodista especializado en redes sociales, quien presentó un informe con las condolencias enviadas vía redes por personajes famosos del deporte hacia el representante fallecido y su familia.

Si comparamos el tratamiento mediático de un hecho similar, pero de una persona no famosa - como, por ejemplo, el abogado que se arrojó al vacío en Tribunales (caso 7)-, podemos observar una diferencia significativa en cuanto a la duración de la nota: mientras la nota de la persona no famosa apenas supera los 3 minutos, la del ex manager de Maradona se extiende por más de 11 minutos e incluye: comentarios de los dos presentadores, móvil en vivo y un periodista especializado que muestra las repercusiones en redes sociales.

El 14 de noviembre de 2017, en Lanús, otro abogado se suicidó, arrojándose a las vías del tren Roca (caso 11). Pero no era cualquier abogado, era Jorge Delhon, quien había sido sindicado horas antes como quien habría cobrado coimas en el marco del denominado “Fifa Gate” (Fútbol para todos). En total pude recabar ocho noticias, de varios canales de aire y de cable informativos sobre este suicidio: Canal 13, Telefé, TV Pública, América y Crónica.

Menciono específicamente estos casos porque son los que involucran a personas famosas dentro del corpus. El aspecto de fama puede estar relacionado con su actividad artística, deportiva o por su participación en política. Por eso quizás la rúbrica de “persona pública” como primer criterio de noticiabilidad del suicidio, que menciona Rodríguez (2019) en su tesis, es más atinada en cuanto más generalista. Vale decir, una persona públicamente reconocida, de

cualquier ámbito de lo social, que se suicida constituye un acontecimiento que rápidamente será construido como noticia “de último momento”.

Si tomamos en cuenta la duración (en tiempo de aire) de las notas como variable de la relevancia dada por los medios a cada noticia, resulta ejemplificativo el siguiente gráfico:



(Fuente: elaboración propia)

La duración promedio de las notas sobre suicidio es de 6 minutos. Luego, a partir de los 6 minutos, encontramos una primera franja de notas que van de los 6 a los 12 minutos, que incluye los casos:

- Suicidio de Jorge Delhon (Fifa Gate)
- Suicidio de Rodolfo Estivill (el jubilado que se disparó en una oficina de Anses)
- Suicidio de Jorge Cyterszpiler (ex manager de Maradona)
- Suicidios de dos vecinos de CABA (Villa Urquiza y Caballito) en condiciones dramáticas

Las notas que superan los 12 minutos y trepan hasta casi alcanzar la media hora de duración corresponden a los casos:

- Suicidio de Rocío Gancedo, ex participante de Gran Hermano
- Suicidio de adolescente en colegio de La Plata

Si focalizamos en la noticiabilidad de un hecho suicida en relación con la extensión de la nota, podemos comprobar entonces que los hechos que alcanzan una medición por encima del promedio (seis minutos) refieren a casos de:

- A. Personas públicas de ámbitos de la política y el deporte (Jorge Delhon, por el Fifa Gate; y Jorge Cyterszpiler, por haber sido el primer manager de Diego Maradona).
- B. Personas no famosas que se suicidaron en contextos dramáticos y públicos: el jubilado que se quitó la vida en la oficina de Anses y dos hombres que se mataron en barrios de la Capital Federal en situaciones de atrincheramiento y suicidio en vía pública.

Según el doctor Carlos Jesús Rodríguez, de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria de España, autor de una de las tesis que incluyo en la bibliografía, *“las noticias sobre suicidio son más propensas a ser informadas, es decir, presentan mayor interés periodístico, cuando cumplen uno o más de los siguientes tres criterios:*

1. *Persona pública;*
2. *Ocurrencia en lugar público con interrupción de las rutinas normales de la sociedad;*
3. *Suicidio de una persona que ha realizado un asesinato previamente”.*

Como mencioné en la introducción, los casos de homicidios seguidos de suicidio no fueron considerados dentro de este corpus, en línea con otra de las investigaciones que tomé como referencia para este trabajo (Fermín Garrido, 2018), que descarta intentos de suicidios, homicidios seguidos de suicidios, suicidios asistidos, etc. Pero puedo afirmar -corroborando la tesis de Rodríguez-, que en el proceso de filtrado de las noticias, tuve que dejar muchas notas de lado que referían a personas que cometieron un asesinato y luego se suicidaron.

De manera que nos quedan los dos primeros criterios: persona pública y ocurrencia en lugar público con interrupción de las rutinas normales de la sociedad, que coinciden exactamente con el resultado del presente análisis en relación a la duración de las notas asociada a su mayor noticiabilidad.

Puntualmente hablando del grupo de noticias denominadas B, se muestra explícitamente en las notas que, tanto el caso del jubilado que se suicidó en la sede de Anses de Mar del Plata, como los casos de los dos vecinos de barrios de Capital Federal que se atrincheraron a balazos contra la policía, se provocó una interrupción de las rutinas normales, obligando a la fuerza pública a intervenir y a los medios a cubrir con móviles y camarógrafos.

Al respecto, resulta ilustrativo este comentario del periodista Mauro Szeta (“Corta por Lozano”, *Telefé*, 29/06/2017), en relación al suicidio del jubilado: *“Las dos situaciones que hicieron que este hecho sea una noticia de alto impacto son: 1) el lugar elegido y 2) que está grabado”.* Así, el periodista explica al aire los criterios de noticiabilidad que aplicaron a ese caso para transformarlo en noticia de interés público.

Finalmente, los dos suicidios que superan los 12 minutos de extensión de la nota (y en algunos casos llegan, incluso, a alcanzar la media hora de duración), son los casos de:

- Suicidio de una persona famosa del mundo del espectáculo (Rocío Gancedo)
- Suicidio de una adolescente en un colegio por tema *bullying* (Lara, de La Plata)

Como se puede ver, los casos de suicidios de famosos del espectáculo concretamente son los que obtienen la mayor cobertura mediática en términos de duración y recursos empleados. Pero, además, en este corpus podemos advertir un tercer criterio de noticiabilidad del suicidio que opera específicamente en medios audiovisuales de Argentina en el período estudiado: suicidio de menores por supuesto *bullying*. Se trata de un criterio adicional que tiene que ver con nuestro propio sistema de referencia. Como afirma Martini (2000), “*cualquier definición de noticia y de las cualidades que hacen a un hecho noticiable cobran sentido en el marco de una cultura y de un momento histórico*”. Quizás en España el *bullying* no esté asociado directamente a los hechos de suicidio y, por ese motivo, no tenga presencia en las coberturas periodísticas.

“*Hago la aclaración: tocamos el tema por el ámbito en donde pasa. Porque es un intento de suicidio adentro de un colegio, con todo lo que implica pasar con un arma y el contexto de todos los casos que venimos contando de bullying escolar, sin tener confirmado aún si esto era así*”, así comienza Mauro Szeta a desandar la noticia del suicidio de una joven de 15 años en un colegio de La Plata, en el primer bloque y como nota del día de “Corta por Lozano” (Telefé). Más adelante en la nota incluso agrega que, si se hubiera suicidado en la casa, no hubiera trascendido el caso. Nuevamente vemos cómo **el contexto donde sucede el suicidio, así como la persona implicada, es definitorio a la hora de decidir la noticiabilidad o no de un hecho de suicidio.**

Es importante recordar además que, actualmente, el suicidio es la cuarta causa de muerte en personas de 15 a 29 años en el mundo y, en Argentina, el grupo etario de 15 a 24 años es el que concentra la mayor cantidad de decesos por dicha causa. En ese contexto, no debe sorprender que 3 de los 10 casos de suicidios que integran el presente corpus correspondan a menores de 24 años (dos de ellos en edad escolar). El caso del adolescente que se suicidó en Zarate por supuesto *bullying* obtuvo 5 notas audiovisuales en todos los noticieros de aire y de cable (Telefé Noticias, TN, C5N, Tv pública y Baires Directo). Fueron de corta duración, por tratarse del formato noticieros, pero varios de ellos convocaron especialistas para desarrollar la temática al aire. Y hay un detalle que no debe perderse de vista: ese adolescente se suicidó en su casa, no en la escuela. Siguiendo los criterios que planteó Mauro Szeta al aire, ni siquiera debería haber trascendido el hecho. Pero, como no se trataba simplemente de un suicidio adolescente más, sino que estaba presuntamente asociado a la temática del *bullying* -que está en agenda en nuestros medios-, reunió los criterios de noticiabilidad suficientes para obtener una amplia cobertura mediática. Según Marletti (1985, citado en Alsina 1993), “*mediante la tematización se*

*desarrolla el nivel cognoscitivo valorativo sobre los acontecimientos y los problemas que implican*”. Esto sería exactamente lo que sería deseable que suceda en relación al suicidio y también al *bullying*: que se pueda tematizar la problemática, mediante la palabra de expertos, para lograr instalarlos en la agenda mediática desde el enfoque de la prevención.

- ***El suicidio no es noticia, la noticia es quién se suicidó.***

A partir del análisis de contenido del corpus de noticias que va del año 2014 al 2017 pude vislumbrar que el suicidio, en sí mismo, no un hecho noticiable a priori. Para sostener esta información voy a recurrir, en primer lugar, a los datos estadísticos. De los 3.000 suicidios promedio que suceden por año en Argentina, muy pocos de ellos obtienen cobertura mediática. En segundo lugar, esta información fue corroborada por Romina Paolino, de la Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo de la Defensoría del Público Audiovisual quien me comentó que *“lo usual es que salgan pocas noticias por año sobre suicidio”*.

¿Qué determina, entonces, que un suicidio supere el *“umbral de noticiabilidad”* (Wolf, 1981)? Según lo expuesto previamente, el criterio de noticiabilidad que se impone en la agenda mediática tiene que ver con la persona suicida y no con el hecho en sí mismo. Otros factores contextuales específicos terminan de cerrar el círculo que define qué suicidios obtendrán cobertura mediática audiovisual y cuáles no.

En definitiva, un suicidio es más noticia cuando la persona que lo lleva a cabo es famosa, independientemente del ámbito que le otorgue notoriedad. Es por eso que se puede decir que **el criterio de noticiabilidad más importante en relación al suicidio está ligado a la persona suicida**. Por eso mismo sostengo que el suicidio no es noticia, sino que la noticia es quién se suicidó. En segundo lugar, el contexto en el que ocurra el suicidio será el que le dará un marco más o menos noticiable, como pudimos comprobar en relación a varios casos del corpus (suicidio en vía pública, suicidio en la escuela, suicidio de un jubilado en la oficina de Anses, etc).

Por otro lado, es importante destacar que, en el armado del corpus, noté que varias de las noticias de suicidios que habían sido informadas en portales online (y, presumiblemente, muchas de ellas también en formato gráfico), no habían obtenido el mismo espacio de difusión en el formato audiovisual. No se encontraron notas en forma de links online de varios hechos de suicidios ocurridos en el período seleccionado (2014-2017) y, si bien no puedo concluir que no existieron dichas coberturas, es cuanto menos llamativa la diferencia entre gráfica/online y audiovisual a la hora de otorgar noticiabilidad a los hechos de suicidios.

Esto me lleva a pensar que un hecho de suicidio que cumple con los criterios de noticiabilidad de uno o más medios gráficos u online, no necesariamente cumplirá los criterios de noticiabilidad del formato audiovisual. En este esquema podemos observar un proceso de gatekeeping (White 1950, citado en Martini 2000) que hace fluir determinadas noticias sobre suicidios hacia coberturas más o menos extensas en televisión, y otras instancias que operan en sentido inverso, es decir, como barreras.

## CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo pude explorar y analizar un tema relevante para las ciencias sociales en general y para las ciencias de la comunicación en particular. Haber leído las investigaciones de tesis españolas, cuyo país está más avanzado en el análisis de las relaciones subyacentes entre suicidio y medios, fue sumamente enriquecedor ya que me permitió armar mi propia investigación siguiendo sus modelos metodológicos. Acuerdo con ellos cuando afirman que no hay que informar menos sobre suicidio sino que hay que informar mejor. El debate sobre el tratamiento mediático del suicidio no debería girar en torno al dilema de informar o no por temor al efecto Werther sino a cómo se puede informar de aquellos suicidios que indefectiblemente serán noticiables por los criterios ya expuestos, para intentar generar un efecto Papageno o al menos evitar el efecto Werther.

En el capítulo uno del presente trabajo me focalicé en presentar la problemática del suicidio desde la perspectiva de salud pública. A diferencia de un enfoque punitivo que entiende al suicidio como un delito, el criterio de los entes gubernamentales tiene que ver con exponer esta conducta extraordinaria como el resultado de múltiples y complejas causas asociadas a cuestiones sociales y no únicamente individuales. De ese modo, se logra contextualizar el problema y definirlo como un hecho social en términos de Durkheim, el primer sociólogo que sistematizó todas las variables que influyen en la conducta suicida. También pude recopilar las últimas estadísticas locales y mundiales sobre el tema y exponer los principales hallazgos de la OMS respecto del efecto imitativo en relación al suicidio.

En el capítulo dos me aboqué al análisis de contenido de las notas del corpus especialmente diseñado para este análisis. Lo hice desde dos perspectivas: por un lado, midiendo el grado de adhesión de cada pauta de comunicación responsable (tal como lo realizan estudios de otros países); y, por el otro, relevando variables de espectacularización de la noticia audiovisual. Además, pude analizar un caso previo al punto de inflexión -situado en el año 2014-, para mostrar cómo era el tratamiento mediático del suicidio previamente a la difusión de las pautas. Por último, detecté diferencias entre los dos tipos de formatos abordados (noticieros y magazines) que pude señalar y describir.

Finalmente, en el capítulo tres me focalicé en describir el tipo de encuadre noticioso preponderante en las noticias audiovisuales sobre suicidio desde la teoría de Framing y con ayuda de las entrevistas realizadas para la presente investigación. En ese mismo capítulo pude presentar los dos criterios que a mi juicio definen la noticiabilidad del suicidio y lo convierten – sólo en algunos casos específicos-, en tema de agenda mediática. Dichos criterios coinciden en parte con los propuestos por Rodríguez (2019). Adicionalmente, pude detectar un criterio extra

estrictamente relacionado a nuestro sistema de referencia: el *bullying* en conexión con el suicidio adolescente. Por último, pude ponderar la influencia decisiva del contexto a la hora de construir un hecho suicida como noticia.

“Informar mejor sobre el suicidio” tiene que ver principalmente con “*dejar de hablar de suicidio solo cuando hay un caso resonante y empezar a hablar de suicidio como parte de la agenda para concientizar*”, como bien me señalaron desde la Defensoría del Público Audiovisual. Esto no es ni más ni menos que tematizar una problemática social con información pertinente y responsable; es decir, pasar de un frame episódico, anclado en la especificidad de casos particulares, a un frame temático que permita contextualizar el fenómeno (Iyengar, 1991).

La importancia de hablar de suicidio en términos estructurales radica en que no se trata de un fenómeno individual sino de un fenómeno social. Según Durkheim (1897), el suicidio depende “*necesariamente*” de causas sociales y constituye, por eso mismo, un “*fenómeno colectivo*”. Resulta inadecuado entonces abordar un noticia sobre un suicidio de forma personalizada por cuanto las causas reales de dicho fenómeno no son del ámbito privado individual. “*Si el lazo que liga al hombre a la vida se afloja, es porque el nexo que le une a la sociedad se ha relajado. Los incidentes de la existencia privada, que parecen inspirar inmediatamente el suicidio y que pasan por ser sus condiciones determinantes, en realidad no son más que causas excepcionales. Si el individuo cede al menor choque de las circunstancias es porque, en el estado en que se encuentra, la sociedad ha hecho de él una fuerza dispuesta al suicidio*” (Durkheim, 1897).

Por ese motivo, atribuir la causa del suicidio a un solo factor –como la enfermedad mental, según pude constatar en el análisis de contenido-, no solo es irresponsable sino que también colabora con la desinformación de la problemática y con la estigmatización de las personas involucradas. Adicionalmente, obstruye la posibilidad de plantear el tema de modo completo y reflexivo.

Con respecto al efecto imitativo, hace más de cien años Durkheim (1897) ya planteaba lo siguiente: “*Ciertos autores que atribuyen a la imitación un poder que no tiene, han pedido que se prohíba a los periódicos el relato de suicidios y de crímenes. Es posible que esta prohibición sirviese para disminuir en algunas unidades el total anual de estos actos. Pero es muy dudoso que pueda modificar la tasa social. La intensidad de la inclinación colectiva permanecería la misma. En realidad, lo que puede contribuir al desarrollo del suicidio y del homicidio no es el hecho de hablar de él, sino la manera como se habla*”.

Esta cita me permite establecer una comparación que dejé exclusivamente para este espacio final. Como resultado de esta investigación me pregunto si, así como con respecto al suicidio se establecieron una serie de pautas con consignas sobre información concreta que no debe

mediatizarse (el método de suicidio sobre todo), no sería conveniente plantear lo mismo con respecto a los crímenes. **La materia pasible de imitación, como ya se expuso y como explica Durkheim (1897) en su obra, tiene que ver con un método, una receta o un tutorial para lograr una muerte (que puede ser propia o bien de terceros), que se difunde y se muestra en términos prácticos.** Si exhibir el método de suicidio ha conllevado a que se preste atención a posteriores conductas imitativas, ¿por qué no podríamos pensar lo mismo respecto de métodos de asesinato? En su investigación, Lucia Dammert, Rodrigo Karmy y Liliana Manzano (Chile, 2003) argumentan que los medios pueden adquirir una función pedagógica negativa en tanto instruyen a la audiencia sobre nuevas formas de delinquir. Lo plantean exclusivamente en relación a los robos pero me pregunto si puede extenderse ese planteo a todo tipo de conductas desviadas.

En relación a las principales conclusiones que se derivan del presente análisis puedo destacar, en primer lugar, que se pudo demostrar que **las denominadas “pautas de comunicación responsable del suicidio” adoptan la forma de un encuadre noticioso sugerido que opera desde lo institucional/gubernamental hacia los medios de comunicación.** En esta imbricada relación entre medios, audiencia y Estado, se entrecruzan derechos y obligaciones que se encuentran muy estrechamente inter delimitados. La libertad de prensa y el derecho a comunicar sin censura previa se enfrentan a la responsabilidad social de informar idóneamente sobre temáticas sensibles. A su vez, la labor pública de coordinar esfuerzos en pos de combatir una problemática social conlleva la incómoda necesidad de intervenir en la función periodística, sugiriendo modos de narrar alternativos que muchas veces van en contra de lo que determina la lógica del rating. Finalmente, el derecho a la intimidad y a la protección de víctimas y familiares tiene que dialogar, en algunos casos, con criterios de fama y exposición mediática que suelen utilizarse como pretexto para exponer mucho más de lo que se debería. En el medio de este complejo entramado de relaciones se enmarca la necesidad de priorizar estrategias de contención de una problemática de salud que registra, solo en nuestro país, tres mil muertes al año, muchas de las cuales corresponden a menores de edad.

En segundo lugar, entiendo que **el énfasis puesto en la necesidad de encuadrar de manera responsable los casos de suicidios demuestra que dicho encuadre estaría funcionando como una especie de antídoto para frenar el contagio.** Si bien sigue siendo muy difícil (si no imposible) determinar y probar efectos mediáticos concretos, considero que la temática del suicidio en conexión con la exposición que de ella se hace en los medios, configura una puerta de entrada más que viable para estudiar “*efectos concretos en audiencias concretas*” (Deuze, 2021). Los estudios presentados en este informe dan cuenta de la existencia de una extraña relación entre suicidios mediáticos y suicidios posteriores de imitación que vale la pena continuar indagando.

En tercer lugar, según el relevamiento expuesto, **en Argentina el encuadre preponderante de las noticias de suicidios es de tipo policial. Esto implica que la cobertura de delitos comunes se equipara, en su forma, a la de muertes auto provocadas.** Sin embargo, hay una diferencia sustancial entre uno y otro género: los delitos son penados por la ley mientras que el suicidio no lo es. En ese sentido, la retórica y la forma de enmarcar este tipo de noticias, de cara a la audiencia, debería variar en principio para atenerse a la realidad y, luego, para colaborar con las estrategias de prevención de un fenómeno catalogado como prevenible.

La importancia del encuadre en este ámbito específico es tal porque de él resulta la definición de la problemática que será socialmente aceptada y divulgada (Entman, 1993). Entender al suicidio como un problema de salud prevenible y no como una acción privada reprochable y adjudicable a una única causa (la enfermedad mental), posiblemente colaborará en modificar el imaginario social respecto de este tema. En términos muy sencillos, pasar de un enfoque netamente negativo y punitivo como el actual, a uno positivo donde no se culpe a la víctima ni se busquen culpables sino que se provean posibles soluciones, sería un cambio de paradigma muy alentador.

Dicho cambio de paradigma difícilmente será promovido únicamente por los medios. Como afirma Reese (2001), *“los frames funcionan como estructuras de pensamiento preexistentes que influyen y guían el procesamiento e interpretación de la información”* y, como tales, son anteriores a la noticia y se manifiestan en ella. Entonces, el cambio de la mirada y de la valoración del suicidio en tanto hecho social deberá abarcar diversos ámbitos y alcanzar un determinado consenso para cristalizarse como discurso hegemónico, reemplazando a la actual definición socialmente aceptada.

Por último, el diagnóstico comunicacional del período 2014-2017 de los medios audiovisuales de Argentina indica que existe un alto grado de adhesión a las pautas de comunicación responsable del suicidio (89%), muy por encima de lo que evidencian otros países donde se llevó a cabo el mismo tipo de estudios. Sin embargo, existen algunas variables críticas que deberían revisarse, ellas son: la descripción del método de suicidio, adjudicar la causa del suicidio a un solo factor y realizar comentarios espontáneos. Asimismo, las estrategias protectoras del suicidio, conocidas como efecto Papageno, se hallan escasamente desarrolladas (30%) y resulta igualmente importante promover su incorporación tanto como disminuir las variables tendientes a propiciar el efecto Werther. En síntesis, en este camino de concientización a cargo de los organismos públicos, con directa participación de los medios, habrá que siguiendo pasos hacia la mejor forma de comunicar el suicidio para informar a la población a la vez que proteger a las audiencias específicas de riesgo de posibles conductas imitativas.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Aruguete, Natalia (2016). *Agenda setting y framing: un debate teórico inconcluso*. Más poder local, número 30, 36-42. [Link](#).
- Aruguete, Natalia (2011). *Framing. La perspectiva de las noticias*. La trama de la comunicación, volumen 5, 69-80. [Link](#).
- Dammert, Lucía y otros (2003). *Ciudadanía, espacio público y temor en Chile*. Chile, Centro de Estudios en Seguridad Ciudadana de la Universidad de Chile (CESC).
- Deuze, Mark (2021). *On the 'grand narrative' of media and mass communication theory and research: a review*. Profesional de la información, volumen 30, 1-14. [Link](#).
- Durkheim, Emile (1897). *El suicidio*. Buenos Aires, Ediciones Libertador.
- Fermín Garrido, Fabián y otros (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, volumen 73, 810-827. [Link](#).
- Focás, Brenda (2020). *El delito y sus públicos*. Buenos Aires, UMSAM Edita.
- Freud, Sigmund (1912). *Tótem y tabú*. España, Alianza Editorial.
- Iglesias, Pablo Salvador (2021). *El tratamiento mediático del suicidio en los medios españoles: ¿Efecto Werther o efecto Papageno?*. Tesis de grado, Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, España.
- Kessler, Gabriel y otros (2021). *El delito televisado*. Buenos Aires, Editorial Biblos.
- Koziner, Nadia Sabrina (2013). *Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación*. Austral Comunicación, Volumen 2, Número 1, 1-25. [Link](#).
- Martini, Stella (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires, Norma.
- McQuail, Denis (2012). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Tercera edición*. España, Paidós.
- Navarrete Betancort, Elena María (2019). *Los límites de la prevención del suicidio*. Rev. Asoc. Esp. Neuropsiq, volumen 39, 193-214. [Link](#).
- Niederkrotenthaler, Thomas y otros (2020). Association between suicide reporting in the media and suicide: systematic review and meta-analysis. BMJ, volumen 368, 1-17. [Link](#).
- Rátiva Osorio, Johan Sebastián y otros (2013). *Análisis de las noticias sobre suicidio publicadas en un diario local del Quindío, Colombia, entre 2004 y 2011*. Revista Cubana de Higiene y Epidemiología, volumen 51, 184-191. [Link](#).
- Rodrigo Alsina, Miguel (2005). *La construcción de la noticia*. Barcelona, Paidós.
- Rodríguez Caro, Carlos Jesús (2019). *Análisis de las noticias sobre suicidio en los medios digitales de Canarias, adhesión a las recomendaciones de la OMS y efectividad*

*de intervenciones formativas.* Tesis doctoral, Facultad de Ciencias de la Salud. Las Palmas de Gran Canaria, España.