



REVISTA PRISMA SOCIAL N° 37

EDUCACIÓN INCLUSIVA: UN MODELO SOSTENIBLE PARA LA SOCIEDAD DEL SIGLO XXI

2º TRIMESTRE, ABRIL 2022 | SECCIÓN ABIERTA | PP. 212-237

RECIBIDO: 19/10/2021 – ACEPTADO: 6/4/2022

INFORMACIÓN SOBRE ACCIDENTES DE TRÁFICO Y SUICIDIOS: PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y PERCEPCIÓN CIUDADANA

INFORMATION ON TRAFFIC ACCIDENTS
AND SUICIDES: JOURNALISTIC PRODUCTION
AND CITIZEN PERCEPTION

FRANCISCO JAVIER OLIVAR-JULIÁN / FRANCISCOJAVIER.OLIVAR@UNIR.NET

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA, ESPAÑA

FRANCISCO SEGADO-BOJ / FSEGADO@UCM.ES

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, ESPAÑA

JESÚS DÍAZ-CAMPO / JESUS.DIAZ@UNIR.NET

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA, ESPAÑA



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

Las principales causas externas de muerte en España desde 2011 han sido, por este orden, los suicidios, las caídas accidentales, los ahogamientos y los accidentes de tráfico. En esta investigación se realiza un estudio sobre la percepción del tratamiento informativo de los accidentes de tráfico y de los suicidios publicados en los medios de comunicación en general. Para ello, se han realizado entrevistas en profundidad a profesionales de los medios de comunicación y se ha preparado un grupo de discusión heterogéneo. Los resultados indican que, a juicio de periodistas y de la ciudadanía, hay una labor pedagógica pendiente por parte de los medios de comunicación, ya que se debe evitar el sensacionalismo en favor de un tratamiento informativo más profesional y ético.

PALABRAS CLAVE

Tratamiento informativo; medios de comunicación; accidentes de tráfico; suicidios; análisis cualitativo.

ABSTRACT

The main external causes of death in Spain since 2011 have been, in this order, suicides, accidental falls, drowning and traffic accidents. In this research, a study is carried out on the perception of the informative treatment of traffic accidents and suicides published in the media in general. To do this, in-depth interviews have been conducted with media professionals and a heterogeneous discussion group has been prepared. The results indicate that, in the opinion of journalists and citizens, there is pending pedagogical work on the part of the media, since sensationalism must be avoided, and a more professional and ethical treatment of information must be provided.

KEYWORDS

Informative treatment; Media; Traffic accidents; Suicides; Qualitative analysis.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. SUICIDIOS Y ACCIDENTES DE TRÁFICO EN ESPAÑA

El suicidio ha sido la primera causa de muerte no natural en España desde el año 2008. Hasta esa fecha, fueron los accidentes de tráfico los que ocupaban este primer puesto en el ranking de mortalidad por causas externas pero, durante los siguientes doce años, se ha ido reduciendo el número de víctimas mortales por accidentes de circulación hasta convertirse en la cuarta causa de mortalidad, por detrás de las caídas accidentales y de los ahogamientos (INE, 2019). En el mundo, cerca de un millón de personas fallecen cada año a causa del suicidio (OMS, 2019) y se estima que unas 20 personas tratan de hacerlo por cada una que lo lleva finalmente a cabo (Saxena, Krug y Chestnov, 2014).

Estas cifras convierten al suicidio en un grave problema de salud pública (Yaqub, Beam y John, 2020; Fonseca-Pedrero *et al.*, 2018; Delfrade, *et al.* 2017) que solo viene siendo abordado desde ámbitos sanitarios como el de la psiquiatría (Gabilondo, 2020), pero con el que el mundo educativo, la sociedad y los medios de comunicación no terminan de comprometerse (Camacho Markina y Santos Díez, 2020).

Por otro lado, los accidentes de tráfico en España han evolucionado de diferente manera. En los datos facilitados por la DGT se observa desde el año 1959 un crecimiento en el número de fallecimientos hasta alcanzar el pico de 9.344 en el año 1989 (DGT, 2017). Posteriormente a esta fecha, la cifra de fallecimientos por accidentes de tráfico se ha ido reduciendo (DGT, 2018). Por otro lado, el número de muertes por suicidio presenta una tendencia alcista durante el periodo 2010-2017 (INE, 2018) (ver Tabla 1).

Tabla 1. Número de muertes anuales por accidentes de tráfico y suicidios en España

Años	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Tráfico	2.336	2.116	1.914	1.807	1.873	1.880	1.890	1.943
Suicidios	3.158	3.180	3.539	3.870	3.910	3.602	3.569	3.679

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística, 2018 y de la DGT, 2018

1.2. TRATAMIENTO INFORMATIVO DE SUICIDIOS Y ACCIDENTES DE TRÁFICO

Hablando del suicidio en términos de comunicación, se suele recurrir a dos figuras confrontadas: el «efecto Werther» -como efecto imitación- y el «efecto Papageno» -como efecto de prevención- (Herrera Ramírez *et al.*, 2015). El primero de ellos tiene como origen la novela *Las penas del joven Werther*, de Johan Wolfgang Von Goethe (1774), cuando tras su publicación registró numerosos casos de suicidio por imitación sobre el personaje protagonista de la novela.

Por otro lado, Papageno, como personaje de la ópera *La flauta mágica* de Wolfgang Amadeus Mozart, aporta un carácter preventivo sobre el suicidio, ya que en el libreto de la obra (Schikaneder, 1791) se relata cómo este personaje es persuadido y convencido por unos duendes para dejar de lado esta tentación suicida.

En todo caso, todavía parece mantenerse el debate sobre si es mejor silenciar las noticias de suicidios para conseguir reducir los índices de mortalidad o bien, como se concluye en recientes análisis científicos, es más recomendable proceder a su publicación con un enfoque preventivo (Durán y Fernández-Beltrán, 2020; Choi y Noh, 2020; Till, Tran y Niederkrotenthaler, 2020; Victor *et al.*, 2019).

En referencia al periodismo sobre accidentes de tráfico, este ha ocupado durante los últimos años una posición destacada frente al resto de sucesos. Las razones que se han dado sobre este efecto han sido la alta frecuencia y número de accidentes de circulación con víctimas que se producen, el fuerte impacto visual de los documentos gráficos que acompañan a estas noticias y su capacidad para transmitir a la sociedad una mayor sensibilidad sobre este problema que sobre otros tipos de siniestros (Rodríguez Cárcela, 2011).

No ha sucedido lo mismo con los suicidios, un asunto sobre el que los medios de comunicación reconocen que tratan de evitar su publicación (Durán y Fernández-Beltrán, 2020; Olmo López y García Fernández, 2015) y, cuando lo hacen, estas noticias suelen contener rasgos sensacionalistas (Granja-González y Meneses-Fernández, 2019; Ladwig, *et al.*, 2012; Müller, 2011) y acostumbran a incumplir las recomendaciones que la Organización Mundial de la Salud (OMS) propone para su correcta redacción profesional (Olivar-Julián, Díaz-Campo y Segado-Boj, 2021; Camacho Markina y Santos Díez, 2020; Carmichael y Whitley, 2019; Acosta *et al.*, 2019; Garrido-Fabián, Serrano-López y Catalán-Matamoros, 2018; Kim *et al.*, 2013; Rátiva Osorio *et al.*, 2013). Al margen de las recomendaciones de la OMS, tampoco se ha podido constatar un tratamiento preventivo en la publicación de noticias sobre suicidios (Armstrong *et al.*, 2018; Daza, Cabrera y Londoño, 2007) que podría contribuir a transmitir una mayor sensibilidad sobre el problema a la sociedad (Batterham, Caelear y Christensen, 2013) y a los responsables políticos con capacidad de poner en marcha acciones preventivas (Fu, Chan y Yip, 2011).

Si bien es cierto que existen investigaciones científicas que contemplan el análisis del contenido de este tipo de noticias, la novedad de este estudio reside en que todavía no se ha investigado ni la percepción social al respecto ni los valores o la visión de profesionales sobre el tema, quienes, en el desarrollo de su labor, se enfrentan a dilemas en la selección de contenido, en relación con la fuente, en el encuadre de las historias y en el trato con las víctimas (Abubakar, 2020). Estos valores de las personas profesionales de los medios de comunicación se relacionan con la promoción de los ideales de un periodismo democrático, con la experimentación de un enfoque cultural que les conecta con un sector marginado de la comunidad, con la búsqueda de orientación hacia una investigación crítica en situaciones estructuralmente complejas y todo ello, en definitiva, con su rol profesional (Borron, Urban, & Cabrera, 2017).

Por tanto, se considera necesario y conveniente llevar a cabo este análisis que aportará una información novedosa y relevante desde ambos puntos de vista (audiencia y medios de comunicación).

1.3. OBJETIVOS

Los objetivos de este estudio son los siguientes:

- 1) Identificar la percepción que tiene la audiencia sobre la cobertura que ofrecen los medios de comunicación digitales sobre noticias de accidentes de tráfico y suicidios.
- 2) Señalar las necesidades que identifica la audiencia sobre la cobertura que ofrecen los medios de comunicación digitales sobre este tipo de noticias.
- 3) Desvelar las actitudes que se aplican en los medios de comunicación digitales en la producción de estas noticias.

2. DISEÑO Y MÉTODO

Para el desarrollo de este estudio cualitativo se han llevado a cabo cuatro entrevistas en profundidad, realizadas a profesionales del periodismo. Por otro lado, se ha creado un heterogéneo grupo de discusión de ocho personas, con la finalidad de obtener diferentes tipos de opiniones.

En lo relativo a la representatividad de la muestra, se ha seguido un criterio de saturación tipológica ya utilizado en otros estudios (Segado-Boj *et al.*, 2019), por lo que se considera que las percepciones estudiadas son ilustrativas de las existentes entre el público.

En el caso de las entrevistas en profundidad se ha tomado como muestra a una selección de personas relacionadas profesionalmente con el mundo del periodismo, teniendo en cuenta tanto a personas cercanas a la producción de noticias como a personas que desarrollan labores de representación del sector de la comunicación. En este sentido, se ha contactado con personas de la comunidad autónoma de Navarra (por motivos de mayor facilidad de contacto), dato que se considera promedio por ser una comunidad autónoma española que se encuentra dentro de la media de fallecimientos por accidentes de tráfico por habitante 2016-2018.

Por ello, se consideran significativos estos datos, además de considerar también que las prácticas periodísticas de los medios de comunicación locales no difieren representativamente entre las comunidades españolas.

En lo relativo a las personas entrevistadas con responsabilidades en la redacción de noticias de la Sección de Sucesos de prensa, se ha contado con la participación de:

- D. Jesús Morales (responsable de la Sección de Sucesos de *Diario de Noticias*).
- D. Gabriel González Ortiz (periodista en la Sección de Sucesos y Tribunales de *Diario de Navarra*).

También se ha tenido en cuenta la participación de personas profesionales del periodismo de suceso en diarios nativos digitales:

- D. Ignacio Murillo (director de *Navarra.com*, Glocal Influence, S.L. Ex redactor de la sección de Sucesos, Sociedad y Tribunales en *Diario de Navarra*).

Por último, también se ha tenido en cuenta la representación institucional del sector de la prensa:

- D. Patxi Pérez Fernández (presidente de la Asociación de Periodistas de Navarra-APN).

Para la creación del grupo de discusión se han seleccionado a ocho personas de diferente perfil entre sí, con la intención de obtener un suficiente contraste de opiniones a la vez de evitar la posibilidad de fragmentar los temas de debate (Krueger y Casey, 2002).

Por tanto, se han elegido personas jóvenes de diferentes sexos y con estudios diferentes:

- Dña. Marina Azcona Vitorini (soltera, 18 años, estudiante de Bachillerato).
- D. Jaime Bueno Arteaga (soltero, 18 años, estudiante de Grado de Ingeniería).

Personas de mayor edad en periodo de jubilación:

- D. Jesús Tanco Lerga (casado, 70 años, doctor en Ciencias de la Información, actualmente jubilado).
- D. José Luis Allo Falces (separado, 68 años, poeta, exvicepresidente del Ateneo Navarro, jubilado).

Y personas casadas o solteras, relacionadas con las diferentes etapas en la gestión de los sucesos de urgencias:

- Dña. Marian Marteles Ripa (soltera, 57 años, enfermera de anestesia en Clínica Universidad de Navarra).
- Dña. Elena Aisa Luser (casada, 58 años, presidenta de la Asociación Besarkada – Abrazo).
- D. Iñaki Pradini Olazábal (casado, 58 años, médico forense y director del Servicio de Clínica Forense del Instituto Navarro de Medicina Legal).
- Dña. Rut Indave Rípodas (casada, 44 años, asistente del centro de atención de llamadas 112 y ama de casa).

Todas estas personas han consentido participar en el grupo de discusión y han permitido la difusión de sus nombres y sus opiniones junto a los resultados del estudio.

3. TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para la realización de las entrevistas se ha preparado un cuestionario con la siguiente estructura:

Primera parte. Proceso de producción de la noticia:

- ¿Cómo se preparan las noticias de sucesos?
- ¿Cuáles son los principales factores que tiene en cuenta la persona que redacta estas noticias?
- ¿Qué se pretende transmitir?
- ¿Qué partes de la noticia de sucesos destacan frente a otras noticias?
- ¿En qué criterios se basa un profesional del periodismo para redactar estas noticias?
- ¿Qué fuentes debe utilizar de manera principal un periodista de sucesos?

Segunda parte. Reacción de la audiencia:

- ¿Cómo reaccionan la audiencia ante noticias de sucesos que han causado una gran conmoción?
- ¿Cómo percibe la audiencia las noticias sobre sucesos?
- ¿Cree que existen diferencias en el tratamiento informativo de estas noticias dependiendo si son difundidas por la prensa o por los medios digitales?
- ¿Cree que pueden existir estas diferencias entre medios inmigrantes y nativos digitales?
- ¿Qué tipo de suceso suscita un mayor interés en la audiencia: los accidentes de tráfico o los suicidios?
- ¿Qué componente de la noticia cree que la hace más importante?

Tercera parte. Ética periodística:

- ¿Cree que se informa bien sobre los sucesos?
- ¿Podría realizarse algún cambio en la redacción de estas noticias para contribuir a que se no se sigan produciendo estos sucesos?
- ¿Se aplican técnicas preventivas en la redacción de estas noticias?
- En caso de respuesta negativa, ¿por qué no se aplican?
- ¿Qué problemas éticos tiene que afrontar un profesional del periodismo en la redacción de este tipo de noticias?
- ¿Conoce algún manual ético de referencia?
- ¿En qué se debería centrar un manual ético del periodismo?
- ¿Se sigue alguna directriz ética en la redacción de las noticias de sucesos?

Para el grupo de discusión se ha pretendido plantear un debate y tomar nota de los sentimientos y pensamientos de sus participantes (Krueger y Casey, 2014) en relación con el tratamiento informativo sobre accidentes de tráfico y suicidios.

En este caso se ha preparado un guion que ha servido de referencia al moderador para abordar en el debate todos los puntos indicados en el mismo.

El grupo de discusión se reunió en un local de Pamplona el 15 de enero de 2020.

El guion del grupo de discusión consta de cuatro partes:

Primera parte. Percepción social sobre los accidentes de tráfico y suicidios:

- La información sobre accidentes de tráfico y suicidios ¿es de interés para la ciudadanía?
- ¿Por qué?
- ¿Qué aporta esta información?
- ¿Se conoce la realidad que existe detrás de esta información?
- ¿Cuál es el grado de sensibilidad sobre este tema?
- En estas informaciones ¿prevalece más el interés humano o el morbo?

Segunda parte. Reacción social ante accidentes de tráfico y suicidios:

- ¿Se conforma la sociedad con estas noticias?
- ¿Reacciona con protestas y reivindicaciones para luchar por alguna causa?
- ¿Puede la sociedad tratar que la prensa modifique el tratamiento informativo que está aplicando a este tipo de noticias?
- ¿O tiene que resignarse a que todo siga igual?

Tercera parte. Los medios y las noticias de sucesos:

- ¿Cómo se redactan las noticias de sucesos?
- ¿Con profesionalidad o con sensacionalismo?
- ¿Es igual el tratamiento informativo de los accidentes de tráfico que el de los suicidios?
- ¿Se silencian los suicidios?
- Estas noticias ¿le parecen cercanas o lejanas a la realidad social?

Cuarta parte. Visión de futuro:

- ¿Cree que en un futuro habrá una mayor difusión sobre suicidios?
- ¿Cree que los medios de comunicación van a variar su tratamiento informativo sobre este tipo de noticias?

4. RESULTADOS

4.1. ENTREVISTAS

Se presentan a continuación los resultados de las entrevistas que se han realizado a las personas vinculadas profesionalmente con la comunicación y más específicamente con el periodismo de sucesos.

Primera parte. Proceso de producción de la noticia:

De las respuestas obtenidas se desprende que las personas que se dedican al periodismo consideran que la redacción de las noticias de sucesos se ajusta al rigor profesional y que se mantiene el respeto al suceso y a las víctimas.

En este primer estado del proceso de producción de la noticia se toma declaración a los testigos y se obtiene información de las fuentes disponibles.

Reconocen que se debe evitar el enfoque sensacionalista, haciendo uso de los manuales de estilo y de los códigos deontológicos del periodismo.

«Valoramos diferentes aspectos: la trascendencia del hecho noticiable, sus peculiaridades, el desenlace, los implicados... Se intenta contar los hechos de la forma más certera posible, evitando el morbo. Rigurosidad, sobre todo. Y evitar el sensacionalismo. Los hechos hablan por sí solos» (Jesús Morales, *Diario de Noticias*).

«La regla de las 3R; rigor, respeto y responsabilidad. Debemos comprobar todo lo que publicamos, porque cualquier detalle erróneo puede ser muy relevante y generar más dolor en el afectado y el entorno» (Gabriel González, *Diario de Navarra*).

Desde los medios digitales se aprecia igualmente una visión profesional en el tratamiento de las noticias sobre siniestros. Se subraya la naturaleza inmediata de la noticia de sucesos y la necesidad de contrastarla debidamente antes de su publicación.

«En nuestro caso, al ser un medio de internet en el que la noticia pasa a ser publicada a los pocos minutos de producirse el hecho, es importante medir bien cómo se traslada la información al lector, no ofrecer datos sobre las víctimas en los primeros minutos/horas y tratar de poner en cuarentena la dinámica del accidente (causas, motivos...) hasta que todo queda perfectamente aclarado (...) (Ignacio Murillo, *Navarra.com*).

El punto de vista de las asociaciones de periodistas está centrado en transmitir un mensaje de cumplimiento de los manuales de estilo, de las premisas deontológicas propias del sector y del artículo 20 de la Constitución Española.

«Se debe seguir el código deontológico profesional o el manual del medio (si lo hubiera). Hay que tratar de no infringir los artículos de la Constitución Española, como el artículo 20 y los relacionados con el derecho a la intimidad, el derecho a la imagen, el derecho de los menores y con temas relacionados con la mujer o el suicidio» (Patxi Pérez, presidente de la Asociación de Periodistas de Navarra).

Según indican profesionales del periodismo, las fuentes utilizadas por los medios de comunicación pueden ser oficiales y no oficiales: Ambas deben ser contrastadas, aunque se debe dar prioridad a fuentes oficiales.

«Las principales fuentes son las oficiales: cuerpos de policía, bomberos, juzgados, autoridades... En algunos casos también es necesario contar con fuentes propias, al margen de las oficiales que aporten un plus a la información. Suelen ser personas que pertenecen a cualquiera de los ámbitos citados anteriormente» (Jesús Morales, *Diario de Noticias*).

«La elaboración es compleja y busca nutrirse de las fuentes oficiales y las propias que se han ido gestando con los años en emergencias y cuerpos policiales» (Gabriel González, *Diario de Navarra*).

«Informativamente, una fuente hoy en día puede ser cualquier persona con acceso directo al suceso, pero eso sólo no es suficiente cuando se trata de un hecho relevante en el que hay implicadas varias personas, heridas o fallecidas. Es fundamental contrastar lo ocurrido con los cuerpos de seguridad, bomberos, responsables de servicios médicos o cualquier otra persona que de manera profesional ha podido participar en la atención del hecho» (Ignacio Murillo, *Navarra.com*).

«Generalmente los periodistas siempre se nutren de fuentes oficiales, como policía, protección ciudadana, servicios de urgencias como DYA o Cruz Roja...» (Patxi Pérez, presidente de la Asociación de Periodistas de Navarra).

SEGUNDA PARTE. REACCIÓN DE LA AUDIENCIA:

En relación con la reacción que tiene la audiencia sobre este tipo de noticias de sucesos, estas personas entrevistadas opinan que existe un alto interés humano por el impacto que suscita el hecho en sí mismo. En este sentido, la proximidad del suceso se percibe como un punto adicional de atracción para la audiencia.

«Son noticias que despiertan mucho interés, por lo que las reacciones son múltiples. Desde la indignación, hasta la compasión, el abanico es amplio. Muchas personas consideran que son noticias que se recrean en el morbo y el dolor ajeno» (Jesús Morales, *Diario de Noticias*).

«Si un suceso tiene impacto, en una comunidad pequeña se hace muy evidente. Tanto por las visitas en la web como por los comentarios que se generan, enlaces que se comparten a través de aplicaciones como WhatsApp y, también en las conversaciones públicas que uno detecta en su propio entorno» (Gabriel González, *Diario de Navarra*).

«Los sucesos de todo tipo suelen tener especial repercusión porque son hechos que ocurren cerca de nosotros, en los que están implicadas personas de nuestro entorno (...). Un suceso es un hecho noticioso imprevisto que sufre alguna persona de forma directa o indirecta y que está afectado por el denominado "kilómetro sentimental": tiene mayor importancia e interés cuanto más cercano le es a la audiencia» (Ignacio Murillo, *Navarra.com*).

Desde los medios de comunicación digitales se apunta que las reacciones de la audiencia frente a estas noticias pueden parecer contradictorias. Por un lado, se aprecia un rechazo popular al sensacionalismo, pero por otro, parece existir una curiosidad individual por conocer todos los detalles del suceso.

«Las noticias de sucesos han evolucionado en su planteamiento a la audiencia, ya que ahora se omiten hechos que antes se podían publicar (los más truculentos) porque nos encontramos ante una sociedad, como audiencia, que rechaza públicamente la información más descarnada, aunque es la que todo el mundo quiere, de alguna manera, conocer» (Ignacio Murillo, *Navarra.com*).

Según la opinión que se ofrece desde las asociaciones de periodistas, se percibe un mayor interés de la audiencia en las noticias donde la víctima es una persona famosa y este factor puede influir en la manera en la que las personas que se dedican al periodismo transmiten esta información.

«Los sucesos son de interés y curiosidad por parte de los lectores. Les interesa saber más, sobre todo si la persona es popular o famosa. El periodista debe mantener la visión general de la información y no dejarse llevar por este interés de la audiencia» (Patxi Pérez, presidente de la Asociación de Periodistas de Navarra).

Las diferencias en el tratamiento informativo de este tipo de noticias según su naturaleza nativa digital o inmigrante digital parecen no poner de acuerdo a todas las personas profesionales entrevistadas. Según las personas que se dedican al periodismo en medios tradicionales se estima que en los medios de versión en papel existe un mayor rigor profesional y un menor nivel de sensacionalismo que en las versiones digitales. Por otro lado, desde los medios digitales

se defiende un tratamiento de confidencialidad en la identidad de las víctimas, excepto en los casos de que se trate de un personaje famoso.

«En las versiones de papel se trabaja con mucho más rigor. Lo que dices, queda escrito. En los medios digitales el rigor se relaja porque es posible modificar un contenido en un segundo. Además, en los nativos digitales se exhibe un mayor sensacionalismo en busca de pinchazos» (Jesús Morales, *Diario de Noticias*).

«Creo que algunos nativos digitales, no todos, ofrecen demasiados detalles irrelevantes de los sucesos para ganar audiencia, ya que en definitiva viven de los clics que los lectores pinchan en sus noticias (...). En general, veo con mucha más frecuencia tratamientos sensacionalistas en medios nativos digitales que en medios tradicionales» (Gabriel González, *Diario de Navarra*).

«Las versiones en papel son más exhaustivas, más completas, pueden presentar mayor despliegue gráfico (fotografías, infografías, mapas...) (Patxi Pérez, presidente de la Asociación de Periodistas de Navarra).

«En nuestro caso decidimos no añadir nombres ni identificaciones de las víctimas en las primeras horas tras un suceso, para evitar que familia o amigos puedan conocer por un medio de comunicación lo sucedido. Evidentemente esto puede tener excepciones cuando la víctima es una persona popular o conocida o cuando el relato del hecho en sí ya identifica a la persona (Ignacio Murillo, *Navarra.com*).

Profesionales de los medios parecen estar de acuerdo con que los accidentes de tráfico generan un mayor interés que los suicidios en la audiencia. Sobre los suicidios indican que se publican pocas noticias y las que se publican se redactan de manera genérica a no ser que lleven implícita una relevancia pública, ya que en la mayoría de los casos pertenecen a un ámbito público.

«Los suicidios son noticias que se evitan a menos que tengan una trascendencia pública, si bien su tratamiento siempre es muy reducido» (Jesús Morales, *Diario de Noticias*).

«Solo en accidentes de tráfico se informa sobre los casos concretos, mientras que, de otras causas, que pertenecen más al ámbito privado como caídas accidentales y suicidios, se informa más sobre las cifras globales al año o mediante reportajes (Gabriel González, *Diario de Navarra*).

Desde los diarios digitales se reconoce el silencio frente a los suicidios, aunque reconocen que sí existen publicaciones de suicidios si éstas están relacionadas con asesinatos, con víctimas famosas o tengan una trascendencia de carácter público.

«Cuanto más inesperado, extraño e inverosímil es lo ocurrido, más relevante es para los lectores. También cuando produce un impacto social, por ejemplo, cuando hay menores entre los fallecidos o cuando hay más de una víctima. Los accidentes de tráfico o laborales son habituales, pero no por ello dejan de interesar (...). En cuanto a suicidios, tenemos por norma no informar, salvo cuando ocurren dentro de otro suceso (asesinato + suicidio) o cuando la persona es conocida o popular. También podemos ofrecer esa información cuando el hecho ha afectado a más personas: corta las vías del tren u ocurre en un lugar público» (Ignacio Murillo, *Navarra.com*).

Desde la presidencia de la Asociación de Periodistas de Navarra (APN) se transmite un mensaje de preocupación sobre el tratamiento informativo en noticias sobre suicidios, donde ya se está trabajando para que profesionales de los medios de comunicación redacten estas noticias teniendo en cuenta un enfoque preventivo.

«Estamos en un momento en el que se quiere dar importancia a la manera de informar sobre suicidios. Yo empecé trabajando en *Diario de Navarra* como redactor de sucesos y en aquel momento se producían más de 5.000 muertos en accidentes de carretera. Actualmente ahora se producen más suicidios que accidentes de tráfico y es un momento en el que se le quiere dar importancia a este hecho. Hay barreras que superar y se tiene el convencimiento de que se puede contribuir desde el tratamiento informativo de la prensa a la prevención del suicidio. Hay que incidir en la manera de narrar estos sucesos. Actualmente existe más esta preocupación que la que puede existir para otros sucesos como caídas accidentales de montañeros, etc.» (Patxi Pérez, presidente de la Asociación de Periodistas de Navarra).

Tercera parte. Ética periodística:

En relación con la ética del tratamiento informativo en noticias sobre accidentes de tráfico y suicidios, las personas profesionales del periodismo parecen contradecirse. Por un lado, afirman que se informa de lo sucedido de manera aséptica, en ocasiones con contenidos preventivos. Por otro lado, indican que el hecho de publicar la noticia ya es en sí misma una manera de transmitir un mensaje de prevención a la audiencia.

«La tónica es limitarse a informar de los hechos. En algunos casos sí suelen acompañarse las noticias de contenidos que inciden en la prevención, aunque no es lo habitual» (Jesús Morales, *Diario de Noticias*).

«Creo que en Navarra hay un tratamiento muy respetuoso y contenido de los sucesos en general, sobre todo en los medios tradicionales. No cambiaría nada. Las propias noticias de esos sucesos concretos ayudan a concienciar y sensibilizar a la gente, y también suelen venir acompañadas de informaciones formativas para la población» (Gabriel González, *Diario de Navarra*).

«Creo que los medios, al menos en Navarra, tienen un muy buen comportamiento con los sucesos y un tratamiento adecuado de este tipo de noticias» (Ignacio Murillo, *Navarra.com*).

Desde el punto de vista institucional, las asociaciones de periodistas no participan de esta contradicción y remarcan la importancia del factor de proximidad, del carácter famoso de la víctima y del número final de víctimas que han sufrido el siniestro. El enfoque preventivo podrá depender también del medio que vaya a publicar la noticia.

«Se debe informar sobre todo según un criterio de proximidad o cercanía del lugar donde ocurre el suceso. También es relevante si la víctima es popular o si no lo es. Otro aspecto para tener en cuenta es el número de víctimas que registra el suceso. Todo ello viene a indicar un grado de afectación que hay que tener en cuenta. (En lo relativo al

enfoque preventivo) depende de los medios (...)» (Patxi Pérez, presidente de la Asociación de Periodistas de Navarra).

La mayor dificultad ética que encuentran las personas profesionales del periodismo a la hora de enfrentarse a la elaboración de este tipo de noticias es la gestión del respeto a las víctimas. No solo cuidar su anonimato sino todos aquellos detalles informativos que puedan vulnerar el derecho a su intimidad.

«(El problema es) preservar la identidad de las personas implicadas o no hacerlo, por las repercusiones que ello puede tener para sus familias y entornos. (respecto a los documentos éticos de referencia), los desconozco» (Jesús Morales, *Diario de Noticias*).

«El principal dilema es dónde situar la línea que divide el derecho a la información del derecho a la intimidad, dónde colisiona el interés público del interés privado...» (Gabriel González, *Diario de Navarra*).

«Informar de un suceso conlleva ser siempre mucho más exigente en todos los aspectos de la noticia, la identificación de las personas o el planteamiento de la noticia» (Ignacio Murillo, *Navarra.com*).

La posición institucional de las personas profesionales del periodismo se centra más en la necesidad de realizar nuevos esfuerzos para transformar el tratamiento informativo actual en un tratamiento que informe con un enfoque más preventivo, que está alineado con los artículos 18 y 20 de la Constitución Española y que se apoye en los códigos deontológicos específicos del periodismo.

«Debe existir un enfoque preventivo. Hay que fijarse en los artículos de la Constitución Española y respetarlos. Hay que seguir los códigos deontológicos (...). Se debe defender el derecho al honor, a los menores, a la imagen... No hay que confundir el morbo con el interés social (...). Cada vez se hace más caso a los códigos deontológicos (...) y desde la Asociación de Periodistas de Navarra se está potenciando que así sea. Se está trabajando en un decálogo deontológico del periodista (...).» (Patxi Pérez, presidente de la Asociación de Periodistas de Navarra).

Para poder analizar de manera resumida todos los conceptos apuntados en las entrevistas, se ha construido una Tabla que relaciona las variables más relevantes con las percepciones detectadas (ver Tabla 2).

Tabla 2. Resumen de temas y percepciones sobre las entrevistas realizadas

Tema	Percepciones
Enfoque preventivo	Ausencia de enfoque preventivo Innecesario según los medios Sometido a marco deontológico general Arbitrario según cada medio
Sensacionalismo	Trata de evitarse/formación ética y experiencia Derecho a la información/intimidad (Constitución Española) Socialmente se rechaza Individualmente es atractivo
Proximidad	Inmediatez Atractivo Exigencia Ausencia enfoque preventivo Sin compromiso social Fuentes oficiales y fuentes propias
Actualidad	Víctima menor/Víctima famosa Más de una víctima Impacto Proximidad
Víctima famosa	Mayor interés Mayor trascendencia en la identidad de las víctimas
Accidentes de tráfico	Mayor interés Mayor impacto Información habitual
Suicidios	Información genérica Ámbito público No se publican, excepto si tienen trascendencia pública/asesinato Papel social de la prensa en entredicho

Fuente: Elaboración propia

4.2. GRUPO DE DISCUSIÓN

Se han extraído las aportaciones más relevantes del grupo de discusión en relación con el tratamiento informativo de los medios de comunicación sobre noticias de accidentes de tráfico y suicidios.

Primera Parte:

Por un lado, las personas participantes en el grupo de discusión perciben una mayor sensibilidad social sobre los accidentes de tráfico que sobre los suicidios, aunque, por parte de las instituciones, se opina que se está comenzando a trabajar en la prevención de los suicidios.

«Lo que pasa que, dentro de los grupos, por ejemplo, los accidentes de tráfico, hay una sensibilización social para evitarlos, para prevenirlos... En el tema del suicidio, a mí me parece que no se ha enfocado excesivamente bien el tema» (Jesús Tanco).

«Ahora las instituciones se están empezando a mover para trabajar en algo que es (...) la causa de muerte accidental más importante (se refiere a los suicidios), violenta más que accidental» (Iñaki Pradini).

Desde la perspectiva de las personas que componen el grupo de discusión, esta mayor solidaridad con las víctimas de accidentes de tráfico puede tener su relación con su mayor difusión mediática, con el mayor número de campañas preventivas (se indican expresamente las realizadas por la Dirección General de Tráfico de España). Todo esto se contrapone con el silencio con el que los medios tratan el problema del suicidio, que en ocasiones se justifica para salvaguardar la intimidad de las víctimas.

«Dentro del tema de los accidentes, la prensa debería informar bastante más, porque una de las mejores formas de prevenirlos de cara al futuro es decir cómo evitarlos (...) Realmente la mejor forma de poder evitar estos casos sería diciendo desde campañas como por ejemplo las que hace la DGT 'tolerancia cero con el alcohol' o con las drogas 'si consumís ciertas cosas, no cojas el volante'" (Jaime Bueno).

«Yo distinguiría un poco el tema del suicidio... es un tema muy especial» (Jesús Tanco).

«En eso, hasta el lenguaje trata de suavizar las cosas» (Iñaki Pradini).

Este razonamiento encuentra en las personas participantes una excepción que permite comunicar los suicidios que van precedidos de un asesinato, como si de tal manera la sociedad aceptara la publicación de la noticia como un rendimiento de cuentas con la persona agresora.

«Hubo un caso... Una persona mata a sus padres y se mata él también. Estaban con cuidados especiales y tal...» (Jesús Tanco).

«Esa es la única vez que suele aparecer en los medios de comunicación, el suicidio: «mata a su pareja y después se suicida». Es la única vez en la que suele aparecer el suicidio. Entonces parece que a todo el mundo le parece casi bien que se haya suicidado...» (Iñaki Pradini).

La gran diferencia entre las víctimas de accidentes de circulación y las víctimas de suicidios parece centrarse en el desconocimiento que la sociedad tiene sobre el suicidio. Este desconocimiento, convertido en tabú, impide conocer que las víctimas de suicidio no quieren morir, sino que solo desean dejar de sufrir. Se concluye indicando que esta aceptación de la sociedad sobre las personas que quieren quitarse la vida de manera voluntaria puede crear una pasividad para llevar a la práctica medidas preventivas. Todo ello, relacionado con el tratamiento informativo que ofrecen los medios de comunicación sobre este tipo de noticias, lleva a las personas participantes a plantearse una crisis sobre el enfoque educativo.

«Yo creo que no hay mucho conocimiento (...). Luego, la aceptabilidad tiene un riesgo y más en nuestra sociedad, que cada vez se materializa, es más materialista ¿no?, que en la medida en que yo otorgó el derecho a la persona sobre su vida en razón, a la libertad, etcétera, igual como sociedad me inhibo de crear recursos, me inhibo de buscar, profundizar en ese problema y me inhibo de abordarlo (...). El desconocimiento provoca eso, el desconocimiento aumenta prolonga el tabú» (Elena Aisa).

«Ahora esto, desde el punto de vista de los medios de comunicación es muy difícil realmente esta labor, vamos a decir, de prevención... en el tema del tráfico, por ejemplo, se hace... En el tema del suicidio es muy difícil porque el sufrimiento humano hay que saber también superarlo porque es un hecho real que todos sufrimos... sufrimiento moral, sufrimiento físico, sufrimientos y muchos... y dolores, físicamente también ¿no? Y

hay un tema educativo que no se está educando para el sufrimiento (...). Ahí tenemos un problema educativo muy serio (Jesús Tanco).

«Ahí lo que no podemos hacer es pedir a los medios de comunicación que sean los que eduquen porque al final ellos lo que tienen que hacer es transmitir los hechos de una forma bastante objetiva. Luego, el que tú empatices con el suceso o no, depende de ti» (Jaime Bueno).

«La atmósfera informativa que tenemos es bastante mejorable...y es una decepción tremenda la banalización de la muerte. En eso tenemos que hacer una labor social y las audiencias pueden hacer mucho... decir, mire, yo no pongo su canal porque realmente me parece que usted está... se regodea en el sufrimiento humano...» (Jesús Tanco).

En el grupo de discusión se debaten también otros tipos de suicidios que suelen aparecer en los medios de comunicación por su naturaleza de impacto emocional, como por ejemplo los casos de *bullying*.

«Las formas en las que aparece también el suicidio... cuando los críos se mueren porque se suicidan por *bullying*, esto también suele aparecer. No hay muchos...» (Iñaki Pradini).

«Pero a veces de manera enmascarada. Tampoco abiertamente se dice que con casos... bueno, los casos así más llamativos sí, pero en muchos casos se ocultan...» (Rut Indave).

En todo caso, se indica desde el grupo de discusión que existe una dificultad añadida a la hora de realizar campañas de prevención del suicidio basadas en el miedo, factor que se utiliza frecuentemente en las campañas de tráfico.

«Que haya menos muertos en accidentes de tráfico, (...) yo creo que los suicidios no los podemos evitar con ese miedo...» (Iñaki Pradini).

Las personas participantes del grupo de discusión indican que no se realiza una labor pedagógica en la labor de redacción de noticias sobre suicidios. Por el contrario, perciben el uso del sensacionalismo como un recurso de los medios para incrementar la atención de la audiencia por un interés económico.

«Cuentan detalles morbosos, cuentan el método, con pelos y señales. Eso sí que es efecto llamada de... una llamada... ósea, está comprobado» (Elena Aisa).

«Quizás no aparezcan más, no porque ellos no les gustaría informar sino porque no se les pasa información» (Iñaki Pradini).

«Pero buscan eso, porque también eso da lecturas» (Elena Aisa).

«Ahí hay muchos intereses económicos, hay muchos intereses económicos» (Jesús Tanco).

Segunda Parte:

Por parte de las personas integrantes del grupo de discusión se observa una mayor movilización social en relación con accidentes de tráfico que frente a los suicidios. En la conversación se alude a un reciente accidente ocurrido en la carretera navarra «Nacional 121» donde han

fallecido dos jóvenes y donde se ha producido una importante respuesta de los vecinos reclamando una carretera más segura.

«Por ejemplo ahora ha habido otro... dos fallecimientos de accidente de tráfico en la Nacional 121, entonces yo creo que sí que... moviliza por lo menos a los usuarios de esa vía (...) entonces eso ¿cómo se arregla?, pues con dinero... En vez de hacer de sentido contrario la carretera, haces una autovía y se reducirán los muertos... pero... Yo creo que la sociedad tiene que ser consciente de eso» (Iñaki Pradini).

«Pues si lo extrapolamos al tema del suicidio, es lo mismo. Si somos conscientes de la que hay, habrá que destinar recursos y concienciar a la gente en todos los ámbitos» (Rut Indave).

«Pero yo creo que eso, que la sociedad se moviliza ante un accidente, lo que dices tú... ante una carretera peligrosa... pero ante los suicidios la sociedad no se moviliza, no se habla...» (Marian Marteles).

«Ante un accidente de tráfico sí, ante ahogamientos en piscinas que no puedan estar cubiertas por socorristas también, pero ante el suicidio la sociedad movilizarse... Yo lo veo complicado, no sé...» (Marian Marteles).

«Sin embargo, el suicidio el tema es que no existe y como no existe, no hay movilización y cuándo existe, como hay tal nivel de desconocimiento, de ¿qué pasara ahí?... es un tema de ellos, no es un tema social, es un tema de ellos. Entonces, la movilización parte, solamente de una parte, sobre todo, de una parte de los afectados» (Elena Aisa).

Tercera parte:

Las personas participantes del grupo de discusión argumentan que la proximidad da una mayor relevancia a la noticia y que incluso en el caso de los suicidios, la cercanía del suceso y el carácter famoso de las víctimas hace que la noticia tenga una mayor repercusión. Incluso, se pone de relieve que informar sobre suicidios de personas anónimas puede tener un efecto llamada y, por tanto, debe evitarse.

«Si se suicida alguien aquí, pues los medios de aquí tendrán más repercusión, pero si se... si se suicida Joaquín Sabina, pues indudablemente la repercusión que pueda tener en los medios de comunicación es infinitamente mayor...» (José Luis Allo).

«Cuando son personajes públicos, es conveniente publicar la información del suicidio, pero atendiendo a esas normas que ya hay establecidas, de cómo son... las apropiadas para que tenga un efecto preventivo. Y también está, vamos a decir, demostrado, que notificar de personas, vamos a decir, anónimas es, como dices, es contraproducente. Informar de suicidios cotidianamente de personas corrientes puede tener un efecto contagio» (Elena Aisa).

El argumento anterior se contrapone con la idea de que es interesante que se publiquen los casos de suicidios para presentar su realidad y concienciar a la sociedad. En este punto, el grupo debate sobre la manera en la que deben tratarse las noticias sobre suicidios. Se deben publicar este tipo de noticias, pero hay que cuidar la forma y el enfoque para transformar el tabú en conocimiento.

«Entonces si vas a sacar todos los casos que hay, la sociedad se va a dar cuenta de... ¡Ostras! Pues igual tenemos que hacer algo para evitar esto porque realmente es un problema...» (Jaime Bueno).

«Sí, lo que pasa es que hay otras formas de informar de eso que es... informar más asiduamente, informar más con estadísticas, informar más con testimonios (...). Pero hay otras formas de informar, preventivas, y lo que dices tú, sobre todo ir acabando, transformando ese tabú en conocimiento» (Elena Aisa).

Las personas del grupo de discusión valoran también el silencio de los medios en noticias sobre el suicidio, como si esta actitud fuera una forma de salvaguardarla intimidad de las víctimas. En este sentido, se denuncia cierta asepsia por parte de los medios de comunicación en el tratamiento informativo de este tipo de noticias de sucesos en donde, en ocasiones, se transcribe textualmente la nota ofrecida por las fuentes de los servicios de emergencia.

«Yo pensaba que el tema de informar en los medios de comunicación sobre los suicidios era más, igual estoy yo equivocada eh, era más como por respeto a la familia ¿no?, por aquello de... por el sufrimiento que tiene esa familia ¿no? La gente lo trate, los medios de comunicación en plan morboso, no sé, o sensacionalista. Yo pensaba que era por respeto, eh, sinceramente (Marian Marteles).

«Pero también la víctima de los accidentes de tráfico también la sufre la familia. No...» (Iñaki Pradini).

«Yo, dos cosas. Si vamos al tratamiento de los medios de comunicación, yo creo que en el fondo los medios de comunicación no hacen periodismo hacen... es volcar la nota de prensa de lo que les ha dicho la Policía Foral, de la Guardia Civil... No hacen más que eso. Y tú miras la noticia del Diario Navarra o del Diario Noticias y es exactamente igual» (Iñaki Pradini).

Cuarta Parte:

Las personas que componen el grupo de discusión argumentan sobre el futuro del tratamiento informativo de este tipo de noticias de sucesos y creen que se debe transmitir toda la información para que exista un conocimiento social de la realidad y una nueva toma de conciencia. En ese proceso, los medios no solo deben volcar la información recibida por los servicios de emergencias, sino que se sugiere que deberían realizar un trabajo profesional de investigación. Una vez trasladada toda la información a la sociedad, ésta podrá movilizarse y trasladar su presión social al sector político para que actúe.

«Yo creo que lo bueno... de lo... para eso, los medios de comunicaciones deben de transmitir la información para que la gente sepa que pasa algo. Tenga conciencia para que después también... a la hora de... si al final es dinero, presupuestos, son políticos (...) con la gente con conocimiento para que puedan elegir también» (Iñaki Pradini).

«Entonces igual el medio de comunicación simplemente transcribe lo que le ha dicho la policía, pero no se molestan en investigar más. Entonces, lo ideal sería que ese medio de comunicación se molestará, ¿no? en investigar y dar la información digo, ¿eh? No sé igual estoy equivocada» (Marian Marteles).

«Yo creo que con un tema se convierte en social, el político se agachan las orejas y empiezan a trabajar. Mientras la sociedad no se implique, en plan más mayoritario, o no sientan que haya una presión prefieren no mover... Así de claro» (Elena Aisa).

Se plantea en el grupo de discusión la posibilidad de que los medios de comunicación, de manera voluntaria y en base a sus principios profesionales, sean capaces de incorporar un enfoque preventivo en la redacción de este tipo de noticias. Los medios de comunicación deben servir a un interés social y se demanda información sobre una realidad que de momento se percibe oculta.

«También los medios informativos apuestan por algo y, o sea, quiero decir, el mundo periodístico tiene mucho poder (...) Si la sociedad le cuestiona al medio de comunicación que informe también de estas otras cosas, pues también si tú proactivamente como medio de comunicación, dices, la sociedad todavía no es consciente de que existe el suicidio, no es consciente de las señales de alarma, no es consciente de muchas cosas. Yo voy a contribuir a que eso vaya cambiando de forma proactiva, aunque no haya una demanda» (Elena Aisa).

«Y yo opino, que igual que en que somos nosotros los que tenemos que demandar la información que queremos. (...) ¿Qué pasa? Que si no es interesante, para nosotros, por ejemplo, y para la sociedad, para una parte de la sociedad, sí que son interesantes estos temas, (...) que nos tenemos que mover...» (Marina Azcona).

«¿Por qué se venden tres veces más revistas de información banal, por ejemplo, a la prensa escrita seria? La sociedad está fallando estrepitosamente. Estrepitosamente» (José Luis Allo).

«Quizás el trabajo de los medios de comunicación es acercar información a la sociedad para que la sociedad sepa lo que pasa» (Iñaki Pradini).

En la Tabla 2 se resumen las principales percepciones y el modelo deseado del grupo de discusión sobre los temas tratados (ver Tabla 3).

Tabla 3. Resumen de percepciones y modelo deseado por la sociedad sobre la cobertura mediática, según tipo de siniestro

Causa	Percepciones de la sociedad	Modelo deseado por la sociedad
Suicidios	Preocupación reciente de las Instituciones Interés por las motivaciones que llevan al suicidio Menor sensibilidad social Silencio de la prensa Gran desconocimiento/tabú Carácter especial Pasividad para crear recursos preventivos. Excepción en el caso del suicidio de un asesino Tratamiento sensacionalista Mayor cobertura en casos de proximidad y víctima famosa	Labor pedagógica pendiente Tratamiento informativo profesional y ético Evitar sensacionalismo Enfoque general, no individual Evitar detalles/Ofrecedor informes, estadísticas, testimonios. Mayor enfoque preventivo Mayor sensibilidad social Mayor sensibilidad institucional Mayor acción preventiva Mayor respuesta social Mayor investigación periodística
Tráfico	Mayor sensibilidad social Mayor sensibilidad institucional Mayor cobertura informativa Mayor acción preventiva Mayor respuesta social	

Fuente: Elaboración propia

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Tanto las personas entrevistadas como las del grupo de discusión dan por hecho que se ha informado más sobre accidentes de tráfico que sobre suicidios, conclusión a la que también llegan otros estudios cuantitativos (Olivar-Julián y Segado-Boj, 2020). Esta percepción de menor atención a las noticias de suicidio ha centrado el debate del grupo de discusión donde se ha reclamado a los medios de comunicación una mayor transmisión de información, un tratamiento informativo más profesional y un enfoque preventivo.

En relación con el sensacionalismo, se observa en las entrevistas de las personas profesionales de los medios de comunicación una defensa de los valores éticos en el modo en el que se redactan las noticias de sucesos. En contraposición con esta idea, las personas del grupo de discusión exponen su crítica al exceso de utilización del sensacionalismo en las noticias de suicidios, tratamiento que estiman se utiliza para atraer a la audiencia y alcanzar los intereses económicos de los medios. En este sentido, existen estudios que concluyen que las noticias con

víctimas jóvenes suelen incluir un mayor sensacionalismo que las noticias con víctimas de otros rangos de edad (Olivar-Julián y Díaz-Campo, 2020).

Son varios los estudios que indican un escaso cumplimiento de las recomendaciones éticas que propone la Organización Mundial de la Salud (OMS) para la redacción de este tipo de noticias (Camacho Markina y Santos Díez, 2020; Durán y Fernández-Beltrán, 2020; Acosta *et al.*, 2019; Garrido-Fabián *et al.*, 2018), por lo que estas afirmaciones que realizan profesionales del periodismo parecen estar más enfocadas a justificarla defensa del sector que a la descripción de una realidad que no se percibe en el grupo de discusión.

Profesionales de la comunicación reconocen en las entrevistas que, así como sobre accidentes de tráfico existe una gran difusión mediática, no ocurre lo mismo sobre los suicidios. Esta percepción coincide con las conclusiones de otros estudios científicos (Rodríguez Cárcela, 2011) donde se confirma la posición destacada que ocupan en la prensa las noticias de accidentes de circulación frente a otro tipo de sucesos.

En el grupo de discusión se realiza un análisis más profundo y se llega a reconocer que, en personas anónimas, este silencio es preferible para evitar un efecto de imitación. Entre esta contradicción de reclamar una visibilidad sobre el problema y tratar de evitar un efecto Werther, se llega a concluir que sí que hay que informar sobre el suicidio, pero de una manera más profesional, evitando mostrar detalles (método utilizado, nota de despedida o motivos), ofreciendo informes, estadísticas o testimonios y, sobre todo, tratando de enfocar la noticia con un sentido preventivo. Estas conclusiones coinciden con las de recientes estudios que animan a hablar del suicidio con un enfoque preventivo (Choi y Noh, 2020; Duncan y Luce, 2020; Yaqub *et al.*, 2020; Pirkis *et al.*, 2019) y teniendo en cuenta modelos interdisciplinares sobre grupos vulnerables de la sociedad (Gabilondo, 2020).

El grupo de discusión estima que hablando responsablemente sobre el suicidio se podrá trasladar a la sociedad el mensaje de un problema de salud pública que existe y que no se percibe, y una vez realizada esta labor de comunicación, se podrá conseguir una mayor sensibilidad social. El grupo considera que esta concienciación es básica para poder movilizar a la sociedad y exigir a las instituciones la puesta en marcha de medidas específicas para poder hacer frente a este problema que hoy día todavía tiene escasa visibilidad mediática.

Todas las personas que han aportado su opinión a este estudio (entrevistadas y grupo de discusión), coinciden en señalar que los suicidios tienen una mayor cobertura informativa en casos de proximidad, cuando la víctima es famosa o cuando la víctima ha cometido un asesinato previamente a su suicidio. Este tratamiento informativo lleva de nuevo a plantearse si los medios utilizan el suicidio para intensificar el efecto de la variable que le acompaña; la proximidad, la víctima famosa o la víctima asesina (Carmichael y Whitley, 2019; Fink, Santaella-Tenorio y Keyes, 2018; Müller, 2011).

En lo relativo a la manera en la que profesionales del periodismo elaboran las noticias de sucesos, se observan diferencias de opiniones. Por un lado, las personas profesionales entrevistadas indican que el sensacionalismo debe evitarse, que debe tenerse en cuenta el derecho a la intimidad, aunque también debe mantenerse el derecho a la información. Reconocen que no existe un enfoque preventivo porque lo consideran innecesario, ya que la propia noticia ya transmite por sí misma una sensibilidad implícita que incita a la prudencia.

Esta actitud pasiva sobre la comunicación de la prevención que mantienen los medios en las noticias de sucesos parece insuficiente, sobre todo si se contrasta con la percepción recogida en el grupo de discusión sobre el tratamiento informativo que se aplica a este tipo de noticias.

Por otro lado, las personas que componen el grupo de discusión reclaman a los medios de comunicación una mayor implicación con el tratamiento informativo de las noticias sobre suicidios, para que sea más profesional, más ético, más general (no individual), más preventivo y menos sensacionalista, con el que conseguir transmitir a la sociedad una mayor concienciación sobre este problema de salud pública. Una vez transmitido este mensaje a la sociedad, estiman que será más sencillo trabajar para concienciar a los poderes públicos de manera que se puedan poner en marcha políticas con medidas preventivas específicas encaminadas a reducir la siniestralidad de los suicidios. Todo ello se plantea como una tarea pedagógica que consideran todavía está pendiente.

Por tanto, cabría valorar la interpretación de una tercera vía al efecto Werther y al efecto Papageno, que podría representarse en un efecto real de la sociedad para desmitificar el tabú del suicidio y encaminar todos los esfuerzos en una comunicación eficaz que promueva la puesta en marcha de una voluntad común para eliminar o reducir en lo posible los suicidios.

Por último, como prospectiva a esta investigación, cabría plantearse un estudio cuantitativo posterior, a través de una encuesta, que podría medir el punto hasta el cuál estas percepciones están extendidas en la sociedad.

6. REFERENCIAS

- Abubakar, A. T. (2020). News Values and the Ethical Dilemmas of Covering Violent Extremism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(1), 278-298. <https://doi.org/10.1177/1077699019847258>
- Acosta, F. J., Rodríguez, C. J., Cejas, M. R., Ramallo-Fariña, Y., & Fernandez-Garcimartin, H. (2019). Suicide Coverage in the Digital Press Media: Adherence to World Health Organization Guidelines and Effectiveness of Different Interventions Aimed at Media Professionals. *Health Communication*, 1-10. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1654176>
- Armstrong, G., Vijayakumar, L., Niederkrotenthaler, T., Jayaseelan, M., Kannan, R., Pirkis, J., & Jorm, A. F. (2018). Assessing the quality of media reporting of suicide news in India against World Health Organization guidelines: A content analysis study of nine major newspapers in Tamil Nadu. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 52(9), 856-863. <https://doi.org/10.1177/0004867418772343>
- Batterham, P. J., Calear, A. L., & Christensen, H. (2013). Correlates of Suicide Stigma and Suicide Literacy in the Community. *Suicide and Life-Threatening Behavior*, 43(4), 406-417. <https://doi.org/10.1111/sltb.12026>
- Borron, A., Urban, E., & Cabrera, E. (2017). Closing the Professional Gap Between Journalism and Civic Engagement Using the Culture-Centered Approach. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(1), 286-302. <https://doi.org/10.1177/1077699016681987>
- Camacho Markina, I., & Santos Díez, M. T. (2020). El reflejo de las recomendaciones de la OMS para la prevención del suicidio en la prensa española. *Estudios sobre el Mensaje Periódico*, 26(3), 903-913. <https://doi.org/10.5209/esmp.65239>
- Carmichael, V., & Whitley, R. (2019). Media coverage of Robin Williams' suicide in the United States: A contributor to contagion? *PLOS ONE*, 14(5). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0216543>
- Choi, D.-H., & Noh, G.-Y. (2020). The influence of social media use on attitude toward suicide through psychological well-being, social isolation, and social support. *Information, Communication & Society*, 23(10), 1427-1443. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1574860>
- Daza, H. R., Cabrera, T. Q., & Londoño, C. I. B. (2007). El suicidio: más que una noticia, un tema de responsabilidad social. *Palabra clave*, 10(2), 93-111.
- Delfrade, J., Sayón-Orea, C., Teijeira-Álvarez, R., Floristán-Floristán, Y., & Moreno-Iribas, C. (2017). Tendencia divergente de la mortalidad por suicidio en Navarra y España durante el período 2000-2015. *Revista Española de Salud Pública*, 91, 1-10.
- DGT. (2017). *Principales cifras de la siniestralidad vial*. Recuperado 22 de septiembre de 2019, de <http://www.dgt.es/Galerias/seguridad-vial/estadisticas-e-indicadores/publicaciones/principales-cifras-siniestralidad/Las-principales-cifras-2017-Internet.pdf>
- DGT. (2018). *Siniestralidad Vial*. Ministerio del interior, 5-12. Recuperado de <http://www.dgt.es/Galerias/seguridad-vial/estadisticas-e-indicadores/publicaciones/principales-cifras-siniestralidad/Las-principales-cifras-2016.pdf>

- Duncan, S., & Luce, A. (2020). Using the Responsible Suicide Reporting Model to increase adherence to global media reporting guidelines. *Journalism*, 146488492095268. <https://doi.org/10.1177/1464884920952685>
- Durán, Á., & Fernández-Beltrán, F. (2020). Responsabilidad de los medios en la prevención del suicidio. Tratamiento informativo en los medios españoles. *El Profesional de la Información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.07>
- Fink, D. S., Santaella-Tenorio, J., & Keyes, K. M. (2018). Increase in suicides the months after the death of Robin Williams in the US. *PLOS ONE*, 13(2), 191405. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0191405>
- Fu, K.-W., Chan, Y.-Y., & Yip, P. S. F. (2011). Newspaper reporting of suicides in Hong Kong, Taiwan and Guangzhou: compliance with WHO media guidelines and epidemiological comparisons. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 65(10), 928-933. <https://doi.org/10.1136/jech.2009.105650>
- Gabilondo, A. (2020). Prevención del suicidio, revisión del modelo OMS y reflexión sobre su desarrollo en España. Informe SESPAS 2020. *Gaceta Sanitaria*, 34, 27-33. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2020.05.010>
- Garrido-Fabián, F., Eleazar Serrano-López, A., & Catalán-Matamoras, C. (2018). El uso por los periodistas de las recomendaciones de la OMS para la prevención del suicidio. El caso del periódico Abc. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 810-827. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1283>
- Granja-González, S. y Meneses-Fernández, M. D. (2019) «El tratamiento periodístico del suicidio en diarios digitales de Argentina, España y Perú», *INDEX COMUNICACION*, 9(1), pp. 57-79. <https://doi.org/10.33732/ixc/09/01Eltrat>
- Herrera Ramírez, R., Ures Villar, M. B., & Martínez Jambrina, J. J. (2015). El tratamiento del suicidio en la prensa española: ¿efecto werther o efecto papageno? *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 35(125), 123-134. <https://doi.org/10.4321/S0211-57352015000100009>
- INE. (2018). *Indicadores demográficos básicos*. Recuperado 2 de junio de 2019, de https://www.ine.es/metodologia/t20/metodologia_idb.pdf
- INE. (2019). *Defunciones según la causa de muerte 2018*. Recuperado 18 de abril de 2021, de https://www.ine.es/prensa/edcm_2018.pdf
- Kim, J.-H., Park, E.-C., Nam, J.-M., Park, S., Cho, J., Kim, S.-J., ... Cho, E. (2013). The Werther Effect of Two Celebrity Suicides: an Entertainer and a Politician. *PLoS ONE*, 8(12), e84876. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0084876>
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2002). *Designing and conducting focus group interviews*. Sage publications
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2014). *Focus groups: A practical guide for applied research*. Sage publications.

Ladwig, K.-H., Kunrath, S., Lukaschek, K., & Baumert, J. (2012). The railway suicide death of a famous German football player: Impact on the subsequent frequency of railway suicide acts in Germany. *Journal of Affective Disorders*, 136(1-2), 194-198. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2011.09.044>

Müller, F. (2011). El "Efecto Werther": gestión de la información del suicidio por la prensa española en el caso de Antonio Flores y su repercusión en los receptores. *Cuadernos de Gestión de Información*, 11(1), 65-67.

Olivar-Julián, Francisco Javier; Díaz-Campo, J. (2020). Jóvenes y sucesos : Tratamiento informativo en la prensa digital española. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1521-1532. <https://doi.org/10.5209/esmp.68003>

Olivar-Julián, F. J., Díaz-Campo, J., & Segado-Boj, F. (2021). *Cumplimiento de las recomendaciones de la OMS en noticias sobre suicidios. Análisis de la prensa digital española (2010-2017)*. Doxa Comunicación.

Olivar-Julián, F. J., & Segado-Boj, F. (2020). Cobertura gráfica e informativa de accidentes y suicidios en la prensa digital española. *Index Comunicación*, 10(1), 195-218. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/01Cobert>

Olmo López, A., & García Fernández, D. (2015). Suicidio y libertad de información: entre la relevancia pública y la responsabilidad. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (38), 70. <https://doi.org/10.15198/seeci.2015.38.70-114>

OMS. (2019). *Suicidio*. Recuperado 19 de marzo de 2019, de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/suicide>

Pirkis, J., Rossetto, A., Nicholas, A., Ftanou, M., Robinson, J., & Reavley, N. (2019). Suicide Prevention Media Campaigns: A Systematic Literature Review. *Health Communication*, 34(4), 402-414. <https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1405484>

Rátiva Osorio, J. S., Ruiz Vélez, V. A., & Medina-Pérez, Ó. A. (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*, 51(2), 184-191.

Rodríguez Cárcela, R. M. (2011). La información de sucesos: temática en prensa escrita. *Correspondencias & Análisis*, (1), 309-325. <https://doi.org/10.24265/cian.2011.n1.18>

Saxena, S., Krug, E. G., Chestnov, O. (2014). *Preventing suicide: a global imperative*. World Health Organization.

Schikaneder, E. (1791). *La flauta mágica*. Viena.

Segado-Boj, F. et al. (2019) «Spanish academics and social networking sites: Use, non-use, and the perceived advantages and drawbacks of Facebook, Twitter, LinkedIn, ResearchGate, and Academia.edu», *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v24i5.7296>

Till, B., Tran, U. S., & Niederkrotenthaler, T. (2020). The Impact of Educative News Articles about Suicide Prevention: A Randomized Controlled Trial. *Health Communication*, 1-8. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1813953>

Victor, J., Koon, J. H. G., Govindaraju, G. M., Ling, T. P., Rajaratnam, U. D., & Fong, Y. L. (2019). Media reporting of suicide: A comparative framing analysis of Malaysian newspapers. *SEARCH (Malaysia)*, 11(2), 73-88.

Von Goethe, J. W. (1774). *Die Leiden des jungen Werther*. Insel-Verlag.

Yaqub, M. M., Beam, R. A., & John, S. L. (2020). 'We report the world as it is, not as we want it to be': Journalists' negotiation of professional practices and responsibilities when reporting on suicide. *Journalism*, 21(9), 1283-1299. <https://doi.org/10.1177/1464884917731957>