



TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL SUICIDIO EN LOS MEDIOS DIGITALES DE LEÓN EN 2022

José Jerónimo Ocón González

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Licenciado en Derecho

prof.josejero1201@uml.edu.ni

Universidad Martín Lutero sede-León

Resumen

En este estudio se comprueba que los medios digitales de León (Nicaragua) abordan el tema del suicidio con un tratamiento periodístico con características sensacionalistas y con una connotación negativa hacia la persona suicida a causa del desconocimiento de las normas deontológicas y de las recomendaciones de la OMS.

El estudio tiene como objetivo de analizar el tratamiento informativo de noticias que abordan el tema del suicidio en los medios digitales del departamento de León en el primer semestre del año 2022; siendo una investigación cualitativa, documental, transversal. Se recogen las noticias de suicidios publicadas en seis medios digitales del 1 de enero al 1 de julio de 2022.

Se logró determinar en la mayor parte de las noticias se dan detalles sobre el método; no hay diversidad de fuentes testimoniales; no se informa sobre apoyo psicosocial; se informa acerca del suicidio como una solución y que ninguna de las noticias analizadas cumplen con las recomendaciones de la OMS.

Palabras claves: medios digitales, suicidio, tratamiento informativo del suicidio, ciberperiodismo.



INFORMATIVE TREATMENT OF SUICIDE IN THE DIGITAL MEDIA OF LEÓN IN 2022

Abstract

In this study it is verified that the digital media of León (Nicaragua) address the issue of suicide with a journalistic treatment with sensational characteristics and with a negative connotation towards the suicidal person due to the ignorance of the deontological norms and the recommendations of the WHO.

The objective of the study is to analyze the informative treatment of news that addresses the issue of suicide in the digital media of the department of León in the first semester of 2022; being a qualitative, documentary, cross-sectional investigation. Suicide news published in six digital media from January 1 to July 1, 2022 are collected.

It was possible to determine that in most of the news, details about the method are given; there is no diversity of testimonial sources; psychosocial support is not reported; it is reported about suicide as a solution and that none of the news analyzed complies with the recommendations of the WHO.

Keywords: *digital media, suicide, Nicaragua, informative treatment of suicide, cyberjournalism.*

1. Introducción

El suicidio es un grave problema de salud pública de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS/OPS, 2016). A pesar de las dificultades en el registro de datos, se estima que el número anual de suicidios en el mundo es superior a los 800.000, a lo que hay que sumar los efectos negativos y duraderos que cada caso provoca en el círculo de personas cercanas al fallecido.

En Nicaragua, en el año 2020 se registraron un total de 344 casos según los datos del Anuario Estadísticos de la Policía Nacional, lo que representa un aumento de 92% respecto a los casos de suicidio en el 2014 que ascendían a tan sólo 180 casos conocidos. Hoy se alcanza una tasa que superaba los 15 suicidios por cada 100.000 habitantes, siendo el riesgo mayor en hombres, con una tasa superior a 18 por 100.000 habitantes (Herrera A, Solorzano L, Aparicio Basauri V, Caldera T. , 2019).

No obstante, muchos de los suicidios que se producen pueden prevenirse, aunque no es una tarea fácil. El suicidio es un fenómeno complejo, por lo que las actividades de prevención requieren la implicación de varios agentes de la sociedad, como profesionales sanitarios, políticos y medios de comunicación (OMS, 2022).

Según las doctrinas comunicacionales de los efectos en los lectores de la información que tratan el suicidio, existen evidencias que apoyan la



hipótesis de que un suicidio publicado en los medios puede estimular un efecto de imitación en determinados individuos si se dan determinadas circunstancias, en especial, cuando la persona suicida es un artista o tiene gran influencia sobre determinada parte de la población o seguidores (Gould, M., Jamieson, P., y Romer, D, 2003). Pero al mismo tiempo, una cobertura responsable de los suicidios puede contribuir en la labor de prevención (Herrera Ramírez, R., Ures Villar, M. B., y Martínez Jambrina, J. J. , 2015).

Existe una vieja premisa entre los periodistas nicaragüenses que afirma que los hechos de muertes siempre tienen noticiabilidad e interés por parte de la población, pero en los casos de suicidios esta premisa no se aplica por lo menos en los medios de comunicación masivos tradicionales, tal afirmación tiene su fundamento en lo publicado en el Manual de Estilo del diario La Prensa que en su acápite 23 del Tratamiento de la Información que establece lo siguiente: "*LA PRENSA no publica informaciones sobre suicidios a menos que se trate de un hecho que tenga repercusión más allá de lo privado*" (Izquierdo, I. & Enríquez, E., 2005). Lo que evidencia que los suicidios no se visibilizan a la sociedad, algunos afirman que por humanismo y otros que forman no publicar para evitar efectos de sensacionalismo que se genera por un desconocimiento en el abordaje responsable de dichas noticias.

Actualmente, los medios digitales que practican el ciberperiodismo ocupan un puesto muy importante en la sociedad y en la construcción social de la realidad; de ahí que su efecto pueda ser tanto positivo como negativo respecto al tema del suicidio. Como aspectos negativos del abordaje noticioso están: el enfoque peyorativo y sensacionalista de una noticia, el vocabulario inadecuado e impertinente, su entonación maliciosa, exaltación del suicidio como única solución de problemas y el amarillismo la postre se convierten en impulsores, además de estigmatizantes de las enfermedades mentales. Hablar de depresión en los medios de comunicación parece ser más complicado de lo que parece, más aún si se tiene en cuenta que una de las principales consecuencias es una conducta suicida.

El abordaje del tema del suicidio en los medios de comunicación en Nicaragua, es un tema que no se ha sido estudiado ni por los investigadores en temas de la comunicación, ni por periodistas profesionales y tampoco por las facultades de Comunicación Social o de Periodismo existente en la nación.

Esta realidad ha cambiado considerablemente con la introducción de la Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC) y con el fenómeno



del emprendimiento en temas comunicacionales en Nicaragua, puesto que muchos periodistas profesionales y no profesionales (empíricos) han creados páginas de información en plataformas digitales que aprovechan la oportunidades que brinda una nueva rama de la comunicación como lo es: el Ciberperiodismo o Periodismo Digital, y en estos espacios SÍ se le está dando cobertura a los suicidios.

El nuevo paradigma, que a su vez identificamos de manera a priori como un nuevo dilema periodístico, es el tratamiento que los ciberperiodistas les están dando a las noticias que abordan el tema del suicidio, esta es la razón de ser de esta investigación: analizar el tratamiento y la connotación de las informaciones de suicidios que se alejan de lo aprendido en las aulas de clases en las universidades de NO informar estos hechos.

Y la pregunta de fondo es: ¿Qué hacen los medios de comunicación digitales en referencia al tema del suicidio, lo promueven con una mala cobertura o lo previenen según las recomendaciones de las OMS? ¿Tienen la capacidad de redactar correcta, proactiva y preventivamente el tema del suicidio en sus medios de comunicación? ¿Cuáles son los errores más comunes que cometen los periodistas al redactar una noticia de suicidio?

La sociedad fundamenta su realidad, pero los medios de comunicación la proyectan, la establecen y la actualizan, ahí radica la justificación del estudio, porque no existe mejor fundamento que la profesionalización y la especialización de los temas sociales delicados como lo es el suicidio.

En 1999 la OMS puso en marcha la iniciativa SUPRE para la prevención del suicidio en el mundo. Dentro de ese programa, y gracias a la continua colaboración con la Asociación Internacional para la Prevención del Suicidio, la OMS publicó una guía con recomendaciones acerca de cómo los medios de comunicación deberían informar sobre suicidios.

La elaboración de esta guía ha involucrado a profesionales de diversos ámbitos: salud, educación, comunicación, legisladores, familia. Se publicó en el año 2000, aunque fue actualizada y revisada en el año 2008 (OMS, Preventing Suicide. A Resource for Media Professionals., 2008), por lo que esta última versión es la que se tiene en cuenta en este trabajo.

El documento está diseñado para periódicos, radio, televisión y medios digitales; es decir, la mayoría de recomendaciones son válidas para todo tipo de medios, pero algunas, debido a sus características, solo pueden aplicarse a los periódicos.



La OMS reconoce que hay casos en los que un suicidio tiene que ser publicado por los medios debido a su relevancia y, por eso, lo que esta guía pretende es hacer una serie de sugerencias a los periodistas para que esa información sea precisa, responsable y ética (OMS, 2008).

En el documento también se admite que el hecho de informar sobre un suicidio varía de unos países a otros, e incluso dentro de ellos, debido a que las diferencias culturales generan percepciones distintas acerca de cuándo y cómo es adecuado informar de estos sucesos (OMS, 2008).

A continuación, se resumen los principios que los periodistas tendrían que seguir para realizar una cobertura responsable de los suicidios. Las recomendaciones se exponen aquí en el mismo orden en el que aparecen en el documento de la OMS:

1. **Aprovechar la oportunidad para educar al público sobre el suicidio.** En general existen muchos mitos y estereotipos asociados al suicidio, y los medios de comunicación son una herramienta fundamental para eliminarlos, por ejemplo, incluyendo la opinión de expertos o proporcionando información veraz sobre el tema. Tampoco debe atribuirse el suicidio a una sola causa (pérdida del trabajo, ruptura de una relación, etc.).
2. **Evitar usar un lenguaje sensacionalista o que presente el suicidio como una solución a los problemas.** No utilizar términos que puedan llevar al público a hacerse una idea equivocada de este fenómeno, como «epidemia» (para las altas tasas) o «suicidio sin éxito» (para un suicidio no consumado).
3. **Evitar la profusión de noticias sobre un mismo caso y su colocación en lugares altamente visibles.** Por ejemplo, es preferible ubicar una noticia sobre suicidios en las páginas interiores de un periódico que hacerlo en la portada.
4. **Evitar descripciones del método utilizado para suicidarse,** especialmente cuando es poco frecuente, para disminuir así el riesgo de que otros lo utilicen.
5. **Evitar dar información detallada sobre el lugar en el que se produce un suicidio.** A veces un determinado espacio puede ganarse la reputación de ser un lugar donde se producen suicidios (una vía de tren, un acantilado, etc.). Para evitarlo, no deberían describirse esos lugares ni informar de que allí han ocurrido más suicidios.
6. **Prestar especial atención a los titulares.** En el titular debe evitarse incluir el término «suicidio» (o palabras de la misma familia), el lugar y el método utilizado.
7. **Extremar la precaución en el uso de fotografías, vídeos u otro tipo de materiales (como las notas de suicidio).** En



- general no deberían utilizarse, y menos si muestran a la persona, el lugar o el método con el que se cometió el suicidio.
8. **Tener especial cuidado a la hora de informar sobre suicidios de personas famosas.** No se debe presentar la muerte como algo glamuroso o identificar a esa persona con un héroe. Tampoco deben hacerse especulaciones al respecto.
 9. **Mostrar el debido respeto por las personas cercanas a quien ha cometido el suicidio.** Esas personas se encuentran normalmente en un estado de vulnerabilidad muy alto, por lo que hay que considerar si es realmente necesario entrevistarles o no, y en caso afirmativo, siempre respetando su privacidad y su deseo de no hablar.
 10. **Proporcionar información sobre dónde conseguir ayuda.** Al final de cada noticia se pueden incorporar datos de contacto (teléfonos, páginas web...) de organizaciones relacionadas con la prevención del suicidio, psicólogos, etc.
 11. **Reconocer que los profesionales de la comunicación pueden verse afectados por una noticia sobre suicidio, especialmente en medios locales.** Si esto ocurre, los periodistas no deben dudar en buscar consejo, dentro o fuera de la empresa.

Además de todo esto, la OMS hace hincapié en que los periodistas deberían utilizar fuentes fiables a la hora de buscar información sobre el suicidio, así como interpretar cuidadosa y correctamente las estadísticas al respecto.

2. Metodología investigativa

La investigación es cualitativa por cuanto es un método de estudio que se propone evaluar, ponderar e interpretar información obtenida a través de recursos como entrevistas, conversaciones, registros, memorias, entre otros, con el propósito de indagar en su significado profundo.

Además, este estudio por su naturaleza es dimensión socio-comunicacional y según el grado de profundización es documental, se auxilió del método sintético, ya que integramos las diversas partes en que se divide el objeto de estudio, para lograr su comprensión global.

Es un estudio No experimental transversal, ya que recolectamos datos en un tiempo único y nuestro propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. En este estudio las variables no son controladas- como en el caso de investigaciones



experimentales-, y el análisis del fenómeno se basa en la observación dentro de su contexto natural.

El área de estudio de nuestra investigación se localizará geográficamente en el departamento de León, Nicaragua; por cuanto los medios de comunicación estudiados tienen procedencia y ubicación territorial en este departamento.

La muestra seleccionada fue de un total de 39 notas periodística con el tema del suicidio, las cuales se extrajeron de seis medios de comunicación digital del departamento de León en Nicaragua, detallándose de la siguiente manera: 1- Sin Censura, 2- Bismarck Lebrón Noticias, 3-PUblitel LEÓN, 4-Carlos Alberto Sánchez Noticias, 5- Notileón y 6- Jairo Sánchez Noticias.

Se eligieron las notas informativas publicadas en las páginas oficiales de los medios digitales en redes sociales en las cuales se utilizarán los términos "Suicidio" "Suicidarse" "matarse" "privar de la vida" "se mata". El periodo de análisis fue de seis meses, del 1 de enero al 1 de julio del año 2022.

Por el grado de profundización de nuestra investigación es documental, por lo que hace necesario detallar la fuente de información utilizada para alcanzar los objetivos de nuestro trabajo y se analizaron 39 noticias que abordaron el tema del suicidio.

Una vez establecidos los medios de comunicación, se han aplicado una serie de criterios para decidir si una noticia pasa a formar parte o no de la muestra de análisis, los criterios de inclusión de este estudio son los siguientes:

- Periodo de tiempo analizado: 6 meses (desde 01/01/2022 al 01/07/2022).
- Noticias publicadas en español en los medios digitales ya indicados.
- Palabras clave utilizadas en la búsqueda: Se ha buscado a través de la palabra clave «suicidio» y se han incluido las noticias que contienen este término, sus sinónimos (quitarse la vida, matarse, etc.) o palabras derivadas de estas (suicida, suicidarse, etc.), ya sea en el bloque de titulación o en el primer párrafo.
- Se incluyen las noticias que informan sobre casos concretos y reales de suicidio consumado.
- No se han incluido las noticias en las que se hace referencia a un suicidio, pero este no constituye una parte relevante de la



información o no está relacionado con el tema central, sino que tan solo se menciona, por ejemplo, como dato complementario.

- No se han incluido los casos en los que no está claro si se trata de suicidio, accidente u homicidio. Tampoco aquellos sobre suicidio asistido o eutanasia.
- También se excluyen las noticias que usan los términos mencionados como recurso estilístico o en sentido metafórico.

3. Resultados y discusión

Se analizaron un total de 39 noticias sobre suicidio en el periodo evaluado, que cumplieron con los criterios de inclusión establecidos. Hallamos una frecuencia media de 6.5 noticias mensuales durante el período valorado.

Para realizar el siguiente análisis estudiamos seis medios digitales o páginas de noticias de Cyberperiodistas de la ciudad de León, siendo éstos: Sin Censura, Bismarck Lebrón, Pulitel LEÓN, Carlos Alberto Sánchez Noticias, Notileon y Jairo Sánchez Noticias, se analizaron un total de 39 noticias siendo Pulitel LEÓN el medio que más publicó noticias de suicidios con un total de 13 noticias que representa un 33.33% del total de noticias analizadas, le sigue la página de Carlos Alberto Sánchez Noticias con 9 hechos publicados para un 23.12% y con un 15.38%, es decir, con 6 noticias publicada se ubica Jairo Sánchez Noticias; por su parte Sin Censura y Notileón publicaron un total de 4 noticias de suicidio en un periodo de seis meses.

Para analizar el tratamiento informativo de noticias que abordan el tema del suicidio en los medios digitales del departamento de León en el primer semestre del año 2022, dividimos el análisis de contenido de las noticias en dos grandes ejes temáticos, por un lado, se analizó el “enganche” o “el atractivo” de redacción de los titulares de dichas noticias, de los cuales les presentamos a continuación los resultados obtenidos:



Análisis de titulares sobre suicidio en medios digitales del departamento de León

Análisis de titulares de noticias sobre suicidio en medios digitales del departamento de León								
Variable – Titulares		Total	Sin censura	Bismarck Lebron	PUBLITEL LEÓN	Carlos Sánchez Noticias	Notileon	Jairo Sánchez Noticias
Frecuencia n, (%)		39 (100)	4 (10.2)	3 (7.69)	13 (33.33)	9 (23.12)	4 (10.2)	6 (15.38)
Cantidad de palabras	De 1 a 5 palabras	15 (38.46)	0 (0)	0 (0)	4 (10.25)	7 (17.94)	0 (0)	4 (10.25)
	De 6 a 10 palabras	12 (30.76)	2 (5.12)	1 (2.56)	2 (5.12)	1 (2.56)	4 (10.25)	2 (5.12)
	De 11 a más palabras	12 (30.76)	2 (5.12)	2 (5.12)	7 (17.94)	1 (2.56)	0 (0)	0 (0)
Uso de adjetivo	Se usan adjetivos	2 (5.12)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (5.12)	0 (0)
	No se usan adjetivos	37 (94.87)	4 (10.2)	3 (7.69)	13 (33.33)	9 (23.12)	2 (5.12)	6 (15.38)
Palabra suicidio	Sí	33 (84.61)	4 (10.25)	3 (7.69)	8 (20.51)	9 (23.12)	4 (10.25)	5 (12.82)
	No	6 (15.38)	0 (0)	0 (0)	5 (12.82)	0 (0)	0 (0)	1 (2.56)
Identificación del suicida	Identifica persona	10 (25.64)	3 (7.69)	0 (0)	1 (2.56)	5 (12.82)	0 (0)	1 (2.56)
	Dirección no nombres	5 (12.82)	1 (2.56)	1 (2.56)	2 (5.12)	0 (0)	0 (0)	1 (2.56)
	Uso de iniciales	9 (23.12)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4 (10.25)	4 (10.25)	1 (2.56)
	No se identifica	15 (38.46)	0 (0)	2 (5.12)	10 (25.64)	0 (0)	0 (0)	3 (7.69)
Caracterización de la persona suicida	Hombre	15 (38.46)	1 (2.56)	3 (7.69)	3 (7.69)	4 (10.25)	1 (2.56)	3 (7.69)
	Mujeres	13 (33.33)	2 (5.12)	0 (0)	2 (5.12)	4 (10.25)	3 (7.69)	2 (5.12)
	Joven/ Adolescente	9 (23.12)	1 (2.56)	0 (0)	6 (15.38)	1 (2.56)	0 (0)	1 (2.56)
	Niño/niña	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	No identifica	2 (5.12)	0 (0)	0 (0)	2 (5.12)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Localización del suicidio	Local	13 (33.33)	2 (5.12)	2 (5.12)	1 (2.56)	3 (7.69)	3 (7.69)	2 (5.12)
	Departamental	6 (15.38)	2 (5.12)	1 (2.56)	0 (0)	1 (2.56)	0 (0)	2 (5.12)
	Nacional	16 (41.02)	0 (0)	0 (0)	10 (25.64)	4 (10.25)	1 (2.56)	1 (2.56)
	Internacional	4 (10.25)	0 (0)	0 (0)	2 (5.12)	1 (2.56)	0 (0)	1 (2.56)
Connotación del titular	Imprudente	1 (2.56)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (2.56)	0 (0)	0 (0)
	Sensacionalista	16 (41.02)	4 (10.25)	2 (5.12)	5 (12.82)	1 (2.56)	4 (10.25)	0 (0)
	Refuerza estereotipos	3 (7.69)	0 (0)	0 (0)	1 (2.56)	1 (2.56)	0 (0)	1 (2.56)
	Neutro	19 (48.71)	0 (0)	1 (2.56)	7 (17.94)	6 (15.38)	0 (0)	5 (12.82)

Análisis de Contenido sobre suicidios en medios digitales del departamento de León

Análisis de contenido de noticias sobre suicidio en medios digitales del departamento de León								
Variable – Titulares		Total	Sin Censura	Bismarck Lebron	PUBLITEL LEÓN	Carlos Sánchez Noticias	Notileon	Jairo Sánchez Noticias
Frecuencia n, (%)		39 (100)	4 (10.2)	3 (7.69)	13 (33.33)	9 (23.12)	4 (10.2)	6 (15.38)
Uso de fotografía	SÍ	33 (84.61)	4 (10.2)	3 (7.69)	13 (33.33)	6 (15.38)	3 (7.69)	4 (10.2)
	NO	6 (15.38)	0 (0)	0 (0)	0 (7.69)	3 (7.69)	1 (2.56)	2 (5.12)
Uso de recurso audiovisual	SÍ	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	NO	39 (100)	4 (10.2)	3 (7.69)	13 (33.33)	9 (23.12)	4 (10.2)	6 (15.38)
Uso de fotografía sensacionalista	Foto persona ya fallecida	4 (10.2)	0 (0)	0 (0)	3 (7.69)	1 (2.56)	0 (0)	0 (0)
	Foto del lugar del hecho	5 (12.82)	0 (0)	1 (2.56)	2 (5.12)	1 (2.56)	1 (2.56)	0 (0)
	Foto de método	2 (5.12)	0 (0)	0 (0)	2 (5.12)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	Foto de la persona viva	18 (46.15)	3 (7.69)	0 (0)	5 (12.82)	4 (10.2)	3 (7.69)	3 (7.69)
	Fotos con sus familiares	1 (2.56)	0 (0)	0 (0)	1 (2.56)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	No tiene fotografía	9 (23.12)	1 (2.56)	2 (5.12)	0 (0)	3 (7.69)	0 (0)	3 (7.69)
Uso de videos sensacionalistas	Video persona fallecida	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	video el lugar del hecho	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	video método de suicidio	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	Video persona viva	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	Videos con familiares	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	No tiene video	39 (100)	4 (10.2)	3 (7.69)	13 (33.33)	9 (23.12)	4 (10.2)	6 (15.38)
Tipo de Noticia	Científico/divulgativa	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	Informe del caso	39 (100)	4 (10.2)	3 (7.69)	13 (33.33)	9 (23.12)	4 (10.2)	6 (15.38)
	Opinión	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	Suicidio (otros)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)



	Crónica	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	Reportaje	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Abordaje sensacionalista	Detalles escabrosos	6 (15.38)	0 (0)	1 (2.56)	0 (0)	5 (12.82)	0 (0)	0 (0)
	Descripciones inneces.	6 (15.38)	2 (5.12)	0 (0)	1 (2.56)	1 (2.56)	2 (5.12)	0 (0)
	Banaliza las causas	3 (7.69)	0 (0)	0 (0)	2 (5.12)	1 (2.56)	0 (0)	0 (0)
	Crítica al suicida	9 (23.12)	0 (0)	0 (0)	5 (12.82)	2 (5.12)	2 (5.12)	0 (0)
	Victimiza a familiares	6 (15.38)	2 (5.12)	1 (2.56)	3 (7.69)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	Se culpa al suicida	9 (23.12)	0 (0)	1 (2.56)	2 (5.12)	0 (0)	0 (0)	6 (15.38)
Descriptorios Factores	Factores económicos	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	Factores emocionale	10 (25.64)	1 (2.56)	0 (0)	1 (2.56)	2 (5.12)	4 (10.2)	2 (5.12)
	Factores de salud	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
	Factores psicológicos	4 (10.2)	0 (0)	0 (0)	1 (2.56)	1 (2.56)	0 (0)	2 (5.12)
	Factores familiares	1 (2.56)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (2.56)	0 (0)	0 (0)
	Causas múltiples	24 (61.53)	3 (7.69)	3 (7.69)	11 (28.20)	5 (12.82)	0 (0)	2 (5.12)
Uso de fuente	Se usa una sola fuente	6 (15.38)	2 (5.12)	0 (0)	1 (2.56)	3 (7.69)	0 (0)	0 (0)
	Se usa 2 o más fuentes	4 (10.2)	0 (0)	0 (0)	2 (5.12)	0 (0)	2 (5.12)	0 (0)
	Ninguna fuente	23 (58.97)	2 (5.12)	3 (7.69)	9 (23.12)	5 (12.82)	0 (0)	4 (10.2)
	Otro medio comunic.	6 (15.38)	0 (0)	0 (0)	1 (2.56)	1 (2.56)	2 (5.12)	2 (5.12)
Caracterización del protagonista	Glorifican al suicida	2 (5.12)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (5.12)	0 (0)	0 (0)
	Lo culpabilizan	9 (23.12)	2 (5.12)	2 (5.12)	0 (0)	5 (12.82)	0 (0)	0 (0)
	Hacen parecer cobarde	6 (15.38)	1 (2.56)	0 (0)	3 (7.69)	0 (0)	2 (5.12)	0 (0)
	Hacen parecer débil	16 (41.02)	1 (2.56)	1 (2.56)	10 (25.64)	2 (5.12)	2 (5.12)	0 (0)
	Neutra	6 (15.38)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	6 (15.38)
Efectos de las noticias en los lectores	Expresan empatía	7 (17.94)	0 (0)	1 (2.56)	2 (5.12)	1 (2.56)	0 (0)	3 (7.69)
	Los condenan	9 (23.12)	2 (5.12)	1 (2.56)	1 (2.56)	2 (5.12)	3 (7.69)	0 (0)
	Sorpresa/tristeza/lamentos	13(33.33)	1 (2.56)	0 (0)	8 (20.51)	2 (5.12)	1 (2.56)	1 (2.56)
	Expresan pesar familia	7(17.94)	1 (2.56)	1 (2.56)	0 (0)	3 (7.69)	0 (0)	2 (5.12)
	Culpan a persona suicida	3 (7.69)	0 (0)	0 (0)	2 (5.12)	1 (2.56)	0 (0)	0 (0)

Cantidad de palabras en el titular: el 38% del total de titulares analizados utilizaron un total de 1 a 5 palabras y que por ende en este caso los periodistas no usaron formulas redaccionales que aportaran demasiada información del hecho abordado, sin embargo, con un 30.76% el restante de titulares se utilizó de 6 a 10 palabras y con el mismo porcentaje se encontraron titulares que estaban conformado de más de 11 palabras. Con estos datos se puede determinar que del total de titulares analizados el 61.52% utilizaron de 6 a más palabras, con que se puede concluir que se usan titulares descriptivos que ofrecen detalles para llamar la atención de los lectores. Es de destacar que el medio que más utilizó titulares extensos con más de 11 palabras fue PUbliTel León con 17.94% del total de titulares analizados, es decir, 7 noticias fueron redactadas con titulares muy extensos.

Uso de adjetivos calificativos en el titular: El uso de adjetivos calificativos de cualquier connotación en las informaciones publicadas en los medios de comunicación no es admisible. Se determinó que en 94.87% los ciberperiodistas no utilizaron adjetivos calificativos y que solamente un 5.12% si se usaron adjetivos calificativos como figura retórica para redactar titulares de suicidio.



Identificación de la persona suicida en el titular: En este ítems, se estableció que un 38.46% no identifican a la persona suicida, es decir, los periodistas no ofrecen detalles que pueden identificar al protagonista en el titular; seguido de 25.64% sí se identifican al protagonista del hecho, con 23.12% se ofrecen las iniciales del protagonista del hecho en el titular y con 12.82% se ofrecen la ubicación del domicilio de la persona, lo que hace más fácil la identificación de la misma, en especial en la parte de comentarios de las noticias publicadas en las redes sociales.

Caracterización de la persona suicida en el titular: el 38.46% de los titulares identificaron al protagonista con la palabra "hombre" y con un 33.33% identificaron a la protagonista con la palabra "mujer", seguido de un 23.12% que lo identificaron con las palabras "joven" o "adolescente" y por último con 5.12% en el que no se identifica al protagonista en los titulares de la noticia.

Localización del suicidio: 41.02% de las noticias estudiadas publicaron suicidio ocurridos en el territorio nacional, seguido de 33.33% de hechos suicidas acaecidos en la ciudad de León y sus comarcas (a nivel local), con 15.38% del total de noticias fueron hechos ocurrido en los municipios del departamento de León (a nivel departamental) y por último con 10.25% fueron suicidios acontecidos en otros países donde el protagonista era de nacionalidad nicaragüense (a nivel internacional).

Connotación del titular: Los mensajes periodísticos deben de informar, educar y connotar profesionalismo mediante la veracidad y la objetividad del hecho que genera una noticia. El 48.71% del total de titulares analizados tienen una connotación neutra, por lo que se puede afirmar que el mensaje se redactó de manera profesional, sin dar tantos detalles del hecho; seguido de un 41.02% de titulares que fueron redactados con un nivel alto de sensacionalismo que crea en el lector sensaciones y emociones que tergiversan el hecho abordado, entre los titulares valorados existe un 7.69% de ellos que refuerzan estereotipos que dejan estigmas en la población al asumir que la persona que se suicida es cobarde, débil o simplemente un pecador que no tuvo otra opción que de la suicidarse, y por último un 2.56% que dio la connotación de ser un titular imprudente a la hora de abordar y redactar el suicidio al ofrecer detalles del hecho que pueden generar un efecto de imitación en las personas con ideación suicida.

Se logró identificar la connotación del enfoque periodístico en las noticias de suicidio publicadas en los medios digitales del departamento de León de enero a julio del año 2022 mediante el análisis de contenido de las 39



noticias publicadas que abordaron el tema de suicidio, obteniendo los siguientes resultados:

Uso de recursos fotográficos como elemento morfológico de las noticias de suicidio: La fotografía periodística permite al lector de noticias, una información espacio-temporal de credibilidad que le permite asomarse a la realidad. Como imagen que es, adquiere una carga de representatividad, es decir, de difundir, comunicar e informar; sin embargo, por las peculiaridades del suicidio como noticia es importante saber cómo y con qué finalidad usarla. El 100% de nuestra muestra, los ciberperiodistas utilizaron recursos fotográficos que acompañan al texto en los hechos presentados y publicados, solamente un 15.38% de las noticias analizadas no presentaban ninguna fotografía.

Uso de recursos audiovisuales como elemento morfológico de las noticias de suicidio: en el 100% de las noticias estudiadas no se usan recursos de video para presentar ningún tipo de información que respaldara al texto. En este ítem se puede constatar que los ciberperiodistas aun aplican la técnica de redacción de Prensa Escrita en sus medios digitales y no la hipertextualidad que permite el periodismo digital.

Connotación del uso del recurso fotográfico en la noticia de suicidio: el 46.15% de las fotografías analizadas presentaban a la persona protagonista del suicidio en vida, auxiliando en muchos casos de las fotografías publicadas en las redes sociales por ellos mismos, lo que significa que los periodistas copiaron las fotografías de los muros de Facebook y la publicaron en sus noticias (no se ahondó si obtuvieron o no el permiso de publicación), seguido del 23.12% de noticias que no presentan ninguna fotografía que respalde el texto de la noticia, el 12.82% presentaban fotografías en las que se mostraban el lugar de los hechos, alguna calle, la ubicación de la casa, etc., el 10.20% de fotografías mostraban a la persona ya muerta en su féretro, 5.12% presentaban fotografías en el que se mostraba el método que uso la persona suicida para privarse de su vida y por último el 2.56% presentaba a la persona suicida en vida en compañía de sus familiares, principalmente con sus hijos.

Connotación del uso del recurso audiovisual en la noticia de suicidio: el 100% de las noticias estudiadas no eran respalda por ninguna pieza audiovisual.

Tipo de noticia: El 100% de las publicaciones con temas de suicidio son de género informativo y bajo el formato de noticia de acontecimiento y



de actualidad en el que se hace el informe del caso. Ninguno de los medios analizados hace uso de género interpretativo ni del género opinativo y por lo tanto no hacen uso de formatos periodísticos como el reportaje, nota ampliada, crónica, editoriales, etc.

Abordaje sensacionalista en el contenido de la noticia de suicidio:

el 23.12% del total de noticias analizadas muestran al protagonista del hecho como una persona que tiene la culpa de causar dolor entre los familiares que le sobreviven, lo cual dista en mucho con la característica de la objetividad y de la imparcialidad con la que debería tratar este tipo de noticia; con igual porcentaje se muestra el recurso de criticar a la persona suicida por sus hechos haciendo prejuicios negativos en la mente del lector; seguido de un 15.38% en el que los periodistas hacen uso de detalles escabrosos en relación con el método utilizado para el suicidio o en los detalles de la vida privada de los protagonistas de la noticia, también con 15.38% del total de noticias se victimizan a los familiares de la persona suicida exagerando el dolor y la mala fortuna futura a causa del suicidio lo que representa un recurso sensacionalista por excelencia; con un 15.38% también los ciberperiodistas realizan descripciones innecesarias que no aportan información del hecho sino detalles de la vivienda, la situación económica, amorosa o afectiva del protagonista y por último con 7.69% de las notas analizadas el periodista banaliza las razones por las cuales la persona tomó la decisión de suicidarse.

Descripción de factores causales del suicidio: el 61.53% los motivos que alentaron al protagonista a quitarse la vida fueron multi-causales, es decir, el ciberperiodista dejó claro que fueron múltiples causas las que los motivaron a cometer el hecho; con un 25.64% el factor, según el periodista, fue amoroso/sentimental/emocional, con un 10.2% se estableció en las noticias que fueron factores psicológicos los que motivaron a causarse la muerte, es decir, el protagonista pasaba por depresión o alguna enfermedad mental, seguido por un 2.56% de las noticias abordadas establecen que el factor por el que se quitaron la vida fue por asuntos familiares.

Uso de fuentes utilizadas para la publicación de las noticias de suicidio:

En el ciberperiodismo ocurre un fenómeno que no ocurre en los medios de comunicación tradicional como lo es: el utilizar noticias integras que otros medios de comunicación publican en sus respectivas páginas web o en sus perfiles noticiosos de redes sociales, para ser más claros, "copian y pegan la información" por lo que corren en riesgo de afectar su credibilidad por las ansias de publicar con primicia determinado hecho o acontecimiento. Es por ello, que nos planteamos analizar la cantidad de fuentes utilizadas por los ciberperiodistas: el 58.97% de las noticias



analizadas en su contenido no presenta ninguna fuente testimonial o fuentes directas presenciales del suicidio y tampoco se hace uso de fuentes institucionales para construir la información con los valores periodísticos que establecen los manuales y la formación periodística; el 15.38% se usa únicamente una fuente de información lo que riñe con las normas redaccionales de notas informativas que establece que deben usar múltiples fuentes para no caer en sesgo o parcialización de un determinado hecho; con el mismo porcentaje se encuentra aquellos noticias que son tomadas de otro medios de comunicación, en especial con suicidios acaecidos a nivel nacional e internacional y que el ciberperiodista usa de manera íntegra y que le da el crédito con lo cual deslinda responsabilidades de los dichos de otro periodista pero que de alguna manera si puede causar daño en la credibilidad del medio; y tan sólo un 10.20% se utilizan dos o más fuentes que atestiguan el hecho que se describe.

Caracterización del protagonista en las noticias publicadas: en este ítem el 41.02% del total de las noticias analizadas hacen parecer al protagonista como una persona débil por suicidarse, esto es responsabilidad del periodista que redactó la noticia y que se parcializó al difundir el mensaje periodístico y convierte la noticia en una especie de opinión que construye juicios en los lectores, el 23.12% los periodistas redactan de tal manera que muestran al protagonista como el culpable; seguido con un 15.38% hacen parecer al protagonista como cobarde y con el mismo porcentaje del 15.38% los periodistas son neutros y no hace una connotación del protagonista y con un 5.12% los periodistas glorifican al protagonista, es decir, lo hacen parecer un mártir de las circunstancias que tampoco es la finalidad de la noticia o un deber de un medio de comunicación profesional.

4. Conclusiones

El tratamiento dado a las noticias que abordan el tema del suicidio en los medios de comunicación digitales del departamento de León, es propio del género informativo y el formato más usado por los ciberperiodistas es la nota informativa o Noticia (de una cuartilla o de menos de 200 palabras) de acontecimiento y de actualidad con un alto perfil descriptivo del hecho. Según nuestro análisis y las dadas en las entrevistas a periodistas profesionales inferimos que el tratamiento dado a las noticias de suicidio es el mismo que se les impregna a las noticias de sucesos, utilizando la fórmula al contestar las 5W (¿Qué? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Quién? ¿Cuándo?, y ¿Por qué?) y el uso de la pirámide invertida, es decir, la información se da a conocer al principio del escrito y luego se ofrecen



detalles en los párrafos subsiguientes. Sin embargo, esto es contrario a las normas deontológicas y éticas del periodismo comparado e inclusive riñen con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para la redacción correcta de noticias de suicidio que coadyuven a la prevención y disminución de estos casos.

La principal causa de este fallo en la redacción de noticias de suicidio es que las universidades y escuelas de Periodismo y/o Comunicación Social no educan a sus estudiantes para abordar responsablemente el tema del suicidio en los medios de comunicación digitales, puesto que siguen con idea de NO publicar noticias de suicidios en los medios de comunicación, tal y como lo establece el único Manual de Estilo que existe en Nicaragua, que es del Diario La Prensa, sin embargo con el arribo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación los medios digitales SÍ le dan cobertura y publicación a los suicidios pero con un enfoque equivocado, no por mala intención sino por desconocimiento, a pesar de que Nicaragua es Estado miembro de la OMS, por lo que no vale la justificación de "ignorancia" de tales recomendaciones.

El nivel de conocimiento que poseen los periodistas de medios digitales del departamento de León acerca de las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre el tratamiento del suicidio en los medios de comunicación, es muy bajo, puesto que afirmaron en las entrevistas que ellos redactan las notas informativas de suicidio con las mismas técnicas de redacción que las notas de acontecimientos diarios y de actualidad, pero que por ética periodistas algunos omitían informaciones, por razones humanitarias y no por conocimientos de las recomendaciones de la OMS, por lo que se puede concluir que aunque según el estudio realizan un trabajo periodísticos sensacionalista con efectos negativos en la población, no lo hace con mala intención o mala fe para causar daño a la honra de las personas suicidas o en la de sus familias.

Así mismo, manifestaron que no proporcionan línea de ayuda al suicida porque en Nicaragua no existen y que tampoco existen unidades de salud mental a nivel estatal, por lo que no pueden ofrecer esos datos para prevenir los suicidios puesto que no existen.

Con esta conclusión se confirma que nivel de conocimiento poseen los periodistas de medios digitales del departamento de León acerca de las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre el tratamiento del suicidio en los medios de comunicación es extremadamente bajo o totalmente nulo.



5. Bibliografía

- Herrera A, Solorzano L, Aparicio Basauri V, Caldera T. . (2019). *Suicidios en Centroamérica y República Dominicana 2008-2018*. Cuadernos de Psiquiatría Comunitaria.
- Gould, M., Jamieson, P., y Romer, D. (2003). *Media contagion and suicide among the young*. *American Behavioral Scientist*, DOI.
- Herrera Ramírez, R., Ures Villar, M. B., y 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.
- Izquierdo, I. & Enríquez, E. (2005). *Manual de Estilo del Diario La Prensa* . Managua, Nicaragua : La Prensa S.A.
- OMS. (2008). Recuperado el 25 de JUNIO de 2022, de http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/resource_media.pdf
- OMS. (15 de Junio de 2022). *¿Cómo se puede prevenir el suicidio?* . Obtenido de <http://www.who.int/features/qa/24/es/>
- OMS/OPS. (2016). *Prevención de la conducta suicida* . Washington, D.C. : Biblioteca Sede de la OPS .
- OLMO, A. (2015). Suicidio y libertad de información: Entre la relevancia pública y la responsabilidad. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 19, 70-114.