

e-ISSN: 2387-1555

DOI: <https://doi.org/10.14201/rea202213159184>

EL SUICIDIO EN LA PRENSA DE NOTA ROJA YUCATECA: MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES Y FACEBOOK

*Suicide in the yucatecan red note press: digital media
and facebook*

*Suicídio na imprensa vermelha de Yucatecan: mídia
digital e facebook*

Sara ÁLVAREZ MÉNDEZ 

Universidad de Salamanca, Departamento de Psicología social y Antropología
sara.alv@usal.es

Recepción: 28/02/2022

Aceptación: 15/05/2022

Publicación: 31/12/2022

RESUMEN: La combinación de la digitalización de la prensa digital tradicional y su aparición en las plataformas de redes sociales de Internet ha aportado nuevos espacios que son aprovechados por la nota roja, un género de prensa sensacionalista altamente consumido por gran parte de la comunidad yucateca. A través del análisis analítico-sintético de los datos, así como el análisis lingüístico-estilístico del texto periodístico se espera encontrar las características principales de cómo es comunicado el suicidio en la nota roja dentro de la comunidad y, por tanto, conocer: cómo se caracteriza este tema, qué sentido adquiere y qué posiciones adopta la prensa respecto al fenómeno. Igualmente, se pretende comprobar si la reforma de la Ley de Salud Mental del Estado de Yucatán de 2019, las recomendaciones de la OMS y los programas de prevención de suicidio han influido en la forma que tiene la prensa de nota roja de informar acerca del fenómeno del suicidio.

El corpus de este estudio está conformado por las publicaciones digitales acerca de suicidios e intentos de suicidios cometidos en el estado de Yucatán entre el mes de agosto de 2019 y el mes de noviembre de 2021. Asimismo, se han tenido

en cuenta estudios previos que se han aproximado a los suicidios en la nota roja de Yucatán, para confrontar los resultados. Como resultado de este trabajo, destaca que la nota roja yucateca paulatinamente abandona la idea de un suicida local prototípico y la influencia de la figura de una diosa del suicidio maya, al mismo tiempo que comienza a integrar la salud mental, así como información de servicios de prevención de suicidio en el cuerpo de la noticia. Sin embargo, sigue empleando recursos no recomendados que pueden influir negativamente en los lectores.

Palabras clave: Suicidio, Periodismo, Prensa roja, Metodología cualitativa, Yucatán.

RESUMO: A combinação da digitalização da imprensa digital tradicional e o seu aparecimento nas plataformas de comunicação social da Internet proporcionou novos espaços que são explorados pela nota roja, um género de imprensa sensacionalista altamente consumido por uma grande parte da comunidade Yucateca. Através da análise analítico-sintética dos dados, bem como da análise linguística-estilística do texto jornalístico, esperamos encontrar as principais características de como o suicídio é comunicado na nota vermelha dentro da comunidade e, portanto, descobrir como este tópico é caracterizado, que significado adquire e que posições adopta a imprensa em relação ao fenómeno. Do mesmo modo, o objectivo é verificar se a reforma da Lei de Saúde Mental do Estado de Yucatan em 2019, as recomendações da OMS e os programas de prevenção do suicídio influenciaram a forma como a nota vermelha informa a imprensa sobre o fenómeno do suicídio.

O corpus deste estudo é constituído por publicações digitais sobre suicídios e tentativas de suicídio cometidos no estado de Yucatan entre Agosto de 2019 e Novembro de 2021. Do mesmo modo, estudos anteriores que abordaram os suicídios na nota vermelha de Yucatan foram tidos em conta a fim de comparar os resultados. Como resultado deste trabalho, destaca-se que a nota vermelha Yucatan abandona gradualmente a ideia de um suicídio local prototípico e a influência da figura de uma deusa suicida maia, ao mesmo tempo que começa a integrar a saúde mental, bem como a informação sobre os serviços de prevenção do suicídio no corpo das notícias. Contudo, ainda emprega recursos não recomendados que podem influenciar negativamente os leitores.

Palavras-chave: Suicídio, Jornalismo, Imprensa vermelha, Metodologia qualitativa, Yucatan.

ABSTRACT: The combination of the digitization of the traditional digital press and its appearance on the Internet's social media platforms have provided new spaces that are exploited by the nota roja, a genre of sensationalist presses highly consumed by a large part of the Yucatecan community. Through the analytical-synthetic analysis of the data, as well as the linguistic-stylistic analysis of the journalistic text, it is expected to find the main characteristics of how suicide is communicated in the red note within the community and, therefore, to know how this topic is characterized, what meaning it acquires and what positions the press adopts regarding the phenomenon. Likewise, it is intended to check whether the reform of the Mental Health Law of the State of

Yucatan in 2019, the WHO recommendations and suicide prevention programs have influenced the way the red note press reports the phenomenon of suicide.

The corpus of this study is made up of digital publications about suicides and suicide attempts committed in the state of Yucatan between the month of August 2019 and the month of November 2021. Likewise, previous studies that have approached suicides in the red note of Yucatan have been taken into account to confront the results. As a result of this work, it stands out that the Yucatan red note gradually abandons the idea of a prototypical local suicide and the influence of the figure of a Mayan suicide goddess, while it begins to integrate mental health, as well as information on suicide prevention services in the body of the news. However, it still employs non-recommended resources that may negatively influence readers.

Keywords: Suicide, Journalism, Red press, Qualitative methodology, Yucatan.

I. INTRODUCCIÓN

La prensa de nota roja yucateca responde a un género popular periodístico sensacionalista centrado en los sucesos vinculados a la violencia y lo desviado. La nota roja tradicional suele ir acompañada de imágenes gráficas¹, titulares llamativos y cuerpos de noticia simples y breves. Estas notas suelen carecer de interés en analizar con profundidad los sucesos descritos y re-dirigen la atención al modo de comunicar estas experiencias del acontecer social. Todo ello con objeto de llamar la atención y provocar reacciones a través del drama.

La nota roja, en este particular proceso de narrar un hecho, describe no sólo el suceso particular, enmarcado en la temporalidad de la noticia y su contexto, sino que también perfila las grandes articulaciones presentadas en un escenario más amplio: el de la praxis social (Arriaga, 2002). La prensa de nota roja, al igual que la prensa informativa general, es un producto cultural que media entre diferentes actores y produce a través de sus múltiples mecanismos una fuerte influencia en la percepción que poseen sus lectores acerca de los grandes roles como son la política, la economía o la salud, entre otros (Rubio, 2009). Por tanto, comprender los mecanismos y perspectivas con las que se divulgan y tratan los casos de intento de suicidio y suicidio consumado en la nota roja yucateca también nos permite contemplar la posibilidad de comprender la percepción y categoría que tiene el suicidio en la sociedad de Yucatán.

Y es de este principio de donde deviene la importancia de la aproximación a la articulación del suicidio dentro de la nota roja, puesto que los medios de

1. Antes de que existiese la posibilidad de fotografiar un suceso, la prensa de nota roja mexicana ya incorporaba imágenes a sus textos. En el siglo XIX la nota roja incluía grabados, como los del artista mexicano José Guadalupe Posada Aguilar, como enunciado visual a través del cual comunicar estos sucesos (Lupi, 1989). El empleo de la imagen respondía a la necesidad de realizar una representación de una realidad perceptible, así como de una realidad simbólica.

comunicación poseen la capacidad de transformar y manipular la forma en la que una sociedad identifica, procesa y comunica creencias. Además, debido a esa influencia, es indubitado que los medios de comunicación juegan un rol activo en la prevención del suicidio, así como en la inducción de pensamientos suicidas (OMS, 2004).

El presente trabajo estudia los principales medios de nota roja digitalizados del estado de Yucatán. El interés depositado en la digitalización de estas publicaciones parte de las características del ecosistema digital, donde existe una transformación en los roles y prácticas del periodismo tradicional puesto que los periódicos digitales se caracterizan por la interactividad, inmediatez, espacialidad indefinida, multimedialidad, funcionalidad y personalización (Pareja Pérez, 2003 citado en Nuño Moral, 2014). Además, la transmisión de la información en el medio digital ofrece la oportunidad de conocer las impresiones de los receptores a través de sus interacciones, generalmente descansando en las retroalimentaciones sincrónicas y asincrónicas de la audiencia.

El presente estudio pretende conocer si la creación de una Ley de Salud Mental del Estado de Yucatán (2019) y las pautas otorgadas por las OMS en *Prevención del suicidio un instrumento para profesionales de los medios de comunicación* (2004) han surtido algún efecto en la forma de comunicar el suicidio y su tentativa en los medios de nota roja de Yucatán. Al mismo tiempo, este estudio puede entenderse como una actualización de aquellos trabajos anteriores que estén relacionados con estos medios y temática.

II. MATERIALES Y METODOLOGÍA

Este estudio aglutina aquellas menciones de casos de suicidio y su tentativa en las publicaciones digitales de nota roja entre el 1 de agosto de 2019 y el 30 de noviembre de 2021². Cabe especificar que se han valorado todas aquellas publicaciones que recogen la noticia de un suicidio, así como de la tentativa de suicidio, pero no se han tenido en cuenta publicaciones donde la naturaleza de la muerte sea puesta en duda. Asimismo, se han recogido exclusivamente aquellas noticias que cubren sucesos que han ocurrido en el estado de Yucatán, aunque la víctima sea originaria de otro estado o país. El fin es conocer cómo la nota roja comunica los suicidios y su tentativa dentro de la comunidad yucateca en un contexto donde los lectores seguramente estén familiarizados con la víctima, el espacio u otros elementos relacionados con el suceso descrito.

Por otro lado, para saber si los medios han cambiado su forma de informar sobre el suicidio, se tomaron en consideración dos estudios previos cuyo objeto de investigación fue el trato del suicidio en la nota roja en la prensa de Yucatán.

2. Para la selección de la muestra se tomó en cuenta la última reforma del Decreto 643/2018 por el que se emite la Ley de Salud Mental del Estado de Yucatán fechada el 31 de julio de 2019, por lo que se recogieron aquellas publicaciones posteriores a la misma.

Estos estudios recorren las publicaciones entre 2005-2010 y los meses de enero a junio de 2015³. El material se ha extraído de un corpus compuesto de los tres diarios de nota roja impresos más consumidos en Yucatán y que también se han empleado en estos dos estudios anteriores: *¡Al Chile!*, *De Peso* y *Por Esto!*.

Aunque no podemos aseverar que estos sean los medios digitales de nota roja más consumidos, partimos de la tradicionalidad y prestigio popular que poseen estos medios en la comunidad yucateca. No obstante, estos periódicos acceden a cientos de miles de usuarios a través de sus páginas web y perfiles en redes sociales, sin la necesidad de realizar una distribución física, por lo que es posible que tengan más audiencia en su formato digital que impreso. Dada la popularidad que posee la red social Facebook en Yucatán (Cortés et al., 2015), así como las características de la plataforma, nos centraremos en la divulgación de las notas en este medio.

Por tanto, la información analizada en el presente trabajo incluye las menciones de suicidio e intento de suicidio en notas digitales de las páginas web de los tres diarios⁵, así como las emisiones en directo y los vídeos subidos en los perfiles de Facebook de dichos periódicos (Tabla 1):

TABLA 1. MATERIAL ANALIZADO

Periódico	Notas	Emisiones en directo	Vídeos
<i>¡Al Chile!</i>	307	4	4
<i>De Peso</i>	299	8	1
<i>Por Esto!</i>	219	0	0

Tabla elaborada a partir del material compilado de los diarios (agosto 2019 a noviembre 2021). Se han analizado un total de 825 noticias.

El presente estudio desarrolla una investigación cualitativa analítico-sintética de los datos obtenidos de los rotativos mencionados. Asimismo, puesto que los textos

3. Reyes-Foster, Beatriz (2015) «He followed the funeral steps of Ixtab: The pleasurable aesthetics of suicide in Newspaper Journalism in Yucatán, México» *Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*. 18(2):251-273. Hernández Ruiz, Laura (2019) «Titulares, balazos, llamadas y fotografías...» *EntreDiversidades*. Núm. 2 (13): 203-231.

4. Su circulación promedio es de 78050 ejemplares para el diario *De Peso*; 47249.84 *¡Al Chile!* y 59000 ejemplares de *Por Esto!*. *¡Al Chile!* presenta una distribución geográfica en 77 de los 106 municipios que conforman el Estado de Yucatán. *De Peso* tiene una distribución geográfica en 7 de los 106 municipios y *Por esto!* en 105 de los 106 municipios. Esta información ha sido extraída del Padrón Nacional de Medios Impresos (Secretaría del Gobierno de México, 2021).

5. Las correspondientes páginas web son: <https://alchile.com.mx/#> para el diario *¡Al Chile!*; <https://depesoyucatan.com/> para el diario *De Peso* y <https://www.porestonet.net/> para el diario *Por esto!* *Dignidad, Identidad y Soberanía*.

periodísticos constituyen una unidad comunicativa (Bernardez, 1982), se ha realizado un breve análisis lingüístico-estilístico de los textos que parte del carácter enunciativo particular del discurso periodístico (Van Dijk, 1990). Este análisis también atiende a los principios y estrategias de la comunicación (Carrillo Guerrero, 2007). Este tipo de análisis nos permite reconocer aquellos elementos evaluativos e informativos incluidos en el discurso, así como recuperar la intencionalidad de aquello que es comunicado. El fin de este proceso es conocer cómo se construye y comunica la idea de suicidio y como dicho significado es colocado en el imaginario social yucateco.

Además, para reconocer aquellos elementos que pueden resultar nocivos para la salud pública, se ha comparado el contenido de las notas con las recomendaciones de la OMS (2004) y relacionados con la Ley de Salud Mental del Estado de Yucatán (2019).

III. RESULTADOS

Al realizar el análisis de los datos que componen una noticia de nota roja, se ha observado que existen ciertos elementos que aparecen con mayor frecuencia respecto a otros, siendo estos percibidos como aquellos elementos básicos que componen una nota de prensa roja a la hora de cubrir una noticia de suicidio. Estos elementos son, por orden de aparición: el lugar del suceso, el sexo de la víctima, el método de suicidio empleado, la edad de la víctima y el motivo del suicidio (Tabla 2). En ocasiones, estas noticias también incluyen fotografías y vídeos que retratan o complementan la información anterior⁶.

TABLA 2. DATOS PROPORCIONADOS POR LA NOTICIA EN CADA CASO MENCIONADO

Dato	Porcentaje	Aparición
Lugar	100%	938/938
Sexo	99,68%	935/938
Método	95,84%	899/938
Edad	86,46%	811/938
Motivo	50,74%	476/938

Tabla 2. Datos proporcionados por la noticia en cada caso mencionado (938 menciones de casos suicidio o su tentativa en un total de 825 noticias consultadas).

6. En el presente trabajo no se incluyen imágenes de víctimas presentadas por los diarios. Asimismo, todas las descripciones aquí realizadas tienen un fin únicamente académico.

En la nota roja, la información del lugar en el que acontecen los hechos puede resultar realmente específica: desde la identificación de la ciudad y las calles a directamente facilitar la dirección completa del domicilio y la descripción física del mismo. También se emplean puntos de referencia populares como hospitales, escuelas, plazas u otros, para ubicar al lector en la zona. Igualmente, la noticia puede ir acompañada de fotografías del entorno y la vivienda, incluyendo en ocasiones el interior de esta.

El sexo de la víctima puede ser mencionado explícitamente, pero también puede ser inferido a través del género gramatical del término empleado para definir su identidad (p.ej. *esposa*, *inquilino*, *carnicero*...). Asimismo, la edad puede aparecer de forma explícita o inferida a través del uso de términos que definen sus atributos (p.ej. *abuelita* para referirse a una mujer de la tercera edad sin que necesariamente tenga descendencia). Respecto a la identidad, el nombre de la persona suele ser sustituido por las iniciales, el apodo por el que se conocía en vida o el uso de «N» para destacar el anonimato del actor. Es menos común la aparición de todos los datos personales.

Respecto al cuerpo de la noticia, se puede encontrar en este algún tipo de descripción del método empleado. Esta descripción recorre un amplio abanico, yendo desde la mera mención del método hasta la descripción meticulosa de cómo la persona se quitó la vida, indicando los instrumentos empleados y de qué manera. Por ejemplo, en caso de un ahorcamiento, se explica de forma explícita cómo alguien ha conseguido ahorcarse estando sentado o de rodillas, qué material ha utilizado o dónde lo ha comprado. También se suele mencionar de qué está colgando el cadáver: la variedad del árbol, el lugar de la casa, el objeto del que pende, etc. Cabe mencionar que, si se trata de un envenenamiento o sobredosis, los periódicos facilitan el nombre del medicamento o veneno empleado y, a veces, la cantidad consumida. En ocasiones, también se mencionan los efectos físicos que el método de suicidio causa en el cuerpo, en el espacio o en los instrumentos utilizados. En el cuerpo de la noticia se incluye también todo tipo de información que la haga más veraz y cercana a través de los detalles: la ropa que llevaba el fallecido, la hora a la que se quitó la vida, a quién vio por última vez...

Asimismo, la descripción del hallazgo del cadáver también es de interés y recorre un abanico semejante al del método. La nota puede hacer referencia al lugar, momento o persona que encuentra al cadáver y la relación de estos entre sí, a veces estos elementos aparecen todos reunidos y, en otras ocasiones, solamente se hace hincapié en alguno de estos aspectos. Sin embargo, la descripción del hallazgo suele dejarse para aquellas escenas más dramáticas donde los familiares, parejas o amigos de la persona fallecida, encuentran el cuerpo y reaccionan a lo ocurrido. En este apartado entran todo tipo de descripciones vívidas y crudas con la intención de reconstruir la escena y las emociones de la forma más conveniente.

Respecto a la descripción de los motivos, se puede observar que las noticias confunden sistemáticamente motivo con detonante. La mención del motivo suele estar acompañada de la influencia que ha tenido en el suicidio el consumo de

alcohol o cualquier otro tipo de droga. Bajo el mismo principio se suelen mencionar los trastornos mentales, aunque esto último se da en menor escala. Los motivos más mencionados en las notas son las discusiones con familiares, parejas y exparejas, el desempleo y los problemas económicos, las enfermedades y las adicciones. Son raros aquellos casos en los que la persona que se suicida haya cometido o esté relacionada con algún tipo de crimen o delito. El motivo del suicidio, cuando es mencionado, no suele ser descrito ni se realiza ningún tipo de reflexión acerca del mismo.

Un elemento anecdótico que se presenta con menor frecuencia aún es la información de líneas de ayuda y prevención del suicidio. Es más común, apareciendo en el 19% de las notas analizadas, la mención de algún tipo de trastorno en la salud mental. Respecto a las fuentes, se suele delegar en ellas la responsabilidad sobre el contenido de la noticia y se suele indicar en la propia noticia quién ha informado: familia, allegados, vecinos..., incluyendo aquí a autoridades. Si esto da un carácter testimonial a la información, también le proporciona cierta veracidad y credibilidad.

En relación con los titulares, estos emplean asiduamente un lenguaje satírico, crudo y vulgar resaltado por una tipografía colorida. Estos incluyen con frecuencia datos como el lugar, el sexo de la víctima o el método utilizado para el acto, especificando en ocasiones el instrumento empleado. A su vez, la identidad del suicida estriba en aquello por lo que se le reconocía en vida (p.ej., profesión, apodos, procedencia, etc.) o la edad que tenía (p.ej., *abuelito*, *chamacona*, *joven madre*, etc.). Los titulares también pueden incluir otros rasgos destacables, como los presuntos motivos que orillaron al suicida a quitarse la vida, cuanto más inverosímil sea la situación presentada más fácil es que aparezca en el titular con el fin de llamar la atención y atraer al lector.

En los titulares estos elementos pueden aparecer utilizados como recursos lingüísticos para presentar los hechos desde el disfemismo. La sátira, ridiculización o burla con la que se anuncian estos suicidios está estrechamente unida a la oralidad yucateca, así como a las referencias populares, donde el uso de las metáforas, perífrasis, refranes o frases hechas reconstruye los valores del imaginario social. Por su parte, la prensa de nota roja yucateca se vale de elementos semióticos y lingüísticos donde la oralidad adopta voces mayas y formas de habla coloquiales⁷.

En los titulares los rastros de oralidad se muestran con la incorporación de onomatopeyas, de términos coloquiales y vulgares, del empleo de las exclamaciones con diversos valores expresivos, la inclusión de marcadores morfosintácticos

7. Deseo hacer una aclaración acerca del nivel léxico-semántico. Si bien se reconoce en el texto la incorporación de léxico maya (así como léxico jergal), esto no se hace con la intención de vincular los hechos descritos con actores mayas, sino que es una asimilación de la oralidad propia del español yucateco dentro del texto escrito.

atenuadores e intensificadores, el uso de la elipsis, así como el empleo de términos mayas tan habituales en el español yucateco⁸.

Los titulares también tienden a explorar el imaginario popular dando un giro folclórico al suicidio con la mención de personajes como el *Kisín* o *Ixtab*⁹. Ejemplos de estos fenómenos se recogen en la Tabla 3:

TABLA 3. EJEMPLOS DE MARCAS ORALES Y COLOQUIALES EN LOS TITULARES

Periódico	Fecha	Titular
<i>¡Al Chile!</i>	15/08/2019	Como mango quedó colgado
<i>Por esto!</i>	17/12/2019	Escapa por la puerta falsa en Sacalum
<i>De Peso</i>	11/04/2021	Ixtab se lleva a dos tras suicidios en la Vicente Solís y Fidel Velázquez
<i>¡Al Chile!</i>	07/03/2020	Uay , «despertó» con Ixtab
<i>¡Al Chile!</i>	01/11/2019	Se le mete el Kisín por la droga e intenta suicidarse

Los cuerpos de la noticia presentan los mismos rasgos de oralidad que los titulares¹⁰. Los textos, además, son breves y simples, sus oraciones rehúyen la subordinación, siendo más comunes aquellas estructuras yuxtapuestas y coordinadas. Incluso las oraciones pueden aparecer separadas en pequeños párrafos que aportan pequeñas píldoras de información. Estos textos suelen presentar errores de estilo, así como errores ortográficos.

Con carácter general, estas notas rompen con los principios de cooperación comunicativa (Grice, 1975), puesto que la información facilitada en las notas no es relevante a nivel informativo, tampoco se garantiza la veracidad de lo descrito y en muchas ocasiones se excede la cantidad necesaria de información al ofrecer datos no útiles en exceso. Tampoco son notas imparciales y la exploración de la oralidad yucateca presente en los textos parece estar motivada por una razón lucrativa puesto que esta forma particular de narrar permite a los periódicos atraer al lector

8. Para conocer más acerca de la interferencia léxica maya en el español yucateco véase: Lope Blanch, Juan (1982) Sobre la influencia del maya en el español de Yucatán. *Nueva Revista de Filología Hispánica*; Vol. XXXI, No 1.

9. «Kisín» es un término maya traducible al español como «Demonio» (Gómez Navarrete, 2009). Por su parte, *Ixtab* es conocida como la diosa maya del suicidio, concepto extraído de la obra de fray Diego de Landa, segundo obispo de Yucatán (Landa, 2003).

10. Un ejemplo de la particularidad de esta oralidad se muestra en la preferencia por el uso del léxico local. Por ejemplo, el uso del término «ija» frente al extendido «güey», ambos términos coloquiales para hacer referencia a un sujeto. Puede entenderse como un término despectivo.

gracias a su función fáctica y apelativa del lenguaje, logrando una comunicación rápida y directa, por tanto, altamente lúdica y atractiva. A través de estos mecanismos los medios de comunicación transforman los significados y sus relaciones dentro del imaginario social, pero de esto hablaremos más adelante.

En cuanto a las fotografías presentadas en estos medios digitales, estas sirven para acompañar a la noticia y complementar la información. La aparición de las imágenes suele servir para separar la información en breves párrafos que apoyan la narración en el texto visual, se podría interpretar que las imágenes son igual o más importantes que el texto. Cabe mencionar que si bien existe una significativa cantidad de notas que carecen de fotografías, esto se debe en parte a que estas no han sido cargadas exitosamente en la página web del medio y solamente conocemos su existencia por la presencia del pie de foto. En cuanto a las fotografías que sí son recogidas en las noticias estas capturan: cadáveres, elementos que han servido para que la víctima se quite la vida (p.ej., sogas, cables, fármacos...), espacios, testigos, autoridades y servicios sanitarios. También se incluyen imágenes de la persona en vida, obituarios, imágenes de los funerales e imágenes de stock relacionadas con el método o espacio del suicidio. Destaca el uso de estas imágenes de stock que tratan de representar el concepto de suicidio a través de escenarios y elementos abstractos.

Los cadáveres mostrados en las noticias suelen aparecer pixelados, sino es la totalidad del cuerpo, se procura pixelar el rostro (aunque también aparece la imagen sin ningún tipo de censura). Los cuerpos pueden retratarse tal y como fueron hallados en la escena por el reportero, por tanto, la víctima puede aparecer todavía colgada, en el suelo o siendo trasladada por el Servicio Médico Forense durante el levantamiento del cadáver. Se retrata el cuerpo descubierto o tapado, indiferentemente. Los espacios más fotografiados se relacionan con el sitio donde se cometió el suicidio: el lugar donde la persona se quitó la vida y donde se encontró el cadáver, la vivienda (exterior e interior), la calle o el espacio general, así como otros espacios relevantes (p. ej., el lugar de trabajo) si no fue posible llegar a la zona del suceso. Finalmente, también se retrata a los familiares, vecinos y demás testigos del acontecimiento, incluyendo a las autoridades sanitarias y cuerpos de seguridad en el sitio donde sucedieron los hechos. Respecto a las imágenes en el medio digital, una posibilidad única de este soporte es la incorporación de vídeos que acompañen estas noticias. Como estos vídeos pertenecen generalmente al perfil de Facebook de los rotativos, su análisis se ha dejado para el apartado de las emisiones y vídeos en Facebook.

Si bien hemos depositado nuestro interés en las publicaciones digitales por la reactividad de estas, ninguna de las notas analizadas contenía comentarios en el correspondiente apartado de la página web de los periódicos estudiados. Por tanto, la nota roja digital en su página web no genera interactividad a través de comentarios entre sus lectores.

IV. EMISIONES EN DIRECTO Y VÍDEOS EN FACEBOOK

El perfil de Facebook de *¡Al Chile!* se creó en 2017 y actualmente tiene un total de 193886 seguidores. Por su parte, el perfil de Facebook de *De Peso* fue creado en 2015 y posee 268278 seguidores¹¹. A través de estos perfiles estos medios de comunicación comparten noticias y videos relacionados con sucesos y noticias estatales, nacionales e internacionales. Mientras tanto, las emisiones en directo suelen centrarse en el acontecer social yucateco. Todas estas publicaciones son altamente susceptibles de la reactividad ofrecida por la red social Facebook y en muchas ocasiones los receptores interactúan con estas.

Este apartado centra la atención en el contenido de los vídeos y emisiones en directo de los medios *¡Al Chile!* y *De Peso*¹² relacionadas con el suicidio y su tentativa en el estado de Yucatán. En total, se han analizado 12 emisiones en directo y 5 vídeos, que cuentan con una extensión total de 1 hora, 38 minutos y 39 segundos de contenido audiovisual. Estos videos acumulan un total de 159862 reproducciones, 3516 reacciones y 440 comentarios. Además de un análisis del contenido de los videos, también se ha realizado un análisis superficial del contenido de los comentarios.

El contenido textual de los vídeos y las emisiones en directo es bastante similar al de las notas escritas, asimismo, los datos suelen seguir la misma relación que se mencionó anteriormente (lugar, sexo, método, edad y motivo). La presencia de estos datos suele variar en las emisiones en directo puesto que este formato de emisión se elaborada sobre la marcha y es realmente precario: el reportero hace la vez de camarógrafo y se encarga de retransmitir en directo a través de un teléfono móvil mientras interacciona en tiempo real con los espectadores de la plataforma digital. Es habitual en este tipo de emisiones que oigamos al periodista dialogar con los curiosos de la zona para obtener los datos que más adelante comentará a los usuarios que estén en línea. El reportero se mantiene en el anonimato, generalmente sin mostrar el rostro a la cámara y utilizando un pseudónimo –por ejemplo, el de «frijol con huevo» o «blue»–.

Los titulares de las emisiones en directo de *¡Al Chile!* y *De Peso* emplean hashtags (como #Mérida, #Kinchil, #EnVivo o #EnDirecto) para catalogar y ordenar el contenido, al mismo tiempo, estos hashtags aportan un adelanto del contenido ofrecido. Asimismo, se emplean emoticonos que representan la sección del rotativo al que pertenece la noticia, análoga generalmente a la del medio digital e impreso, por ejemplo, el uso del emoticono de una sirena para la sección *¡Alarma!*

Además, *¡Al Chile!* posee una sección semanal donde se realiza un resumen de las noticias más destacables de la semana bajo el nombre de *La resumida*.

11. Datos extraídos de las páginas de Facebook de cada periódico. Fecha de consulta: 16/02/2022.

12. No se ha incluido en este apartado el periódico *Por esto!* porque no posee ningún vídeo que reúna las características mínimas necesarias para formar parte del análisis.

Estos vídeos breves, de apenas 3 minutos y medio, son protagonizados por un títere que representa a un personaje que recibe el nombre don Pelaná¹³, el títere lleva una camiseta del diario, lo que lo hace reconocible como reportero, y sus rasgos físicos tratan de imitar al estereotipo del hombre mayor yucateco. Estos vídeos poseen una estética similar a la que podemos encontrar en los programas informativos al uso, destaca, el uso de una cortinilla como elemento divisor de cada noticia. Esta cortinilla además de delimitar el espacio de cada noticia también anuncia la sección en la que nos encontramos y recuerda al espectador el medio que la emite (Imagen 1):

Imagen 1. «Esta es *La resumida* de ¡Al Chile! La pura neta informativa»



Imagen 1. Cortinilla de *La resumida* de ¡Al Chile!

Este formato de video ofrece a la audiencia un contenido mucho más espectacular, puesto que las noticias van acompañadas de una parafernalia realmente atractiva: sobre una base rítmica propia de la música popular (como el reguetón), el títere don Pelaná narra los sucesos mientras, a su espalda, un cromascope recoge imágenes relacionadas con la noticia. Respecto a las imágenes se suelen recoger en las noticias vinculadas al suicidio estas son: imágenes de la casa donde se ha cometido el suicidio, la víctima en vida, el cadáver pixelado, el funeral e imágenes de stock que crean una composición abstracta de un espacio en el que se va a cometer un suicidio (Imagen 2):

13. Pelaná poco tiene que ver con el término español «pelanas». Pelaná es la adopción al español de la construcción maya *Peel a na'*, traducible como «la vagina de tu madre» y que se emplea popularmente como un insulto en Yucatán.



Imagen 2. Don Pelaná delante de un «escenario suicida».

Imagen 2. Don Pelaná narrando una noticia de suicidio delante de una composición que evoca un espacio propicio para el acto. La Resumida de ¡Al Chile! del 20/08/2019.

Como se comentó anteriormente, el texto oral emitido en estos videos se compone del mismo discurso de la nota escrita. No obstante, en los vídeos es más habitual la presencia de expresiones populares y metáforas, así como albures¹⁴. El uso de expresiones populares, la mención de la «salida falsa» o la influencia de la diosa Ixtab también son explotados en este formato. Por otro lado, no se perciben grandes cambios entre los elementos que componen la noticia en formato de vídeo frente al formato escrito. Sin embargo, este tipo de formato sí introduce un elemento que no se recoge explícitamente en la noticia escrita: valoraciones subjetivas. Si bien en el texto escrito podemos identificar ciertos vestigios de opiniones y creencias personales del periodista (o línea editorial) dentro de la noticia, estos son implícitos. Pero en el caso del vídeo, a través del personaje, el periódico emite juicios de valor acerca de los hechos narrados y comparte impresiones (p.ej., molestia, tristeza, enfado...). Un ejemplo de este tipo de valoraciones aparece en *La resumida* del 27 de agosto de 2019, donde, tras narrar la sobredosis de fármacos de una joven, don Pelaná comenta: «[...] De verdad, ¿qué pasa en la cabeza de los jóvenes? ¿qué está pasando! ¿no piensan o qué? [...] “Toy molesto”» (min. 3:20-4:00)¹⁵.

14. El albur es un juego de palabras de doble sentido propio de México. El albur busca la burla de una situación a través de la referencias sexuales o escatológicas.

15. Véase en <https://www.facebook.com/alchilereal/videos/1100933250296497/>

Este tipo de vídeos acumulan decenas de miles de visualizaciones y tienen una gran acogida entre la audiencia. Las reacciones suelen ser positivas y los comentarios suelen ser jocosos, puesto que los espectadores reaccionan al video en su conjunto y no a una noticia determinada. No se recogen comentarios que hagan una observación acerca de una noticia de suicidio o tentativa en ninguno de los vídeos. Los comentarios de estos vídeos se centran en el personaje y la calidad de las noticias: se agradece la selección de noticias, se apoyan las valoraciones realizadas o se exige una actualización de las noticias.

Respecto al contenido de las emisiones en directo, ambos periódicos emplean medios precarios. La conexión parece establecerse a través de un teléfono móvil que emite en directo a través del perfil de Facebook de los diarios. El formato es bastante similar y los reporteros de ambos periódicos suelen iniciar la conexión con un saludo, la presentación del medio de comunicación y comentan aquella información que conocen. Se suele evitar el silencio en los vídeos y se recurre a la repetición continua de la información a través de paráfrasis, así como el uso de la construcción «Totalmente en vivo para ustedes desde / en [nombre del medio de comunicación]». La conexión finaliza con una invitación a realizar el seguimiento de la información a través del medio digital o impreso. En ocasiones la persona que retransmite recomienda a la audiencia optar por solicitar ayuda profesional para aquellos espectadores que sientan estar en una situación similar a la del actor suicida, sin embargo, no se dan indicaciones concretas ni se informa de ninguna línea de atención.

Existe una diferencia en el contenido audiovisual de la nota roja, puesto que las imágenes compartidas son más explícitas. Las emisiones recogen todo aquello que está ocurriendo en el momento, sin la opción de editar aquello que es capturado, además, el reportero no establece ningún control sobre la información audiovisual que comparte. A través de las emisiones en directo, la audiencia es testigo sincrónico de todo lo que acontece: el espacio físico, las personas atentando contra su vida, personas siendo reanimadas, las emociones de los testigos y familiares, la labor de las autoridades, los levantamientos de los cadáveres, etc. En ocasiones también se recogen en estos directos la confrontación entre las personas presentes y el reportero que está grabando la escena, este suele recibir insultos y peticiones de que detenga la actividad, a lo que el periodista reclama que es un trabajador desempeñando su papel¹⁶.

Los comentarios de la emisiones en directo son diversos. Existe en estos una función social interesante, ya que es habitual encontrar espectadores que se muestran preocupados por el bienestar de sus familiares y conocidos: estos suelen preguntar acerca del sexo, edad o nombre de la víctima, preguntan por el hecho

16. Se debe tener en cuenta que los reporteros trabajan en un contexto de precariedad laboral. Yucatán tiene un índice de pobreza o vulnerabilidad por carencias del 40.8%, 1.1 puntos porcentuales menor que el índice nacional, pero igualmente alto y significativo (CONEVAL, 2020: 14).

y el lugar desde el que se retransmite, también mencionan perfiles de otras personas para que se conecten. Es común que la audiencia interactúe consigo misma, compartiendo impresiones e informando a los recién llegados de aquello que está sucediendo.

Otros comentarios muestran empatía con la víctima y sus familiares: se da el pésame a la familia y se comparten las emociones («Dios santo, qué barbaridad tan joven y con familia¹⁷», «que tristeza», «que pena»). Los comentarios de carácter religioso son los más comunes («Porque Dios mío perdónalo¹⁸»), generalmente centran su atención en solicitar el perdón por la víctima y pedir su descanso. Por su parte, otros comentarios hacen referencia a eventos de similar naturaleza y que ya forman parte del imaginario común, creando una referencia interna («Que le lleven una caguama¹⁹ eso le hace falta²⁰!!!»). Finalmente, destacan aquellos comentarios que solicitan que dejen a las personas quitarse la vida, este tipo de comentarios suelen ser despectivos («Déjenlo que se mate!!!!!!!!!!», «Si no se tira que lo bajen y lo agarren a madrazos para que se le kite lo pendejo²¹», «Hijos de puta solo lo hace para llamar la atención Acer si sacan algo que se ponga a trabajar eso es lo que tiene que hacer el pendejo ese²²»). Asimismo, se utilizan emoticonos para compartir emociones, sea con un fin favorable o despectivo. Sorprende, del mismo modo, que estos espacios también son empleados para difundir publicidad de negocios locales, aprovechando la cantidad de audiencia que atraen este tipo de emisiones.

V. EL IMAGINARIO YUCATECO EN TORNO AL SUICIDIO

Anteriormente se ha mencionado que los medios de comunicación pueden transformar los significados y sus relaciones dentro del imaginario social. Este tipo de influencias no son directas y requieren de procesos cognitivos mayores puesto que afectan a una estructura mucho más amplia y general que la de la opinión o creencias individuales (van Dijk, 1990). Sin embargo, de producirse, estos cambios o efectos son más permanentes.

17. «Dios santo, ¡qué barbaridad!Tan joven y con familia!».

18. «¿Por qué? Dios mío, perdónalo».

19. Cerveza de 1 litro.

20. Este comentario hace referencia a un intento de suicidio que se dio en Torreón, Coahuila en enero de 2020, donde una mujer ofreció una cerveza a una persona que estaba intentando atentar contra su vida con el fin de persuadirla. Vid. Gabriel Revelo (22 de enero de 2020) «Mujer ofrece una caguama a sujeto que intenta suicidarse» en *Noticieros Televisa*. Disponible en: <https://noticieros.televisa.com/historia/mujer-ofrece-caguama-sujeto-intenta-suicidarse/>

21. «Si no se tira que lo bajen y lo golpeen para que se le quite la tontería».

22. «Hijos de puta [persona que está autolesionándose] solo lo hace para llamar la atención [intento de suicidio]. A ver si sacan algo [hace referencia a si las personas que se autolesionan obtienen algún beneficio con sus actos]. Que se ponga a trabajar eso es lo que tiene que hacer el tonto ese».

Los medios de nota roja emplean determinados mecanismos estratégicos que facilitan la manipulación de estos procesos. Al contrario de los discursos periodísticos al uso, la nota roja da especial importancia a los hechos locales concretos y las reacciones que causan los mismos, por tanto, en el proceso de lectura estos son evocados con mayor frecuencia. Puesto que el proceso cognitivo desarrollado durante la lectura de estas notas es simultáneo y «todo el procesamiento semántico depende de la activación y la aplicación de los modelos, los resúmenes y las actitudes» (van Dijk, 1990:211), existe una re-interpretación del contexto en relación con la situación social (ibid.).

Una persona que se enfrenta a un texto (oral o escrito) posee un conjunto de creencias y juicios previos que se relacionarán con el entendimiento de un texto. Por tanto, cada vez que un lector de nota roja se enfrenta a una noticia acerca de un suicidio pone en común estas creencias previas durante el proceso cognitivo simultáneo desencadenado por la lectura y, posteriormente, produce un pensamiento (concreto y general) acerca de la noticia. A su vez, produce una imagen mental del fenómeno del suicidio como categoría. Teniendo en cuenta la cobertura diaria del suicidio en Yucatán, estos procesos cognitivos –que tienen como objeto el suicidio– son realizados diariamente por miles de lectores que repiensen, reforman y reflexionan sobre este fenómeno en su comunidad, moldeando lenta, pero inexorablemente este imaginario.

Por otro lado, es necesario concretar el concepto de «imaginario social» que se maneja en este texto:

«Lo imaginario, o más precisamente, un imaginario, es un conjunto real y complejo de imágenes mentales, independientes de los criterios científicos de verdad y producidas en una sociedad a partir de herencias, creaciones y transferencias relativamente conscientes; conjunto que funciona de diversas maneras en una época determinada y que se transforma en una multiplicidad de ritmos. Conjunto de imágenes mentales que sirve de producciones estéticas, literarias y morales, pero también políticas, científicas y otras, como de diferentes formas de memoria colectiva y de prácticas sociales para sobrevivir y ser transmitido» (Escobar, 2000:113).

Podemos tomar el imaginario social yucateco en relación con el suicidio como un imaginario que se apoya y se nutre, entre otras cosas, de las emociones producidas por el discurso de la nota roja. A partir de este imaginario las personas se movilizan relacionando y construyendo categorías entorno al fenómeno del suicidio en Yucatán. Sin embargo, esta construcción parte de una manipulación del imaginario social, puesto que la nota roja se sirve de múltiples estructuras estratégicas para transmitir la información con el fin de impactar al lector, no informar. Aquí analizaremos dos muestras específicas de la manipulación entorno al suicidio: la percepción de la asiduidad del fenómeno y la *folclorización* del mismo.

Existe una percepción social en la comunidad de Yucatán que posiciona a este estado como el más afectado por el fenómeno del suicidio (Reyes-Foster, 2011). Sin embargo, esta percepción no se corresponde con una realidad objetiva

basada en los datos oficiales, si bien el Estado de Yucatán se ha mantenido en las últimas décadas como parte de los primeros puestos, no es el estado más afectado (Tabla 4):

TABLA 4. TASA DE SUICIDIOS EN EL ESTADO DE YUCATÁN

Año	Tasa	Puesto
2015	9	4.º
2016	10.4	2.º
2017	8.8	4.º
2018	10.9	1.º
2019	11.1	3.º
2020	10.4	3.º

Fuente: INEGI. Relación entre tasa de suicidios y puesto que ocupa el estado de Yucatán entre 2015 y 2020. Datos extraídos del INEGI.

Los medios hacen hincapié en la asiduidad de los suicidios en Yucatán a través de diversas estrategias:

1. Seguimiento y reporte diario de los casos de suicidio. Los medios de nota roja realizan un seguimiento diario y actualizado de los casos de suicidio que se dan en la comunidad. Como hemos visto en el presente estudio, este seguimiento se acompaña de descripciones prolijas de aquello que ha ocurrido, aunque no tenga un interés informativo real para la comunidad.
2. Recuento de los suicidios. El recuento de los suicidios se realiza en titulares y cuerpos de noticia, los periódicos poseen sus propias bases de datos dedicadas a los suicidios y realizan actualizaciones de la cantidad de suicidios cometidos en sus páginas. Estos recuentos son destacados en los titulares cuando se alcanzan ciertas cifras: el primer suicidio, cuando alcanzan las decenas o centenas, números que evocan conceptos populares.
3. Agrupación de casos de suicidio. Los medios suelen hacer referencia a otros casos de suicidio que comparten características con el caso narrado en la nota. Así, la edad, localización, método o motivo mencionado en la noticia sirve para recuperar casos anteriores, incluso, aquellos que han ocurrido hace décadas.
4. Introducción del suicidio como un evento esperable en los titulares. Por ejemplo, a través de las construcciones «Uno más...», «Otro...», «Ya van...» se da por hecho que el suicidio es un fenómeno asiduo. Además, estas

fórmulas aparecen también unidas a elipsis, por lo que se da por hecho que el lector va a estar predispuesto a evocar el suicidio al leer dicho titular.

5. Copia de los suicidios. Los suicidios vuelven a ser publicados nuevamente en el medio, en alguna ocasión, para incluir nueva información o matices.

Por otra parte, la folclorización del suicidio se da a partir de la introducción de ciertos personajes como figuras populares que funcionan como elementos que influyen en el fenómeno de una u otra forma. Así, el misticismo y las concepciones populares entran dentro de la categoría de la autoeliminación en Yucatán. Estas articulaciones se dan tanto en los titulares como en los cuerpos de las noticias, por ejemplo, podemos encontrar la mención de que el Kisín [demonio] se introduce en la droga que ha consumido una persona, lo que le ha llevado a intentar quitarse la vida.

De estas articulaciones, destaca especialmente la mención de la deidad Ixtab como diosa de la horca prehispánica. La doctora Reyes-Foster (2013) menciona que esta articulación vincula la identidad maya con el suicidio por ahorcamiento dentro de la comunidad yucateca a través de un proceso de otredad formulado en la nota roja. Según Reyes-Foster, los medios vinculan la figura de Ixtab con el suicidio por ahorcamiento de hombres alcohólicos mayas (2013: 265). Sin embargo, si bien en la actualidad los medios siguen empleando esta mención, no parece que se persista en esta construcción. La figura de Ixtab, la «diosa del suicidio», ha dejado de ser un motivo frecuentemente utilizado, apenas se menciona en 55 de 938 casos de suicidio, más aún, esta parece estar atravesando un proceso de abandono dentro de los medios de nota roja digitales. Las escasas menciones de la deidad ni siquiera se construyen bajo la idea del maya alcohólico que se suicida por ahorcamiento, puesto que esta figura se emplea como un elemento folclórico donde la procedencia, identidad del suicida, el método o el lugar de los hechos no presentan una correlación ni relevancia especial, parece que la mención de esta figura tiene mayor valor como ente folclórico yucateco que como una deidad prehispánica que tenga algún tipo de influencia en una etapa contemporánea.

La aparición de la deidad Ixtab en el caso de un suicidio por ahorcamiento, donde la víctima sea un hombre maya y haya consumido alcohol se da en 55 casos de suicidio donde se menciona a dicha figura, por tanto, en 4 de 938 casos de suicidio analizados. Por otra parte, la relación entre la diosa de la horca y el suicidio por ahorcamiento de una persona vinculable a la identidad maya se da en 16 casos de 55. Si bien el uso no parece malicioso, la utilización de esta figura sigue romantizando y estigmatizando el suicidio entre los miembros de la comunidad maya. Asimismo, esta figura no parece tener un origen en la comunidad maya, sino una mala interpretación a partir de una manipulación histórica (Álvarez, 2021).

Si bien la influencia de Ixtab en el suicidio de mayas yucatecos se ha desdibujado en el tiempo y solamente perdura en algunas publicaciones marginales que perpetúan la «natural» tendencia suicida entre los miembros de la comunidad

maya²³, esta no ha caído en desuso en el campo de la salud como parte de la «sensibilidad cultural» en relación con el suicidio y en el campo de las artes donde Ixtab es utilizada como fuente de inspiración del empoderamiento femenino posmoderno²⁴.

En consecuencia, de todas estas estrategias, el suicidio en Yucatán se ha visto romantizado por la otredad durante décadas, no solo desestimando la erosión cultural e impacto humano, sino contribuyendo a la percepción de este como parte del sistema de la identidad cultural de esta zona geográfica y su asimilación entre los miembros de la propia comunidad. Así, a través del uso de Ixtab como diosa del suicidio maya en la academia, en los medios de comunicación como la nota roja, en las producciones artísticas y costumbristas es como se ha folclorizado el suicidio en Yucatán.

Cabe mencionar que tampoco destaca del análisis general de los datos ningún tipo de creación de un suicida prototípico.

VI. DISCUSIÓN²⁵

A raíz de lo anteriormente presentado, se ha considerado que, a través de las nota roja, se recrea un imaginario *necro-mitológico* que se ve continuamente alimentado, donde los elementos que componen los sucesos son fácilmente reemplazables por nuevos actos y actores. Es decir, la nota roja yucateca cuando «informa» de un suicidio cometido dentro de la comunidad cumple dos funciones principales: ser una nota necrológica y una maquinaria de creación de mitos relacionados con el suicidio, incluyendo en estos personajes, espacios, métodos o motivos. Esta última, la maquinaria de creación de mitos, parte del interés lucrativo de los rotativos.

Esta atención dirigida hacia lo negativo, lo desviado y lo violento a través del sensacionalismo satisface la retórica de las emociones. Lo excepcional y lo inesperado, en esta ocasión descansan en los detalles, puesto que la noticia del suicidio sí es esperada, la novedad no recae en el fenómeno sino en los actores y todos los elementos que circundan sus actos. Como comenta van Dijk: «la noticia es más persuasiva si representa sucesos que se adecuan a nuestros modelos sin ser completamente predecibles» (1990:128) y no existe mayor proximidad al modelo

23. Véase: Zúñiga Carrasco, I. (2021). Suicidio en el Estado de Quintana Roo: causalidad y mística. *Revista Mexicana de Ciencias Penales*, 4(13): 167-186.

Recuperado a partir de <https://revistaciencias.inacipe.gob.mx/index.php/02/article/view/418>

24. Estas anotaciones parten de un estudio que estoy desarrollando actualmente. Dicho trabajo está centrado en la utilización de esta figura en los trabajos artísticos, así como en trabajos del área de la sanidad.

25. El fin de este trabajo no es presentar los factores que pueden influir en la alta tasa de suicidios que afecta a la población yucateca, por lo que no se ha incluido en la presente discusión ninguna información de estas características.

común de Yucatán que tratar sucesos que ocurren dentro de la comunidad bajo un discurso ideológico generalizado.

La nota roja atiende a los casos de suicidio en la comunidad por la familiaridad, proximidad y exaltación emocional que contienen estas narraciones. Si bien la exaltación de estas emociones desde una negatividad nos podría parecer un modelo poco atractivo para consumir diariamente, van Dijk comenta la lógica del rol de la negatividad en las noticias (1990: 178-179):

Psicoanalíticamente, estas diferentes formas de negatividad en las noticias pueden contemplarse como expresiones de nuestros propios temores, y el hecho de que las sufran otros proporciona tanto alivio como tensión a causa de esa especie de participación delegada en los demás. Los modelos de estos sucesos negativos, pues, están directamente relacionados con el sistema emocional de autodefensa, en el cual la fascinación por todo aquello que puede ir mal es una preparación efectiva para la acción evasiva o protectora. En términos más cognitivos, podríamos decir que ese procesamiento de la información respecto de esos acontecimientos se parece a una simulación general de los posibles incidentes que pueden irrumpir en nuestras propias vidas cotidianas. Al mismo tiempo, esta información es un test de normas y valores generales. Especialmente cuando está involucrada la desviación de diferentes tipos, proporciona a los miembros del grupo información sobre marginados o parias, y aplica un consenso de normas y valores sociales que ayudan a definir y a confirmar el propio grupo.

La nota roja yucateca nos describe una articulación de una imagen social íntima del suicidio. En un principio podría parecer que en sus notas se refleja un presunto imaginario social yucateco acerca del suicidio. Sin embargo, no se desprenden articulaciones del imaginario social, sino la manipulación de este, a través de un discurso donde se marca lo que es moral dentro de la comunidad y se reafirma la pertenencia al grupo a partir de la evaluación del comportamiento. Es, a través de la nota roja, donde el suicidio se presenta como el producto negativo de aquellas conductas y actos que son juzgados y recriminados: el consumo de drogas y alcohol, las discusiones o el desempleo, entre otros. Los actores que han culminado el suicidio pueden ser juzgados y recriminados por su acto, pero también pueden ser lamentados, dependiendo de su demografía. Mientras tanto, los actores protagonistas de las tentativas de suicidio deben ser juzgados y recriminados, en ocasiones, de forma muy cruda. A un lado quedan los casos particulares, donde los suicidios devienen de contextos de abusos, inestabilidades o injusticias sociales y sirven para elaborar discursos reivindicativos, donde aquello despreciable e inmoral es señalado.

Pero ¿cómo se da esta manipulación? El texto se estructura bajo la premisa de la comunicación, es decir, quien escribe espera ser leído, interpretado, comprendido. Por tanto, debe realizar una composición de un texto que sea comprensible y atractivo, el proceso de elaboración del texto es intencional y busca que el lector empatice con su proposición. Cuando nos encontramos con la descripción prolija de cada acto de suicidio, el autor trata de enfatizar la naturaleza factual de

hecho y su importancia a través de las estrategias persuasivas. Esto no solo aporta veracidad y credibilidad a aquello que es descrito el texto también defiende la adecuación de hablar de dicho hecho en esos términos. En este camino, sin embargo, se sacrifica la relevancia de la información, así como la adecuación y coherencia del texto.

Por ejemplo, existe una fuerte falsificación de lo espontáneo en los titulares y cuerpos de noticia de las notas de prensa roja. Aquí existe cierto engaño para el lector, quien recibe un texto informal donde las marcas coloquiales aprovechan un conocimiento compartido de la forma de comunicar dentro de la comunidad y donde el periódico, a través de estos mecanismos, se posiciona como un guía de lo moral dentro de la comunidad. Si bien esto consigue que leer sobre el suicidio sea ameno, emocional y lúdico, también fomenta la incorporación de estos discursos en la esfera del día a día.

Entre otros mecanismos de manipulación, destaca la diferencia sustancial a la hora de transmitir la información de suicidios de gente anónima frente a los suicidios de personajes conocidos en la comunidad, siendo estos últimos tratados en los textos con una composición mucho más formal y un tono más sobrio. Esto indica que las frases hechas, disfemismos, metáforas y albuces son una elección consciente en estos textos. Asimismo, la selección inadecuada de la información o la introducción de marcas o interferencias de las características pragmáticas y cognitivas de la oralidad, tienen como resultado la elaboración de textos pragmáticamente inadecuados, pero que funcionan. Dadas estas condiciones, podemos asumir que la intención del texto de nota roja no se corresponde a la intencionalidad esperada de un texto informativo de un medio de comunicación. Hernández Ruiz, denominó estas publicaciones *noti-reportajes* y las describió como:

[...] el tipo de publicaciones que presentan los rotativos de referencia sobre el suicidio es un híbrido, pues con frecuencia estas son demasiado prolijas, muy creativas, cargadas de elementos reiterativos, discursivos y sobrelocuentes, y poco objetivas como para ser notas informativas y, otras veces, carentes de investigación formal y apuntes tomados *in situ* (como un autor-testigo de los hechos) como para ser reportajes, por lo que en este trabajo se les denomina *noti-reportajes* (Hernández Ruiz, 2019: 2010)

Particularmente, en este trabajo se propone que estas notas son en realidad la utilización de la noticia para la divulgación del chisme. Todos los elementos presentes en la nota –sobre todo aquellos elementos estéticos y ético-morales empleados– presentan una naturaleza testimonial que en el campo periodístico general sería proscrita y bastarda: el chisme. Y es, a través del chisme, donde se manipula un imaginario sobre el entendimiento social del suicidio en Yucatán.

Durante la realización de este trabajo, se observó una explícita percepción de las notas de prensa roja de Yucatán como un chisme bajo el juicio de sus consumidores y productores. La interpretación de la nota roja como chisme es mencionada tanto en el propio cuerpo de la noticia como en los comentarios de los lectores

que interactúan con las publicaciones digitales en la plataforma Facebook. La intención y la actitud de la coherencia textual presentadas dentro de la nota roja se corresponden a la estructura del chisme, donde la relación entre las partes es una relación subordinada y donde la progresión temática responde al imaginario *necro-mitológico*, no a informar acerca de casos de suicidio. Por tanto, la inadecuación del texto presentado se centra en el propósito o intención del autor, quien despierta la empatía de los lectores con una complicidad de carácter lúdico.

Con todo ello, se podría sentenciar que la nota roja es una producción periodística de baja calidad y dudosa ética, pero todavía nos estaríamos dejando un problema central en el tintero: el suicidio. La forma de comunicar el suicidio en los medios de comunicación influye en la forma que tiene la población de responder ante este fenómeno, tanto en cuanto, los medios de comunicación son capaces de influir sobre las creencias y comportamientos de la comunidad. Siguiendo la literatura académica, incluyendo a la propia Organización Mundial de la Salud, estos medios de comunicación podrían inducir a pensamientos y actos de imitación del suicidio (efecto Werthef), pero también podrían prevenirlos (efecto Papageno).

De todos los elementos que hemos analizado en el presente trabajo solamente encontramos uno que sigue las recomendaciones de la OMS a la hora de informar acerca del suicidio: la mención y facilitación de líneas de ayuda y prevención. Sin embargo, este se da en 151 de 938 casos de suicidio recogidos en las páginas de estos medios, es decir, en el 16,09%. Unas líneas que aparecen debajo de un texto sensacionalista que estigmatiza, ridiculiza y menoscaba la salud mental, no respeta la dignidad de las víctimas y sus familiares, al mismo tiempo que divulga mitos y falsas creencias entorno al suicidio. Entre estas falsas creencias y mitos, existe una clara tendencia a la hora de simplificar los motivos de los fenómenos de autoeliminación, más aún, estos motivos son confundidos con detonantes. En muchas ocasiones se mencionan los motivos por el carácter extraordinario de estos. En relación con este último punto, se debe recordar que el suicidio es un fenómeno multifactorial complejo que representa una emergencia de salud pública, por lo que es negligente mencionar una única causa de forma simplista, del mismo modo que es negligente no enfatizar aquellas alternativas al suicidio, mencionar líneas de ayuda o divulgar aquellos indicadores de riesgo.

Estas producciones también transgreden el artículo 43 de la Ley de Salud mental del Estado de Yucatán (2019: 28):

Artículo 43. Los medios de comunicación masiva están obligados a manejar de manera ética, responsable y objetiva la información concerniente a salud mental, incluyendo el tema de la violencia y el suicidio, con especial observancia a la no estigmatización, la no discriminación, al derecho a la confidencialidad y demás derechos mencionados en esta Ley.

Sin embargo, la negligencia en el seguimiento del suicidio en medios de comunicación no es una cuestión exclusiva de Yucatán o México. Los propios medios de comunicación españoles tampoco tratan adecuadamente la información

acerca de este fenómeno (Herrera, Ures y Martínez: 2015: 132-133, Durán y Fernández-Beltrán: 2020: 10). En ambos casos, destaca en esta problemática la falta de un manual homogéneo para profesionales del área de la comunicación, así como la inexistencia de unas consecuencias prácticas ante estos actos o, lo que es lo mismo, una toma de responsabilidad por parte de los medios de comunicación a la hora de divulgar noticias relacionadas con el suicidio.

Al contrario de México, en España no es frecuente el tratamiento del suicidio como noticia en los medios de comunicación, si bien la eliminación del suicidio de las páginas de los medios podría evitar cualquier impacto negativo derivado de una divulgación estigmatizadora del suicidio, este vacío seguiría dando la espalda a un problema social al mismo tiempo que se estaría desestimando el potencial beneficio de crear conciencia social a través de la correcta divulgación de la información. Actualmente, el problema de la nota roja no descansa en su baja calidad o dudosa ética, sino en que posiblemente está siendo un factor más que contribuye a la gravedad del fenómeno del suicidio de Yucatán y, por ende, representa un serio problema que atenta contra la salud pública.

VII. CONCLUSIONES

La tasa de suicidios en el estado de Yucatán (México) supera en más del doble la media nacional y este hecho se refleja en el imaginario común de la sociedad, donde gran parte de los habitantes de Yucatán aseveran pertenecer al estado más afectado por este fenómeno. Sin embargo, esta percepción no proviene de las estadísticas oficiales, sino del relato difundido a través de los medios de comunicación.

Parte de esta percepción proviene de la persecución diaria de todo caso de suicidio que se da en Yucatán a través de la nota roja, mientras que la otra parte deriva de una manipulación de los casos de suicidio a través de diversas estrategias, entre ellas, la repetición de noticias. Esta persecución de carácter noticioso cubre el suicidio en toda la extensión del territorio del estado de Yucatán, independientemente de quien lo ha cometido y del método. Esta normalización del fenómeno a través de la asiduidad, así como la despersonalización de los actores sustituyéndolos con personajes, puede inducir a –y promover– pensamientos suicidas, particularmente entre los adolescentes y los adultos jóvenes.

Además, la nota roja emplea ciertas estrategias textuales y macrotextuales que hacen uso de los valores y configuraciones simbólicas comunes en la comunidad para la divulgación lucrativa de sus textos. Así, la percepción del receptor acerca del suicidio en Yucatán es construida a través de modelos conceptuales lúdicos, emocionales y violentos, donde lo importante es lo desviado del suceso, no su gravedad. Esta práctica, *a priori* sólo inmoral, es especialmente peligrosa. Si sopeamos, por ejemplo, la forma de informar acerca del método del suicidio, aunque la nota roja pretende realizar una descripción prolija (sobre todo vívida y cruda de

los hechos), estas pueden verse como instrucciones realmente específicas acerca de cómo cometer el acto del suicidio, puesto que estas apuntan, incluso, nombres de medicamentos o venenos, cantidad que se debe tomar y cuándo comienza a hacer efecto.

Creo que este trabajo ha presentado, más allá de los resultados y propuestas, la extensa labor que queda por delante. Se han mostrado aquí, de forma explícita, múltiples vías de investigación en torno al discurso construido sobre el suicidio en la nota roja de Yucatán. Todavía quedan pendientes análisis especializados en torno a múltiples aspectos que pueden ayudarnos a comprender el fenómeno y cómo comunicar correctamente el fenómeno en la comunidad. Desde el análisis de la noticia como chisme, pasando por las estructuras e influencias de la política en estos medios hasta un análisis profundo en cuanto a la recepción e impacto de las estrategias que aquí hemos visto podrían ser la clave para reconocer aquellos elementos presentes en estos medios que nos ayudarían a dar una vuelta de tuerca al fenómeno Werther y hacer de los medios de comunicación un aliado en esta crisis.

El fin y principal interés de este tipo de trabajos es la posibilidad de elaborar protocolos sensibles a la prevención de suicidio adaptados a estos medios. Asimismo, que estos protocolos se elaboren desde una interculturalidad crítica.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez Méndez, S. (2021). Ahorcamientos durante la persecución de idolatrías de 1562: Posible origen e instrumentalización de la diosa del suicidio maya. *Americanía: Revista De Estudios Latinoamericanos*, 14, 34-62. <https://doi.org/10.46661/americania.6266>
- Arriaga, J. (2002). Colombianización o 'mexicanización' periodística. La nota roja en los noventa. *Razón y Palabra.*, 14: 41-47.
- Bernárdez, E. (1982). *Introducción a la lingüística del texto*. Espasa-Calpe: Madrid.
- Landa Calderón, D. (2003). *La relación de las cosas de Yucatán*. Consejo nacional para la Cultura y las Artes: México.
- Carrillo Guerrero, L. (2007). Normas, principios y estrategias comunicativas. *Analecta Malacitana: Revista de La Sección de Filología de La Facultad de Filosofía y Letras*, 30(2): 495-532.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL] (2020) *Informe de pobreza y evaluación. Yucatán*. Ciudad e México.
- Congreso del Estado de Yucatán (2018). Decreto 643/2018 por el que se emite la Ley de Salud Mental del Estado de Yucatán.
- Disponible en: <https://www.poderjudicialyucatan.gob.mx/digestum/marcoLegal/02/2018/DIGESTUM02364.pdf>. Consultado el 01/10/2021.
- Cortés, R. L., Zapata, A., Menéndez, V. H., y Canto, P. J. (2015). El estudio de los hábitos de conexión en redes sociales virtuales, por medio de la minería de datos. The study of habits related to virtual social networks, using data mining. *Innovación Educativa*, 15(68), 99-114.
- Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732015000200007&lng=es&nrm=iso&tlng=es%0Ahttp://www.scielo.org.mx/scielo.

- php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732015000200007&lang=pt. Consultado el 11/09/2021.
- Durán, A. y 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, e290207. Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.07>
- Escobar Villegas, J. C. (2000). *Lo imaginario. Entre las ciencias sociales y la historia*. Medellín: Fondo Editorial Universidad Eafit.
- Gobierno de México (2021) Padrón Nacional de Medios Impresos. Disponible en <https://www.gob.mx/dgmi/articulos/padron-nacional-de-medios-impresos-290303>. Consultado: 10/11/2021.
- Gómez Navarete, J. A. (2009). *Diccionario Introductorio Español - Maya Maya -Español*. Universidad de Quintana Roo: México.
- Grice, P. (1975) Logic and Conversation. *Syntax and Semantics, Speech Acts*, ed. by Peter Cole and Jerry L. Morgan. New York: Academic Press 3: 41-58
- Hernández Ruiz, L. (2019) Titulares, balazos, llamadas y fotografías... *EntreDiversidades*. 2, 13: 203-231.
- Herrera Ramírez, R., Ures Villar, M. B. y Martínez Jambrina, J. J. (2020). The treatment of suicide in the Spanish press: ¿werther effect or papageno effect?. *Rev. Asoc. Esp. Neuropsiq.* [online], 35,125 [citado 2022-05-15], pp. 123-134. Disponible en: <http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0211-57352015000100009&lng=es&nrm=iso>. ISSN 2340-2733. <https://dx.doi.org/10.4321/S0211-57352015000100009>
- INEGI (2017) Estadísticas a propósito del día mundial para la prevención del suicidio. Datos Nacionales.
- INEGI (2018) Estadísticas a propósito del día mundial para la prevención del suicidio. Datos Nacionales. Comunicado de prensa Núm. 410/18. Disponible en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2018/suicidios2018_Nal.pdf. Consultado el 15/11/2021.
- INEGI (2019) Estadísticas a propósito del día mundial para la prevención del suicidio (10 de septiembre). Datos Nacionales. Comunicado de prensa Núm. 455/19.
- INEGI (2020) Estadísticas a propósito del día mundial para la prevención del suicidio. Datos Nacionales. Comunicado de prensa Núm. 422/20. Disponible en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/suicidios2020_Nal.pdf. Consultado el 15/11/2021.
- INEGI (2021) Características de las defunciones registradas en México durante 2020. Comunicado de prensa Núm. 592/21. Disponible en <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/DefuncionesRegistradas2020preliminar.pdf>. Consultado el 10/02/2022.
- INEGI (2021) Estadísticas a propósito del día mundial para la prevención del suicidio (10 de septiembre). Datos Nacionales. Comunicado de prensa Núm. 520/21. Disponible en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/Suicidios2021_Nal.pdf. Consultado el 15/11/2021.
- Lupi, A. (1989). Carcajadas de calaveras en Jorge Ibargüengoitia y en José Guadalupe Posada. *Actas Del IX Congreso de La Asociación Internacional de Hispanistas: 18-23 Agosto 1986 Berlín*, 2, 623-628. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=594191&orden=40954&info=link%0Ahttps://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=594191>. Consultado el 09/09/2021.

- Nuño Moral, M. V. (2014). Sistemas de acceso y consulta en los diarios digitales españoles. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información*, 28, 62, 81-99. [https://doi.org/10.1016/s0187-358x\(14\)72567-5](https://doi.org/10.1016/s0187-358x(14)72567-5)
- Reyes-Foster, B.M. (2011). *Adoring Our Wounds: Suicide, Prevention, and the Maya in Yucatán, México*. University of California: Berkeley
- Reyes-Foster, B. M. (2013) He followed the funeral steps of Ixtab: The pleasurable aesthetics of suicide in Newspaper Journalism in Yucatán, México *Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*. 18, 2: 251-273.
- Rubio, J. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología*, 25, 0214-7564, 1-17.
- Secretaría del Gobierno de México. (2021). *Padrón Nacional de Medios Impresos*. Disponible en <https://www.gob.mx/dgmi/articulos/padron-nacional-de-medios-impresos-290303>
- Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso. Compresión, estructura y producción de la información* (P. Comunicación (ed.) World Health Organization. (2004). Organización Mundial de la Salud | Observatorio mundial de la salud. *Wwwwhooint*, 33-52. <https://www.who.int/es%0A>. <https://www.who.int/es%0Ahttp://www.who.int/es/%0A>. <http://www.who.int/gho/es/>