

index•comunicación | nº 10(1) 2020 | Páginas 195-218
E-ISSN: 2174-1859 | ISSN: 2444-3239 | Depósito Legal: M-19965-2015
Recibido el 18_04_2020 | Aceptado el 02_07_2020 | Publicado el 15_10_2020

COBERTURA GRÁFICA E INFORMATIVA DE ACCIDENTES Y SUICIDIOS EN LA PRENSA DIGITAL ESPAÑOLA

**GRAPHIC AND INFORMATIVE COVERAGE
OF ACCIDENTS AND SUICIDES
IN THE SPANISH DIGITAL PRESS**

<https://doi.org/10.33732/ixc/10/01Cobert>

Francisco Javier Olivar-Julián

Universidad Internacional de La Rioja

franciscojavier.olivar@unir.net

<http://orcid.org/0000-0002-2030-2458>

Francisco Segado-Boj

Universidad Complutense de Madrid

fsegado@ucm.es

<https://orcid.org/0000-0001-7750-3755>



Para citar este trabajo: Olivar-Julián, F. J. y Segado-Boj, F. (2020). Cobertura gráfica e informativa de accidentes y suicidios en la prensa digital española. *index.comunicación*, 10(1), 195-218.

<https://doi.org/10.33732/ixc/10/01Cobert>

Resumen: Esta investigación parte de la inclusión de elementos gráficos como indicio de la relevancia otorgada a cada noticia por los distintos medios. Desde este punto de partida, el trabajo compara el peso y la importancia que cada medio otorga a diferentes informaciones de sucesos de muertes por causa externa: accidentes de tráfico, caídas, ahogamientos y suicidios. Para ello se ha llevado a cabo un análisis de contenido sobre los elementos gráficos presentes (fotografía, video o infografía) en una muestra representativa de noticias (n=4.733). Asimismo, se ha medido el número de elementos empleados en cada noticia y si estos documentos gráficos se vinculan con algún elemento concreto de la noticia. Se ha estudiado también el enfoque informativo, de manera que se distingue entre 'preventivo' y 'sensacionalista'. Los resultados confirman el protagonismo informativo de los accidentes de tráfico, única causa de muerte que presenta rasgos sensacionalistas en todos los medios estudiados.

Palabras clave: prensa digital; cobertura gráfica; accidentes; sensacionalismo.

Abstract: This research is based on the inclusion of graphic elements as an indication of the relevance given to news by the different media. From this starting point, the work compares the weight and importance that each media attaches to different information about death events due to external causes: traffic accidents, falls, drowning and suicides. For them, it has carried out a content analysis on the graphic elements present (photography, video or infographics) in a representative sample of news (n = 4,733). Likewise, the number of elements used in each news item has been measured and if these graphic documents are linked to any specific element of the news item. The informative approach has also been studied, so that a distinction is made between 'preventive' and 'sensationalist'. The results confirm the informative role of traffic accidents, the only cause of death that presents sensational features in all media studied.

Keywords: Digital press; Graphic coverage; Accidents; Sensationalism.

1. Introducción

Las principales causas externas de muerte en España en el periodo 2010-2017, por orden de importancia según su mortalidad, fueron: suicidios (28.507), caídas accidentales (20.781), ahogamientos (19.622) y accidentes de tráfico (16.760) (INE, 2019). No obstante, la investigación de la cobertura periodística de estos sucesos se ha centrado en accidentes de tráfico (Naqvi, Quddus y Enoch, 2020; Silla *et al.*, 2017; Herrera-Godina, Méndez-Magaña, Torres-López y Orozco-Valerio, 2016; Ding *et al.*, 2012; Mitar y Žnidaršič, 2012; Abellán Perpiñán, 2011; Castillo Manzano, Castro Nuño y Pedegal Tercero, 2011) y suicidios (Durán y Fernández-Beltrán, 2020; Acosta *et al.*, 2019; Carmichael y Whitley, 2019; Barrigón y Baca-García, 2018; Sánchez-Teruel, Muela-Martínez, González-Cabrera, Herrera y García-León, 2018; Fink, Santaella-Tenorio y Keyes, 2018; Nock *et al.*, 2008) mientras que el resto de causas han sido analizadas en menor medida (Fhon *et al.*, 2012; Pellfolk, 2010; Rahman, 2010; Tarkan, 2010). El término ‘mortalidad por causas externas’ se refiere a todo lo relacionado con «...accidentes, violencia, acontecimientos ambientales, envenenamientos y otros efectos adversos, tal como se recoge en el Capítulo xx de la décima revisión de la Clasificación Internacional de Enfermedades (CIE)» (Fernández-Cuenca, 2014: 1).

La hipótesis inicial de este estudio plantea que existen diferencias entre la cobertura informativa en medios digitales (número de noticias, tratamiento gráfico e importancia de la noticia en función de su carga gráfica) sobre accidentes de tráfico, ahogamientos, caídas accidentales y suicidios.

Para llevar a cabo esta comparación el estudio analiza los medios gráficos que acompañan el tratamiento informativo de la prensa digital sobre las cuatro principales causas de muerte externas en España. La novedad de este estudio radica en considerar de manera comparativa las principales causas de accidentes.

La actual cultura digital se caracteriza por un peso cada vez mayor de los elementos visuales cuyo impacto debería ser analizado (Highfield y Leaver, 2016). Además, tradicionalmente los medios han acompañado con elementos gráficos aquellas informaciones que consideran más relevantes (Neumayer y Rossi, 2018; López del Ramo y Humanes, 2016). Este aspecto permite ponderar el peso que cada cabecera otorga a diferentes sucesos.

En este estudio se ha considerado el tipo de documentos gráficos presentes en cada noticia (fotografía, video o infografía) y se ha determinado si estos elementos gráficos ilustran directamente algún aspecto concreto de la pieza periodística. Este análisis también considera el enfoque informativo, de manera que se distingue entre el enfoque ‘preventivo’ y el ‘sensacionalista’.

Para ello, se ha diferenciado entre un objetivo general y unos objetivos específicos.

Objetivo General (OG1): Analizar la cobertura gráfica e informativa que los medios de comunicación digitales en España proporcionan sobre los principales tipos de accidentes por causas externas.

Objetivo Específico (OE1): Comparar, en una muestra de la prensa generalista online española, las diferencias de la cobertura gráfica e informativa aplicada para los principales tipos de causas externas de accidentes.

Objetivo Específico (OE2): Analizar la evolución del número de piezas periodísticas y del tratamiento gráfico de la información ofrecida por la prensa digital española en un estudio longitudinal desde 2010 hasta 2017.

Objetivo Específico (OE3): Comparar estadísticamente los resultados brutos obtenidos (mediante análisis de varianza - ANOVA) y valorar la relación de las variables que presenten diferencias significativas.

La investigación abarca una selección de piezas a lo largo del periodo 2010-2017 en los principales medios de comunicación digitales españoles: *elpais.com*, *elmundo.es*, *lavanguardia.com*, *abc.es*, *elconfidencial.com* y *20 minutos.es*.

2. Metodología

Esta investigación analiza la cobertura informativa de siniestros (accidentes de tráfico, caídas accidentales y ahogamientos) y suicidios por parte de los medios de comunicación digitales españoles.

Análisis previos (Arce García, 2017) han detectado que la cobertura informativa de los accidentes laborales varía de acuerdo con la línea editorial de cada medio. Por ello, se espera encontrar diferencias en la cobertura informativa y gráfica sobre el tratamiento aplicado a las noticias sobre sucesos producidas por las cuatro causas externas de muerte citadas. De manera concreta, se plantean las siguientes hipótesis y preguntas de investigación:

Hipótesis 1 (H1): La cobertura informativa en medios digitales y en las versiones digitales de medios tradicionales sobre suicidios, caídas accidentales o ahogamientos es menor que la de muertes por accidentes de tráfico (número de noticias y número de noticias con fotografía).

Existen numerosos estudios de cobertura informativa acerca de accidentes de tráfico, pero apenas se han localizado estudios sobre la cobertura informativa de otras causas de muerte.

Hipótesis 2 (H2): Los medios digitales y las versiones digitales de medios tradicionales emplean un tratamiento más sensacionalista que preventivo en noticias sobre accidentes por causas externas.

El actual panorama mediático está marcado por un auge del sensacionalismo en todos los medios y en numerosos contextos geográficos (Kilgo, Harlow, García-Perdomo y Salaverría, 2018; Arbaoui, De Swert y Van der Brug, 2016). España no es una excepción en este sentido (Bernal-Triviño, 2019; Segado-Boj, 2015). La información sobre sucesos y, en particular, de muertes por causas externas como suicidios o accidentes laborales tampoco escapa a esta tendencia (León, Castro y Fernández-Villanueva, 2018; Arce García, 2018; Carrascosa Puertas, 2015). Por ello, se considera que la cobertura por causas de muerte externas responderá a este enfoque sensacionalista.

Hipótesis 3 (H3): En el periodo 2010-2017 cada vez se emplean más medios gráficos en las noticias de accidentes externos en medios digitales y en las versiones digitales de medios tradicionales.

Como se ha señalado, la cultura digital contemporánea se caracteriza por un peso cada vez más elevado de los elementos visuales (Highfield y Leaver, 2016). Por ello, se espera encontrar un incremento progresivo en el recurso de elementos gráficos en este tipo de noticias.

A raíz de esta última hipótesis se plantean también unas preguntas de investigación:

Pregunta de Investigación (PI1): ¿Cuáles son los recursos gráficos más empleados?

Pregunta de Investigación (PI2): ¿Los recursos gráficos tienen relación directa con el acontecimiento sobre el que se informa o no?

Para comprobar la consistencia de estas hipótesis y preguntas de investigación, se ha realizado un análisis de contenido cuantitativo sobre el tratamiento informativo que ofrecen los medios digitales españoles sobre accidentes de tráfico, suicidios, caídas accidentales y ahogamientos.

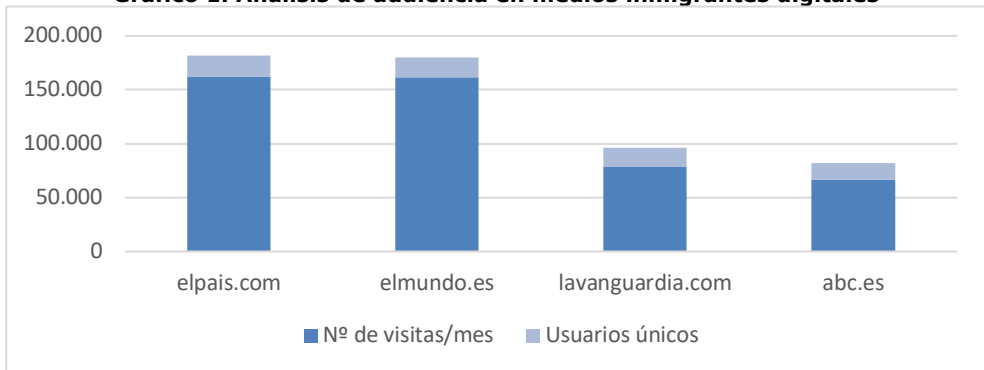
La unidad de análisis elegida ha sido la pieza periodística publicada por los diarios digitales seleccionados, relacionada con las causas de siniestralidad indicadas en el intervalo de estudio (2010-2017).

Para la determinación de la muestra se ha seleccionado una mezcla de diarios inmigrantes y nativos digitales, considerando que la combinación de ambos recogerá con mayor fidelidad la muestra de todos los diarios *online*. Los diarios inmigrantes digitales son los que han realizado una 'adaptación' de los periódicos tradicionales a los nuevos medios digitales y su interfaz' (Peña-Fernández, Lazkano-Arrillaga, y García-González, 2016). Por otra parte, en este trabajo se entiende por diarios nativos digitales los que directamente han nacido en el ámbito digital, tomando en consideración también aquellos que se han transformado en digitales en un periodo no superior a cinco años desde su

nacimiento. Un ejemplo de ello es *20minutos.es*, que pese a nacer como diario tradicional enseguida se consolidó como un referente de la prensa digital española. En el caso de *elperiodico.com* se considera nativo digital por la creación específica de *e-Periódico* como primer diario de la generación digital (*el Periódico*, 2011).

Siguiendo criterios de relevancia y popularidad (número de lectores, número de visitas y número de usuarios únicos), se han seleccionado los diarios inmigrantes digitales, *elpais.com*, *elmundo.es*, *abc.es* y *lavanguardia.com* y los diarios nativos digitales *elconfidencial.com* y *20minutos.es*. El gráfico 1 muestra la audiencia de los medios inmigrantes digitales.

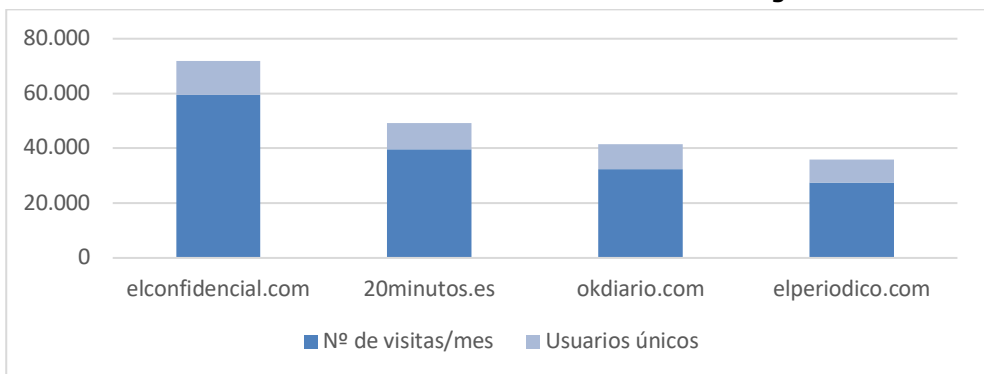
Gráfico 1. Análisis de audiencia en medios inmigrantes digitales



Fuente: elaboración propia según datos de Estudio General de Medios y ComScore, 2017.

El gráfico 2 ofrece información de audiencia referida a los diarios nativos digitales.

Gráfico 2. Análisis de audiencia en medios nativos digitales



Fuente: elaboración propia según datos de ComScore, 2017.

Los criterios de exclusión/inclusión de las piezas periodísticas que deberían tomar parte en este estudio, se han definido de acuerdo a las recomendaciones seguidas en otro tipo de investigaciones (Zimmermann, Aebi, Kolb, Shaw, y Elger, 2019).

En este proceso de codificación se seleccionaron todas las noticias relacionadas con accidentes de tráfico, ahogamientos, caídas accidentales y suicidios en el intervalo de estudio. Se incluyeron las noticias con o sin víctimas, publicadas por los medios de comunicación seleccionados para la muestra y relativas a sucesos ocurridos en cualquier lugar del mundo. Se dieron por válidas aquellas piezas periodísticas que tenían un carácter de suceso actual. Esta circunstancia de actualidad se refiere al tiempo presente pero también a un pasado inmediato, donde la noticia relata un hecho que está sucediendo o que justo acaba de suceder. Por ello, se incluyeron las noticias de un acontecimiento sucedido dentro del mismo día de publicación o del inmediato día anterior.

Se elaboró una tabla de recogida de datos con las siguientes variables finales, referenciadas por bloques de categorías (ver tabla 1):

Tabla 1. Cuadro de variables con detalle según bloques de categorías

Bloques de categorías	Variable	Detalle	Categoría	Medida
Aspectos de localización	Fecha de la noticia		Cualitativa	dd/mm/aa
	URL de detalle	La obtenida a través de Mynewsonline	Cualitativa	Textual
	URL activa	Con hipervínculo	Cualitativa	Textual
Fuentes: Muñiz-Zúñiga y Fonseca-Valido, 2017; Díaz y Mellado, 2017.	Medio	elpais.com, elmundo.es, lavanguardia.com, abc.es, elconfidencial.com, 20minutos.es	Cualitativa	Catagórica
	Tipo de medio	Inmigrante o nativo digital	Cualitativa	Catagórica
	Titular	Información u opinión	Cualitativa	Catagórica
	Detalle	Titular de la noticia	Cualitativa	Textual
Contenido	Tipo de siniestro	Accidente de tráfico, ahogamiento, caída de altura o suicidio	Cualitativa	Catagórica
	Foto color		Binaria	Ratio
	Vinculación de la fotografía con la noticia	Imagen en el espacio y tiempo del suceso	Binaria	Ratio
	Número de fotografías		Cuantitativa	Intervalo
	Video		Binaria	Ratio
	Infografía	Infografía o mapa de situación	Cualitativa	Catagórica

Responsabilidad	Enfoque preventivo	Indicaciones, consejos...	Binaria	Ratio
	Sensacionalismo	Se resaltan detalles morbosos y gratuitos del accidente y/o de las víctimas	Binaria	Ratio

Fuente: elaboración propia, 2018.

Para facilitar la codificación del sensacionalismo, se elaboró un manual de codificación con instrucciones detalladas que permitiesen identificar con claridad la variable de estudio (ver tabla 2).

Tabla 2. Instrucciones de codificación – Sensacionalismo

Tipo	Descripción
Suicidio	Cuando se falta a cualquier requerimiento indicado en las recomendaciones para la prevención del suicidio para los profesionales de los medios de comunicación
Datos gratuitos	Cuando se aportan datos personales de la víctima que no son relevantes para la noticia y que están relacionados con otros aspectos que la degradan (Ejemplo: 'muere en un accidente de tráfico un preso que se había fugado de la cárcel de Picassent')
Palabras sensacionalistas	Cuando aparecen palabras que denotan sensacionalismo, como, por ejemplo: 'aparatoso, carnicería, ha salido disparado por la luna trasera y luego ha caído al suelo, estaba flotando en el agua, brutal impacto...'
Fotografías	Cuando las fotografías presentan una imagen extremadamente morbosa con una explícita representación de lo sucedido
Descripción	Cuando la descripción de las heridas traspasa el umbral de lo descriptivo y se abunda en el detalle exhaustivo (herida con fractura abierta, sangrando...)
Testigos	Cuando el relato incluye opiniones de testigos que aportan un estilo sensacionalista (Ejemplo: 'Hemos llegado aquí y nos han dicho que tenemos que cruzar, no lo sabíamos, hemos preguntado al lanchero si era seguro, ha dicho que sí y hemos subido a la lancha')

Fuente: elaboración propia a partir de Laroche *et al*, (2014) y Aubrey *et al*, (2011), 2019.

También se elaboró un manual de codificación con instrucciones para poder identificar el enfoque preventivo (ver tabla 3).

Tabla 3. Instrucciones de codificación – Enfoque preventivo

Tipo	Descripción
General	Consejos específicos.
Fotografías	Cuando las fotografías presentan imágenes sobre medios de prevención y seguridad.
Descripción	Cuando se ofrece una versión sobre cómo se podría haber evitado el siniestro.

Fuente: elaboración propia a partir de Laroche *et al*, (2014) y Aubrey *et al*, (2011), 2019.

La muestra se recuperó de la hemeroteca digital *Mynewsonline*, que incluye material publicado desde 2010 en prensa *online*. Esta herramienta de búsqueda ha sido utilizada por otros trabajos que requerían una amplia muestra cronológica (Repiso y Chaparro Domínguez, 2018; García-Gil y Cortiñas-Rovira, 2018).

Una vez recuperadas todas las noticias según el condicionante anterior, se recopilaron un total de 46.987 piezas periodísticas.

Este volumen de datos se consideró inviable para ser manejado en un estudio individual. Por ello, y para obtener una muestra de un tamaño razonable, se decidió optar por un muestreo de semana construida (Hester y Dougall, 2007), una estrategia habitual en el campo de la Comunicación, (Valenzuela, Piña y Ramírez, 2017).

En el caso de este estudio, para generar la construcción de estas semanas se ha utilizado el generador de números aleatorios *Random Integer Set Generator*.

En definitiva, se han elegido 70 días por año (700 días en total), con el objetivo de conseguir un tamaño muestral lógico y adecuado para este estudio.

Con todo ello, el conjunto final de la muestra quedó compuesto por 4.733 unidades de análisis (ver tabla 4).

Tabla 4. Número de registros finales por tipo de accidente y año

Año	Ahogamientos	Caídas	Suicidios	Tráfico	Totales
2010	20	2	10	151	183
2011	43	5	2	548	598
2012	49	4	7	573	633
2013	64	1	2	437	504
2014	33	14	2	591	640
2015	56	4	3	599	662
2016	30	3	5	612	650
2017	83	8	6	766	863
Totales	378	41	37	4277	4733

Fuente: elaboración propia, 2018.

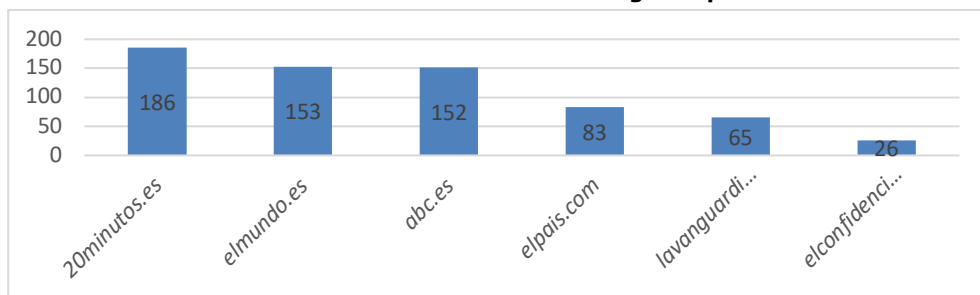
Todos estos datos obtenidos en el análisis de contenido se han tratado estadísticamente con el programa de software *EZAnalyze* (versión 2.5. Poynton, T. A., 2007. Computer Software and Manual, como complemento de Microsoft Office Excel 2007, bajo sistema operativo Windows 10 Pro, versión 1809. Se han realizado análisis de varianza (ANOVA) para comprobar la existencia o ausencia de diferencias significativas entre una variable cuantitativa y otra cualitativa. En esta prueba se analiza el grado de significatividad (Sig.) que ofrecen las diferencias de las medias de las variables. Se ha considerado que con un grado de significatividad igual o inferior a 0,5 se puede asegurar que existen diferencias

significativas entre las variables analizadas (Los datos de la columna ‘Sig.’ que aparecen en las tablas 6 y 8 corresponden a los resultados de la prueba *post hoc* de Bonferroni). No se ha realizado este análisis para medias ponderadas de alguna de las variables ya que, para realizar correctamente el cálculo, la prueba de ANOVA necesita consultar la base de datos completa y no valores modificados a partir de estos datos.

3. Resultados

El número total de noticias con fotografía publicadas por cada medio ha sido muy heterogéneo debido a las grandes diferencias entre el número de noticias publicadas en total. Se aprecia un mayor número de noticias con fotografía en *20minutos.es* (186), *elmundo.es* (153) y *abc.es* (152) frente a el *pais.com* (83), *lavanguardia.com* (65) y *elconfidencial.com* (26) (ver gráfico 3).

Gráfico 3. Número total de noticias con fotografía por cada medio



Fuente: elaboración propia, 2019.

En este caso, se ha realizado un ANOVA para las variables ‘número de fotografías en color’ y ‘medio de comunicación’ (ver tabla 5).

Tabla 5. Resultado del ANOVA sobre las variables ‘número de fotos color’ y ‘medio de comunicación’

Medio	Número de fotos color/noticia	
	Media	Desviación Media
<i>20minutos.es</i>	,108	,334
<i>abc.es</i>	,128	,381
<i>elconfidencial.com</i>	,120	,514
<i>elmundo.es</i>	,284	,531
<i>elpais.com</i>	,589	1,122
<i>lavanguardia.com</i>	,071	,300
F=52,144		

Fuente: elaboración propia, 2019.

En este ANOVA se observan diferencias significativas a favor de *elpais.com* frente al resto de medios de comunicación. También existen diferencias significativas a favor de *elmundo.es* frente a todos los medios, excepto en el caso de la comparativa con *elpais.com*. El diario *abc.es* únicamente presenta diferencias significativas a su favor con *lavanguardia.com* (ver tabla 6).

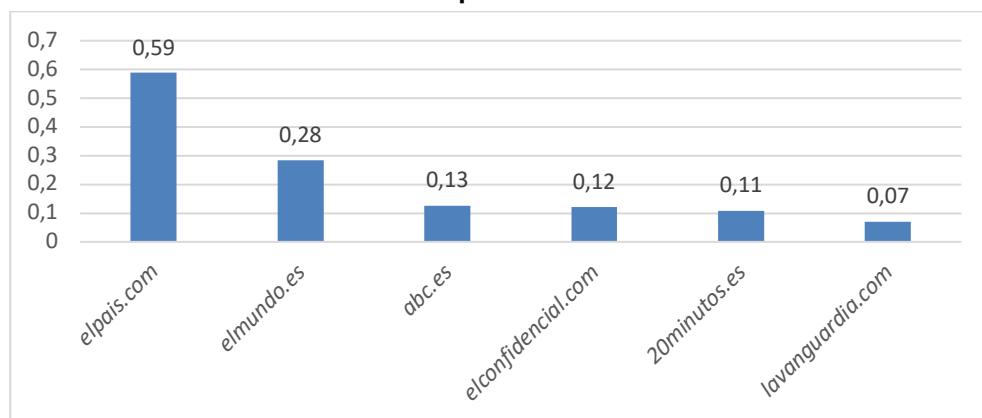
Tabla 6. Especificación del signo en las diferencias significativas entre medios de comunicación con relación al número total de fotografías publicadas

En contra	A favor	Diferencia de medias	Error típico	Sig.
<i>20minutos.es</i>	<i>elmundo.es</i>	,176	9,145	,000
	<i>elpais.com</i>	,481	12,328	,000
<i>abc.es</i>	<i>elmundo.es</i>	,156	6,966	,000
	<i>elpais.com</i>	,461	10,127	,000
<i>elconfidencial.com</i>	<i>elmundo.es</i>	,164	3,868	,002
	<i>elpais.com</i>	,468	5,339	,000
<i>elmundo.es</i>	<i>elpais.com</i>	,304	4,623	,000
<i>lavanguardia.com</i>	<i>abc.es</i>	,057	3,729	,003
	<i>elmundo.es</i>	,213	9,781	,000
	<i>elpais.com</i>	,518	11,552	,000

Fuente: elaboración propia, 2019.

Para ponderar la presencia de carga gráfica en la muestra se ha dividido el número total de noticias con fotografía de cada medio entre el número total de noticias (con o sin fotografía) codificadas en ese mismo medio. El gráfico 4 muestra la ratio obtenida a raíz de esta operación.

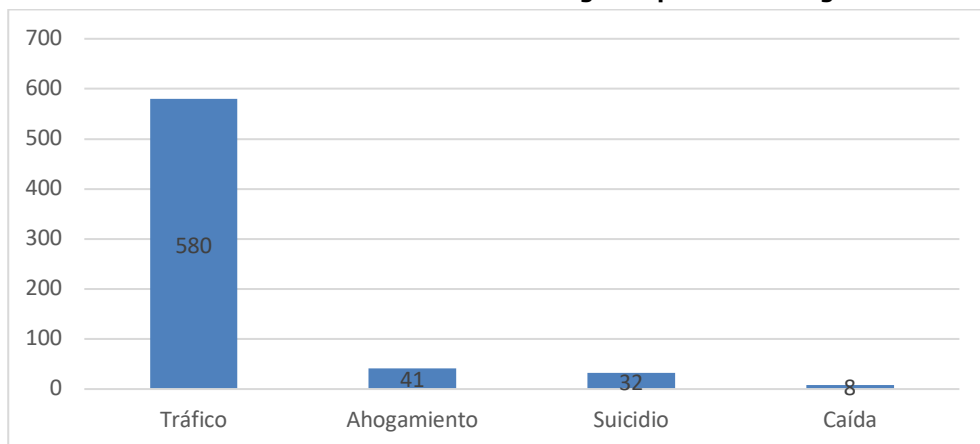
Gráfico 4. Número de noticias con fotografía ponderado según número de noticias por cada medio



Fuente: elaboración propia, 2019.

Al igual que ocurre con el número de fotografías publicadas en cada medio (gráfico 4), existe una gran dispersión en el número de elementos gráficos que se emplean en las noticias sobre las diferentes causas de muerte externa (gráfico 5).

Gráfico 5. Número total de noticias con fotografía publicadas según causa



Fuente: elaboración propia, 2019.

En este caso se ha realizado un ANOVA sobre las variables 'número de fotos en color' y 'tipo de accidente' (ver tabla 7).

Tabla 7. Resultado del ANOVA sobre las variables 'foto color' y 'tipo de accidente'

Medio	Número de fotos color/noticia	
	Media	Desviación Media
Ahogamiento	,108	,320
Caída	,341	,530
Suicidio	,865	,631
Tráfico	,136	,431
F=39,635		

Fuente: elaboración propia, 2019.

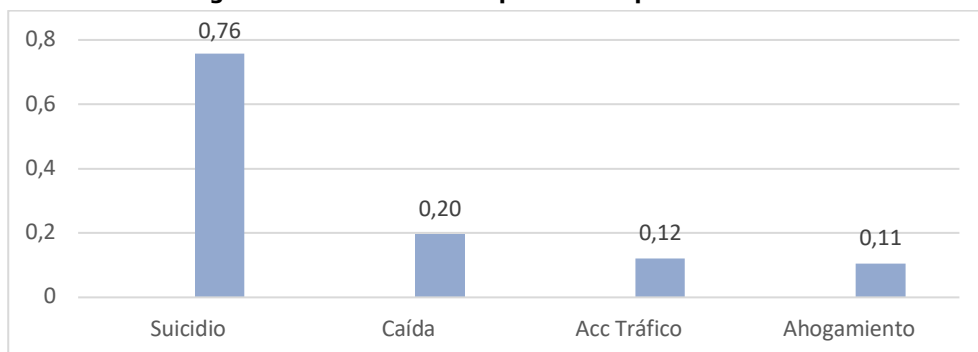
Este ANOVA indica que existen diferencias significativas a favor del número de fotografías en noticias de suicidios frente al número de fotografías del resto de causas (ver tabla 8).

Tabla 8. Especificación del signo en las diferencias significativas entre tipo de noticia con relación al número total de fotografías publicadas

En contra	A favor	Diferencia de medias	Error típico	Sig.
Tráfico	Caída	,206	3,038	,014
	Suicidio	,729	10,205	,000
Caída	Ahogamientos	,233	4,102	,000
	Suicidio	,523	3,981	,001
Ahogamientos	Suicidio	,756	12,272	,000

Fuente: elaboración propia, 2019.

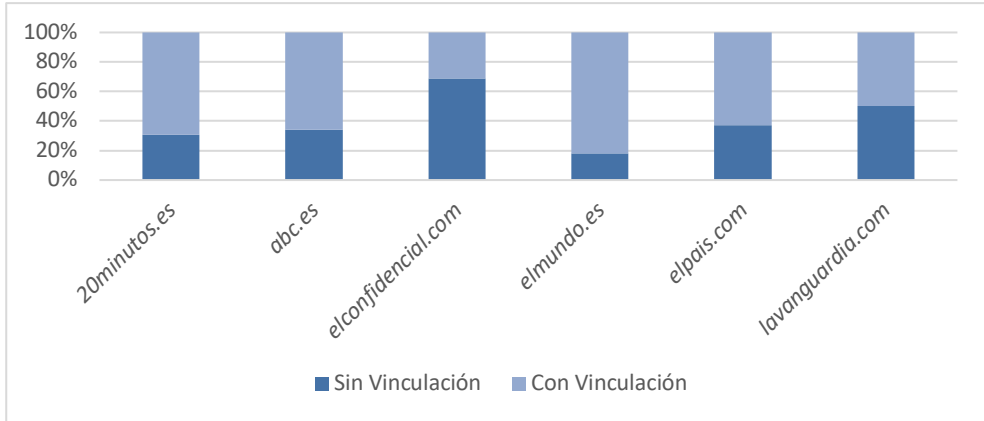
También se ha procedido a ponderar el número de fotografías entre el número de las diferentes causas. Esta ponderación refleja una mayor cobertura gráfica en las noticias relativas a suicidio (ver gráfico 6).

Gráfico 6. Número de noticias con fotografía ponderado según número de noticias publicadas por cada causa

Fuente: elaboración propia, 2019.

Respecto a la asociación de cada fotografía publicada con la noticia correspondiente, se ha observado una mayor vinculación en *elmundo.es* (con un 81,94% de fotografías relacionadas) y una menor vinculación en *elconfidencial.com* (con un 31,25% de fotografías relacionadas). En el caso de *elconfidencial.com*, hay que matizar que es el medio que publica el menor número de noticias con fotografía (26) y los resultados obtenidos podrían ser sensibles a este factor (gráfico 7).

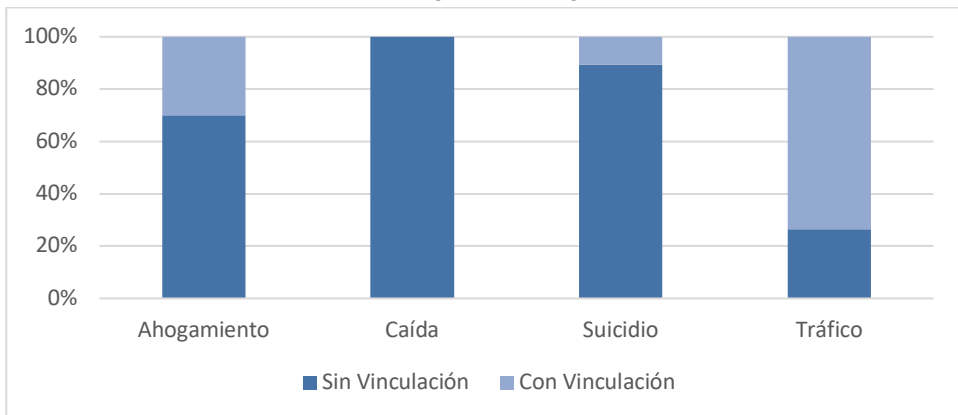
Gráfico 7. Porcentaje de vinculación de las fotografías con las noticias publicadas en cada medio



Fuente: elaboración propia, 2019.

En cuanto a las causas, se aprecia una escasa vinculación de la fotografía con la noticia en todos los casos, excepto en los accidentes de tráfico que sí la presentan (ver gráfico 8).

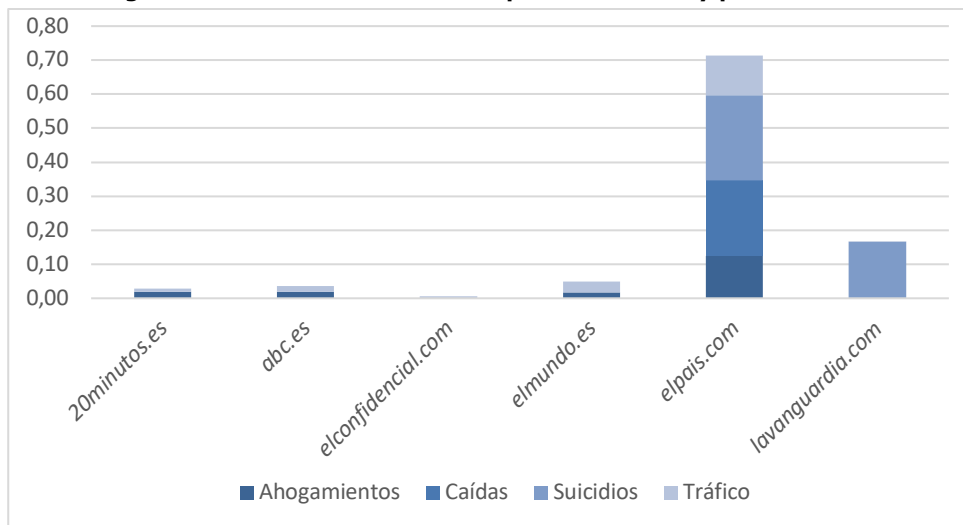
Gráfico 8. Porcentaje de vinculación de las fotografías con las noticias publicadas por cada causa



Fuente: elaboración propia, 2019.

El gráfico 9 refleja los datos ponderados sobre videos empleados en cada medio y causa de muerte. Destaca la práctica inexistencia de videos en elconfidencial.com, y la baja utilización de este recurso en todos los demás medios, excepto en elpais.com, el único medio que lo utiliza, además de manera muy proporcional, para todas las causas de mortalidad.

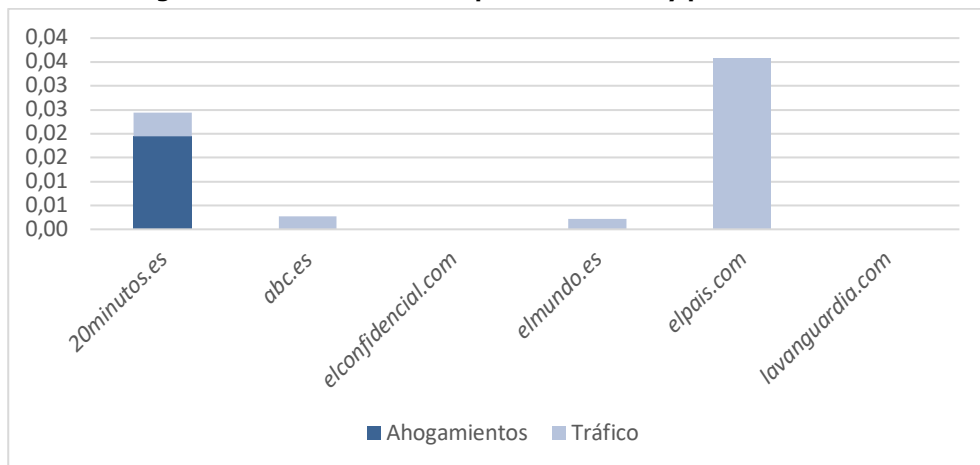
Gráfico 9. Número de noticias con video ponderado según el número total de noticias por cada medio y por cada causa



Fuente: elaboración propia, 2019.

En el capítulo de las infografías, utilizando la misma ponderación, también es elpais.com el líder en su utilización, totalmente aplicada a accidentes de tráfico. Es *20minutos.es* el medio que mayormente lo utiliza para los ahogamientos, mientras el resto de los medios apenas utiliza este recurso (ver gráfico 10).

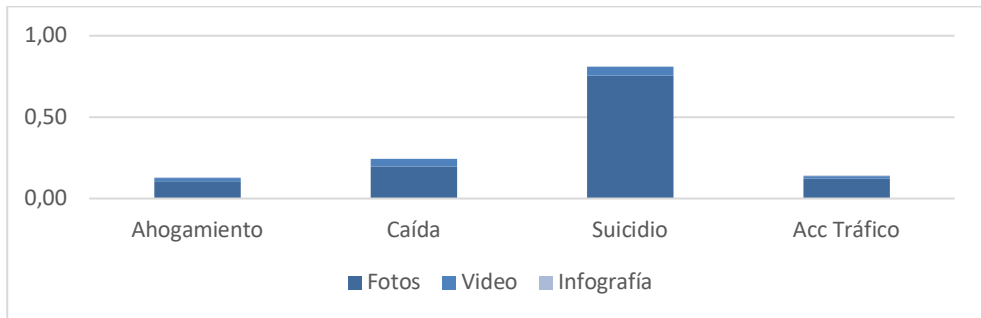
Gráfico 10. Número de noticias con infografía ponderado según el número de noticias por cada medio y por cada causa



Fuente: elaboración propia, 2019.

En la comparativa de los diferentes recursos gráficos (también ponderada según el número de noticias publicadas), se aprecia una mayor utilización de la fotografía frente al video y una muy reducida utilización de la infografía (ver gráfico 11).

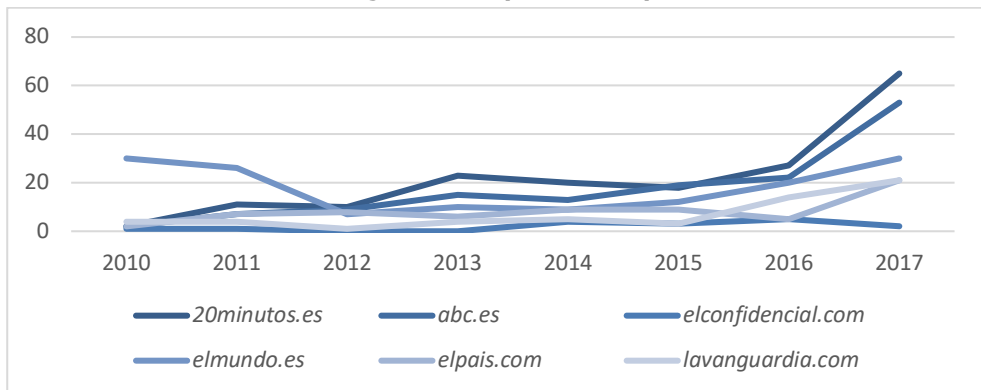
Gráfico 11. Número de noticias con fotografía, video o infografía, ponderado según el número total de noticias por cada causa



Fuente: elaboración propia, 2019.

En el estudio longitudinal 2010-2017, excepto para el diario *elconfidencial.com*, se aprecia en su tramo final una cada vez mayor utilización del recurso fotográfico (ver gráfico 12).

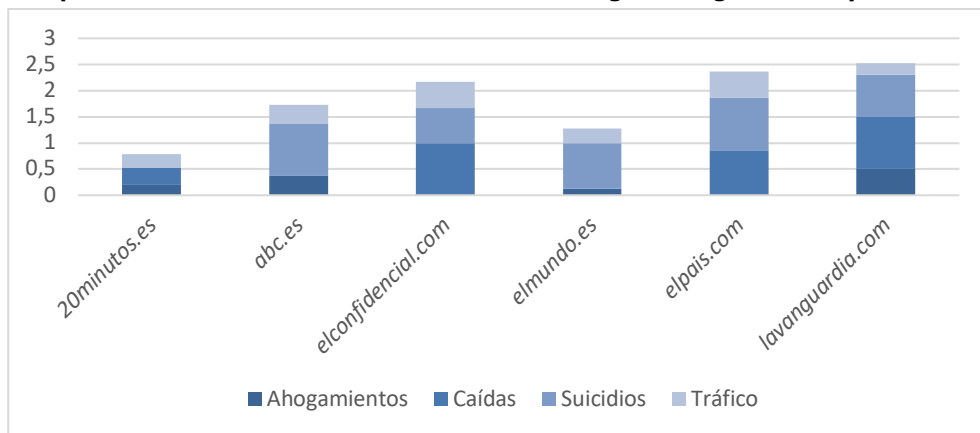
Gráfico 12. Evolución del número de noticias con fotografía según medio (2010-2017)



Fuente: elaboración propia, 2019.

El sensacionalismo aparece en el 12,09% de las 4.733 noticias analizadas y en el 35,49% de ellas se presenta con acompañamiento fotográfico. En el gráfico 13 pueden observarse los resultados del análisis ponderado sobre el sensacionalismo según medio y causa.

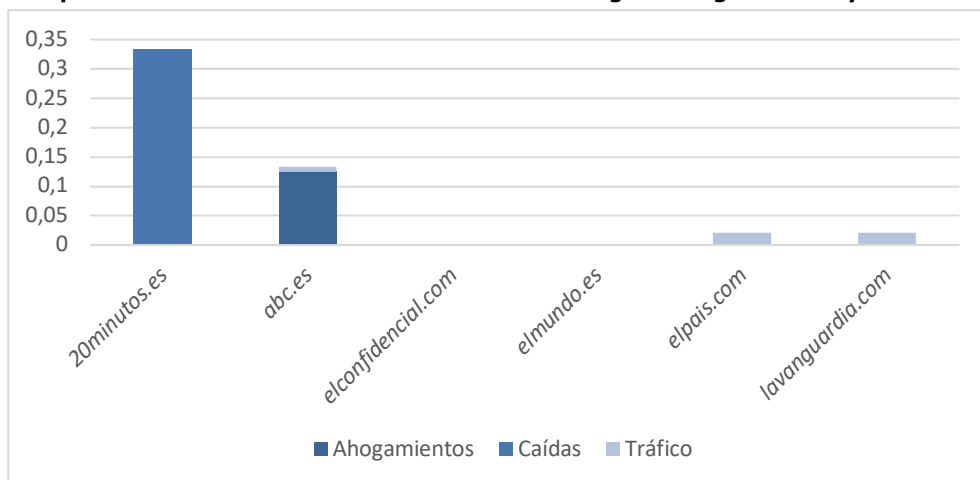
Gráfico 13. Porcentaje de noticias con rasgos sensacionalistas ponderado con el número de noticias con fotografía según medio y causa



Fuente: elaboración propia, 2019.

Respecto al enfoque preventivo de las noticias que disponen de fotografía, se han registrado datos en todas las causas excepto en suicidios, donde no se ha observado un enfoque preventivo en ninguna noticia. Tampoco se han registrado datos sobre esta variable, para ninguna causa, en los diarios *elconfidencial.com* ni en *elmundo.es*. El gráfico 14 muestra los resultados con datos ponderados.

Gráfico 14. Número de noticias con fotografía y enfoque preventivo, ponderado con el número de noticias con fotografía según medio y causa



Fuente: elaboración propia, 2019.

4. Conclusiones

La cobertura informativa en medios digitales españoles sobre suicidios, caídas accidentales o ahogamientos es menor que la de muertes por accidentes de tráfico. Este protagonismo de las noticias sobre accidentes de tráfico en términos absolutos puede deberse a diversos factores, como una diferente sensibilidad social originada por el desconocimiento de la realidad, por la facilidad que pueden tener los medios de comunicación para ‘volcar’ la información recibida por los servicios de emergencias o por su propia naturaleza como suceso cotidiano de impacto. En todo caso, se plantea la necesidad de realizar nuevos estudios que identifiquen variables que puedan estar relacionadas con este efecto y expliquen de manera científica y exhaustiva los motivos de esta descompensación.

En este estudio se ha comprobado también que esta desproporción se reproduce en la carga gráfica de estas noticias, aunque, en el caso ponderado, se observa proporcionalmente una mayor cobertura gráfica en el tratamiento de noticias de suicidios frente al resto de causas. Esto significa que las noticias sobre suicidios se publican en mucho menor número que el resto de los sucesos, pero incluyen un mayor número de fotografías por noticia.

La razón de este comportamiento por parte de los medios puede deberse al proceso de producción de la noticia. Es más fácil obtener información sobre accidentes de tráfico que sobre caídas, ahogamientos o suicidios. Es más sencillo recabar testimonios de testigos en una vía pública, en la que habitualmente circulan otras personas, que en los lugares en donde suceden los otros tipos de accidentes. En relación con este mismo argumento, se ha observado una escasa vinculación de la fotografía con la noticia en todas las causas de accidente excepto en tráfico, que presentan una vinculación muy elevada. Quizá, este efecto también haya sido propiciado por la habitual espectacularidad visual del accidente y por la mayor facilidad para disponer de una fotografía del vehículo siniestrado frente al resto de causas, donde es más complicado ofrecer una imagen relacionada con el accidente sin la presencia de la víctima.

Sobre los medios de comunicación de la muestra que ofrecen una mayor vinculación de las fotografías publicadas con la noticia, destaca *elmundo.es* (81,94% de vinculación), frente a *20minutos.es* (69,32%), *abc.es* (65,71%), *el-pais.com* (62,69%), *lavanguardia.com* (50%) y, muy descolgado de este grupo, con una vinculación muy por debajo del 50% se encuentra *elconfidencial.com* (31,25%). Este compromiso de fidelidad con la noticia marca una línea de seriedad y estilo profesional en *elmundo.es*, quedando más descolgado de ella y de manera destacada *elconfidencial.com*. En todo caso, esto puede deberse también al diferente nivel de recursos, a la importancia que otorga cada medio a la

noticia o a la política de gestión interna de cada diario en donde se puede recurrir en mayor o menor medida a las imágenes de stock.

Se ha comprobado un uso desigual de los recursos gráficos, predominando ampliamente la utilización de la fotografía frente al video y la infografía. En el caso de los videos, *elpais.com* es el medio que más utiliza este recurso y además lo hace de manera muy proporcional para todas las causas de accidente. Estos datos obtenidos no son una excepción ya que en la publicación de blogs sobre divulgación científica también se utiliza un mayor número de fotografías frente a videos o audios (Segado-Boj, Chaparro y Berlanga, 2014) y en informaciones científicas se utilizan las imágenes realistas (63,9%) en mayor medida que los videos (7,1%) y que los audios o gráficos interactivos (0,1%) (Segado-Boj, Chaparro-Domínguez y Díaz-Del Campo, 2018).

En los medios de comunicación existe una ausencia del enfoque preventivo en las noticias sobre sucesos. No se ha ofrecido una cobertura informativa con enfoque preventivo en el caso de noticias con fotografía sobre suicidios. Tampoco se ha recogido ninguna noticia con enfoque preventivo, para ninguna causa, en *elconfidencial.com* ni en *elmundo.es*. El diario *20minutos.com* es el medio que mayor enfoque preventivo presenta, pero solo lo ha contemplado para el caso de caídas accidentales. Con una menor presencia, le sigue *abc.es*, principalmente para ahogamientos y marginalmente para accidentes de tráfico. Los medios *elpais.com* y *lavanguardia.com* solo lo han empleado para accidentes de tráfico y de manera muy superficial. Estos datos parecen indicar una falta de rigor general en la aplicación de un enfoque preventivo específico por parte de los medios de comunicación. Convendría estudiar si este comportamiento se debe al seguimiento de la línea editorial de cada medio, como ya advirtió Arce (2017), o a una pasividad generalizada para incorporar un enfoque preventivo a las noticias de sucesos.

La noticia de accidente de tráfico es la única que presenta rasgos sensacionalistas en todos los medios (aunque proporcionalmente caídas y suicidios recogen los valores más elevados) y solo en *lavanguardia.com* se recoge el sensacionalismo para todas las causas.

Las noticias de la muestra analizada que vienen acompañadas de documentos gráficos aportan en ocasiones un gran impacto. La espectacularidad que ofrecen los accidentes de carretera anima a los medios a utilizar recursos gráficos para reforzar la importancia de la noticia. Este tratamiento sensacionalista es habitual en sucesos de tráfico frente al utilizado para otras noticias referidas al resto de causas de accidente contempladas en este estudio. De manera ponderada, y debido a la muy inferior cantidad de noticias publicadas, se ha demostrado que las noticias de suicidio presentan rasgos sensacionalistas y que en

ningún medio se han presentado con un carácter preventivo. Estos hallazgos confirman resultados de estudios anteriores donde se evidencia que los medios de comunicación no cumplen las recomendaciones de la OMS (Organización Mundial de la Salud) en la elaboración de las noticias de sucesos (Lois-Barcia, Rodríguez-Arias y Túñez, 2018). Quizá este incumplimiento sea debido a atender más a intereses empresariales por encima de los socialmente más responsables, al seguimiento de una línea editorial poco rigurosa con las normas éticas o bien a la costumbre de seguir enfocando las noticias de sucesos de la misma manera en que se ha hecho durante los últimos años.

Los ahogamientos han representado, de manera ponderada, la causa con el menor número de noticias con fotografía, ligeramente por debajo de los accidentes de tráfico, presentando una vinculación con la noticia en el 30% de los casos. Es la causa que menor rasgo sensacionalista presenta y sólo abc.es recoge un enfoque preventivo para esta causa de accidentes. Quizá este tratamiento informativo se deba a escaso interés sensacionalista (ausencia de sangre, fracturas, amputaciones...) y a su carácter estacional, ya que los ahogamientos tienen su mayor apogeo en verano y, fuera de esa temporada, dejan de ser noticia.

Sobre el estudio longitudinal que ofrece este estudio para los años 2010-2017, se observa una cada vez mayor utilización de los recursos fotográficos en todos los medios, excepto para elconfidencial.com, sobre todo en el tramo final 2015-2017. En todo caso, a pesar de que cada vez aparecen más acompañamientos gráficos en las noticias de accidentes de sucesos, se sigue empleando un tratamiento más sensacionalista que preventivo.

Referencias bibliográficas

- ABELLÁN PERPIÑÁN, J. M. *et ál.* (2011). Siniestralidad vial en España y la Unión Europea, 1997-2007. Martín Imp. Bilbao: Fundación BBVA.
- ACOSTA, F. J. *et al.* (2019). Suicide Coverage in the Digital Press Media: Adherence to World Health Organization Guidelines and Effectiveness of Different Interventions Aimed at Media Professionals. *Health Communication*, 1-10.
<https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1654176>
- ARBAOUI, B., DE SWERT, K. y VAN DER BRUG, W. (2016). Sensationalism in News Coverage. *Communication Research*,
<https://doi.org/10.1177/0093650216663364>
- ARCE GARCÍA, S. (2017). La prevención de riesgos laborales y la accidentabilidad laboral en la prensa española: representación y cobertura a partir de la Ley31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales (1994-2014). Universidad de Burgos.

- ARCE GARCÍA, S. (2018). El sensacionalismo en las informaciones de accidentalidad laboral: La mención de familiares, Innovación universitaria: Digitalización 2.0 y excelencia en contenidos. McGraw-Hill Interamericana de España.
- AUBREY, J. S., & FRISBY, C. M. (2011). Sexual objectification in music videos: A content analysis comparing gender and genre. *Mass Communication and Society*, 14(4), 475-501.
- BARRIGÓN, M. L. y BACA-GARCÍA, E. (2018). Retos actuales en la investigación en suicidio Current challenges in research in suicide. *Revista de Psiquiatría y Salud Mental* (Barcelona), 11(1), 1-3.
<https://doi.org/10.1016/j.rpsm.2017.10.001>
- BERNAL-TRIVIÑO, A. (2019). El tratamiento informativo del caso Juana Rivas. Hacia una definición de violencia mediática. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 697-710. **<https://doi.org/10.5209/esmp.64797>**
- CARMICHAEL, V. y WHITLEY, R. (2019). Media coverage of Robin Williams' suicide in the United States: A contributor to contagion? *PLOS ONE*, 14(5).
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0216543>
- CARRASCOSA PUERTAS, L. (2015). El tratamiento sensacionalista y amarillista del suicidio por razones económicas en la prensa estatal y canaria a inicios de la crisis actual (agosto 2007-enero 2009). *RIHC. Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 1(5), 52-75.
<https://doi.org/10.12795/rihc.2015.i05.04>
- CASTILLO MANZANO, J. I., CASTRO NUÑO, M., PEDEGAL TERCERO, D. J. (2011). Efectividad de las campañas de publicidad para reducir la siniestralidad vial en España: un análisis econométrico. *XIV Encuentro de Economía Aplicada*, 1-25.
- DÍAZ, M. y MELLADO, C. (2017). Agenda y uso de fuentes en los titulares y noticias centrales de los medios informativos chilenos. Un estudio de la prensa impresa, online, radio y televisión. *Cuadernos.info*, 40(40), 107-121.
<https://doi.org/10.7764/cdi.40.1106>
- DING, D. P. *et al.* (2012). The Relationship between the Traffic Accidents and Meteorological Condition on Beijing-Tianjin-Tanggu Expressway. *Applied Mechanics and Materials*, 188, 300-307.
<https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.188.300>
- DURÁN, Á. 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).
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.07>
- FERNÁNDEZ-CUENCA, R. (2014). Mortalidad por causas externas en España. *revista.isciii.es*. Disponible en:
<http://revista.isciii.es/index.php/bes/article/view/871/1026>
(Accedido: 25 de octubre de 2018).

- FHON, J. R. S. *et al.* (2012). Accidental falls in the elderly and their relation with functional capacity. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 20(5), 927-934. <https://doi.org/10.1590/S0104-11692012000500015>
- FINK, D. S., SANTAELLA-TENORIO, J. y KEYES, K. M. (2018). Increase in suicides the months after the death of Robin Williams in the US. *PLOS ONE*, 13(2), 191405. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0191405>
- GARCIA-GIL, J. y CORTIÑAS-ROVIRA, S. (2018). Quality of recommendations on health-enhancing physical activity in the press. Content analysis of five Spanish newspapers. *Apunts. Medicina de l'Esport*, 53(199), 113-122. <https://doi.org/10.1016/j.apunts.2017.06.002>
- HESTER, J. B. y DOUGALL, E. (2007). The Efficiency of Constructed Week Sampling for Content Analysis of Online News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(4), 811-824. <https://doi.org/10.1177/107769900708400410>
- HIGHFIELD, T. y LEAVER, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1), 47-62. <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1155332>
- INE (2019). Disponible en: <http://www.ine.es/> (Accedido: 6 de octubre de 2019).
- KILGO, D. K. *et al.* (2018). A new sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications. *Journalism*, 19(11), 1497-1516. <https://doi.org/10.1177/1464884916683549>
- LAROCHE, M., VINHAL NEPOMUCENO, M., y RICHARD, M. O. (2014). Congruency of humour and cultural values in print ads: Cross-cultural differences among the US, France and China. *International Journal of Advertising*, 33(4), 681-705. <https://doi.org/10.2501/IJA-33-4-681-705>
- LEÓN, M. C. D., CASTRO, J. C. R. y FERNÁNDEZ-VILLANUEVA, C. (2018). Más allá de la mera exposición: Violencia en televisión en horario protegido. *Revista Latina de comunicación Social*, 73, 352-368. <https://doi.org/10.4185/RLCS-201>
- LOIS-BARCIA, M., RODRÍGUEZ-ARIAS, I. y TÚÑEZ, M. (2018). Pautas de redacción y análisis de contenido en noticias sobre suicidio en la prensa española e internacional: efecto Werther & Papageno y seguimiento de las recomendaciones de la OMS. *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, 23(45), 139-159. <https://doi.org/10.1387/zer.20244>
- LOPEZ DEL RAMO, J., & HUMANES, M. L. (2016). Content analysis of the photographic representations of the Syrian refugee crisis and their visual framing impact. *Scire - Representación y Organización del Conocimiento*, 22(2), 87-97.

- MITAR, M. y ŽNIDARŠIČ, B. (2012). Relationship between societal characteristics and very serious road traffic accidents. *Journal of Criminal Investigation and Criminology*, 63(1).
- MUÑOZ-ZÚÑIGA, V. y FONSECA-VALIDO, R. Á. (2017). Uso de géneros periodísticos, valores noticia y fuentes de información en los medios de comunicación de Santiago de Cuba. *Vivat Academia*, 138, 120-140.
- NAQVI, N. K., QUDDUS, M. A. y ENOCH, M. P. (2020). Do higher fuel prices help reduce road traffic accidents? *Accident Analysis & Prevention*, 135, 105353. <https://doi.org/10.1016/j.aap.2019.105353>
- NEUMAYER, C. y ROSSI, L. (2018). Images of protest in social media: Struggle over visibility and visual narratives. *New Media & Society*, 20(11), 4293-4310. <https://doi.org/10.1177/1461444818770602>
- NOCK, M. K. *et al.* (2008). Suicide and Suicidal Behavior. *Epidemiologic Reviews*, 30(1), 133-154. <https://doi.org/10.1093/epirev/mxn002>
- PELLFOLK, T. (2010). Physical restraint use and falls in institutional care of old people: effects of a restraint minimization program. (Doctoral dissertation, Umeå Universitet).
- PEÑA-FERNÁNDEZ, S., LAZKANO-ARRILLAGA, I. y GARCÍA-GONZÁLEZ, D. (2016). European Newspapers' Digital Transition: New Products and New Audiences. *Comunicar*, 24(46), 27-36. <https://doi.org/10.3916/C46-2016-03>
- el Periódico (2011). Nace e-Periódico, el primer diario de la generación digital. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20110201/nace-e-periodico-el-primer-diario-de-la-generacion-digital-688087> (Accedido: 19 de junio de 2020).
- RAHMAN, A. (2010). A community based child drowning prevention program in Bangladesh: a model for low income countries. Inst för folkhälsovetenskap/Dept of Public Health Sciences.
- REPISO, R. y CHAPARRO DOMÍNGUEZ, M. A. (2018). Universidades españolas en la prensa extranjera. Análisis de su cobertura periodística. *El profesional de la información (EPI)*, 27(1), 86-94.
- SÁNCHEZ-TERUEL, D. *et al.* (2018). Variables relacionadas con la tentativa suicida en una provincia de España durante tres años (2009-2011). *Ciência & Saúde Coletiva*, 23(1), 277-286. <https://doi.org/10.1590/1413-812320182231.23752015>
- SEGADO-BOJ, F., CHAPARRO-DOMINGUEZ, M. A. y DÍAZ-DEL CAMPO, J. (2018). Información científica en Argentina, España y México: fuentes, recursos multimedia y participación de los lectores en los diarios online. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(1). <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.59957>

- SEGADO-BOJ, F. (2015). Amarillismo e infoentretenimiento en la información televisiva sobre la crisis económica: el caso de Cuatro TV (2012). *RIHC. Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 1(5), 76-88.
<https://doi.org/10.12795/rihc.2015.i05.05>
- SEGADO-BOJ, F., CHAPARRO, M. Á. y BERLANGA, I. (2014). La divulgación en los blogs científicos hispanoparlantes: Funciones, fuentes, lenguaje y estrategias retóricas. *Prisma Social*, 12, 143-172.
- SILLA, A. *et al.* (2017). «Can cyclist safety be improved with intelligent transport systems? *Accident Analysis & Prevention*, 105, 134-145.
<https://doi.org/10.1016/j.aap.2016.05.003>
- TARKAN, L. (2010). The 10 Biggest Choking Hazards. *New York Times*, 159(55051), 6.
- VALENZUELA, S., PIÑA, M. y RAMÍREZ, J. (2017). Behavioral Effects of Framing on Social Media Users: How Conflict, Economic, Human Interest, and Morality Frames Drive News Sharing. *Journal of Communication*, 67(5), 803-826.
<https://doi.org/10.1111/jcom.12325>
- ZIMMERMANN, B. M. *et al.* (2019). Content, evaluations and influences in newspaper coverage of predictive genetic testing: A comparative media content analysis from the United Kingdom and Switzerland. *Public Understanding of Science*, 28(3), 256-274.
<https://doi.org/10.1177/0963662518816014>