



IROCamm.

INTERNATIONAL	REVIEW
OF	COMMUNICATION
AND	MARKETING MIX

the *mainstream* review on
communication

N. 3, VOL. 2.

[institucional.us.es/irocamm](https://revistascientificas.us.es/index.php/IROCamm)

<https://revistascientificas.us.es/index.php/IROCamm>
julio-diciembre 2020

VOL 2

N.3



PUBLISHERS

University of Seville

PUBLISHING LOCATION

Seville – Spain

E-MAIL AND WEBSITE

irocamm@us.es

<http://institucional.us.es/irocamm>

<https://editorial.us.es/es/revistas/irocamm-international-review-communication-and-marketing-mix>

ORIGINAL DESIGN

LA HUERTA

www.lahuertaagencia.com

ISSN

2605-0447

DOI

<https://dx.doi.org/10.12795/IROCMM>



© Editorial Universidad de Sevilla 2020



Authors guarantee the authorship and originality of the articles, and assume full and exclusive responsibility for damages that may occur as a result of third party claims regarding content, authorship or ownership of the content of the article.

IROCAMM.

INTERNATIONAL	REVIEW
OF	COMMUNICATION
AND	MARKETING MIX



EDITOR

Gloria Jiménez-Marín (University of Seville)

ASSISTANT EDITORS

Irene García Medina (Glasgow Caledonian University)

Pedro A. Correia (Universidade da Madeira)

Rodrigo Elías Zambrano (University of Seville)

Paloma Sanz-Marcos (University of Cadiz)

TECHNICAL SECRETARY

Elena Bellido Pérez (University of Seville)

ADVISORY BOARD

Spain:

Cristina González Oñate (Universitat Jaume I): onate@com.uji.es
Mònika Jiménez Morales (Universitat Pompeu Fabra): monika.jimenez@upf.edu
Ferran Lalueza Bosch (Universitat Oberta de Catalunya): flalueza@uoc.edu
Javier Lozano Del Mar (U. Loyola): jlozano@uloyola.es
Juan Monserrat Gauchi (University of Alicante): juan.monserrat@ua.es
Marta Pulido Polo (University of Seville): martapulido@us.es
Carmen Silva Robles (Universitat Oberta de Catalunya): csilvaro@uoc.edu
Aránzazu Román-San-Miguel (University of Seville): arantxa@us.es
Nuria Sánchez-Gey Valenzuela (University Pablo de Olavide): nuriacri@upo.es

International:

Sandra Bustamante Martínez (Universidad de Belgrano, Buenos Aires, Argentina): sabustamante@gmail.com
Lindsey Carey (Glasgow Caledonian University – UK): l.carey@gcu.ac.uk
Patricia M. F. Coelho (U. Santo Amaro, Brasil): patriciafariascoelho@gmail.com
Umberto León Domínguez (U. de Monterrey): umberto.leon@udem.edu
Susan Giesecke (University of California Berkeley): sgiesecke@berkeley.edu

SCIENTIFIC COMMITTEE

Spain:

Ana Almansa Martínez (University of Malaga): anaalmansa@uma.es
Alejandro Álvarez Nobell (University of Malaga): aan@uma.es
Mónica Barrientos (University of Seville): mbarrientos@us.es
Jordi De San Eugenio Vela (Universitat de Vic): jordi.saneugenio@uvic.cat
Rodrigo Elías Zambrano (University of Seville): rodrigoelias@us.es
Cristina González Oñate (Universitat Jaume I): onate@com.uji.es
Víctor Hernández de Santaolalla (University of Seville): vhsantaolalla@us.es
Mònika Jiménez Morales (Universita Pompeu Fabra): monika.jimenez@upf.edu
Ferran Lalueza Bosch (Universitat Oberta de Catalunya): flalueza@uoc.edu
Antonio Leal Jiménez (University of Cadiz): antonio.leal@uca.es
Javier Lozano Del Mar (University Loyola): jlozano@uloyola.es
Andrew Luckham (University of Seville): andrew@us.es
M^a Isabel Míguez (University of Vigo): mabelm@uvigo.es
Juan Monserrat Gauchi (University of Alicante): juan.monserrat@ua.es
José Antonio Muñiz Velázquez (University Loyola): jamuniz@uloyola.es
Antonio Pineda Cachero (University of Seville): apc@us.es
Marina Ramos Serrano (University of Seville): mramos@us.es
Mar Rubio Hernández (University of Seville): mrubio8@us.es
Sandra Vilajoana Alejandre (Universitat Ramón Llul): sandrava@blanquerna.edu

International:

Lindsey Carey (Glasgow Caledonian University – UK): l.carey@gcu.ac.uk
Patricia M. F. Coelho (U. Santo Amaro, Brasil): patriciafariascoelho@gmail.com
Antonino Lagan (Universitat de Messina – Italia): lagan@tin.it
Umberto León Domínguez (U. de Monterrey): umberto.leon@udem.edu
Julie McColl (Glasgow Caledonian University - UK): J.McColl2@gcu.ac.uk
Antonio Naranjo Mantero (University of Silesia – Katowice – Poland): a.naranjo-mantero@us.edu.pl
Elisa Palomino (University of the Arts London - England): e.palomino@csm.arts.ac.uk
Christian Plantin (Université de Lyon): Christian.Plantin@univ-lyon2.fr
Marco Pedroni (U. ECampus de Novedrate / U. del Sacro Cuore – Italia): marco.pedroni@uniecampus.it
Paulo Ribeiro Cardoso (Universidade Fernando Pessoa, Oporto): pcardoso@ufp.pt
Ricardo San Martín (University of California Berkeley): rsanmartin@berkeley.edu
Kent Wilkinson (Texas Tech University, EE.UU.): kent.wilkinson@ttu.edu

INDEX

IROCAMM, N. 3, V. 2 (July - December 2020)

One click away. Towards a proposal of an affective model of media planning
Natalia Papí-Gálvez (University of Alicante. Spain) **7-21**

Expansion strategies in transmedia fiction projects: The case of 'The Ministry of Time'
Francisco Cabezuelo-Lorenzo (Complutense University of Madrid. Spain), Jorge Miranda-Galbe (Pontifical University of Salamanca. Spain) & Juan-Manuel Barceló-Sánchez (Complutense University of Madrid. Spain) **22-35**

Neurocommunication as a strategy to prevent suicide in young people
Antonio Leal-Jiménez (University of Malaga. Spain) **36-43**

La dialéctica de la inmigración y el sueño europeo en los discursos de los políticos españoles. Un análisis de caso en Twitter.
Santana Lois Poch-Butler (International House Madrid. Spain), Javier Figero Espadas (San Pablo-CEU University. Spain) & Roberto Gelado-Marcos (San Pablo-CEU University. Spain) **44-59**

Monographic Section

Introduction
Ramón Reig García & Lucía Ballesteros Aguayo (University of Seville. Spain) **60-61**

Virtual community and the relational profile of the millennial traveller: Euroviajar case.
Kevin Mamaqi Kapllani (Technical University of Delft. Holland) & Xhevrije Mamaqi (University of Zaragoza. Spain) **62-81**

Spanish tourism image analysis from social networks. South Korea case
Estefanía Cestino González (University of Malaga. Spain), Gema Pérez Tapia (University of Malaga. Spain) & Yousung Jang (South Korea) **82-95**

Film promotion in social networks: an approach from Spanish filmmakers
Sergio Jesús Villén Higuera (University of Malaga. Spain) **96-108**

Media terrorism: influence of the Media on the social construction of fear on the participation of the child in the Gangs
Yaritza María Vásquez Hernández (University of Granada. Spain) **109-117**

Neurocommunication as a strategy to prevent suicide in young people

La neurocomunicación como estrategia de prevención de suicidios en la población joven

Ph.D. Antonio Leal-Jiménez

University of Malaga. Spain.

antonio.leal@uca.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9578-604X>

Abstract

ABSTRACT

Suicide is a complex phenomenon that has attracted attention throughout the times of humanity. Virtually all religions are coincident in their rejection as a means of ending one's life. The common basis for this rejection is that it is God who gives life and He is the only one capable of taking it away. Carrying out this study is justified since it is a subject that draws attention worldwide due to the increase in the registration of cases, becoming a Public Health problem. Due to its severity it requires our attention, although unfortunately its prevention and control are not an easy task. With this work, we intend to know its scope at present in the young population and to what extent communication can be considered as a prevention tool using Artificial Intelligence and neurocommunication. It is carried out from an extensive bibliographic review and the performance of a qualitative exploratory study. There is a need to propose communication campaigns using new tools provided by neurosciences and Artificial Intelligence, through social networks. We have not found enough previous studies and their application to the object of study. It is, therefore, an approach that will need to be consolidated.

Keywords

Artificial Intelligence; digital communication; neurocommunication; social networks.

Resumen

El suicidio es un fenómeno complejo que ha atraído la atención a lo largo de los tiempos de la humanidad. Prácticamente todas las religiones son coincidentes en su rechazo como medio para dar por terminada la propia vida. Las bases comunes para este rechazo es que es Dios quien da la vida y Él es el único capaz de quitarla. La realización de este estudio queda justificada ya que, es un tema que llama la atención a nivel mundial debido al incremento en el registro de los casos, llegando a convertirse en un problema de Salud Pública. Debido a su gravedad requiere nuestra atención, aunque desgraciadamente, su prevención y control no son tarea fácil. Con este trabajo, pretendemos conocer su alcance en la actualidad en la población joven y en qué medida la comunicación puede ser considerada como una herramienta de prevención a través del uso de la Inteligencia Artificial y la Neurocomunicación. Se lleva a cabo a partir de una amplia revisión bibliográfica y la realización de un estudio exploratorio cualitativo. Existe necesidad de plantear campañas de comunicación utilizando nuevas herramientas que aportan las neurociencias y la Inteligencia Artificial, a través de las redes sociales. No hemos encontrado suficientes estudios previos y su aplicación al objeto de estudio. Se trata pues, de una aproximación que necesitará consolidarse.

Palabras clave

Comunicación digital; Inteligencia Artificial; neurocomunicación; redes sociales.

1. Introducción

El suicidio es un fenómeno complejo que ha atraído la atención a lo largo de los tiempos de la humanidad. Desde la antigüedad, la historia del suicidio se ha abordado de manera general, en las civilizaciones mesopotámica, egipcia, griega y romana, ya se consideraba como producto de un estado de ánimo melancólico. Muchas de las religiones están de acuerdo en su rechazo. Su fundamento principal es que solo Dios da la vida y nadie puede quitarla. Escritores famosos lo consideraban como el resultado de un acto que era fruto de una situación angustiosa. En la Grecia clásica, Platón en su *Fedón*, 63c, se refiere a un diálogo mantenido con Sócrates, antes de ser ejecutado. Hace una reflexión sobre el suicidio, a partir de la pregunta sobre la actitud que debe asumir el filósofo frente a la muerte, y expresa que "se trata de un acto que te lleva a encontrarte con los dioses", concluyendo que el ser humano no debe de disponer libremente de su vida.

En el Nuevo Testamento, existen citas referidas a Judas Iscariote, uno de los discípulos de Cristo, en relación con el suicidio, quien, amargado por el remordimiento de haber entregado a Jesús, quiso devolver las treinta monedas de plata que había recibido como compensación por delatarlo: "Entonces el tiró las monedas en el Santuario, se retiró y fue y se ahorcó" (Mateo, 27:5).

En el libro tercero de la obra, "De cómo el filosofar es aprender a morir", Michel de Montaigne, mantiene que solo aquellas personas que asumen la certeza de la muerte pueden reconocerse como libres. Comienza su obra con una frase de Cicerón: "Dice Cicerón que el filosofar no es otra cosa que prepararse para morir, Quitémosle lo raro, acerquémosla a nosotros, acostumbremos a ella, alejemos de nuestra cabeza la muerte" (Montaigne, p. 48).

Marx, para quien el suicidio era un problema social, en su artículo "Acerca del suicidio" o "Sobre el suicidio" (1846), relaciona la idea del suicidio, con los diversos aspectos contradictorios de la vida, bajo la existencia de la dependencia del capital que derivan en sistemas sociales injustos que llevan a su consumación y en la que se ven inmersos no solo las clases más desposeídas. De lo que se trata es de comprender el fenómeno y no negarlo, y va más allá de los sistemas filosóficos.

Para Camus, en su obra *El Mito de Sísifo*, la reflexión sobre el suicidio le proporciona una ocasión para hacerse una pregunta: ¿existe una lógica en la muerte?, y a continuación afirma que "el suicidio es un problema filosófico verdaderamente serio". El filósofo nos dice que el ser humano tiene una tendencia irreparable a buscarle un sentido a las cosas: "Es fácil siempre ser lógico. Pero es imposible ser lógico hasta el fin" (1942, p. 63).

En la actualidad, el suicidio en la población joven es un asunto demasiado grave a nivel mundial y lo que es peor, que va en aumento, llegando a convertirse en un fenómeno de Salud Pública. La difusión apropiada de información y la realización de estrategias adecuadas de sensibilización en las campañas de comunicación, pudieran ser herramientas esenciales para el éxito de los programas de prevención. Consideremos necesario utilizar todos los recursos a nuestro alcance, entre los que se encuentran, la Inteligencia Artificial y las

herramientas de la Neurocomunicación, a través del desarrollo de contenidos pertinentes en las redes sociales, para la elaboración de los mensajes que nos ayuden a paliar de alguna manera, los resultados fatales que hasta ahora se están obteniendo.

Si pensamos a nivel global y nos acogemos a las cifras que año tras año publica la Organización Mundial de la Salud (en adelante, OMS) podemos conocer que los jóvenes europeos menores de 29 años se encuentran afectados por este fenómeno, alcanzando la cifra de 600.000 en el mundo. De otra parte y según los datos ofrecidos por la misma fuente en su última nota descriptiva (OMS, 2017), el suicidio sigue siendo la segunda causa de defunción entre los jóvenes de 15 a 29 años. Además, a nivel mundial, el suicidio representa el 50% de las muertes violentas en los hombres y el 71% en las mujeres (Navarro-Gómez, 2017). Según la OMS, en el año 2020 morirán 1,53 millones de personas por suicidio, una muerte cada veinte segundos, y el número de tentativas será entre diez y veinte veces superior. Por lo que se refiere a España, el año 2019 se suicidaron 6.381 personas, cifra que representa la primera de las causas de muerte por circunstancias externas. Según los expertos, estos datos no son reales porque los miembros de la familia, en muchas ocasiones, no quieren registrarse con esta causa de muerte. El número de suicidios masculinos es casi tres veces mayor que el de las mujeres. Aunque los intentos de suicidio ocurren principalmente en mujeres jóvenes, la mayoría de los actos consumados son cometidos por hombres mayores. Sin embargo, cada vez más jóvenes los intentan.

Metodología

Para la realización del trabajo empírico se ha optado por utilizar una investigación exploratoria, teniendo como base el estudio de caso (Yin, 2003), ya representa un examen profundo de un caso en lo que respecta a un fenómeno social, y se considera de gran interés ya que está especialmente indicada para casos en los que existe una mayor necesidad de obtener un conocimiento profundo de tema objeto de estudio. Los motivos, valores y percepciones representan algunas de las variables con las que hemos trabajado, aunque estos aspectos, reconocemos que no han sido fácilmente obtenibles por el investigador, ya que casi siempre, estos resultan inciertos.

La opción de un propósito exploratorio se relaciona con la novedad del fenómeno social, de acuerdo con Babbie (2007), la búsqueda exploratoria es usada cuando el problema está en la fase preliminar. El objetivo obtener información preliminar que ayude a definir el problema y sugiera las hipótesis. Se trata de entender mejor el comportamiento y las experiencias humanas, entender el proceso mediante el cual las personas construyen significados y describen en qué consisten estos mismos significados.

En la investigación cualitativa, hemos buscado las opiniones, motivaciones y factores que impulsan el comportamiento de las personas. En lugar de medir la cantidad, la tratamos de encontrar los aspectos más matizados, subjetivos y menos cuantificables que influyen en las personas tales como las percepciones, creencias y actitudes.

2. Revisión Bibliográfica

Esta revisión se centra principalmente en los factores de riesgo asociados al suicidio: factores demográficos, trastornos psiquiátricos, afecciones médicas terminales o crónicas y estresores psicológicos recurrentes no resueltos. Se realizó una revisión narrativa y exhaustiva de estudios e investigaciones sobre el fenómeno del suicidio en jóvenes (Baudelot, 2008; Dejours, 2010; Navarro-Gómez, 2017) y de la relación de, entre otros, los medios con los jóvenes (Jiménez-Marín, Elías & Pérez Curiel, 2014). Los intentos suicidas y su ideación también se consideraron, debido a la estrecha relación entre estos tres momentos y movimientos, cuando el foco está en este grupo de edad.

Seguimos la tendencia reciente de buscar la fuerza de la evidencia en diferentes fuentes, enfoques y metodologías, especialmente en los países en desarrollo. Los estudios clínicos y aleatorizados, guiados por la solidez de la validez interna o por la efectividad y evidenciados por datos cuantitativos, no deberían ser la única fuente para garantizar la calidad o el rigor de una revisión de la literatura, especialmente cuando se abordan temas menos explorados en salud pública.

Se seleccionaron los estudios que abordaban la atención a los jóvenes en las áreas de psiquiatría, neurología, enfermería, psicología y ciencias sociales, incluyéndose las más recientes como la neurociencia y neurocomunicación que contribuyeron a dar más relieve e información, sobre el manejo de los factores asociados con el suicidio en los jóvenes o las condiciones de vida y enfermedades mentales o físicas.

Debido a la diversidad de procedimientos y métodos de investigación, no fue posible jerarquizar las pruebas en función del rigor con el que se trata el concepto hoy en día. Sin embargo, intentamos resaltar la fuerza de las categorías recurrentes basadas en diferentes fuentes. Los datos se sistematizaron en categorías:

- a. una visión de la literatura de las últimas décadas;
- b. relaciones entre ideación, intentos y suicidios completos en jóvenes y relación entre suicidio;
- c. enfermedad mental
- d. factores sociales.

La estrategia de búsqueda incluyó investigaciones realizadas internacionalmente. Se utilizaron búsquedas informatizadas en bases de datos. Estos cubrieron una amplia gama de áreas de investigación en salud, educación, trabajo y otras. Las fuentes de información incluyeron libros de texto relevantes de psiquiatría, revistas de psiquiatría (tanto locales como internacionales), motores de búsqueda en Internet como Google, y resúmenes de artículos relevantes. Con el fin de elaborar una base de carácter teórica que nos aproxime a obtener un mayor conocimiento del fenómeno, hemos recurrido al trabajo efectuado por autores como Durkheim (1895) hasta los actuales de Baudelot (2008) y Dejours (2010), o Pérez Jiménez (2011), entre otros. Además, se ha realizado una aproximación a los principios de planificación, gestión y estrategia de comunicación para el caso de estudio.

De igual forma se realizó una revisión narrativa y exhaustiva de estudios sobre Inteligencia Artificial, Redes Sociales, Neurociencia y Neurocomunicación digital. En un primer tiraje y a través de las denominadas "bibliotecas del conocimiento online" accedimos a los textos de instituciones de investigación y de enseñanza superior mediante la selección de artículos en español e inglés.

En la segunda parte, se ha desarrollado la apreciación empírica del estudio, con las acciones de campo y cómo referido anteriormente las cuestiones principales a ser analizadas sobre la dinámica social las redes sociales la interactividad entre los usuarios individuales (amigos) y las organizaciones y la permisividad por parte de los individuos de las acciones comunicacionales de las organizaciones (disponibilidad, información personal y consumo de contenidos de las empresas) donde subyacen otros fenómenos subjetivos (tendencias, proceso de decisión, motivación, vivencia/experiencia, etc.).

Las fuentes secundarias de la información obtenidas gracias a la bibliografía analizada con información del cuadro histórico y actual y datos estadísticos de fuentes oficiales y otras instituciones sobre factores sociodemográficos. La muestra seleccionada es ilustrativa y no representativa, en la observación se pretende entender la forma en que se comportarían la población afectada ante la llegada de imágenes textos transmitidos a través de la comunicación digital.

Siguiendo el modelo Snowball Sampling (Babbie, 2007), seleccionamos a individuos que nos sugirieran a otra persona para el estudio. La primera persona ha sido escogida por el investigador siguiendo el criterio de la que pueda ser más útil o representativa para el estudio. Sin el deseo de generalizar, los resultados obtenidos proporcionan una visión descriptiva sobre el objeto de estudio, que ha contribuido a profundizar en la aplicación práctica de la comunicación.

2.1. Fase estudio cualitativo

Numerosas observaciones realizadas a lo largo de los años a través de actividades de enseñanza de métodos, evaluación de investigaciones, han favorecido la aparición de programas de investigación centrados en prácticas de investigación cualitativa. Según Savoie-Zajc (1996b), la triangulación es una estrategia de investigación que consiste en combinar datos de varios instrumentos, compensando así los sesgos específicos de cada uno. A su vez, la triangulación asegura la validez (precisión y estabilidad) de los análisis realizados. Por lo tanto, la triangulación está intrínsecamente vinculada a la validez y la cientificidad.

En el universo de la investigación cualitativa, la elección del método y las técnicas para el análisis de datos debe proporcionar obligatoriamente una mirada multifacética a la totalidad de los datos recopilados durante el período de recopilación (corpus), este hecho se debe invariablemente a la pluralidad de significados atribuidos al productor de tales datos, es decir, su carácter polisémico en un enfoque naturalista.

Con el objetivo de adquirir mayores conocimientos hemos realizado una investigación básica sobre determinados sucesos observables que no han tenido ninguna aplicación práctica (Strauss y Corbin, 1990; Andréu, García-Nieto y Pérez-Corbacho, 2007). La distinción entre investigación básica e investigación aplicada es difícil de establecer. Muchos proyectos se encuentran en la interfaz de estas dos disciplinas. Muchas innovaciones importantes se han desarrollado en una lógica de investigación fundamental, y no se habrían desarrollado en un marco de investigación aplicada. El interés del uso de metodologías cualitativas es poner en evidencia las reacciones de los individuos, ordenando y dando sentido al discurso social que se reproduce (García, Ibáñez y Alvira, 2000) lo que nos permite disponer de evidencia de los puntos de vista en profundidad de las

personas interrogadas diferentes perspectivas a introducir en la preparación del estudio cuantitativo basado en encuestas, a desarrollar después. Siguiendo a Mays y Pope (1995), este método de investigación descriptivo se centra en interpretaciones, experiencias y sus significados. Su enfoque integral nos resulta adecuado para utilizarlo en nuestro campo de las ciencias sociales. En esta Fase se realizaron tres tipos de experimentos o actividades para la obtención de los datos cualitativos necesarios:

- Entrevistas en profundidad. El primero de los experimentos consistió en la realización de 12 entrevistas en profundidad a personas provenientes de distintas especialidades (Profesionales de Salud, Psicólogos, Trabajadores Sociales, Periodistas y Creativos publicitarios) que respondieron previamente con su aceptación, con el doble objetivo de analizar la perspectiva de del caso de estudio. En cuanto al instrumento empleado ha sido un cuestionario semiestructurado que ha sido enviado previamente por correo-e., bajo el objetivo de que nos fuera remitido una vez cumplimentado posteriormente.
- El segundo de los experimentos se realizó mediante la utilización de la técnica de análisis de contenido, con un seguimiento y posterior estudio de los distintos debates-coloquios, de una serie de jornadas en las que han participado profesionales de distintas áreas procedentes de la psicología, psiquiatría, profesores de universidad, trabajadores sociales y personas afectadas. Nos hemos centrado en el estudio de las jornadas más representativas que se han tenido lugar a lo largo del año 2019. El acceso al contenido se ha realizado a través de distintas páginas web e informaciones difundidas por distintos medios de comunicación. Hemos realizado una ficha de análisis, donde se han recogido los datos generales y los temas tratados que hemos aplicados a la información disponible de cada una de las jornadas.
- El tercer experimento se basó en la recolección de datos de una interacción grupal mantenida en WhatsApp. Las nuevas tecnologías permiten distintas formas de investigar, lo que está contribuyendo de sobremanera al aprendizaje continuo e intercambio de nuevas informaciones. El uso de esta tecnología, a partir de sus recursos multimedia y la popularización de los Smartphone, ha resultado ser una gran aliada en el proceso de aprendizaje y de toma de decisiones profesionales.

Para la conformación de nuestra muestra de análisis, elegimos dos grupos de discusión cerrados del que formábamos parte, inclinándonos, por tanto, por la técnica de la participación observante. Los grupos elegidos manifestaban una orientación temática muy definida, reflejada en su propio nombre, que no citaremos de forma exacta para salvaguardar la privacidad, pero que se podría parafrasear como "grupo de jóvenes" y "grupo de cercanos".

El primero de ellos estuvo conformado por diez participantes, seis mujeres y cuatro hombres, de los cuales ocho fueron activos y contribuyeron en los intercambios comunicativos y dos permanecieron inactivos durante la toma de los datos. El periodo observado comprende los meses enero a abril del año 2019. El segundo de los grupos lo conformaron ocho personas, cinco hombres y tres mujeres, de las cuales fueron activas siete, contribuyendo en los intercambios comunicativos y una de ellas, por su escasa participación, la calificamos de inactiva. En cuanto a las entrevistas semiestructuradas se llevaron a cabo empleando la propia herramienta de Mensajería Instantánea del WhatsApp (MI), los usuarios fueron interrogados de forma individual sobre su nivel de conocimiento, representaciones y creencias, empleo de MI en la comunicación interpersonal, uso de redes sociales, propuestas de campañas de comunicación, sus creencias y representaciones en relación con el empleo de MI en la comunicación interpersonal.

3. Resultados

El suicidio es un tema candente, que se encuentra rodeado de muchos y grandes tabúes. La gente tiene miedo de hablar del tema. En los momentos actuales sigue siendo un tema del que rara vez se habla. Hablar de ello, la mayoría de las veces, se hace referencia a la depresión. Sin embargo, hablar de depresión no es necesariamente referirse al suicidio. Lo que se sabe hoy es que, hablar sobre el tema alivia y permite a las

personas identificarse en sí mismas y en la comunidad circundante el deseo, la ideación suicida. Por supuesto, no es tener una cobertura mediática sensacionalista, pero los problemas, las dificultades, los miedos, las inseguridades, la multicausalidad del suicidio y las posibilidades de ver la vida de una manera nueva son cosas que se pueden contar perfectamente.

Mientras más hablamos sobre ello, más personas podemos ayudar. Hablar sin prisas ni prejuicios, mostrar preocupación y preguntar cómo puede ayudar, puede ser la señal para que la persona dialogue. La dificultad para procesar algunas emociones y comentar sobre ellas es común en los jóvenes. Se trata de un período en el que comienza a convertirse en un individuo fuera de la familia, y está lleno de nuevas responsabilidades. Por lo general, un suicidio va precedido de un grito de ayuda.

Existe una convención profesional no oficial, una especie de acuerdo entre caballeros, que determina que los suicidios no serán reportados por los medios de comunicación convencionales. Nadie sabe exactamente cuándo se selló este acuerdo, ni exactamente por qué. El hecho es que existe, pero gradual y discretamente se ha ignorado ya que, a veces se publican noticias sobre suicidios. En unos casos de manera sensacionalista, en otros superficialmente, y la menos de manera profunda. Aun así, las líneas editoriales y los profesionales de la información, en general, suelen sostener que no hay lugar para el suicidio en sus espacios informativos. Quizá el suicidio quede fuera de la acción periodística porque es un acto individual cuyas motivaciones son muy íntimas y privadas. El tema está envuelto por un velo de sufrimiento y perplejidad. Para los familiares de suicidios, el sentimiento de culpa es ineludible. Como con todo luto, hay negación, ira y tristeza. Y hay más: en el suicidio, es necesario tratar de comprender y aceptar las razones de quienes decidieron acortar la vida, en contra del instinto de supervivencia común a todas las especies. Escribir sobre la muerte siempre resulta delicado para los medios de información.

Morir es una certeza sobre la cual prevalecen las dudas, a excepción de algunos pacientes desilusionados, casi nadie sabe cómo, cuándo, dónde o de qué morirá. Según la advertencia "Prevención del suicidio: un imperativo global" (2014), de la Organización Mundial de la Salud, la prevención efectiva depende de numerosos factores, entre ellos, la información de calidad. Descuidar los eventos puede aumentar el riesgo de nuevos intentos. Los medios tienen el deber de brindar a la sociedad la mejor información para evitar que las personas se desencanten de la vida.

Como no se informa lo suficiente de esta lacra social los hechos se quedan sin conocer, es como si no existiera el problema. El desconocimiento que hay en torno a los suicidios ha generado algunos mitos y parece ser que hablar de ello puede aumentar el riesgo. Sin embargo, resulta liberador para la persona que lo piensa. No hay que tener miedo a hablar ya que puede ayudar a prevenirlo usando las herramientas necesarias para conseguirlo. Ocultarlo y rehuir de él no ayuda en nada. Queda muy claro que es necesario mejorar el conocimiento del suicidio. Haría falta un nuevo enfoque sobre la base de que el problema puede convertirse en una gran solución. La forma de abordar el suicidio en los medios debe ser cuidadosa para evitar el efecto Werther o el contagio, que es un fenómeno de propagación aparente de influencias que promueven el comportamiento suicida. A nivel de los profesionales, y a título de ejemplo, una metodología que se suele utilizar para investigarlos, cuando las causas no son claras, son las autopsias psicológicas, que pueden determinar con garantías de éxito las causas de la muerte. Algunas iniciativas se han desarrollado en España, pero no existe un denominado plan de prevención. Se plantea la urgente necesidad de que las instituciones se sensibilicen con el problema y pongan a disposición de los profesionales los recursos suficientes que les permita avanzar en su campo de actuación.

Las redes sociales son un canal de comunicación donde se establecen relaciones entre navegantes con dificultades emocionales y que tienen acusados factores de riesgo o de protección para la salud mental. En Internet, el tema del suicidio puede ser un punto de encuentro entre personas vulnerables, ya que los estudios han demostrado que los jóvenes con problemas de salud mental son los que más las usan (Sampasa-Kanyinga, 2015) y las personas que publican contenido suicida prefieren usar blogs y foros en línea para expresarse y tienden a ser más jóvenes, tienen más ideación suicida y afectividad negativa en comparación con personas sin publicaciones sobre suicidio. Sin embargo, en las redes sociales, el contenido pro-suicida puede producirse de forma anónima y las personas vulnerables pueden acceder fácilmente a él.

Resulta necesario realizar investigaciones relacionadas con acciones educativas dirigidas a los colectivos afectados, y considerar el potencial de los medios para promover la salud mental y prevenir el suicidio. La incorporación de estrategias virtuales creativas y atractivas a la atención convencional puede ser accesible, facilitar la adhesión de los jóvenes, el intercambio de experiencias, la expresión y el seguimiento de las emociones y necesidades, catalizar el apoyo y la pertenencia, una mayor difusión de la información, el conocimiento sobre los repertorios de afrontamiento y mejores resultados en el cuidado de la salud.

Existe necesidad de sacar al suicidio del armario e incorporarlo en la agenda de las políticas públicas, dado que la ocultación y el oscurantismo impiden un abordaje eficaz de un problema muy importante. De la misma manera se debe invertir todos los esfuerzos en erradicar el estigma hacia las personas con problemas de salud mental, poniendo el foco en sus derechos humanos, tantas veces conculcados, dado que la incomprensión, la institucionalización y los estereotipos provocan tal sufrimiento que compromete vidas humanas.

En términos de prevención, es importante tener en cuenta que existen factores que protegen y reducen el riesgo de suicidio, tales como: contar con el apoyo de familiares, amigos y otras relaciones significativas; tener creencias religiosas, culturales y étnicas; tener participación comunitaria, una vida social satisfactoria, acceso a servicios y atención de salud mental. Las personas con comportamiento suicida pueden hablar sobre el suicidio y el daño que quieren hacer contra sí mismos NO llama la atención; La mayoría de las personas que se sienten suicidas comparten sus pensamientos con alguien; Alguien casi nunca se mata por razones triviales. Para ayudar a una persona en riesgo de suicidio, es importante encontrar un momento apropiado y un lugar tranquilo para hablar, así como escuchar a la persona sin juicio.

Hay que estudiar y conocer el impacto de contenidos en las redes sociales y el alcance de la conducta suicida a través de internet. Se trata de un fenómeno de naturaleza multifactorial conceptuada en principios religiosos, intelectuales y filosóficos. Necesidad de seguir las recomendaciones de la OMS en materia de lo que se debe hacer y lo que no en los medios de comunicación.

Parece que existe una correlación positiva en cuanto al uso de internet y un mayor riesgo de fomentar la conducta suicida. Cada día se es más consciente de la necesidad de implementar herramientas para evitar este tipo de conductas. Recurrir a la terapia on-line puede ser una herramienta útil. Las TIC pueden favorecer la prevención del comportamiento suicida, por lo que resulta esencial una mayor concienciación y formación entre los profesionales de su uso y la investigación. Hay necesidad de plantear compañías de comunicación en las redes sociales utilizando modelos de comunicación eficientes.

4. Discusión y conclusiones

Pese a lo alarmante de las cifras, según las últimas cifras del INE (2017), en un año las muertes por suicidio han aumentado un 3,1% en España, el estigma social y el miedo al efecto imitación han provocado que hablar de ello se haya convertido en un tema tabú. A grandes rasgos, al hacer referencia a la población general en una gran mayoría de los casos nos encontramos con un factor común entre las personas que consuman el suicidio: la presencia de trastornos psicológicos. No hay un motivo exacto por el cual las personas se suicidan. Cada persona tiene su personalidad, sus valores, sus pensamientos y emociones y es importante destacar la educación que recibimos desde que nacemos en nuestra unidad familiar. A cada persona, cada situación le afecta de diferente manera. No todos los que tienen una depresión profunda tienen ideas o planes de suicidio, ni todos los que tienen un ambiente familiar desestructurado, ni los que no saben cómo gestionar sus emociones pierde el sentido vital.

La OMS sitúa también como causas de los suicidios en los países de ingresos bajos y medios. La presión por problemas socioeconómicos, haber vivido bajo conflictos bélicos, sufrido abusos, ser víctimas de la violencia, la discriminación, etc. Igualmente, se ha apuntado a otras causas, como el clima, la luz o la comunicación. Otra de las causas en auge durante los últimos años es el tradicional abuso en el colegio, aunque en la actualidad se está viendo desplazado por el acoso electrónico (ciberbullying).

No existe un mismo camino en la decisión de intentar suicidarse. En general, pueden darse dos grandes tendencias: la de los jóvenes cuya vida transcurre normalmente y que no presentan señales o síntomas depresivos, pero que tienen dificultades para manejar las situaciones de frustración, ya sea porque casi no las han experimentado, o porque no han desarrollado habilidades para el manejo de situaciones críticas. Con frecuencia estos jóvenes, al enfrentarse con una situación que perciben muy difícil o dolorosa, reaccionan de manera muy intensa e impulsiva, y sin pensarlo mucho, intentan quitarse la vida.

Se hace necesario profundizar en el estudio de la Inteligencia Artificial y la Neurocomunicación como pudieran promover y facilitar el conocimiento, el uso y la formación en dichas herramientas. La creación de equipos multidisciplinares que trabajen de una forma conjunta y coordinada, en los que participen, no solo profesionales de la salud mental, sino también expertos en comunicación. La Academia debería incentivar el estudio de dicho campo científico desde la óptica de potenciar dichas herramientas para intentar cambiar la conducta de las personas más vulnerable en los campos a los que mayores desafíos se enfrentan como son la brecha existente entre la mente, la conducta y el desarrollo de contenidos en comunicación.

Hay que estudiar y conocer el impacto de aplicación de técnicas de neurocomunicación, con herramientas de inteligencia artificial y con contenidos en las redes sociales, así como el alcance de la conducta suicida a través de internet. Se trata de un fenómeno de naturaleza multifactorial conceptualizada en principios religiosos, intelectuales y filosóficos. Parece que existe una correlación positiva en cuanto al uso de internet y un mayor riesgo de fomentar la conducta suicida. Cada día se es más consciente de la necesidad de implementar herramientas para evitar este tipo de conductas. Recurrir a la terapia online puede ser una herramienta útil. En definitiva, nos encontramos en el uso de procedimientos muy innovadores, en los que apenas existen investigaciones con proyección hacia los campos digitales, redes sociales y a los manejos estratégicos de la información con el fin de comunicar mensajes e influenciar sobre supuestos comportamientos que permitan paliar en gran medida las alarmantes estadísticas que se presentan. El trabajo que aquí concluye no termina, sino que se detiene, para adaptarse a las nuevas ideas nacidas del presente estudio.

6. Referencias

- Andréu, J., García-Nieto, A. y Pérez, A. M. (2007). Evolución de la Teoría Fundamentada como técnica de análisis cualitativo. *Cuadernos Metodológicos*, n. 40, CIS, Madrid.
- Babbie, E. (2007). *The practice of social research*. Belmont: Thompson Wadsworth.
- Baudelot, C. (2008). *Suicidio y Durkheim*. Buenos Aires: Nueva Visión Argentina.
- Camus, A. (1985). *Le mythe de Sisyphe*. Paris: Gallimard.
- Dejours, C. (2010). *Trabajo y Suicidio*. Madrid: Modus Laborandi.
- García, F., Ibáñez, J. & Alvira, F. (2000). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Jiménez-Marín, G; Elías Zambrano, R. & Pérez Curiel, C. (2014). Del valor educativo de los medios de comunicación: una aproximación al caso audiovisual. *Ámbitos*, 25, pp. 1-14.
- Marx, K. (2012). *Acerca del suicidio*. Buenos Aires: Las cuarenta.
- Mays, N. & Pope, C. (1995): Qualitative Research: Reaching the Parts Other Methods Cannot Reach: An Introduction to Qualitative Methods in Health and Health Services Research. *BMJ Clinical Research* 311(6996), pp. 42-5.
- Montaigne, M. (2007). *Los ensayos*. Barcelona: Acantilado.
- Navarro-Gómez, N. (2017). El suicidio en jóvenes en España: Cifras y posibles causas. Análisis de los últimos datos disponibles. *Clínica y Salud*. V. 28, n. 1, pp. 25-31
- OMS, (2017). Nota Descriptiva. Prevención del suicidio. Ginebra,
- OMS (2017). Notas descriptivas: enfermedades no transmisibles. Retrieved from : <https://cutt.ly/Kr7eNGt>
- OMS, (2018). Suicidio. [Nota descriptiva]. Ginebra: Suiza: WHO.
- Pérez Jiménez, J. C. (2011). *La mirada del suicida*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Platón (2006). *Fedón o de la inmortalidad del alma*. Buenos Aires: Eudeba.
- Sampasa-Kanyinga H., Lewis R.F. (2015): Frequent Use of Social Networking Sites Is Associated with Poor Psychological Functioning Among Children and Adolescents. *Cyberpsychology, Behav Soc Netw*, 18(7), pp. 380-5
- Savoie-Zajc, L. (1996b): *Triangulation (technique de validation par)*. Dans A. Mucchielli (Dir.): *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*. France: Armand Colin.
- Strauss A. y Corbin J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Sage: Londres.
- Yin, (2003): *Case Study Research. Design and Methods*. London: SAGE.



4.0

© Editorial Universidad de Sevilla 2020

IROCamm- International Review Of Communication And Marketing Mix | e-ISSN: 2605-0447

IROCamm

VOL. 2, N. 3 - Year 2020

Received: 18/06/2020 | Reviewed: 19/06/2020 | Accepted: 20/06/2020 | Published: 01/07/2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/IROCamm.2020.v02.i03.03>

Pp.: 36-43

e-ISSN: 2605-0447

VOL 2

N.3