



**Pontificia Universidad
Católica del Ecuador**

EL ESPECTACULO MEDIÁTICO DE LOS SUICIDIOS
TRANSMITIDOS EN FACEBOOK LIVE ENTRE EL 2016 Y
EL 2019

Trabajo de titulación previo a obtener título de Socióloga con
mención en Desarrollo

Nicolle Estefanía Maldonado Valencia

Alejandra Delgado
Directora del trabajo

Quito – Ecuador
2025

Dedicatoria

A mi mami, porque todo se lo debo a ella.

A mi papi, porque su amor siempre ha estado presente a pesar de la distancia.

A mi abuelita, porque no hay amor mas dulce que el de ella.

A Diego, por siempre creer en mi y darme tanto cariño para concluir este proceso.

Pero principalmente a todos quienes en algún punto de la vida le han perdido el sentido.

Agradecimientos

A mi mami, porque su bondad, amor, lealtad y sacrificio han sido los pilares de mi vida.

A Diego, porque su paciencia y amor me dan abrigo y felicidad.

A mi papi, por su ternura y por enseñarme lo importante de la vida.

*A la Ale bella, por su guía, por ser la profe más empática, por siempre escucharme y reírse
conmigo.*

A Heidi porque su amistad aliviana mi paso por el mundo.

Resumen

La presente investigación analiza el fenómeno de los suicidios transmitidos en vivo a través de Facebook Live entre 2016 y 2019, desde una perspectiva teórica basada en las obras de Guy Debord y Byung-Chul Han. A través de un enfoque metodológico que combina la etnografía virtual y el análisis hermenéutico, se estudian las dinámicas de espectacularización y transparencia que caracterizan a la sociedad contemporánea.

Se analizaron tres casos, identificando cómo las plataformas digitales amplifican la visibilidad de estos eventos y cómo las audiencias participan en su difusión y narratividad. Los resultados encontrados demostraron que la mediación visual y la demanda de transparencia transforman el suicidio en un producto mediático que refuerza lógicas de consumo y deshumanización. La investigación concluye con un llamado a la reflexión ética sobre el rol de las plataformas digitales y la necesidad de estrategias de prevención que consideren las particularidades del entorno virtual.

Palabras clave: Suicidios transmitidos en vivo, Facebook Live, Espectacularización, Transparencia, Plataformas digitales.

INDICE

Resumen.....	7
INTRODUCCIÓN:.....	1
CAPÍTULO I: Marco teórico.....	2
1.1. La sociedad de la transparencia	3
1.2. La sociedad del espectáculo.....	7
1.3. La construcción social del suicidio	10
1.4. El espectáculo y la transparencia en el análisis de la construcción social de los suicidios transmitidos en vivo.....	13
CAPÍTULO II: Contextualización de la problemática.....	18
2.1. El fenómeno de los suicidios transmitidos en vivo en Facebook.....	18
2.1.1. Contexto tecnológico.....	20
2.2. Impacto mediático y social	23
2.2.1. Viralización en redes sociales.....	24
2.3. La obsesión por la exposición.....	26
CAPITULO III: Metodología y Presentación de Resultados.....	27
3.2. Selección de casos	28
3.3 Instrumentos y técnicas de análisis.....	29
3.4. Presentación de Resultados	30
3.4. Análisis temático	32
3.4.1. Presentación de métricas por caso.....	36
3.5. Discusión con los conceptos teóricos.....	46
3.6. Limitaciones del estudio	48
CONCLUSIONES.....	49
Bibliografía	50

INTRODUCCIÓN:

El presente trabajo de investigación aborda un fenómeno complejo y crítico de la sociedad contemporánea: la espectacularización de los suicidios transmitidos en vivo a través de plataformas digitales, específicamente Facebook Live, durante el periodo comprendido entre 2016 y 2019. Este estudio parte de la premisa de que las redes sociales no solo han transformado las formas de comunicación y relación social, sino que también han amplificado problemáticas como la exposición de la intimidad y el consumo mediático de eventos trágicos.

A través de un enfoque teórico sustentado en las ideas de Guy Debord, con su concepto de la "Sociedad del Espectáculo", y Byung-Chul Han, con su análisis de la "Sociedad de la Transparencia", esta investigación analiza cómo la mediación visual y la demanda de visibilidad extrema contribuyen a la construcción social del suicidio como un fenómeno espectacularizado. Además, se exploran las implicaciones sociales de este fenómeno, considerando el impacto en las audiencias y en la percepción pública del suicidio.

Mediante el uso de la etnografía virtual y un enfoque hermenéutico, se seleccionaron y analizaron tres casos de suicidios transmitidos en vivo, evaluando las narrativas mediáticas y las interacciones digitales que surgieron en torno a ellos. Este enfoque metodológico permitió identificar cómo las plataformas digitales y las dinámicas sociales han redefinido los límites entre lo privado y lo público, convirtiendo actos profundamente personales en eventos consumidos masivamente.

La importancia de este estudio radica en entender un fenómeno que no solo evidencia las tensiones y contradicciones de la sociedad actual, sino que también abre el debate sobre cómo prevenir el suicidio y regular el contenido digital de manera más humana y efectiva.

CAPÍTULO I: Marco teórico

María Rodríguez, en su tesis *Un análisis sobre la relación entre el suicidio y los medios de comunicación*, plantea que, a través de las redes sociales, las personas construyen un perfil virtual que no solo documenta su vida cotidiana, sino que también proyecta su identidad ante los demás. La información compartida—lugares visitados, relaciones personales, pensamientos e intereses—queda registrada en la red, permaneciendo incluso después de la muerte (Rueda, 2018).

Además, ofrecen, por un lado, un espacio de expresión y construcción identitaria, pero, por otro, pueden convertirse en escenarios donde predominan la violencia, la discriminación y la deshumanización (Rueda, 2018). En este contexto, el presente estudio analiza la representación del suicidio transmitido en vivo en los nuevos medios y el impacto mediático de este fenómeno en quienes lo observan y comentan digitalmente.

El tratamiento del suicidio en los medios de comunicación siempre ha conllevado riesgos, pero la posibilidad de transmitirlo en vivo ha amplificado su alcance. Inicialmente, estos eventos irrumpían en la televisión como hechos trágicos e impactantes. Hoy, la inmediatez de las redes sociales y la proliferación de dispositivos móviles, la difusión de estos momentos se ha vuelto instantánea, convirtiéndolos en temas de amplio debate en los medios digitales (Rueda, 2018). Esta exposición constante ha diluido los límites entre lo público y lo privado, fenómeno que Byung-Chul Han describe como un “*mercado donde se exponen, venden y consumen intimidades*” (Han, 2013).

La relevancia de esta investigación radica en que aborda una problemática reciente y en crecimiento, que afecta principalmente a jóvenes que transmiten en vivo su muerte, generando reacciones y comentarios que, en muchos casos, resultan violentos o desensibilizados. Las

plataformas digitales han transformado la interacción social, exponiendo actos tradicionalmente privados, como el suicidio, y convirtiéndolos en fenómenos de interés público.

Para su análisis, este capítulo tomará como referencia las teorías de Byung-Chul Han en *La Sociedad de la Transparencia*, Guy Debord en *La Sociedad del Espectáculo* y Émile Durkheim en *El Suicidio*. Primero, se presentarán sus ideas clave sobre la hipereposición, la mercantilización de la vida cotidiana y las condiciones sociales que influyen en el acto suicida. Luego, se establecerá una correlación entre estos conceptos y el fenómeno del suicidio mediático transmitido en vivo, con el objetivo de comprender cómo la exposición extrema, el consumo morboso del dolor ajeno y la influencia estructural impactan la percepción y representación del suicidio en la era digital.

1.1. La sociedad de la transparencia

Byung-Chul Han, filósofo surcoreano contemporáneo especializado en estudios culturales y tecnologías de la información, analiza en *La Sociedad de la Transparencia* el impacto de la era digital en la configuración de la sociedad dentro del ciclo del capitalismo. En su obra, critica cómo la transparencia se ha convertido en un imperativo dominante, extendiéndose a todos los ámbitos de la vida humana—desde la política y la economía hasta las relaciones personales—bajo la premisa de la libertad de información (Han, 2013).

Según el autor, esta obsesión por la transparencia conduce a una sociedad de la exposición total, donde la privacidad se desvanece y los individuos son empujados a mostrarse constantemente, abandonando toda negatividad (Han, 2013), así el autor señala que esta transparencia se manifiesta en primera instancia como una sociedad positiva (Han, 2013), una sociedad donde las cosas se “*alisan y allanan, cuando se insertan en el torrente liso del capital,*

la comunicación y la información. Las acciones se tornan transparentes cuando se hacen operacionales” (Chul-Han, 2013, pág. 11)

La operatividad de todos los aspectos del ser humano que se vuelven transparentes y funcionales, se despojan de su singularidad y se tornan completamente a la dimensión del precio, de lo intercambiable (Han, La Sociedad de la Transparencia, 2013). Ya no tienen ambigüedad o incertidumbre, sino que son perfectamente predecibles y manejables. Así también el tiempo se nivela y homogeniza. Se convierte en una serie de momentos presentes disponibles para ser usados, perdiendo su sentido de destino o evento significativo (Han, 2013).

El autor señala que, en la era digital, principalmente en las redes sociales, la sociedad se representa a través de imágenes, las cuales al volverse "transparentes", pierden su profundidad y su capacidad de interpretación simbólica, en palabras del autor:

Hoy, todas las imágenes mediáticas son más o menos pornográficas. En virtud de su complacencia, les falta todo punctum, toda intensidad semiótica. No tienen nada que pudiera impresionar y vulnerar. Son, a lo sumo, el objeto de un me gusta”. (...) El punctum se abre tan solo a la consideración que se demora contemplativamente. En cambio, las imágenes que se suceden unas a otras obligan al espectador a una «constante glotonería». El punctum, continúa, se sustrae a la mirada consumidora, voraz, en la que no mora ninguna «pensatividad». (Han, 2013)

En este estado, las imágenes se convierten en pornográficas en el sentido de que no hay distancia ni mediación entre la imagen y el ojo (Han, La Sociedad de la Transparencia, 2013), lo visual es presentado de manera inmediata, sin permitir interpretación o reflexión. La pornografía aquí no se refiere solo a lo sexual, sino al exceso de exposición que elimina todo misterio o significado profundo con respecto a algo.

La transparencia, además, se presenta como una “coacción sistémica” (Han, 2013), que hace de los acontecimientos sociales una coerción operacional y acelerada. Esta aceleración requiere que “lo otro”, lo diferente, lo negativo; desaparezca, ya que generan resistencia y a su vez retrasan el proceso característico de la transparencia: la uniformidad, la cual exige constantemente visibilidad y fácil comprensión (Han, 2013). Esto traducido al mundo del lenguaje, lo convierte en algo “formal” y “operacional”, perdiendo su riqueza y ambigüedad, reduciéndolo a un simple intercambio de información, como si fuéramos máquinas que solo procesan datos sin interpretarlos, es decir, deshumanizándonos. Han señala que, la transparencia, de forma violenta, nos convierte en elementos funcionales del sistema, eliminando nuestra privacidad e individualidad; elementos necesarios en la vida de todo ser humano. Al eliminar la diversidad, la privacidad y la ambigüedad, la transparencia nos convierte en elementos de engranajes de un sistema, eliminando la espontaneidad y la libertad.

Esto da como resultado el síndrome de agotamiento o "Burnout" (Han, 2013), al no tener espacios para ser nosotros mismos sin la mirada constante del otro, promoviendo así el control y la vigilancia y obligando a los individuos a exponerse y ser juzgados constantemente, reemplazando espacios de reflexión e intimidad por sobreexposición y superficialidad, convirtiendo a seres humanos de consumo y observación. Para Han, esto es una forma de violencia sutil, ya que se pierde la capacidad de introspección, de sentir emociones negativas, de ser críticos, en favor de una visibilidad constante, que genera sentimientos agradables de confort y excitación (Han, 2013). Esto se puede observar de manera tangible en el botón de "me gusta" de la plataforma Facebook. Como señala Han, este genera únicamente una validación positiva entre los usuarios. Se podría deducir que Facebook no implementa la opción de "no me gusta",

ya que podría interrumpir el constante flujo de interacción en la plataforma, además de generar rechazo y negatividad, factores que no aportan valor económico.

En este mismo sentido, en el capítulo “La Sociedad de la Exposición”, Han profundiza la idea de la visibilidad como un imperativo categórico, señalando que incluso el cuerpo se convierte en objeto de exposición y optimización constante, provocando una alienación, ya que, en vez de habitarlo, lo explotamos para aumentar su valor, y esto nos llevaría a convertirnos en una sociedad pornográfica, donde todo está expuesto y al servicio del consumo visual. Esto conlleva una aniquilación de la negatividad (el misterio), creando imágenes sin proceso, solo un "positivo" superficial que elimina la noción de transformación. Esto también afecta la comunicación y el arte, que se vuelven "anestésicos" porque no requieren contemplación ni reflexión. Esto se puede observar específicamente en la comunicación visual actual con el “Me gusta”, ya que es rápido. Esta inmediatez elimina la profundidad y la narrativa, reemplazándola con una estética simplificada y rápida, lo que termina vaciándola de sentido.

Para Han, la transparencia impone una ilusión de libertad que, en realidad, se convierte en una forma de control (Han, 2013). Los individuos, creyendo tener poder sobre su propia vida y exposición, cumplen con el mandato del sistema que premia la autoexposición, el rendimiento y la conformidad. En este contexto, la transparencia se convierte en una herramienta de dominación, impulsando a los individuos a convertirse en vigilantes de sí mismos (Han, 2013). Asimismo, esta sociedad promueve un individualismo narcisista, donde las personas compiten por atención y validación, generando aislamiento y relaciones superficiales. Las redes sociales intensifican este narcisismo, al exigir una autoexposición constante en la búsqueda de "me gusta" y reconocimiento.

En resumen, Han sostiene que la sociedad de la transparencia despoja a los individuos de su privacidad, singularidad y profundidad. La vida humana, en este modelo, se convierte en un objeto de consumo y vigilancia, eliminando la introspección y reduciendo a las personas a un engranaje más del sistema capitalista, en el cual todo debe ser visible, funcional y predecible. Esto produce una falta de ambigüedad y negatividad que resulta en una deshumanización sutil que, paradójicamente, se presenta bajo la apariencia de libertad y autenticidad.

1.2. La sociedad del espectáculo

En su obra “La Sociedad del Espectáculo” de 1967, Guy Debord desarrolla este concepto haciendo referencia a la sociedad de aquel entonces, como una realidad mediada por imágenes y representaciones que dominan la vida social moderna (1967). Según Debord, en esta sociedad, las relaciones humanas se transforman en apariencias visuales, donde la experiencia directa es reemplazada por su representación mediática. Este fenómeno implica que la realidad cotidiana es filtrada y estructurada a través de los medios de comunicación, creando una ilusión de interacción y participación que, en esencia, es superficial y alienante (Debord, 1967).

El contexto en el que Debord escribió "La sociedad del espectáculo" fue en un momento de creciente auge de los medios de comunicación y el consumo masivo, marcando un periodo de transformaciones sociales profundas. A pesar de ser argumentos teóricos de la década de 1960, el concepto sigue siendo relevante en la era digital actual, donde las redes sociales, las transmisiones en vivo y la presencia de las imágenes digitales intensifican la lógica del espectáculo. Este concepto resulta relevante para la presente investigación, ya que permite analizar fenómenos contemporáneos como la transmisión en vivo de suicidios, los cuales ilustran cómo los eventos trágicos se transforman en espectáculos mediáticos que influyen en la percepción pública y en las respuestas sociales.

El objetivo de este análisis, en la presente investigación, es comprender cómo la transmisión en vivo de suicidios se inserta en la lógica de la sociedad del espectáculo, transformando la experiencia individual del suicidio en un evento público y consumible. Esto permitirá explorar cómo las dinámicas de representación, alienación y consumo mediático influyen en la percepción y el impacto de estos actos trágicos en la sociedad contemporánea.

Características Principales de la Sociedad del Espectáculo

Guy Debord identifica varias características fundamentales de la sociedad del espectáculo que son esenciales para entender la mediación de la realidad a través de las imágenes.

El espectáculo, según Debord, actúa como un filtro que convierte la vida en una serie de imágenes y representaciones. Este proceso transforma la realidad en un conjunto de apariencias que se consumen visualmente, distorsionando la percepción auténtica de la vida cotidiana (Debord, 1967). En el contexto de los suicidios transmitidos en vivo, esta característica se manifiesta en cómo un acto profundamente personal y doloroso se convierte en un evento público y visualmente accesible, despojándolo de su dimensión íntima y relegándolo a la esfera del espectáculo mediático.

Además, la sociedad del espectáculo genera una separación entre las personas y sus experiencias reales, promoviendo una dependencia en el consumo de imágenes y representaciones (Debord, 1967). Esta alienación se refleja en la manera en que los individuos se relacionan con eventos ajenos, como los suicidios transmitidos en vivo, donde el acto se consume pasivamente a través de las pantallas, sin una verdadera conexión emocional o comprensión profunda de las circunstancias personales que lo motivaron (Debord, 1967). Este consumo de imágenes trágicas como espectáculo contribuye a una desconexión emocional y a la deshumanización de los individuos involucrados.

Debord sostiene que el espectáculo no es simplemente una colección de imágenes aisladas, sino un sistema unificador que impone una visión del mundo homogénea y pasiva. Este sistema controla la percepción pública al monopolizar la representación de la realidad, limitando la capacidad de los individuos para interpretar y reaccionar críticamente a los eventos (Debord, 1967).

En la actualidad, fenómenos como las redes sociales, los medios de comunicación masivos y el consumismo ilustran claramente cómo la vida se ha convertido en un espectáculo. Las transmisiones en vivo de suicidios son un ejemplo extremo de esta tendencia, donde eventos personales y devastadores se exponen públicamente, alcanzando una audiencia global en tiempo real. Plataformas como YouTube, Facebook, Tik Tok, entre otras, permiten que estos actos sean presenciados instantáneamente por miles de personas, convirtiéndolos en parte del entretenimiento mediático. Este fenómeno refleja la persistencia de la lógica del espectáculo de Debord, adaptada a las tecnologías digitales contemporáneas, donde la inmediatez y la viralidad amplifican la visibilidad y el impacto de estos eventos trágicos.

El concepto de sociedad del espectáculo de Debord ofrece una herramienta valiosa para analizar la transmisión en vivo de suicidios, proporcionando una comprensión de cómo estos actos son mediatizados y consumidos como espectáculos públicos. Sin embargo, este enfoque también presenta limitaciones. Las ideas de Debord, pueden resultar insuficientes para captar la complejidad de las interacciones sociales en la era digital, donde la participación activa y la creación de contenido por parte de los usuarios añaden capas adicionales a la lógica del espectáculo (Couldry, 2014).

A pesar de estas críticas, el concepto de sociedad del espectáculo sigue siendo relevante para entender la influencia de las representaciones mediáticas en la vida social. En el análisis de los

suicidios transmitidos en vivo, nos permite identificar cómo las dinámicas de representación, alienación y consumo mediático transforman un acto individual en un evento público, afectando tanto a los espectadores como a las comunidades afectadas. Nos permite fomentar una reflexión crítica sobre el papel de los medios en la construcción de la realidad social.

La sociedad del espectáculo de Debord proporciona una perspectiva esencial para comprender la mediación y el consumo de actos trágicos como los suicidios transmitidos en vivo. Además, resalta la complejidad de las dinámicas sociales contemporáneas, donde la representación mediática no solo refleja, sino que también configura la percepción y las respuestas sociales ante fenómenos de profunda relevancia humana.

1.3. La construcción social del suicidio

La Organización Mundial de la Salud define al Suicidio como “*el acto deliberado de quitarse la vida*” (UNICEF, 2017). De acuerdo con las estadísticas de 2014 proporcionadas por la Organización Mundial de la Salud, más de 800.000 individuos se suicidan anualmente a nivel global, lo que equivale a una muerte cada 40 segundos (OMS, 2024). Además, la tasa de mortalidad por suicidio supera la mortalidad total derivada de guerras y homicidios, representando el 57% de las muertes por causas externas. El 75% de los suicidios ocurre en países con ingresos bajos y medios, mientras que el 25% restante se registra en naciones de ingresos altos. Entre las personas de 15 a 29 años, el suicidio se posiciona como la segunda causa principal de muerte. En términos de género, los hombres presentan una tasa de suicidio significativamente mayor que las mujeres, con una proporción aproximada de 3,5 a 1. Además, en la región de las Américas se reportan cerca de 65.000 muertes por suicidio cada año (OMS, 2024).

Bajo este contexto, el análisis del suicidio desde una perspectiva sociológica tiene una relevancia significativa en el contexto contemporáneo, donde los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la construcción y difusión de narrativas sobre este fenómeno. Al entender el suicidio como una construcción social, se resalta la influencia de factores colectivos, como la cohesión social, la regulación normativa y las crisis económicas, en la incidencia y percepción de los suicidios.

Para ello, se parte se tomará como referencia a Émile Durkheim, con su obra "El suicidio" (1897), en el que sienta las bases para entender las variaciones en las tasas de suicidio a través de categorías sociales específicas. También a Michel Foucault, quién amplió esta perspectiva al explorar cómo las instituciones y discursos de poder configuran las percepciones y respuestas sociales ante el suicidio (Foucault, 1980).

Partiremos del análisis de Émile Durkheim, figura central en la sociología del suicidio. En su obra "El suicidio", Durkheim propone cuatro tipos de suicidio basados en el grado de integración y regulación social: egoísta, altruista, anómico y fatalista (Durkheim, 1897).

El suicidio egoísta ocurre cuando el individuo está insuficientemente integrado en la sociedad, lo que provoca una sensación de aislamiento y falta de propósito. Por otro lado, el suicidio altruista se da en contextos donde la integración social es tan fuerte que el individuo puede sacrificar su vida por el bien del grupo. El suicidio anómico surge en periodos de desregulación social, como crisis económicas, donde las normas y expectativas se desmoronan, generando incertidumbre y desesperanza. Finalmente, el suicidio fatalista se presenta en situaciones de sobre-regulación, donde las normas sociales son excesivamente restrictivas, llevando al individuo a sentir que no tiene control sobre su vida (Durkheim, 1897).

Además, Durkheim argumenta que factores como la cohesión social y la normatividad influyen directamente en las tasas de suicidio. En sociedades con alta cohesión, los individuos se sienten más apoyados y conectados, reduciendo la incidencia de suicidios egoístas. Sin embargo, una cohesión excesiva puede llevar a suicidios altruistas. Las crisis económicas, por ejemplo, pueden desencadenar suicidios anómicos debido a la pérdida de estabilidad y previsibilidad en la vida social (Durkheim, 1897).

A lo largo de la historia, diversos contextos sociales y culturales han influido en las tasas y formas de suicidio. En sociedades militares, por ejemplo, las expectativas de honor y sacrificio pueden aumentar la incidencia de suicidios altruistas entre los soldados. Las comunidades religiosas pueden presentar tasas de suicidio diferentes debido a las creencias y prácticas que rodean la muerte y el más allá. Durante crisis económicas, como la Gran Recesión de 2008, se observó un aumento en los suicidios anómos debido a la incertidumbre y el estrés financiero que enfrentaban las personas (Stack, 2000).

La representación mediática puede influir en la percepción pública y en la incidencia de suicidios, fenómeno conocido como "efecto Werther", donde la cobertura de suicidios de alto perfil puede desencadenar imitaciones. Este contexto resalta la interconexión entre los medios, las normas sociales y el comportamiento individual, reforzando la idea de que los actos de suicidio están profundamente influenciados por el entorno social (Lazaro, 2023).

Aunque el enfoque de Durkheim ha sido fundamental para comprender el suicidio como un fenómeno social, presenta ciertas limitaciones. Su énfasis en las estructuras sociales a veces subestima la importancia de los factores individuales y psicológicos que también contribuyen al suicidio. Además, las interpretaciones de Durkheim han sido cuestionadas por no considerar adecuadamente las variaciones culturales y contextuales que pueden influir en las tasas de

suicidio. Por ello, la incorporación de teorías contemporáneas, como las de Foucault, que exploran cómo las instituciones y discursos de poder configuran las percepciones del suicidio, enriquece el análisis sociológico al integrar dimensiones de poder y conocimiento en la comprensión del fenómeno.

La construcción social del suicidio ofrece una perspectiva valiosa para entender este acto como un fenómeno complejo que involucra tanto factores individuales como sociales. Este enfoque nos permite identificar cómo las dinámicas sociales, las normas culturales y las representaciones mediáticas influyen en la incidencia y percepción del suicidio.

En el contexto actual, los suicidios transmitidos en vivo ejemplifican de manera contundente cómo la construcción social del suicidio se manifiesta a través de los medios de comunicación y las tecnologías digitales. La transmisión en tiempo real de estos actos trágicos no solo amplifica su visibilidad, sino que también transforma la experiencia individual del suicidio en un evento público consumido por una audiencia global. Este fenómeno refleja la intersección entre la sociedad del espectáculo y la sociedad de la transparencia, donde la mediación visual y la demanda de visibilidad constante desdibujan las fronteras entre lo privado y lo público, entre la intimidad del individuo y el consumo colectivo de imágenes traumáticas.

1.4. El espectáculo y la transparencia en el análisis de la construcción social de los suicidios transmitidos en vivo

La representación mediática de los suicidios en vivo, que en la presente investigación se decide delimitar entre el 2016 y 2019; periodo del cual se han tomado los casos a ser analizados, ha generado un debate significativo sobre el impacto de los medios en la percepción pública de estos actos trágicos.

Para ello, este estudio de caso será brevemente analizado, en este primer capítulo, a través de las teorías de Guy Debord en "La sociedad del espectáculo" y Byung-Chul Han en "La

sociedad de la transparencia", para posteriormente revisarlo con más detalle en el capítulo tres de esta investigación, donde se presentarán los resultados y se realizara el respectivo análisis de los mismos.

Ambas teorías ofrecen perspectivas que se complementan y permiten comprender cómo la mediación y la demanda de transparencia influyen en la construcción social del suicidio como espectáculo mediático. Este análisis explora la intersección de estos conceptos, destacando cómo la lógica del espectáculo y la exigencia de transparencia transforman la experiencia individual del suicidio en un evento público consumible.

Guy Debord, como se detalló previamente, define la sociedad del espectáculo como una realidad dominada por imágenes y representaciones que median las relaciones sociales (Debord, 1967). En esta sociedad, las experiencias positivas son reemplazadas por su representación mediática, creando una ilusión de participación que, en realidad, es superficial y alienante. Aplicando esta teoría al fenómeno de los suicidios transmitidos en vivo, se observa cómo estos actos personales y dolorosos se convierten en eventos públicos que son consumidos visualmente por una audiencia global. La transmisión en vivo convierte el suicidio en una imagen que se comparte y reproduce, despojándolo de su dimensión íntima y relegándolo al ámbito del espectáculo mediático (Debord, 1967).

Este proceso de mediación altera la percepción del suicidio, desvinculándolo de su dimensión personal y proyectándolo en el ámbito público, donde es reinterpretado como un producto de consumo mediático. La inmediatez y la viralidad de las transmisiones en vivo amplifican el impacto del suicidio, convirtiéndolo en un espectáculo que refuerza la lógica de Debord. Los medios de comunicación, al difundir estos eventos en tiempo real, participan

activamente en la construcción de una narrativa que deshumaniza al individuo y reduce el acto a una mera representación visual (Couldry, 2014)

Por otro lado, Byung-Chul Han (2013) introduce el concepto de la sociedad de la transparencia, donde la demanda de apertura y visibilidad absoluta se impone sobre la privacidad y la reserva. En esta sociedad, la transparencia se convierte en un valor predominante que afecta todas las esferas de la vida, incluidas las emociones y los actos más íntimos. La demanda constante de visibilidad y la progresiva difusión de la privacidad propician que eventos de índole personal, como el suicidio, sean expuestos en el espacio público, donde se convierten en objeto de observación, interpretación y debate mediático.

La sociedad de la transparencia exagera la lógica del espectáculo de Debord al exigir que incluso los actos más privados sean visibles y accesibles al público. En el contexto de los suicidios transmitidos en vivo, esta demanda de transparencia lleva a la exposición completa del acto, eliminando cualquier barrera entre el individuo y la audiencia. La falta de privacidad y la exposición constante fomentan una cultura donde el dolor y la tragedia se convierten en contenido consumible, alineándose con las críticas de Han sobre la pérdida de profundidad y autenticidad en las relaciones humanas (Chul-Han, 2013).

La interacción de la sociedad del espectáculo y la sociedad de la transparencia crea un entorno en el que los suicidios transmitidos en vivo se convierten en fenómenos mediáticos de alto impacto. Debord y Han, aunque desde perspectivas diferentes, coinciden en señalar cómo la mediación y la demanda de visibilidad transforman la realidad social. En el caso de los suicidios en vivo, estas teorías explican cómo el acto individual se convierte en un evento público que es consumido y replicado por los medios de comunicación y las plataformas digitales.

La mediación del espectáculo de Debord proporciona el marco para entender cómo el suicidio se representa y se consume como una imagen, mientras que la sociedad de la transparencia de Han explica la presión para hacer visible este acto, eliminando la privacidad y convirtiéndolo en un evento público. Juntas, estas teorías exponen cómo las dinámicas de representación y visibilidad configuran la percepción y el impacto social de los suicidios transmitidos en vivo.

Por ejemplo, las plataformas de transmisión en vivo como Facebook Live y YouTube permiten la difusión instantánea de estos actos, facilitando su consumo masivo. La naturaleza en tiempo real de estas transmisiones incrementa la sensación de inmediatez y proximidad, haciendo que los espectadores se sientan partícipes del evento, a pesar de la distancia física y emocional. Este fenómeno se alinea con la tesis de Debord (1967) sobre la transformación de la realidad en apariencia y con la idea de Han de una sociedad donde la transparencia obliga a la exposición constante (Han, 2013).

La exposición de suicidios en vivo tiene múltiples consecuencias sociales y psicológicas que reflejan las teorías de Debord y Han. Desde la perspectiva de la sociedad del espectáculo, estos actos se convierten en una forma de entretenimiento sombrío que deshumaniza a los individuos y trivializa el dolor y la tragedia personal (Debord, *La Sociedad del Espectáculo*, 1967). La repetida exposición a estos eventos puede llevar a una normalización del suicidio como espectáculo, disminuyendo la sensibilidad pública hacia la gravedad de la situación y potencialmente desencadenando el efecto Werther, donde la imitación de suicidios aumenta tras la exposición mediática (Phillips, 2009).

Por otro lado, la sociedad de la transparencia exagera el trauma individual al eliminar la privacidad y forzar a las personas a enfrentar la exposición pública de sus luchas personales. La

presión para mantener una imagen abierta y transparente puede aumentar el estrés y la ansiedad, contribuyendo a un entorno donde el suicidio se percibe como una opción visible y pública, en lugar de un acto de desesperación personal (Han, 2015).

Es por ello por lo que, reconocer que la construcción social del suicidio como un fenómeno que involucra múltiples dimensiones permite desarrollar intervenciones más holísticas y efectivas. Las estrategias de prevención deben ir más allá de abordar únicamente los factores individuales, incorporando también esfuerzos para reformar las representaciones mediáticas, promover una cultura de empatía y apoyo, y regular la difusión de contenido relacionado con el suicidio en plataformas digitales.

CAPÍTULO II: Contextualización de la problemática

2.1. El fenómeno de los suicidios transmitidos en vivo en Facebook

El fenómeno de los suicidios transmitidos en vivo a través de redes sociales tiene su auge en las plataformas digitales que permiten la transmisión instantánea de contenido. Aunque el suicidio ha sido objeto de representación mediática en distintos contextos históricos, fue con la llegada de herramientas como Facebook Live, YouTube Live y Periscope que este acto adquirió un nuevo espacio: convertirse en un evento público y, en muchos casos, viral. El uso de Facebook Live para transmitir suicidios se ha visto facilitado por la accesibilidad de la tecnología y la falta de filtros previos en las transmisiones en vivo. A diferencia de otros formatos de contenido, las transmisiones en vivo carecen de la capacidad de ser revisadas antes de su difusión, lo que permite que actos traumáticos lleguen a miles de espectadores antes de que las plataformas puedan intervenir. Este contexto tecnológico ha llevado a cuestionamientos sobre la idoneidad de las herramientas de transmisión en vivo y la capacidad de las plataformas para manejar contenido tan delicado y peligroso.

María Isabel Jaramillo (2019) en su tesis de grado: *Modernidad líquida: la deshumanización en la esfera de las redes sociales a partir de los suicidios transmitidos en vivo por facebook.*, señala que la facilidad de uso y la falta de controles efectivos en estas plataformas permitieron que personas en situaciones de crisis optaran por transmitir sus actos, buscando, en muchos casos, un impacto inmediato en sus audiencias.

El surgimiento de estas transmisiones no puede desvincularse del contexto sociocultural y tecnológico en el que se desarrollan. Juan Matías Torradefló (2024) en su libro *Adolescencia*,

Suicidio y Redes sociales argumenta que el deseo de reconocimiento y la búsqueda de validación en las redes sociales son factores que influyen en la decisión de transmitir actos tan privados como el suicidio. A medida que las plataformas tecnológicas han priorizado la viralización de contenido a través de algoritmos diseñados para maximizar la interacción, eventos como estos pueden difundirse de manera más amplia.

Además, la lógica del espectáculo, como lo analiza (Debord, 1967) en *La sociedad del espectáculo* (1967), ofrece una perspectiva importante para entender este fenómeno. El suicidio en vivo, convertido en un evento visual y compartido, se inscribe en una dinámica en la que la visibilidad y el impacto inmediato se convierten en valores primordiales. En este contexto, el suicidio deja de ser un acto íntimo y personal para transformarse en una narrativa colectiva consumida y comentada en tiempo real.

En este capítulo se indagará sobre cómo este fenómeno se desarrolla en el marco de un contexto tecnológico, caracterizado por el impacto mediático y social que trae consigo el acto de suicidarse en vivo frente a un público digital pero real y cómo las plataformas digitales, especialmente Facebook, han facilitado la difusión masiva e inmediata de estos eventos.

Este análisis abordará tres aspectos clave: la evolución histórica de las redes sociales y su consolidación como espacios de interacción global; el desarrollo de Facebook como una de las principales plataformas para la transmisión de contenido en vivo, destacando los hitos que llevaron a la creación de Facebook Live; y el papel que desempeñan las herramientas tecnológicas en la viralización de este tipo de contenidos, con énfasis en los algoritmos y su capacidad para amplificar eventos impactantes. Al explorar estas dimensiones, se busca comprender cómo la tecnología y las dinámicas sociales interactúan para transformar un acto

individual en un fenómeno mediático de alcance global, inscrito en el contexto de la sociedad del espectáculo y la transparencia.

2.1.1. Contexto tecnológico

Definición, historia y evolución de las redes sociales

Para poder entender la historia de las redes sociales, es necesario remontarse al nacimiento de Internet, cuyo origen se sitúa en el contexto de la Guerra Fría, en 1947. Este periodo de tensiones globales entre Estados Unidos y la Unión Soviética impulsó un sinnúmero de avances tecnológicos, entre ellos la creación de la Advanced Research Projects Agency (ARPA) en Estados Unidos. Esta agencia sentó las bases para lo que posteriormente se conocería como Internet, gracias al desarrollo de ARPANET, una red que permitía el intercambio de información entre instituciones (Instituto, 2024). Con el paso de las décadas, la conectividad entre usuarios de diferentes partes del mundo evolucionó mediante herramientas como el correo electrónico, desarrollado en 1971, y la publicación del Proyecto Gutenberg, una biblioteca online gratuita. Finalmente, en 1991, la creación del World Wide Web, conocido popularmente como "www", marcó el inicio de la red global pública, dando lugar a lo que conocemos como Internet moderno y sentando las bases para el desarrollo de las redes sociales (Instituto, 2024)

Uno de los autores que se destaca en el estudio de la sociedad de la información, las redes sociales, la economía digital y la globalización es Manuel Castells quien define a las redes sociales (1996), como estructuras compuestas por nodos —que pueden ser individuos, grupos u organizaciones— interconectados mediante relaciones, interacciones o vínculos en un entorno social, comúnmente facilitado por tecnologías digitales (Castells, 1996). Este concepto se inscribe dentro de su análisis de la sociedad red, un modelo organizativo característico de la era de la información. Según Castells (1996), estas redes no solo conectan a personas, sino que

también transforman las dinámicas sociales, las relaciones de poder y la producción cultural, redefiniendo las bases de la comunicación y el intercambio de información en el siglo XXI.

En este sentido, las redes sociales digitales, como Facebook, Twitter o Instagram, han potenciado una comunicación horizontal y descentralizada, generando nuevos espacios de interacción y participación ciudadana. Estas plataformas facilitan la difusión masiva de ideas y el empoderamiento de los individuos, lo que ha sido clave en el surgimiento de movimientos sociales y cambios políticos contemporáneos. Sin embargo, Castells (Castells, 1996) también subraya los riesgos asociados a estas redes, como la fragmentación social, la vigilancia masiva y el control de la información, que generan nuevas desigualdades entre aquellos que tienen acceso y control sobre estas herramientas y aquellos que no.

Las redes sociales han evolucionado desde simples plataformas de comunicación hasta convertirse en espacios de interacción global que transforman las dinámicas sociales. Desde el lanzamiento de Six Degrees en 1997, considerada la primera red social, hasta la consolidación de plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, estas herramientas han permitido la creación de comunidades virtuales basadas en intereses, relaciones personales y experiencias compartidas (Instituto, 2024).

El surgimiento de las redes sociales marcó una ruptura con las formas tradicionales de comunicación. Estas plataformas no solo facilitaron el intercambio de información en tiempo real, sino que también permitieron a los usuarios proyectar una versión curada de sí mismos, transformando la identidad virtual en un recurso social clave (Huerta, 2014). La aparición de contenido audiovisual, especialmente videos en directo, consolidó a las redes sociales como espacios de exposición masiva, donde cada usuario puede convertirse en creador y consumidor de contenido.

El impacto de las redes sociales en la sociedad digital es indiscutible. Han democratizado la comunicación al eliminar barreras geográficas y temporales, pero también han amplificado problemas como la desinformación, la violencia y el morbo. En el caso de los suicidios transmitidos en vivo, estas plataformas han creado una audiencia global inmediata, lo que refuerza el fenómeno del espectáculo mediático descrito por Guy Debord (1967).

Historia, evolución y expansión de Facebook

Desde su fundación en 2004, Facebook ha revolucionado la manera en que las personas se conectan e interactúan. Inicialmente fue concebida como una plataforma exclusiva para estudiantes universitarios de Harvard, pero en poco tiempo se expandió a nivel global, convirtiéndose en la red social más utilizada del mundo (Moncayo, 2016). Uno de los hitos clave en su evolución fue la introducción de Facebook Live en 2016, una función que permite a los usuarios transmitir video en tiempo real desde cualquier dispositivo con conexión a internet.

Facebook Live democratizó la transmisión de contenido audiovisual, permitiendo que cualquier usuario pudiera convertirse en un transmisor en directo. Esto no solo generó nuevas oportunidades para la comunicación y el entretenimiento, sino que también expuso vulnerabilidades significativas, como la incapacidad para moderar contenido sensible en tiempo real. En el caso de los suicidios transmitidos en vivo, esta función ha sido instrumental en la amplificación de eventos traumáticos, transformándolos en espectáculos virales.

La popularización de Facebook Live ha generado un debate ético y social sobre los límites de la libertad de expresión y la responsabilidad de las plataformas digitales. Mientras que Facebook implementó políticas para moderar y eliminar contenido inapropiado, el impacto de estos eventos ya había dejado una huella profunda en la percepción pública y en la dinámica de las redes sociales (Han, 2013)

El rol de la tecnología en la inmediatez y viralización de estos eventos

La tecnología desempeña un papel crucial en la viralización de eventos como los suicidios transmitidos en vivo. Herramientas como los algoritmos de recomendación y las notificaciones en tiempo real amplifican el alcance de este contenido, incentivando la interacción masiva (Tacchella, 2024). Estos algoritmos priorizan las publicaciones que generan emociones fuertes, lo que contribuye a la creación de un ciclo de retroalimentación donde los eventos impactantes reciben más atención y difusión (Debord, 1967).

La inmediatez de las transmisiones en vivo también plantea desafíos éticos. A diferencia de los medios tradicionales, donde el contenido pasa por un proceso de edición y aprobación, las plataformas digitales permiten que los eventos se difundan sin mediación, dejando a los espectadores en un rol pasivo. En este sentido, Byung-Chul Han (2013) describe cómo la sociedad de la transparencia ha eliminado la privacidad y ha transformado la vida íntima en un producto de consumo.

En el contexto de los suicidios transmitidos en vivo, la tecnología no solo facilita la exposición masiva, sino que también redefine la manera en que estos eventos son percibidos y consumidos. La posibilidad de comentar, reaccionar y compartir en tiempo real convierte a los espectadores en agentes activos de la viralización, perpetuando la espectacularización del sufrimiento humano (Tonelli).

2.2. Impacto mediático y social

El impacto mediático y social de los suicidios transmitidos en vivo en redes sociales, especialmente en Facebook, se manifiesta en la forma en que estos eventos son difundidos, consumidos y normalizados. En esta sección se pretende explicar cuáles son los mecanismos que facilitan su viralización, el alcance global de las audiencias, la normalización de la violencia y el

morbo, y la obsesiva necesidad de exposición en la sociedad contemporánea, los mismo que se analizarán desde un enfoque sociológico, vinculándolos con conceptos teóricos clave como la sociedad del espectáculo y la sociedad de la transparencia.

2.2.1. Viralización en redes sociales

Mecanismos de difusión: algoritmos, influencers, reacciones y comentarios

Las redes sociales utilizan distintos mecanismos para poder difundir contenido, entre ellos están los algoritmos que son diseñados para maximizar la interacción, juegan un papel central en la difusión de contenido impactante. En Facebook, el contenido que genera emociones fuertes, como el asombro o la indignación, tiende a ser priorizado debido a su capacidad para captar la atención de los usuarios. Según (Gillespie, 2018) estos algoritmos crean "burbujas de filtros" que refuerzan la viralidad al mostrar contenido que activa respuestas emocionales. Estos algoritmos no solo amplifican el alcance de los eventos traumáticos, sino que también los convierten en objetos de interacción colectiva.

Por otro lado, dentro del mundo digital de las redes sociales, surgen los "influencers" como aquellos sujetos, que pueden ser definidos como personas que ha construido una audiencia considerable en plataformas digitales y cuya opinión, estilo de vida o contenido tiene la capacidad de influir en las decisiones y percepciones de sus seguidores (Castells, 1996). Su impacto no solo reside en la cantidad de seguidores que tienen, sino también en la relación de confianza que establecen con su audiencia, lo que los convierte en figuras clave en la difusión de contenidos en redes sociales. Según Alice Marwick (2019) los influencers operan como intermediarios culturales, adaptando y amplificando mensajes dentro del ecosistema digital, lo que puede ser positivo o negativo dependiendo del tipo de contenido que promueven.

En el contexto de los suicidios transmitidos en vivo, el papel de los influencers puede ser doble. Por un lado, pueden actuar como voces que denuncian y buscan prevenir este tipo de

eventos; pero, por otro lado, su reacción o difusión de estos contenidos puede contribuir a su viralización, ya sea de manera intencionada o no. La influencia de estas figuras es potenciada por los algoritmos de las plataformas, que priorizan el contenido popular y emocionalmente cargado, convirtiendo a los influencers en agentes catalizadores de estas dinámicas digitales.

Las reacciones y comentarios, por su parte, juegan un papel ambiguo en este fenómeno. Aunque pueden expresar solidaridad o empatía, en muchos casos contribuyen a la deshumanización del acto al reducirlo a un evento para ser consumido y discutido como si fuera un espectáculo. Como afirma (Gillespie, 2018), los comentarios tienden a reforzar el ciclo de retroalimentación algorítmica, incrementando la visibilidad del contenido y perpetuando la atención hacia el evento. Comentarios como "¿Es real esto?" o "¡Qué fuerte!" desvían el foco del sufrimiento humano hacia la fascinación o el morbo, creando una distancia emocional entre el espectador y la tragedia (Durán, 2023).

Este proceso de deshumanización es potenciado por la anonimidad que ofrecen las plataformas digitales, donde los usuarios sienten menos responsabilidad emocional por sus reacciones. En lugar de generar empatía, las redes sociales se convierten en espacios de consumo emocional, donde los comentarios y las reacciones transforman un acto íntimo y trágico en un contenido viral y desprovisto de su carga humana. La espectacularización del sufrimiento, como lo describe Debord (1967), convierte al individuo en una "imagen" cuyo dolor es explotado para generar interacciones y visibilidad en el mercado digital.

Normalización de la violencia y el morbo de los espectadores

La exposición constante a contenido violento en redes sociales tiene un efecto desensibilizador en las audiencias. A medida que los usuarios se habitúan a presenciar actos extremos, como

suicidios en vivo, se reduce su capacidad para responder emocionalmente, normalizando la violencia como parte del consumo digital cotidiano (Sontag, 2003).

Este fenómeno también está relacionado con el morbo de los espectadores, quienes buscan este tipo de contenido no solo por curiosidad, sino también como una forma de entretenimiento (Durán, 2023). La espectacularización del sufrimiento humano se convierte en un producto más dentro del mercado digital, lo que refuerza las dinámicas descritas por Guy Debord (1967) en su concepto de la sociedad del espectáculo.

2.3. La obsesión por la exposición

Un aspecto central en el impacto social de este fenómeno es la obsesión contemporánea por la exposición personal. En una era en la que las redes sociales valoran la visibilidad, los "me gusta" y las interacciones como indicadores de éxito o relevancia, algunos individuos recurren a actos extremos como el suicidio en vivo para garantizar una audiencia masiva. Este comportamiento puede ser interpretado como una búsqueda desesperada de validación en un entorno digital que prioriza la atención por encima del bienestar (Nesi, 2021).

La necesidad de ser visto y reconocido en redes sociales ha llevado a la aparición de una cultura de hipereposición, donde los límites entre lo privado y lo público se desdibujan. Esto ha hecho que eventos profundamente personales, como el suicidio, se conviertan en espectáculos públicos que atraen a millones de espectadores, pero que rara vez ofrecen el apoyo necesario para las personas en crisis. Este fenómeno resalta el papel crucial de las plataformas digitales en la creación de entornos más responsables, donde la búsqueda de exposición no conduzca a la explotación de actos trágicos (Han, 2013).

Byung-Chul Han argumenta que la sociedad de la transparencia ha eliminado las barreras entre lo público y lo privado, exponiendo todos los ámbitos de la vida humana al consumo

masivo. En este contexto, los suicidios en vivo representan una expresión extrema de esta necesidad de validación social y reconocimiento.

CAPITULO III: Metodología y Presentación de Resultados

3.1. Enfoque metodológico: Hermenéutica y etnografía virtual

El presente capítulo tiene como objetivo analizar el proceso de espectacularización de los suicidios transmitidos en vivo en Facebook entre los años 2016 al 2019. Para este fin se empleó a la hermenéutica como método de interpretación de los conceptos desarrollados en los textos de *La Sociedad del Espectáculo* de Guy Debord y *La Sociedad de la Transparencia* de Byung-Chul Han, relacionándolos con las narrativas y representaciones creadas y desarrolladas, tanto por los medios de comunicación que generan la noticia, como las audiencias que consumen la información.

Por otro lado, dado que el objeto de estudio se desarrolla en la esfera virtual, para la recopilación de información y selección de criterios a examinar, se eligió como técnica cualitativa a la etnografía virtual, debido a que estudia las interacciones entre las personas y las tecnologías de la información y la comunicación (Hine, 2004). En el contexto de esta investigación, este enfoque fue necesario, ya que permitió explorar cómo los espectadores reaccionan y construyen narrativas colectivas alrededor de estos eventos. Además, facilitó el análisis de las interacciones digitales, como los comentarios y reacciones, que refuerzan la visibilidad y el carácter mediático del acto. De este modo, la etnografía virtual no solo complementó el análisis teórico, sino que también ofreció un acceso directo al entorno en el que se configuran estas dinámicas sociales, permitiendo una comprensión amplia del fenómeno.

El marco metodológico seleccionado en conjunto permitió explorar cómo las dinámicas de espectacularización y transparencia, visibles en las sociedades contemporáneas, influyen en la

manera en que los usuarios reaccionan e interactúan con las publicaciones de transmisión de suicidios en vivo, considerando los aspectos simbólicos que lo rodean como las redes intersubjetivas que se generan en los espacios digitales. Además, el análisis buscó entender cómo los discursos, prácticas y valores presentes en estas transmisiones reflejan la exposición extrema de la intimidad y la búsqueda de sentido en un entorno mediático dominado por la visibilidad constante.

3.2. Selección de casos

Para la selección de los casos, se consideró el período comprendido entre 2016 y 2019, ya que Facebook Live, la opción que permite a los usuarios de esta red social transmitir actividades en tiempo real desde cualquier dispositivo, fue oficialmente incorporada el 4 de abril de 2016.

Los casos seleccionados debían contar con material accesible como reportes de noticias encontradas en internet, publicaciones referentes a cada caso en la plataforma de Facebook y videos realizados por Youtubers¹ en sus canales. Se priorizaron aquellos casos que mostraran características de espectacularización, como la participación de la audiencia (comentarios y reacciones) en publicaciones encontradas en Facebook en la opción de “publicaciones” con el texto “Transmisión de suicidios en Facebook” y alta difusión mediática a través de noticias hechas al respecto.

La identificación de los casos, como se mencionó previamente, se realizó mediante una combinación de estrategias de búsqueda en línea y consulta de fuentes secundarias. Se revisaron reportes en medios digitales, artículos periodísticos y publicaciones que mencionaran a los casos de suicidios transmitidos en vivo a través de Facebook y Youtube.

¹ Un youtuber es una persona que crea contenido para YouTube, una plataforma de videos en línea. Ver: *Smith, J. "Digital Influencers in the Age of Social Media." Social Trends Journal, vol. 12, no. 3, 2021, pp. 45–48.*

Una vez identificados los casos, se documentó la información relevante de cada uno, incluyendo:

- Fecha y lugar del evento.
- Descripción del evento.
- Datos principales de la persona.

Esta información se sistematizó en el apartado: 3.5. **Descripción de los casos seleccionados.**

El enfoque metodológico utilizado garantizó un proceso riguroso y ético, evitando la reproducción de contenido explícito o revictimizante, y centrando el análisis en las dinámicas sociales que emergieron en torno a estos eventos. Este proceso de selección y documentación fue esencial para establecer una base de información que permitiera explorar cómo los suicidios transmitidos en vivo se convirtieron en actos espectacularizados dentro del espacio digital de Facebook.

3.3 Instrumentos y técnicas de análisis

En este apartado se detallan los instrumentos y técnicas utilizadas para analizar los casos seleccionados, integrando los enfoques metodológicos de la etnografía virtual y la hermenéutica.

Etnografía virtual

La etnografía virtual se utilizó como herramienta para observar las dinámicas sociales en el entorno digital de Facebook y Youtube. Este enfoque permitió analizar cómo las noticias encontradas sobre los casos y como ciertas audiencias interactuaron en las publicaciones encontradas en las plataformas antes descritas.

Se analizaron los comentarios, reacciones y patrones de participación de los espectadores. Esto incluyó métricas como el número de comentarios de espectadores, las emociones expresadas a través de reacciones (me gusta, tristeza, enojo) y la frecuencia con la que los videos

fueron compartidos. Esto en el caso de las publicaciones encontradas de los casos en Facebook y de los videos realizados por youtubers exponiendo el caso.

Se realizó la búsqueda en internet para identificar cuántas noticias se emitieron sobre cada caso, considerando tanto medios ecuatorianos como internacionales, con el fin de evaluar el impacto mediático y social de cada evento. El análisis que se realizó en esta investigación fue hecho en base a las noticias e información encontrada en internet.

Hermenéutica

La hermenéutica se empleó como método de análisis para interpretar las narrativas, discursos y contextos sociales presentes en los casos documentados, a través de los conceptos teóricos de la *Sociedad del Espectáculo* de Guy Debord y la *Sociedad de la Transparencia* de Byung-Chul Han. Esto permitió conectar los datos con el marco teórico, mostrando cómo las dinámicas digitales reflejan procesos más amplios de visibilidad extrema y consumo mediático.

3.4. Presentación de Resultados

3.4.1. Descripción de los casos seleccionados

En un inicio, se planteó seleccionar cinco casos de suicidios transmitidos en vivo en Facebook Live entre 2016 y 2019, después de realizar la investigación en internet se pudo encontrar información veraz de tres casos. Además, en lo que respecta a las publicaciones de Facebook, la búsqueda fue vetada por la plataforma con este mensaje de alerta: *“Obtén ayuda: Si tú o alguien que conoces estáis atravesando un momento difícil hay formas de recibir ayuda”* y consecuente a este aviso, un mensaje que indicaba la frase: *“Fin de la búsqueda”*, por lo que resulto imposible acceder a la información (el detalle específico de esta alerta se presenta en el Anexo 1 a través de una captura de pantalla). Por ello, el análisis tuvo que ser enfocado a lo encontrado en Youtube y a las noticias realizadas por distintos medios de comunicación publicadas en internet.

En este sentido, los casos que se detallan a continuación fueron escogidos por el impacto mediático generado, por la cantidad de publicaciones encontradas Youtube y por el número de noticias publicadas en internet. A continuación, se presentan brevemente cada uno de ellos:

1. **Katelyn Nicole Davis (2016, Estados Unidos):** El 30 de diciembre de 2016, se dio a conocer el caso de Katelyn, una niña de 12 años de Cedartown, Georgia, quien decidió suicidarse en el patio trasero de su casa mientras transmitía en vivo por Facebook Live. Antes de su muerte, había denunciado en su blog que un familiar la había abusado sexualmente. En el video, Katelyn expresó disculpas por "no ser lo suficientemente bonita" y por "no haber sido lo suficientemente buena". A pesar de las autoridades hicieron un grande esfuerzo por eliminar de inmediato el video de internet, este se viralizó rápidamente. Posterior a ello, el video fue eliminado por la red social (infobae, 2017)
2. **Nakia Venant (2017, Estados Unidos):** El 22 de enero de 2017, Nakia, una adolescente de 14 años de Miami Gardens, Florida, transmitió en vivo su suicidio desde el baño de su hogar de acogida. Utilizó una bufanda para ahorcarse mientras mantenía conversaciones con amigos en línea, expresando que su vida "no tenía sentido". Una amiga intentó salvarla alertando a las autoridades, pero proporcionó una dirección incorrecta, lo que impidió que llegaran a tiempo (infobae, 2017).
3. **Frederick Jay Bowdy (2017, Estados Unidos):** El 23 de enero de 2017, Frederick, un actor de 33 años originario de Texas, se suicidó en su automóvil en Hollywood, California, mientras transmitía en vivo por Facebook Live. Frederick, había sido acusado por acoso sexual a una menor de edad, previo a su suicidio. Un familiar que vio la transmisión alertó a la policía, pero cuando llegaron al lugar, ya era demasiado tarde.

3.4. Análisis temático

Para el análisis propuesto en esta investigación se realizó un cuadro que organiza las plataformas y páginas web donde se alojan las noticias o contenidos relacionados con los casos de suicidios transmitidos en vivo. Su propósito es establecer métricas específicas que permitan un análisis cuantitativo y cualitativo de los datos recopilados. Este análisis buscó evaluar el impacto, las interacciones y la cobertura mediática de los casos seleccionados, de manera sistemática. Para ello, en primera instancia se explicará cada una de las partes que lo componen, para posteriormente presentar el análisis y los resultados encontrados.

El cuadro en mención se presenta a continuación:

Tabla 1: Matriz de análisis de casos

Plataforma/página web noticia	Métrica	Descripción	Indicador Cuantitativo	Indicador Cualitativo
Youtube	Número de comentarios en videos	Total de comentarios realizados en los videos relacionados con el caso, publicados por youtubers.	Cantidad de comentarios	Tono, intención o temas principales de los comentarios.
	Reacciones de audiencia (likes/dislikes)	Cantidad de "me gusta" y "no me gusta" en los videos publicados por los youtubers sobre el caso.	Número de likes/dislikes	Percepción general del contenido por la audiencia.
	Frecuencia de visualizaciones	Número de veces que los videos fueron reproducidos.	Total de visualizaciones	Análisis de engagement basado en duración promedio.
Noticias en internet	Número de artículos	Total de noticias publicadas sobre los casos.	Cantidad de artículos encontrados	Temas más comunes en los titulares o contenido.
	Cobertura emocional	Tono general de la cobertura (neutral, sensacionalista, empática, crítica).	No aplica	Análisis cualitativo del tono utilizado en las noticias.
	Medios principales	Portales o medios específicos que reportaron sobre el caso.	Número de medios	Análisis del enfoque editorial de los medios.

Fuente: Elaboración propia

Componentes de la Matriz de análisis de casos:

1. Plataforma/Página web de noticia

Se identifican dos principales fuentes de datos:

- YouTube: Plataforma que centraliza la difusión de videos relacionados con los casos.
- Noticias en internet: Incluye medios digitales que publican artículos sobre los casos.

2. Métricas

Estas son los aspectos que se medirán en cada plataforma para generar datos. Se dividen en indicadores que reflejan el nivel de interacción, visibilidad y cobertura emocional. Por ejemplo:

- Número de comentarios: Para evaluar la interacción directa de los usuarios.
- Reacciones emocionales: Indicadores como “me gusta”, que muestra la respuesta emocional de los espectadores.
- Frecuencia de compartidos: Evalúa la viralidad del contenido.
- Cobertura emocional (en medios): Examina si las noticias presentan un tono neutral, sensacionalista, crítico o empático.

Cada métrica se describe para clarificar su relevancia en el análisis. Por ejemplo:

En YouTube, se mide la cantidad de comentarios y reacciones emocionales para entender el nivel de interacción de la audiencia.

En medios digitales, se analiza la cantidad de artículos, el tono emocional de la cobertura y los portales principales que publicaron sobre los casos.

3. Indicadores Cuantitativos

Los indicadores cuantitativos se centran en medir datos numéricos como:

- Cantidad de comentarios.
- Número de reacciones (likes/dislikes).

- Total de compartidos.
- Cantidad de visualizaciones de videos.

Estos datos proporcionan una base para determinar la magnitud del impacto de los casos analizados en las plataformas digitales.

4. Indicadores Cualitativos

Los indicadores cualitativos analizan aspectos relacionados con el contexto, significado e interpretación de los datos:

Cobertura emocional: Permite determinar si los medios presentan la noticia de forma objetiva, sensacionalista, o con un enfoque crítico/empático.

Medios principales: Identifica los portales más influyentes en la difusión de los casos.

Plataformas

El cuadro establece una distinción entre dos tipos de plataformas:

Plataforma digital (YouTube): Enfocada en interacciones del público como comentarios, reacciones y visualizaciones.

Medios digitales (Noticias en internet): Enfocados en el análisis de la narrativa mediática y la cobertura periodística.

En el siguiente apartado, se presentará los resultados encontrados por caso en la matriz descrita, la cual, al combinar datos cuantitativos y cualitativos, permitió tener un análisis integral de los casos. Se identificaron patrones de interacción, se logró comprender la forma en que los usuarios responden a estos eventos y se analizó la narrativa construida por los medios de comunicación digitales.

3.4.1. Presentación de métricas por caso

Katelyn Nicole Davis:

En este caso se seleccionaron dos videos en Youtube, realizadas por los Youtubers Yiseni Perez (1.8 millones de suscriptores) y Diego Mexi (1.11 millones de suscriptores) que, en primero lugar, tienen un alto número de suscriptores a sus canales y en segundo lugar fueron los que más “me gusta”, visualizaciones y comentarios tenían en el video del caso en cuestión.

En ellos contaban la historia de Katelyn, como fue su vida y detallaban de manera explícita como cometió su suicidio, dado que tuvieron acceso al video completo de la transmisión en vivo de la niña, debido a que como reportan las noticias encontradas en internet, el video permaneció en la red social Facebook durante varios días, antes de que lo eliminaran, lo que produjo que se viralizara en gran magnitud.

Además, se encontraron cuarenta y un noticias en internet relacionadas con el caso de Katelyn Nicole Davis, realizadas por distintos medios digitales, los que abordaron diversos aspectos del caso, tales como las circunstancias que rodearon su trágico fallecimiento, el impacto de la transmisión en vivo en las redes sociales, las reacciones de la comunidad en línea, y las implicaciones sociales y psicológicas del suceso. Estas noticias incluyeron análisis sobre el rol de las plataformas digitales en la difusión de contenidos sensibles, así como debates éticos en torno al consumo y la distribución de este tipo de material en internet.

A continuación, se presenta la matriz de análisis de métricas cuantitativas y cualitativas del caso:

Plataforma/Página Web/Noticia	Métrica	Descripción	Publicaciones Encontradas	Datos Cuantitativos	Datos Cualitativos
YouTube	Número de comentarios en videos	Total de comentarios realizados en los videos relacionados con el caso, publicados por youtubers.	1. Video subido el 17 de octubre de 2020, titulado: "La historia que internet olvidó" Canal: Yiseni Perez	1. Total de comentarios: 998 2. Total de comentarios: 2957	Los comentarios a manera general son críticos, especulativos, pero en su mayoría empáticos.
	Reacciones de audiencia (likes/dislikes)	Cantidad de 'me gusta' y 'no me gusta' en los videos publicados por los youtubers sobre el caso.	Link del video: https://www.youtube.com/watch?v=sxrcR84gWBk 2. Video subido el 16 de enero de 2017, titulado: MOTIVOS REALES por los que Katelyn Nicole Davis SE SUICIDÓ - DESMINTIENDO A DROSS. Canal: Diego Mexivergas	1. Me gusta aproximados: 24.000 2. Me gusta aproximados:	El número de "Me gusta" es alto.
	Frecuencia de visualizaciones	Número de veces que los videos fueron reproducidos.	Link del video: https://www.youtube.com/watch?v=me8I3-U8rZc&t=676s	1. Visualizaciones: 275.623 2. Visualizaciones: 551.690	El número de visualizaciones es bastante alto, lo que puede sugerir que la información del video ha captado la atención de los usuarios.
Noticias en Internet	Número de artículos	Total de noticias publicadas sobre los casos.	41 artículos noticiarios publicados entre 12/01/2016 al 09/10/2018	41 noticias encontradas sobre el caso, se adjunta el link que redirecciona a la búsqueda general: https://www.google.com/search?q=katelyn+nicole+davis&sca_esv=de3d05f9358c6a3f&tbm=nws&sxsrf=AHTn8zrQxPi9LzmX4jHcbcpQzqg6eH9k8w:1737862531840&ei=g62VZ7L-	Los artículos analizados muestran enfoques polarizados (empatía vs sensacionalismo).
	Medios de comunicación	Número de portales o medios específicos que reportaron sobre el caso.	41 páginas de medios de comunicación realizaron generaron artículos informando la noticia.		
	Cobertura emocional	Tono general de la cobertura (neutral, sensacionalista, empática, crítica).	Cobertura mayormente sensacionalista y crítica.	No aplica	Sensacionalismo y crítica predominan, pero algunos portales abordan el caso de

Tabla 2: Matriz análisis caso Katelyn Nicole Davis; Fuente: Elaboración propia.

En base a lo descrito en la tabla 1, se puede evidenciar una alta visibilidad del caso de Katelyn Nicole Davis en YouTube y en medios noticiosos en internet. En YouTube, los videos relacionados con el caso muestran una alta participación, con miles de comentarios, reacciones positivas ("me gusta") y visualizaciones que superan el medio millón. Los datos cualitativos reflejan una división en los comentarios entre críticas, especulaciones y empatía, evidenciando que la plataforma actuó como un espacio de debate y amplificación del caso.

En los medios de comunicación, se registraron 41 artículos publicados por distintos portales, con un enfoque polarizado que combina análisis críticos y sensacionalismo. Lo que podría minimizar la problemática social de fondo y distorsionar la percepción pública del caso.

Nakia Venant:

La búsqueda realizada en Youtube no arrojó videos realizados por Youtubers analizando el caso, sino por canales de tres noticiarios de Estados Unidos. Además, se encontró en internet ocho publicaciones realizadas por medios digitales.

A continuación, se presenta la Tabla Nro. 2 de análisis del caso:

Plataforma/Página Web/Noticia	Métrica	Descripción	Publicaciones Encontradas	Datos Cuantitativos	Datos Cualitativos
YouTube	Número de comentarios en videos	Total de comentarios realizados en los videos relacionados con el caso, publicados por youtubers.	<p>1. Video subido el 5 de abril de 2018, titulado: "DCF report on teen's suicide released" Canal: WPLG local 10 Link del video: https://www.youtube.com/watch?v=7TubGHWjnug</p> <p>2. Video subido el 31 de enero de 2017, titulado: Miami Child Welfare Workers Are A No Show For Nakia Venant Facebook Live Suicide. Canal: New York Daily News Link del video: https://www.youtube.com/watch?v=qrLaYAaQiFI&rco=1</p> <p>3. Video publicado el 17 de octubre de 2017, titulado: Inside the Troubling</p>	<p>1. Total de comentarios: 14</p> <p>2. Total de comentarios: 9</p> <p>3. Total de comentarios: 274</p>	<p>1. Hubo dos comentarios principales, a partir de los cuales se generaron respuestas relacionadas. El primer comentario refleja una muestra de empatía por parte de una usuaria hacia Nakia y su familia, al tiempo que insta a los demás a no burlarse de la niña. Por otro lado, el segundo comentario es un emoticono de risa, lo que provoca la reacción molesta de seis usuarios, quienes expresan su desaprobación por considerar inapropiado burlarse de un tema tan delicado.</p> <p>2. En la segunda publicación, existen comentarios de empatía hacia la joven, pero también realizando una crítica al sistema de emergencia que no pudo acudir a tiempo y salvar a la menor, además de que la trasmisión dura dos horas.</p> <p>3. En la tercera publicación existieron varios comentarios, algunos criticaban a la menor por atentar con su vida, pero en su mayoría describían un profundo dolor por la decisión tomada y enfatizaban en la búsqueda de ayuda con profesionales.</p>
	Reacciones de audiencia (likes/dislikes)	Cantidad de 'me gusta' y 'no me gusta' en los videos publicados por los youtubers sobre el caso.	<p>Phenomenon of Teens Live Streaming Their Own Suicides Canal: Inside Edition Link: https://www.youtube.com/watch?v=2jJhQs15nJc</p>	<p>1. Me gusta aproximados: 107</p> <p>2. Me gusta aproximados: 24</p> <p>3. Me gusta aproximados: 2.400</p>	<p>1 y 2 El número de "Me gusta" en las primeras publicaciones no es tan alto, con relación a la cantidad de visualizaciones que tiene.</p> <p>3. El número de "Me gusta" es alto, demostrando la alta viralidad de la publicación.</p>
	Frecuencia de visualizaciones	Número de veces que los videos fueron reproducidos.			<p>1. Visualizaciones: 28.667</p> <p>2. Visualizaciones: 7560</p> <p>3. Visualizaciones: 141.034</p>

Noticias en Internet	Número de artículos	Total de noticias publicadas sobre los casos.	8 artículos noticiarios publicados entre 25/01/2017 al 09/02/2022	8 noticias encontradas sobre el caso, se adjunta el link que redirecciona a la búsqueda general: https://www.google.com/search?sca_esv=82dc02b9bf58d5d&sxsrf=AHtn8zr5OJOjUxaJZ8y2DLUrEChCr6zJzw:1737875079415&q=Nakia+Venant&tbm=nws&source=Inms&fbs=ABzOT_BnMAgCWdhr5zilP5f1cnRvK9uZj3HA_MTJA A6lXR8yQElaIApxtef1-RKg2CcwXyS QSt6QRAacgvTpE0Simnye-wh3BQaarQKcx82wh84AOWpLRaBN58xPgWK4R63Fm5QB	Los artículos analizados muestran enfoques críticos pero a la vez sensacionalistas
	Medios de comunicación	Número de portales o medios específicos que reportaron sobre el caso.	8 páginas de medios de comunicación realizaron generaron artículos informando la noticia.		
	Cobertura emocional	Tono general de la cobertura (neutral, sensacionalista, empática, crítica).	Cobertura mayormente sensacionalista y crítica.	No aplica	Sensacionalismo y crítica predominan, pero algunos portales abordan el caso de forma neutral.

Tabla 3: Matriz análisis caso Nakia Venant; Fuente: Elaboración propia

Como se puede ver en la Tabla 2 los comentarios principales reflejan una mezcla de empatía, indignación y burlas, evidenciando la polarización de las respuestas. Por ejemplo, uno de los comentarios muestra apoyo a la familia de Nakia y llama a evitar burlas hacia la niña, mientras que otro, representado por un emoticono de risa, provocó molestia entre varios usuarios, quienes lo consideraron inapropiado dado lo delicado del tema.

En términos de métricas, los tres videos analizados varían en alcance y reacciones. Mientras que los dos primeros presentan un menor número de "me gusta" y comentarios (107 y 24 "me gusta" respectivamente), el tercer video destaca con 2,400 "me gusta" y 141,034 visualizaciones, lo que evidencia su alta viralidad. Esto sugiere que los temas relacionados con el suicidio en vivo atraen una gran atención, aunque las respuestas de los espectadores no siempre son sensibles ni empáticas.

Finalmente, los comentarios cualitativos reflejan críticas al sistema de emergencia, reflexiones sobre el dolor de las víctimas y un llamado a la búsqueda de ayuda profesional. Estos datos revelan cómo los usuarios perciben este tipo de eventos y resaltan las tensiones entre el interés viral, la indignación social y la falta de sensibilidad en ciertos sectores de la audiencia. Esto pone de manifiesto la complejidad de la espectacularización de los suicidios en las redes sociales, donde la viralidad a menudo oscurece la dimensión ética y humana del problema.

Frederick Jay Bowdy:

En el caso del actor Frederick Ray Bowdy, la información encontrada fue escasa, puesto que la eliminación del video de la transmisión de su suicidio fue inmediata, por ello se extrajo

información de videos de Youtube de canales de medios de comunicación de Estados Unidos y cinco noticias generadas por medios digitales de información:

Plataforma/Página Web/Noticia	Métrica	Descripción	Publicaciones Encontradas	Datos Cuantitativos	Datos Cualitativos
YouTube	Número de comentarios en videos	Total de comentarios realizados en los videos relacionados con el caso, publicados por youtubers.	<p>1. Video subido el 25 de enero de 2017, titulado: "Aspiring actor Jay Bowdy commits suicide on Facebook Live" Canal: New York Daily News Link del video: https://www.youtube.com/watch?v=_5rwVsftuEI</p> <p>2. Video subido el 25 de enero de 2017, titulado: Jay Bowdy Commits Live Suicide BET Breaks Canal: BETNetworks Link del video: https://www.youtube.com/watch?v=BXEBA2hDZiM</p> <p>3. Video publicado el 17 de octubre de 2017, titulado: Inside the Troubling Phenomenon of Teens Live Streaming Their Own Suicides Canal: Inside Edition Link: https://www.youtube.com/watch?v=2JhQsI5nJc</p>	<p>1. Total de comentarios: 87</p> <p>2. Total de comentarios: 77</p>	<p>En ambas publicaciones se puede observar empatía y conexión personal. Algunos comentarios destacan experiencias personales con Jay Bowdy, como un usuario que lo recuerda como su entrenador de gimnasia, destacando su energía y creatividad.</p> <p>Además, reflejan reflexión social sobre el suicidio y la salud mental: Un comentario enfatiza cómo los suicidios se están visibilizando más en redes sociales, calificándolo como una "tendencia" y un "grito de ayuda". Se subraya la gravedad de la depresión, descrita como un "demonio" que debe ser enfrentado, instando a las personas a buscar apoyo profesional.</p> <p>Finalmente, se puede leer que ciertos comentarios demuestran dolor y solidaridad, algunos comentarios muestran compasión hacia la familia de Jay Bowdy y hacia quienes presenciaron este evento a través de Facebook. Las expresiones de "oraciones" y "pensamientos" dirigidos a los seres queridos reflejan solidaridad y un intento de consuelo frente a esta tragedia.</p>
	Reacciones de audiencia (likes/dislikes)	Cantidad de 'me gusta' y 'no me gusta' en los videos publicados por los youtubers sobre el caso.		<p>1. Me gusta aproximados: 261</p> <p>2. Me gusta aproximados: 100</p> <p>3. Me gusta aproximados: 2.400</p>	<p>1 y 2 El número de "Me gusta" en las primeras publicaciones no es tan alto, con relación a la cantidad de visualizaciones que tiene.</p> <p>3. El número de "Me gusta" es alto, demostrando la alta viralidad de la publicación.</p>
	Frecuencia de visualizaciones	Número de veces que los videos fueron reproducidos.		<p>1. Visualizaciones: 207.982</p> <p>2. Visualizaciones: 57.784</p>	<p>El número de visualizaciones es bastante alto, lo que puede sugerir que la información del video ha captado la atención de los usuarios y se ha viralizado.</p>

Noticias en Internet	Número de artículos	Total de noticias publicadas sobre los casos.	5 artículos noticiarios publicados entre 27/01/2017 al 29/01/2017	5 noticias encontradas sobre el caso, se adjunta el link que redirecciona a la búsqueda general: https://www.google.com/search?sca_esv=5f9900d58071e419&sxsrf=AHTn8zrBM0ZlyfnsxulxpzH_aeWyhWYhJg:1737878379521&q=Frederick+Jay+Bowdy&tbm=nws&source=Inms&fbs=ABzOT_BnMAgCWdhr5ziIP5f1cnRvk9uZj3HA_MTJAA6lXR8yQElaIApxtef1RKg2CcwXYSQSt6QRAacgvTpE0Simny7UT95gj8iowO7zLT6aA9GjuJuSAXOYXHI2SW8LwqbXAcG1kMQMceHw-	La cobertura parece haber sido moderada, con artículos en varios portales, pero sin un volumen abrumador. Esto indica un interés significativo, aunque no masivo.
	Medios de comunicación	Número de portales o medios específicos que reportaron sobre el caso.	5 páginas de medios de comunicación realizaron generaron artículos informando la noticia.		
	Cobertura emocional	Tono general de la cobertura (neutral, sensacionalista, empática, crítica).	Cobertura mayormente sensacionalista y crítica.	No aplica	El tono de los artículos oscila entre lo neutral y lo sensacionalista. Algunos medios se centran en los hechos básicos, mientras que otros destacan elementos emocionales, como la transmisión en vivo del suicidio o las circunstancias personales de Jay Bowdy, buscando captar la atención del público.

Tabla 4: Matriz análisis caso Frederick Jay Bowdy; Fuente: Elaboración propia

El análisis que se desprende de este caso refleja una cobertura significativa tanto en YouTube como en medios de comunicación. En YouTube, los videos relacionados acumularon miles de visualizaciones y comentarios que expresan empatía, conexión personal y reflexiones sobre la salud mental. Los usuarios resaltaron la gravedad de la depresión como un problema social. A pesar de la interacción, la viralidad del contenido evidencia el interés por eventos trágicos en plataformas digitales.

En medios de comunicación, se publicaron cinco artículos en un lapso breve, lo que indica un nivel moderado de cobertura. Cinco portales noticiosos abordaron el caso, destacando elementos emocionales como la transmisión en vivo y las circunstancias personales de Jay Bowdy. Si bien algunos artículos mantuvieron un enfoque neutral, otros adoptaron un tono sensacionalista para captar la atención del público.

En general, tanto en YouTube como en los medios, el caso generó una mezcla de empatía, reflexión social y consumo mediático. La combinación de tonos neutrales y sensacionalistas refleja la complejidad en cómo se abordan los suicidios transmitidos en vivo, exponiendo un contraste entre el interés viral y la sensibilidad hacia la salud mental.

3.5. Discusión con los conceptos teóricos

Desde 2016, el *streaming* o transmisión en vivo en redes sociales se consolidó como una tendencia dominante, transformando significativamente el consumo de contenido y otorgando a cada persona libertad para compartir y consumir información en tiempo real. Este cambio, reflejado en el objeto de estudio de este trabajo, coincide con la aparición de casos de suicidios transmitidos en vivo, lo que generó un debate en torno a la responsabilidad de las plataformas digitales en la moderación y prevención de contenidos sensibles. Este contexto llevó a Facebook a implementar medidas

preventivas desde 2017, las cuales se consolidaron progresivamente hasta 2019, como respuesta a la necesidad de regular este tipo de contenidos.

La espectacularización de los suicidios transmitidos en vivo, analizada en este estudio, se vincula estrechamente con los conceptos de *La Sociedad del Espectáculo* de Guy Debord y *La Sociedad de la Transparencia* de Byung-Chul Han. Para Debord, vivimos en una sociedad donde la realidad es sustituida por representaciones mediáticas que se convierten en el centro de la experiencia colectiva. En los casos de suicidios transmitidos por Facebook Live, esta dinámica se evidencia claramente: actos personales de desesperación se transforman en eventos públicos, consumidos y compartidos masivamente, ilustrando cómo el espectáculo domina la interacción social. Paralelamente, Han sostiene que la *Sociedad de la Transparencia* se caracteriza por la exposición extrema de la intimidad bajo la promesa de visibilidad y reconocimiento. Esto se manifiesta en los casos estudiados, donde las transmisiones no solo muestran tragedias privadas, sino también una búsqueda desesperada de conexión y significado en un entorno hiperepuesto. Las reacciones de las audiencias —mezcla de empatía, indignación y morbo— refuerzan el sistema de vigilancia y validación colectiva que Han describe, consolidando la visibilidad como un valor central.

Desde esta perspectiva crítica, los suicidios transmitidos en vivo trascienden el ámbito individual para convertirse en fenómenos sociales que exponen las tensiones de una sociedad obsesionada con el espectáculo y la transparencia, a menudo a expensas de la intimidad. Las narrativas creadas por los medios y las audiencias contribuyen a la espectacularización del fenómeno, mientras que la viralidad de estos contenidos demuestra la capacidad de las plataformas digitales para amplificar estas dinámicas. Este marco teórico no solo permite comprender cómo estos eventos se inscriben en procesos de transformación social más amplios, sino que también revela cómo la vida y

la muerte son convertidas en mercancías mediáticas dentro de un sistema guiado por la lógica del consumo visual.

3.6. Limitaciones del estudio

Se consideró relevante identificar las limitaciones que presentó la investigación, puesto que, al tratarse de un tema de alta sensibilidad y con acceso limitado a la información, existieron desafíos relacionados con la disponibilidad y confiabilidad de la misma. Por ello, la información seleccionada fue estudiada y analizada de manera ética y rigurosa garantizando tanto la protección de las personas involucradas como la validez del estudio.

Una de las principales limitaciones fue la dificultad para acceder al contenido completo de las transmisiones en vivo debido a las políticas de moderación de Facebook. La plataforma elimina rápidamente este tipo de contenidos sensibles, lo que dificulta su análisis exhaustivo. Además, gran parte del material relevante está disperso en redes secundarias, como capturas de pantalla, fragmentos de video o reportes noticiosos, lo que limita la posibilidad de observar el evento en su contexto original.

Otro desafío significativo fue la presencia de sesgos en la selección de casos representativos. La mayor difusión mediática de ciertos casos y las limitaciones de los algoritmos de búsqueda condicionaron los resultados, excluyendo potencialmente eventos menos visibles pero relevantes. Finalmente, las restricciones éticas y el dinamismo del entorno digital también impactaron la investigación. Se priorizó un manejo ético del material, evitando contenido gráfico y anonimizando datos para proteger la dignidad de las personas involucradas.

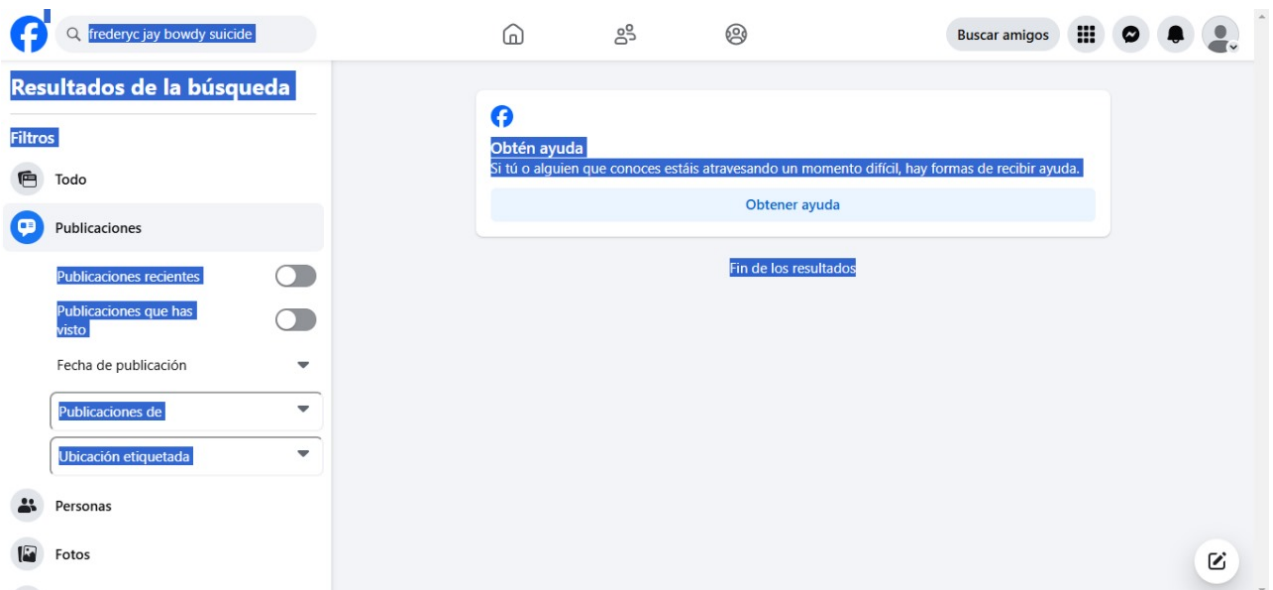
CONCLUSIONES

A manera de conclusión, se puede señalar que la presente investigación evidencia cómo las plataformas digitales, especialmente Facebook Live, han transformado el acto del suicidio en un evento público y consumible. Este fenómeno amplifica su impacto mediático y genera narrativas que refuerzan lógicas de espectacularización y deshumanización. En este contexto, el análisis de los casos estudiados revela que la sociedad contemporánea, dominada por la transparencia y la visibilidad extrema, fomenta una cultura donde el dolor y la tragedia se convierten en objetos de consumo masivo. Este proceso pone de manifiesto las tensiones existentes entre lo íntimo y lo público, cuestionando los límites éticos de la exposición en la era digital.

Además, las audiencias digitales no se limitan a actuar como simples observadores, sino que participan en la viralización de estos eventos. De este modo, reproducen dinámicas de interacción que perpetúan la espectacularización del sufrimiento humano, mostrando cómo el espacio virtual refuerza estas prácticas. Este fenómeno plantea desafíos éticos y sociales profundos, subrayando la necesidad de regular las plataformas digitales y desarrollar estrategias integrales de prevención del suicidio que consideren el impacto de las redes sociales en la construcción de narrativas colectivas.

Finalmente, el estudio destaca la importancia de fomentar una cultura de empatía y responsabilidad en el entorno digital. Es fundamental promover una reflexión crítica sobre las implicaciones éticas y sociales de la espectacularización de eventos trágicos, con el objetivo de contrarrestar la deshumanización y construir un entorno digital más consciente, respetuoso y solidario.

Anexo 1:



Bibliografía

Castells, M. (1996). *La era de la información, economía, sociedad y cultura*.

Chul-Han, B. (2013). *La Sociedad de la Transparencia*.

Couldry, N. a. (2014). *The Mediated Construction of Reality*. Malden: Polity Press.

Debord, G. (1967). *La Sociedad del Espectáculo*. Paris: Buchet-Chastel.

Debord, G. (1967). *La Sociedad del Espectáculo*. Paris: Buchet-Chastel.

Durán, Á. P. (2023). *Análisis de medios y audiencias en redes sociales ante informaciones sobre suicidio*. Obtenido de <https://www.revistacomunicar.com/html/77/es/77-2023-10>

Durkheim, E. (1897). *El Suicidio*. Paris: Félix Alcan.

Foucault, M. (1980). *Vigilar y Castigar*. Paris: Gallimard.

Gillespie. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. New Haven: Yale University Press.

- González, H. e. (2020). Suicidio y sociedad. *REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES*, 8.
- Han, B. C. (2013). *La Sociedad de la Transparencia*. Barcelona: Herder.
- Han, B. C. (2013). *La Sociedad de la Transparencia*. Barcelona: Herder.
- Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. UOC.
- Huerta, G. &. (2014). El yo, su identidad, intimidad y espectáculo: Facebook y Twitter desde una perspectiva contemporánea. *Repositorio PUCE*.
- infobae. (12 de enero de 2017). *infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/eeuu/2017/01/12/una-nina-de-12-anos-transmitio-su-suicidio-por-facebook-live-tras-haber-sido-abusada>
- Instituto, I. (2024). *Instituto Internet*. Obtenido de https://institutointernet.net/la-evolucion-de-las-redes-sociales-linea-de-tiempo-de-su-historia/#google_vignette
- Jaramillo, M. I. (2019). *Modernidad líquida: la deshumanización en la esfera de las redes sociales a partir de los suicidios transmitidos en vivo por facebook*. Quito: PUCE.
- Lazaro, S. (2023). *El papel de los medios de comunicación en la prevención del suicidio*. Obtenido de <https://sheila-lazaro-bernaldez.shorthandstories.com/medios-de-comunicacion-prevencion-suicidio/>
- Marwick, A. (2019). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media*.
- Moncayo, C. (2016). *La evolución de las redes sociales: El caso de Facebook*. Universitaria .

- Nesi, J. B. (2021). *Social media use and self-injurious thoughts and behaviors: A systematic review and meta-analysis*. *Clinical Psychology Review*.
<https://doi.org/10.1016/j.cpr.2021.102038>.
- OMS. (29 de agosto de 2024). OMS. Obtenido de <https://who.int/es/news-room/factsheets/detail/suicide>
- Phillips. (2009). Media contagion and suicide: A review of the literature. *Crisis*, 7-13.
- Rueda, M. P. (2018). *Off-life Un análisis sobre la relación entre el suicidio y los medios de comunicación*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Sontag. (2003). *Regarding the Pain of Others*. Straus and Giroux.
- Stack, S. (2000). Suicide: A 15-Year Review of the Sociological Literature. *Suicide and Life-Threatening Behavior*, 145-162.
- Tacchella, C. (2024). Moderación privada de contenidos: Entre la regulación y la autorregulación, el papel de la moderación privada en Facebook y Twitter.
- Tonelli, J. (s.f.). Violencia y muerte en las redes sociales: Hacia un Snuff 2.0. . *In Mediaciones de la Comunicación*, <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2.888>.
- Torradebló, J. M. (2024). *Adolescencia, suicidio y redes sociales*. Montevideo: Universidad de la República de Uruguay.
- UNICEF. (2017). *Comunicación, infancia y adolescencia: Guía para periodistas. Suicidio*. Buenos Aires: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.