

LA PRESIDENTA DE LA APA HACE UN LLAMAMIENTO PARA QUE LA PREVENCIÓN DEL SUICIDIO SEA UNA PRIORIDAD DE SALUD PÚBLICA

Cristina Castilla y Silvia Berdullas

Tras los últimos suicidios mediáticos ocurridos recientemente en EE.UU., la presidenta de la American Psychological Association (APA), **Jessica Henderson Daniel**, ha aprovechado para alertar, en una declaración pública (*APA Calls Suicide Prevention a Public Health Priority*) de la creciente crisis que sufrimos respecto al suicidio.

Según un estudio publicado en junio por los Centros para el control y prevención de enfermedades (*Centers for disease control and prevention*), el suicidio aumentó en un 25% en los EE.UU. de 1999 a 2016, lo que significa que la escalofriante cifra de 45.000 estadounidenses mayores de 10 años,

murió por suicidio en 2016.

De esta forma, Henderson, en línea con los últimos informes presentados por la OMS, señala que el suicidio debe ser una prioridad de salud pública, para lo que se necesita aumentar el acceso a las evaluaciones de salud mental y garantizar que se cubran tanto los servicios de prevención, como el tratamiento. Esto significa que es necesario destinar más fondos para poder llevar a cabo un tratamiento basado en la evidencia y su difusión, incluidos los servicios de atención en crisis. Además, considera, es primordial realizar más investigación, así como garantizar una evaluación de riesgos y programas de prevención y tratamiento basados en la

evidencia con el objetivo de reducir la incidencia del suicidio.

La ciencia y la práctica de la Psicología desempeñan un papel esencial en la comprensión y el abordaje de los fundamentos biopsicosociales de este tema y debe ser una prioridad no sólo en EE.UU., sino también en el entorno europeo y nacional en donde los diferentes informes y evaluaciones de implementación de políticas y planes de salud, vienen señalando reiteradamente la necesidad de atender este problema.

Se puede consultar la declaración completa en el siguiente enlace:

<http://www.apa.org/news/press/releases/2018/06/suicide-prevention.aspx>



Normas para la publicidad en las publicaciones del Consejo General de la Psicología de España

La Junta de Gobierno del COP ha tomado la decisión de acomodar, de forma más efectiva, el contenido de la publicidad que se inserta en sus publicaciones con los principios que respalda públicamente en torno a la defensa de la Psicología como ciencia y profesión.

La publicidad que se inserte en los medios de comunicación del COP se atenderá, en todos los casos, a los principios éticos, de decoro y de defensa de la Psicología como ciencia y profesión que son exigibles a una organización como el COP.

En este sentido, y desde hace ya bastante tiempo, la Organización Colegial ha venido manteniendo, en diversos foros tanto oficiales como profesionales, que la formación post-grado, referida explícitamente a algún ámbito de la Psicología, debería estar encaminada únicamente a psicólogos. Así mismo, el COP, en su calidad de miembro de la EFPA (Federación Europea de Asociaciones de Psicólogos), está comprometido con el desarrollo del Certificado de Acreditación para Psicólogos Especialistas en Psicoterapia, y los principios que lo sustentan, siendo uno de los más relevantes, la consideración de que la formación especializada en Psicoterapia debe estar ligada a una formación básica en Psicología, y articulada en torno a unos criterios exigentes de calidad.

En consecuencia, y con el ánimo de dar un mensaje claro y coherente a nuestros colegiados y a la sociedad en general, la publicidad de post-grado que se inserte en las publicaciones del COP deberá guardar las siguientes normas:

1 Cuando se inserte publicidad en alguna de las publicaciones del Consejo General de la Psicología de España (Infocop, Infocop Online, Papeles del Psicólogo, Psychology in Spain, Boletines de distribución por correo electrónico) que haga referencia expresa o implícita a formación postgrado en algún campo de la Psicología, dicha formación deberá estar dirigida únicamente a psicólogos, y el texto del anuncio deberá decir expresamente que dicha formación está dirigida únicamente a psicólogos.

2 Cuando se inserte publicidad en alguna de sus publicaciones (Infocop, Infocop Online, Papeles del Psicólogo, Psychology in Spain, Boletines de distribución por correo electrónico) que haga referencia expresa o implícita a formación en el campo de la Psicoterapia, dicha formación deberá estar dirigida únicamente a médicos y psicólogos, y el texto del anuncio deberá decir expresamente que dicha formación está dirigida únicamente a psicólogos o médicos.

3 En ningún caso, los anuncios insertados en cualquier publicación colegial podrán incluir referencia alguna a acreditaciones concedidas por sociedades nacionales o internacionales que no hayan suscrito los correspondientes acuerdos de reconocimiento mutuo con la EFPA (Federación Europea de Asociaciones de Psicólogos) o el Consejo General de la Psicología de España. Se excluyen de esta norma las acreditaciones concedidas por organismos oficiales españoles.

Consejo General de la Psicología de España