

CÓMO EVITAR EL EFECTO DE IMITACIÓN EN LA COMUNICACIÓN DE NOTICIAS SOBRE SUICIDIO, MANUAL DE LA OMS

Aída de Vicente y Silvia Berdullas

La Organización Mundial de la Salud (OMS), junto con la Asociación Internacional para la Prevención del Suicidio (IASP) han publicado el manual *Prevención del suicidio: un recurso para los profesionales de los medios de comunicación*. Se trata de una actualización de un documento previo publicado por la OMS en el año 2000, a través del cual se pretenden difundir buenas prácticas en la elaboración de noticias y otros informes relacionados con esta problemática.

El manual está dirigido tanto a los grupos sociales que trabajan en este ámbito como a los profesionales de la comunicación, y en él se describe el impacto de las noticias sobre suicidios en la población y se formulan sugerencias para una práctica del periodismo responsable, que ayude a la prevención de este serio problema de salud pública.

A este respecto, el manual establece las siguientes buenas y malas prácticas en la comunicación de noticias sobre suicidios:

Lo que se debe hacer:

- ✓ Suministrar información exacta acerca de dónde buscar ayuda.
- ✓ Educar al público acerca de los datos sobre el suicidio y la prevención del suicidio, sin difundir mitos.
- ✓ Informar sobre maneras de hacer frente a los sucesos estresantes de la vida o a pensamientos suicidas y sobre formas de obtener ayuda.

- ✓ Tener mucho cuidado al informar sobre suicidios de celebridades.
- ✓ Tener cuidado al entrevistar a familiares o amigos que estén atravesando un duelo por haber perdido a un ser querido.
- ✓ Reconocer que los profesionales mismos de los medios de comunicación se pueden ver afectados por noticias sobre suicidios.

Lo que no se debe hacer:

- ✓ No destacar ni repetir innecesariamente las noticias sobre suicidios.
- ✓ No utilizar un lenguaje que sea sensacionalista o normalice el suicidio, ni presentar el suicidio como una solución constructiva a los problemas.
- ✓ No describir explícitamente el método utilizado.
- ✓ No facilitar detalles acerca del sitio ni la ubicación.
- ✓ No usar titulares sensacionalistas.
- ✓ No usar fotografías, material de video ni enlaces a redes sociales.

Tal y como subraya la OMS, si bien los factores de riesgo del suicidio son multifactoriales, los medios de comunicación juegan un papel esencial en el fortalecimiento o el debilitamiento de las medidas de prevención. A este respecto, existen indicios de que las noticias sensacionalistas, extensas y destacadas sobre muertes por suicidio dan lugar a comportamientos de imitación, sobre todo, si la persona fallecida ocupaba un puesto social popular o era un modelo de referencia para determinados grupos. Por

este motivo, según la OMS, los profesionales dedicados a la comunicación deben ser conscientes de este fenómeno, conocido como efecto Werther y minimizar en la medida de lo posible su impacto.

Asimismo, la literatura científica ha puesto de manifiesto el efecto contrario, denominado efecto Papageno, en virtud del cual los medios de comunicación pueden ayudar en la instauración de conductas de afrontamiento adecuadas frente a las ideas suicidas y desmitificar este problema, contribuyendo a su prevención. Así, *“la información responsable acerca del suicidio puede ayudar a educar al público sobre este y su prevención, alentar a quienes corren riesgo de suicidio a tomar medidas alternativas y, en general, inspirar un diálogo más abierto y esperanzado”*. Algunas de las medidas útiles para alcanzar este objetivo consisten, por ejemplo, en dar a conocer historias en las que se describan estrategias de búsqueda de ayuda (afrontamiento positivo) en circunstancias adversas, e incluir siempre, en cualquier noticia sobre suicidio, información sobre dónde obtener ayuda, *“preferentemente de servicios reconocidos de prevención del suicidio que estén disponibles las 24 horas los 7 días de la semana”*.

Fuente: Prevención del suicidio: un recurso para los profesionales de los medios de comunicación, manual de la OMS.