



ASOCIACIÓN DE INVESTIGACIÓN, PREVENCIÓN
E INTERVENCIÓN DE LA CONDUCTA SUICIDA (AIPIS)
(Núm. Registro Nacional de Asociaciones: 593130)
C/. Cuesta de San Vicente, 4 - 6ª planta
28008 Madrid
info@redaipis.org

Los medios de comunicación y las conductas suicidas

El suicidio es una realidad poliédrica (podemos distinguir varias caras: biológica, psicológica y social) y es multifactorial, pues depende de la estructura psicológica del individuo, pero también de los factores estresantes de la vida cotidiana: el paro, los suspensos, las rupturas sentimentales o el diagnóstico mortal de una enfermedad, se pueden encontrar, en ocasiones en la superficie o en la profundidad del acto suicida. Estas circunstancias se descubren a veces en la conducta suicida pero no son determinantes. La vivencia suicida es más compleja y por lo tanto su explicación no puede ser simplista.

Un poco de historia

Está claro que hablar del suicidio ha sido y sigue siendo un tema tabú. Si nos remitimos a datos históricos, en España, desde el Concilio de Orleáns (533 d.c.), la Iglesia Católica privaba del rito funerario y de la sepultura eclesiástica a las personas que se suicidaban, hasta 1983 (donde los enterramientos están diferenciados a cualquier oficio religioso). Por otra parte, los suicidios hacen plantear la estructura de la sociedad, de la familia ... Sin olvidar, situaciones más materiales, como el intentar cobrar un seguro de vida, de automóvil ... Otro motivo importante para ocultarlo es el estigma que tienen que soportar las familias, por parte de la gente que les rodea, que llegan a pensar ¿Cómo le habrán tratado para que se suicide? ¿Es que no le pudieron ayudar? ¿Si no se hubiese divorciado? etc.,

No hay datos fiables de los suicidios que se catalogan como accidente (sobre todo accidentes de circulación, para dejar unos ingresos a la familia y que no sufran tanto, ya que un duelo por suicidio, es mucho más difícil de llevar emocionalmente que un duelo por accidente).

Por ejemplo, un fallecimiento por precipitación al vacío, si no ha dejado una nota de despedida, o ha sido presenciado por alguien, el



ASOCIACIÓN DE INVESTIGACIÓN, PREVENCIÓN
E INTERVENCIÓN DE LA CONDUCTA SUICIDA (AIPIS)
(Núm. Registro Nacional de Asociaciones: 593130)
C/. Cuesta de San Vicente, 4 - 6ª planta
28008 Madrid
info@redaipis.org

médico forense o el juez, lo cataloga como accidente. Si no hay una prueba clara de que ha sido un suicidio, no lo firman como tal.

Medios de comunicación y suicidio

Todo parte de término acuñado en 1974 por el sociólogo norteamericano D.P. Phillips, describe el efecto de la sugestión en la conducta suicida, tomando como modelo la novela de Goethe (Las penas del joven Werther) publicada en 1774, cuenta la historia de un joven talento quien, desesperanzado por pasiones amorosas, se suicida mediante un disparo en la cabeza. Los suicidas al estilo Werther seguían al pie de la letra la puesta en escena del malogrado héroe romántico: Se vestían como él, con una chaqueta azul con botones de metal, chaleco amarillo, camisa abierta, pantalones blancos, botas altas marrones, sombrero redondo de fieltro y el pelo sin empolvar. Como el protagonista, se sentaban al escritorio, abrían un libro y se disparaban con una pistola. Se había generado una verdadera imitación en cuanto al método de suicidio.

Un profano en la materia, podría decir, pues está claro que provoca suicidios, si, pero lo provoca sobre todo en la imitación del método, pero la estadísticas anuales, no varían, según otros estudios recientes como el de 1986, tras un suicidio en el metro de Viena publicado en los medios de comunicación de manera sensacionalista. En el siguiente año y medio, se produjeron otros 22 suicidios similares en el metro, (más del doble de los ocurridos durante los tres años precedentes a la publicación). En 1987 la Asociación Austriaca de Prevención del Suicidio lanzó una campaña contra este tipo de cobertura periodística y logró que cesara la misma, reduciéndose de forma sustancial el suicidio por este método. Algunas formas de tratamiento periodístico y televisivo real están asociadas con aumento de suicidios, el impacto parece ser mayor en gente joven.

O el Efecto Yukiko en Oriente, término utilizado para referirse a la imitación de la conducta suicida en Japón. Yukiko era una estrella japonés del rock que se suicidó, tras una gran cobertura mediática, se produjeron numerosos suicidios de adolescentes. En este país ha sido muy estudiada la influencia de los medios de comunicación



ASOCIACIÓN DE INVESTIGACIÓN, PREVENCIÓN
E INTERVENCIÓN DE LA CONDUCTA SUICIDA (AIPIS)
(Núm. Registro Nacional de Asociaciones: 593130)
C/. Cuesta de San Vicente, 4 - 6ª planta
28008 Madrid
info@redaipis.org

masivos en las tasas de suicidio. Concluyen que las imágenes visuales sobre suicidio son un poderoso estímulo para el suicidio por imitación en personalidades vulnerables, determinando, incluso, la selección de métodos que no eran usuales en dicha cultura.

Que es lo que tienen todos estos estudios en común, pues que se realizaron de una manera sensacionalista y el suicida, queda como un héroe, su persona, sería recordada durante años, “*así a cualquiera le dan ganas de suicidarse*”, por otra parte todos eran personas vulnerables o de alto riesgo y para finalizar, los estudios demostraron que aumentaron los suicidios por un método similar, pero la tasa al final de año, no varió de manera significativa, y aunque hubiera aumentado, como el suicidio es multifactorial, nadie puede decir que el aumento de suicidios de un año para otro es por una causa concreta, hay tantas cosas que influyen en nuestras decisiones, además, no hay ningún estudio, por lo menos en España que te diga ¿Por qué se suicida la gente?

Por todo lo cual, con buena intención, pero por el mal entendimiento del Efecto Contagio, los Medios de Comunicación están perjudicando más que ayudando a la Prevención del Suicidio, hay que hablar del suicidio en los Medios de Comunicación (pero según las directrices de la O.M.S), si no se habla, parece que el problema no existe y si no existe, ¿para que se va prevenir?, hay que hablar del número de suicidas, del sufrimiento de las familias que quedan y explicar que se puede prevenir, (el ejemplo más claro y contundente es Finlandia), ya que sino, las autoridades político-sanitarias no van a invertir medios humanos ni económicos, como han hecho en prevenir los muertos en accidentes de circulación (teniendo buenos resultados).

Normas básicas para los Medios de Comunicación



ASOCIACIÓN DE INVESTIGACIÓN, PREVENCIÓN
E INTERVENCIÓN DE LA CONDUCTA SUICIDA (AIPIS)
(Núm. Registro Nacional de Asociaciones: 593130)
C/. Cuesta de San Vicente, 4 - 6ª planta
28008 Madrid
info@redaipis.org

No sensacionalismo, sobre todo de celebridades.

Ni fotos, ni notas de despedida, ni que la noticia aparezca en primera página.

No hay que dar una descripción detallada, sobre todo del método y de cómo lo obtuvo (*“si nuestras adolescentes supieran con que fármacos suicidarse, la cifra de suicidios aumentaría alarmantemente”, esto lo digo yo.*

No hay que dar explicaciones simplistas, ni tampoco ponerlo como algo inexplicable, siempre hay que enfocarlo como algo multifactorial.

No hay que ensalzar, ni glorificar al suicida, no hay que sugerir que la sociedad honra al suicida, no son ni héroes, ni cobardes.

No hay que aportar culpa, hay que tener especial consideración con familiares y allegados, lanzando un mensaje solidario con los familiares sobrevivientes

No utilizar expresiones del tipo “epidemia de suicidios”.

Hay que suministrar información de ayuda, teléfonos, asociaciones, centros de salud mental, etc.

Dar difusión de los factores de riesgo, factores protectores y señales de alerta, para que todo el mundo los conozca

Hay que romper falsos mitos, muy arraigados entre los propios profesionales de la salud mental.

Hay que utilizar fuentes fiables y que los expertos, te ayuden a interpretar las estadísticas.

Transmitir que el suicidio en muchos casos, se puede prevenir.

Conclusión



ASOCIACIÓN DE INVESTIGACIÓN, PREVENCIÓN
E INTERVENCIÓN DE LA CONDUCTA SUICIDA (AIPIS)
(Núm. Registro Nacional de Asociaciones: 593130)
C/. Cuesta de San Vicente, 4 - 6^a planta
28008 Madrid
info@redaipis.org

Los estudiosos del tema del suicidio, desde hace años, se han preguntado por la influencia de los medios de comunicación en la incidencia de las conductas suicidas. La verdad es que existen estudios que avalan ambas hipótesis, pero desde nuestra Asociación de Investigación, Prevención e Intervención de la conducta suicida (AIPIS) nos situamos en un término medio: los medios de comunicación pueden influir en la aparición de las conductas suicidas (sobre todo si la transmisión de la noticia no se hace de forma adecuada) pero sobre todo lo importante es la propia personalidad del sujeto y el grupo (familiar y social) donde se desarrolle. Pero también los medios de comunicación pueden intervenir en la prevención del suicidio, si se atienden y publican datos sobre el suicidio de manera adecuada.