

Un joven sentado contemplando el mar. REUTERS



El primer año de pandemia, 29 personas se quitaron la vida en La Rioja. Los suicidios volvieron a ser la primera causa no natural de muerte en esta comunidad. Una tragedia que se repite cada año desde hace diez y de la, aunque ya se van dando pasos, se habla poco y no siempre de la manera adecuada. Es una realidad que es necesario visibilizar pero siempre con rigor y con un enfoque preventivo, de forma que se evite el efecto Werther o efecto contagio. Esta es una de las conclusiones del estudio liderado por el profesor de UNIR Francisco Javier Olivar, que se gestó a raíz de su tesis doctoral 'Tratamiento informativo sobre las principales causas externas de muerte en la prensa digital española (2010-2017)'.

Los últimos datos dan idea de la magnitud del problema. Según la OMS, el suicidio es la cuarta causa de muerte entre los jóvenes de 15 a 19 años. En España, el primer año de pandemia se suicidaron una media de once personas al día o lo que es lo mismo, una cada dos horas y cuarto. Las cifras van más allá porque, de acuerdo con el IV Estudio de Salud y Estudio de Vida, sobre el 15,5% de los españoles ha sobrevolado en algún momento de sus vidas la idea del suicidio.

Si se tiene en cuenta que es una realidad que no se debe mante-

Suicidio, la realidad silente de la que se empieza hablar

Dolor. A pesar de que durante años ha sido un tema tabú, un estudio de UNIR recomienda dar a conocer la realidad pero huyendo del sensacionalismo

CARMEN NEVOT

LA FRASE

Francisco Javier Olivar
Profesor de UNIR

«Se ha transmitido a los profesionales de la comunicación que es un problema que hay que dar a conocer y activar medidas preventivas»



ner silenciada, la cuestión es cómo hay que trasladarla a la sociedad y, por tanto, cómo debe ser tratada por los medios de comunicación. Según algunos estudios, las noticias sobre suicidios que se

publican en un lugar relevante, como portada o contraportada, que incluyen fotografías de la víctima, que indican el motivo, el método utilizado, detalles de la nota de despedida o cualquier otro dato

de este tipo, están contribuyendo a la incitación al suicidio. De ahí que la estrategia, por tanto, sería la de evitar estos aspectos. Así lo entiende Olivar, quien, en colaboración con los investigadores Jesús Díaz del Campo (UNIR) y Francisco Segado-Boj (UCM), acaba de elaborar un manual sobre recomendaciones para los profesionales de los medios de comunicación al informar sobre el suicidio, publicado por el Ministerio de Sanidad.

Medidas preventivas

Durante muchos años, explica Olivar, «fue un tema silenciado, lo contrario de lo que ocurre en la actualidad». De hecho, se ha ido transmitiendo a los profesionales de la comunicación que «es un problema que debería conocerlo la sociedad para que, con esa sensibilidad, puedan ponerse en marcha medidas preventivas». Así ocurrió, por ejemplo, con los accidentes de tráfico. En 1989, más de 9.000 personas dejaban la vida en la carretera en España. En la actualidad, la mortalidad vial se ha reducido notablemente hasta situarse por debajo de los mil fallecidos. «Esa es la línea que se quiere transmitir a la sociedad del problema, de forma que se consiga reducir este alto número de mortalidad en suicidios».

En cualquier caso, lo impor-

ALGUNOS DATOS

► **El suicidio** es la cuarta causa de muerte entre los jóvenes de 15 a 19 años, según la OMS.

► **En España** en 2020 se suicidaron una media de 11 personas al día, es decir, una cada dos horas y cuarto. 2.930 eran hombres y 1.011, mujeres.

► **El 15,5%** de los españoles admite haber presentado alguna ideación suicida en 2021, según desvela el IV Estudio de Salud y Estilo de Vida.

► **En 2020** en La Rioja, según el INE, se quitaron la vida 29 personas, la misma cifra que en 2019. 21 eran hombres y 8, mujeres. 10 de ellos eran menores de 44 años.

tante, a su juicio, es que los medios de comunicación están hablando del suicidio, no de casos concretos, sino del problema y se está iniciando esa labor de transmisión a la sociedad.

«Lo que se hacía anteriormente –explica– era comunicar poco el suicidio y sin atender a estas recomendaciones de redacción que la OMS presenta desde hace muchos años y ahora se ve una pequeña evolución que esperamos que vaya poco a poco produciendo el efecto que se quiere».

Hasta no hace mucho era un tema tabú. «No se podía hablar de él por no provocar un efecto Werther o efecto contagio», detalla Olivar, para quien con el estudio que lleva su sello lo que se trata es de impulsar precisamente lo contrario, la prevención.

Efecto dominó

El mayor falso mito y creencia errónea en torno a este asunto es que hablar de suicidio iba a producir un efecto dominó cuando desde varias áreas de conocimiento «se está demostrando que hablar adecuadamente de él va a producir un resultado papágeno o preventivo».

¿Es posible alejarse del sensacionalismo? No es solo una recomendación, sino también una demanda. En opinión de Olivar, hay que hacer lo posible por no caer en el 'amarillismo' que se suele dar cuando la víctima es famosa o si es un agresor de violencia de género o cuando el acto presenta rasgos de espectacularidad. Pero, además, en el tratamiento gráfico de este tipo de noticias no se debe mostrar el método utilizado ni publicar las noticias de suicidio en el que caso de que se hayan dejado. «Habría que estudiarlas detenidamente para que produjeran el efecto preventivo», señala. En cuanto a las redes sociales, al ser el medio de comunicación más utilizado por los jóvenes y al haber un menor control, Olivar considera necesario estar más atentos y estudiarlo detenidamente.