

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS

COBERTURA MEDIÁTICA DE CASOS DE SUICIDIO

Particularidades de la temática

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS), se define el suicidio como *“todo acto por el que un individuo se causa a sí mismo una lesión, o un daño, con un grado variable de la intención de morir, cualquiera sea el grado de la intención letal o de conocimiento del verdadero móvil”*.

La representación más extendida sobre el suicidio está asociada a la imagen de un acto individual con un propósito claro. Sin embargo, cada vez más, este evento de la vida humana es considerado en toda su complejidad.

Las conductas suicidas abarcan un amplio espectro: desde la ideación suicida, la elaboración de un plan, la obtención de los medios para hacerlo, hasta la posible consumación del acto. Si bien no pueden asociarse de manera lineal y consecutiva, es fundamental considerar el riesgo que cada una de estas manifestaciones conlleva más allá de la intencionalidad supuesta. Se considera intento de suicidio a toda acción auto-infligida con el propósito de generarse un daño potencialmente letal.

Por otra parte, las enfermedades mentales, principalmente la depresión y los trastornos por consumo de alcohol, el abuso de sustancias, la violencia, las sensaciones de pérdida y diversos entornos culturales y sociales constituyen importantes factores de riesgo de suicidio. Existen estrategias eficaces para prevenir el suicidio.

En la Argentina, se experimentó un significativo aumento del número de suicidios durante la crisis económica a finales de 1990 y principios de 2000, alcanzando el punto más alto en 2003. En la Patagonia se registran más casos que en cualquier otro lado del país. Y la región de Cuyo encabeza la zona que registra menos casos, siendo Mendoza, la provincia con menos víctimas.

El suicidio es un problema de salud pública, y los medios de comunicación masiva juegan un rol clave tanto para la prevención como para influir en que ocurran más casos. Se sabe que uno de los muchos factores que pueden llevar a una persona vulnerable al suicidio es la publicidad sobre el tema en los medios.

Según la OMS más de 800 000 personas mueren cada año por suicidio, y esta es la segunda causa principal de muerte entre personas de 15 a 29 años de edad. Hay indicios de que, por cada adulto que se suicidó, posiblemente más de otros 20 intentaron suicidarse.

En la Guía para los profesionales de los medios elaborada por la OMS: *“La forma en que los medios informan acerca de casos de suicidio puede influir en otros suicidios”*.

Hacia un tratamiento periodístico responsable

Los medios de comunicación audiovisual desempeñan un papel significativo en la sociedad actual, al suministrar un amplio volumen de información y representaciones en variedad de formatos y géneros. Ejercen una fuerte influencia sobre las actitudes, creencias y comportamientos de la comunidad y juegan un importante rol en la dinámica de los procesos sociales. Debido a esa influencia, los medios también pueden ser protagonistas de un rol activo en la difusión responsable de problemáticas y cuestiones que interpelan a la sensibilidad de la opinión pública.

Desde el Observatorio entendemos que la comunicación es una herramienta para el cambio social. La capacitación, la disponibilidad de herramientas y recursos para comunicadores pueden producir un impacto en la cantidad y calidad de las informaciones que se generan.

De este modo, y con el objetivo de consensuar buenas prácticas periodísticas ponemos a consideración de los emisores las siguientes recomendaciones para el tratamiento mediático de casos relacionados con el suicidio:

- Contextualizar los casos de suicidio como problemáticas de salud pública y brindar información estadística que permita dimensionar el fenómeno

y salir del caso aislado. Es conveniente difundir información histórica sobre la tasa de suicidio en la Argentina y a nivel mundial.

- Entender que se trata de una problemática que puede ser prevenida y requiere de políticas de prevención.
- Consultar fuentes especializadas, con el objeto de desarticular los estereotipos, estigmatizaciones y los mitos que pudieren generarse y recurrir a fuentes auténticas y confiables que permitan profundizar la comprensión del problema en la audiencia. Intentar no relacionar el comportamiento suicida como una respuesta entendible a los cambios o la degradación social o cultural.
- Respetar la vida privada del fallecido/a y el dolor de las personas que componen su entorno, siendo cautelosos en la cobertura periodística del caso y en la difusión de la primicia mediática.
- Evitar el sensacionalismo, el dramatismo y la espectacularización del caso. Prescindir de la elaboración de una descripción pormenorizada del método utilizado para evitar mecanismos de imitación e identificación en los grupos vulnerables que pudiesen existir en la audiencia. Además, es importante evitar representaciones detalladas del acto realizado por la víctima, la emisión permanente de fotografías y videos de su vida y el uso de recursos sonoros y visuales.
- Procurar no abordar el suicidio como algo inexplicable o simplista. El suicidio nunca es el resultado de un solo factor o hecho, sino que lo causa una compleja interacción de muchos factores.
- Transmitir mensajes sobre la frecuente asociación entre la depresión y el comportamiento suicida, siendo la depresión una condición tratable.
- Informar con un lenguaje simple y comprensible para todo público.
- Dar cuenta de que cada suicidio que se cubre periodísticamente podría

haberse prevenido, con llamadas a líneas telefónicas de ayuda y acceso al tratamiento oportuno en salud mental. Se sugiere, además, incluir un recuadro con datos de servicios de salud para consultar con la información actualizada de teléfonos y direcciones. Se cuenta con la Línea gratuita 135, del Centro de Asistencia al Suicida Buenos Aires o (011) 5275-1135 Centro de Atención al Familiar del suicida.

- Promover coberturas respetuosas de los derechos de niños, niñas y adolescentes.

Fuentes y legislación de consulta

- Ley Nacional 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual
- Ley Nacional 26.061 de Protección Integral de los derechos de las niñas, niños y adolescentes.
- Ley Nacional 27.130 de Prevención del Suicidio. (<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=245618>)
- Ley Nacional 26.657 de Salud Mental.
- Asociación Argentina de Salud Mental (AASM)
- Centro de Asistencia al Suicida Buenos Aires
- Ministerio de Salud de la Nación - Dirección Nacional de Salud Mental y Adicciones.

<http://www.msal.gov.ar/saludmental>

- Psiquiatría y Psicopatología del adolescente y su familia

<http://www.psicoadolescencia.com.ar/>

- Unicef Argentina

www.unicef.org.ar

- OMS

Suicidio: <http://www.who.int/topics/suicide/es/>

Consideraciones finales

Entendemos que la profundización de la participación ciudadana de nuestras sociedades exige fortalecer el derecho a la comunicación. Además, éste comprende el derecho a la información y a la libertad de expresión. Supone una comunicación accesible, respetuosa y de calidad sobre aquellas temáticas que atañen a todos los grupos sociales que interactúan en la dinámica de nuestra sociedad actual.