



# Medios de comunicación e información sobre el suicidio.



COLEGIO OFICIAL DE PSICÓLOGOS  
DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Grupo de Intervención Psicológica en  
Emergencias y Catástrofes (GIPEC)

---

## LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO AGENTES DE PREVENCIÓN

Las noticias sensacionalistas sobre el suicidio de una persona pueden precipitar el suicidio de personas vulnerables, sobre todo los adolescentes y jóvenes, por lo que se recomienda que en los diarios se cumplan las siguientes indicaciones al informar sobre un suicidio:

- No debe aparecer la noticia en primera página ni en la última, que sería la inicial para los que comienzan a leer el diario al revés.
- No deben aparecer fotos del fallecido.
- No se debe describir el método utilizado con lujo de detalles pues sirve a otros de referencia si están indecisos de cual medio utilizar para autodestruirse.
- No deben ofrecerse explicaciones simplistas ni únicas de lo sucedido pues el suicidio es una conducta compleja que responde a causas biológicas, psicológicas y sociales.
- No debe equipararse el suicidio con atributos valiosos del carácter ni valores morales dignos de imitar como la valentía, la lealtad, el valor, amor, dignidad, honor, el altruismo, la Sensibilidad y el sentimiento solidario, etc.
- No deben recalcarse únicamente los aspectos positivos de la personalidad del difunto sino también los posibles factores que facilitaron el suicidio como el padecimiento de una enfermedad mental, el abuso de drogas y alcohol, los intentos suicidas previos, ingresos psiquiátricos, falta de apoyo familiar y social, etc.
- No debe aparecer la palabra suicidio como sinónimo de éxito, salida, opción, solución.
- No se debe ofrecer el suicidio como una forma de solucionar las dificultades de la vida.

A continuación, se ofrecen algunas sugerencias de cómo manejar dicha información según un grupo de expertos de la Organización Mundial de la Salud:

- Las noticias sobre el suicidio de un sujeto deben aparecer en las páginas centrales y preferiblemente en forma de notas breves.
- Se deben ofrecer ejemplos de otras personas que en situaciones similares han respondido con mecanismos de adaptación creativos y de otros individuos que en peores situaciones supieron encontrar soluciones no autodestructivas.

Los medios pueden convertirse en un aliado eficaz en la prevención del suicidio como causa de muerte evitable debido a la posibilidad de comunicarse con multitudes y su contribución en la prevención del suicidio sería eficaz si se cumplieran las siguientes orientaciones:

- I- Publicar los factores de riesgo para el suicidio
- II- Publicar los factores protectores para evitar el suicidio
- III- Publicar los mitos y las evidencias relacionadas con el suicidio
- IV- Publicar los signos de alarma de una crisis suicida
- V- Publicar las fuentes de salud mental a las que se pudieran acudir en caso de situación de crisis suicida.
- VI- Divulgar los grupos de riesgo suicida
- VII- Divulgar medidas sencillas que permitan a la población saber qué hacer en caso de detectar un sujeto con riesgo de suicidio.

## INDICACIONES DE LA OMS PARA LA REALIZACIÓN DE NOTAS PERIODÍSTICAS RESPONSABLES SOBRE SUICIDIO

1. Suministrar información exacta acerca de dónde buscar ayuda
  - a. Al final de todas las notas sobre suicidios se debe suministrar información acerca de los recursos de apoyo. Se deben incluir centros de prevención del suicidio, líneas telefónicas de ayuda en caso de crisis, otros profesionales de la salud y del bienestar social y grupos de apoyo mutuo. Se deben indicar servicios de alta calidad reconocida en la comunidad y accesibles 24/7, si los hubiere. Estos recursos deben ofrecer apoyo a las personas que se hayan sentido muy afectadas o impulsadas a considerar el suicidio como resultado de la historia relatada. La dirección o la información de contacto de los recursos enumerados debe revisarse regularmente para conseguir que sea exacta. Sin embargo, una lista larga de recursos potenciales puede ser contraproducente, por lo que debe proporcionarse solo un número limitado de los mismos (por ejemplo, un número de teléfono y un sitio web).
2. Educar al público acerca de los hechos de suicidio y la prevención del suicidio, sin difundir mitos
  - a. Hay muchas ideas erróneas acerca del suicidio. Las investigaciones revelan que, si repiten estos mitos, las notas periodísticas tienen mayores probabilidades de desencadenar comportamientos de imitación. Los estudios también revelan que el público tiende a recordar los mitos recogidos en las notas periodísticas que contienen “mitos frente a datos”. En consecuencia, acerca del suicidio es preferible privilegiar los datos. Además de investigar cuidadosamente los hechos al abordar el suicidio, siempre conviene informar sobre cómo prevenirlo, incorporar el mensaje de que las personas con ideas suicidas deben buscar ayuda, e indicar cómo tener acceso a esa ayuda.

# MITOS Y REALIDADES SOBRE EL SUICIDIO

## Mitos

## Realidades

**“EL QUE SE QUIERE MATAR NO LO DICE”**

De cada diez personas que se suicidan, nueve manifestaron claramente sus propósitos y la otra dejó entrever sus intenciones.

**“EL QUE LO DICE NO LO HACE”**

El que se suicida pudo expresar lo que ocurriría con palabras, amenazas, gestos o cambios de conducta.

**“TODO EL QUE SE SUICIDA ES UN ENFERMO MENTAL”**

Los enfermos mentales se suicidan con mayor frecuencia que la población general, pero no hay que padecer un trastorno mental para hacerlo.

**“EL SUICIDIO SE HEREDA”**

Aunque pueda tener influencia genética, existen factores protectores (habilidades en la resolución de los problemas, autoconfianza, integración social...)

**“HABLAR SOBRE EL SUICIDIO CON UNA PERSONA QUE ESTÁ EN RIESGO LE PUEDE INCITAR A HACERLO”**

Está demostrado que hablar del suicidio reduce el riesgo de realizarlo y puede ser la única posibilidad que ofrezca a esa persona para el análisis de sus propósitos autodestructivos.

**“EL SUICIDA DESEA MORIR”**

Con frecuencia el suicida está en una posición ambivalente, desea morir si su vida continúa de la misma manera y desea vivir si se produjeran pequeños cambios en ella.

**“EL QUE INTENTA EL SUICIDIO ES UN COBARDE”**

Los que intentan suicidarse no son cobardes sólo son personas que sufren.

**“EL QUE INTENTA EL SUICIDIO ES UN VALIENTE”**

Los atributos personales como cobardía o valentía no se cuantifican o miden en función de las veces que alguien se intenta quitar la vida o no.

**“SOLO LOS VIEJOS SE SUICIDAN”**

Los ancianos realizan menos intentos autolíticos que los jóvenes, pero utilizan métodos más efectivos al intentarlo, lo que lleva a una mayor letalidad.

**“SI SE RETA A UN SUICIDA ESTE NO LO INTENTA”**

Retar al suicida es un acto irresponsable, pues se está ante una persona vulnerable cuyos mecanismos de adaptación han fracasado.

**“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO PUEDEN CONTRIBUIR A LA PREVENCIÓN”**

Los medios de comunicación pueden convertirse en un valioso aliado en la prevención del suicidio si enfocan correctamente la noticia sobre el tema y tienen en cuenta las sugerencias de los expertos.

3. Describir ejemplos de cómo hacer frente a los estresantes de la vida o a pensamientos suicidas, e indicar cómo conseguir ayuda
  - a. La presentación de ejemplos de quienes lograron hacer frente a circunstancias adversas y a una propensión al suicidio puede ayudar a que otros en situaciones de vida difíciles adopten estrategias similares de afrontamiento positivo. También se alienta a incorporar en las historias material explicativo sobre cómo obtener ayuda frente a dificultades aparentemente insuperables. En esas historias se suelen presentar maneras específicas adoptadas por otros para superar sus pensamientos suicidas, y se destaca lo que puede hacer un suicida para obtener ayuda.
  
4. Informar con mucha cautela sobre los suicidios de celebridades
  - a. Los suicidios de celebridades se consideran de interés periodístico y se suele creer que informar sobre ellos es de interés público. Sin embargo, pueden inducir a suicidios de imitación en personas vulnerables. La glorificación de la muerte de una celebridad puede indicar involuntariamente que la sociedad honra un comportamiento suicida y por lo tanto puede promover comportamientos suicidas en otros. Por este motivo, se debe tener mucho cuidado al informar sobre suicidios de celebridades. No se debe exaltar el suicidio ni describir detalladamente el método empleado. Es preferible hacer hincapié en la vida de la celebridad, cómo contribuyó a la sociedad y cómo su muerte afecta negativamente a otros, en lugar de detallar el acto suicida o explicar de manera simplista las razones del suicidio. Además, al notificar la muerte de una celebridad, es preciso ser cuidadosos si no se conoce inmediatamente la causa de su muerte. Las especulaciones de los medios acerca de que una causa posible de muerte de una celebridad sea el suicidio pueden ser perjudiciales. Es más apropiado esperar a conocer la causa de muerte e investigar cuidadosamente las circunstancias específicas. Como se señaló anteriormente, las notas periodísticas siempre deben incluir información acerca del acceso a recursos de apoyo a quienes, debido a esa muerte, se sienten o podrían pasar a sentirse afligidos, angustiados o suicidas.
  
5. Tener cuidado al entrevistar a familiares o amigos que han perdido a un ser querido
  - a. Los puntos de vista de quienes han sufrido una pérdida por suicidio pueden ser un recurso muy valioso para enseñar a otros las realidades del suicidio. Sin embargo, deben tenerse en cuenta varias consideraciones clave al recoger esa información e incorporarla en una nota periodística sobre el suicidio. Es preciso ser cuidadosos con familiares, amigos y otros que están lamentando

una gran pérdida y quizá estén incluso en crisis. La decisión de entrevistar a alguien que está en duelo por un suicidio nunca debe tomarse a la ligera. Esas personas son especialmente vulnerables al suicidio o a la autoagresión mientras atraviesan su duelo. Respetar su privacidad debe ser más prioritario que escribir una historia dramática. En algunos países, los periodistas se rigen por un código de conducta al realizar esas entrevistas.

- b. Es importante para los periodistas reconocer que, como parte de sus investigaciones, pueden obtener acerca de un suicidio o del difunto conocimientos de los que carecen los testigos o los mismos familiares de este. La publicación de ese material podría ser nociva para quienes han perdido a un ser querido por suicidio. Los periodistas también tienen que verificar cuidadosamente la exactitud de cualquier información recibida de familiares del difunto durante una entrevista porque sus testimonios sobre recuerdos, declaraciones o comportamientos específicamente relacionados con el suicidio quizás estén nublados por su gran aflicción. En caso de que la nota no se relacione con una pérdida reciente, quienes hayan hecho frente a una pérdida por suicidio y deseen contribuir pueden hacer un aporte importante para la concienciación y el ofrecimiento de opciones viables sobre cómo afrontar circunstancias similares. Sin embargo, aunque la pérdida haya ocurrido mucho tiempo atrás, es importante recordar que al hablar de experiencias anteriores relacionadas con el suicidio se pueden desencadenar dolorosos recuerdos y emociones. Quienes han perdido a un ser querido por suicidio y se ofrecen como voluntarios a hablar con los medios de comunicación pueden desconocer las posibles consecuencias personales de la difusión pública generalizada de información privada detallada; por consiguiente, esto se debe abordar de antemano con la persona, y se deben adoptar medidas para proteger su privacidad. En lo posible, antes de la publicación se deben mostrar al familiar del difunto los informes que contengan sus testimonios personales para permitirle que introduzca correcciones u otros cambios.

6. Reconocer que los mismos profesionales de los medios de comunicación se pueden ver afectados por artículos sobre el suicidio

- a. La preparación de una nota periodística acerca de un suicidio puede resonar con las experiencias de quienes la preparan. Aunque pueda ocurrir en cualquier entorno, este efecto podría ser mayor en comunidades pequeñas donde las relaciones son estrechas y los periodistas tienen conexiones locales fuertes. Las organizaciones de medios de comunicación están obligadas a velar por que sus profesionales cuenten con el apoyo necesario —como

posibilidades de seguimiento y apoyo. Estos profesionales no deben vacilar en pedir ayuda si se sienten afectados negativamente de alguna manera.

7. No dar un lugar preponderante a las historias de suicidios y no repetirlas excesivamente

- a. Si se da un lugar prominente a esas historias y se las repite indebidamente, las probabilidades de posteriores comportamientos suicidas serán mayores que si sus presentaciones son más sutiles. Idealmente, los periódicos deberían ubicar sus notas sobre suicidios en la parte inferior de páginas interiores, en lugar de la primera plana o la parte superior de una página interior. Análogamente, las historias de gran alcance sobre un suicidio deben presentarse en segundo o tercer lugar entre las noticias televisivas de última hora e incluso en un orden inferior entre las noticias radiales o en línea, nunca como tema principal. La repetición o la actualización de la historia original se deben abordar con cautela.

8. No emplear un lenguaje sensacionalista ni que normalice el suicidio, como tampoco presentar este como una solución constructiva a problemas

- a. Evítese un lenguaje que sensacionalice el suicidio. Por ejemplo, es preferible informar sobre un “aumento de las tasas de suicidio” antes que declarar una “epidemia de suicidios”. Cuando se informe sobre un suicidio, un mensaje cuyo contenido sea que el suicidio es un problema de salud pública e identifique los factores de riesgo, combinado con un mensaje acerca de la prevención del suicidio, puede ayudar al público a tomar conciencia de la importancia de esa prevención.
- b. También debe evitarse desinformar al público acerca del suicidio, normalizarlo o dar explicaciones simplistas de un suicidio. Los cambios en las estadísticas de suicidios deben verificarse porque pueden señalar fluctuaciones temporales en lugar de aumentos o disminuciones estadísticamente fiables. El uso fuera de contexto de la palabra “suicidio” — por ejemplo, en la expresión “suicidio político”— puede desensibilizar al público acerca de su gravedad. No deben usarse expresiones tales como “suicidio infructuoso” o “suicidio exitoso” porque implican que la muerte es un resultado aconsejable; expresiones tales como “comportamiento suicida no mortal” son más exactas y menos abiertas a malas interpretaciones. La expresión “cometió suicidio” implica que se cometió un delito (el suicidio es un delito penal en algunos países) y aumenta innecesariamente el estigma experimentado por quienes han perdido a una persona por suicidio. Es preferible decir “murió por suicidio” o “se quitó la vida”.

9. No describir explícitamente el método utilizado

- a. Debe evitarse la descripción o explicación detallada del método porque aumenta la probabilidad de que una persona vulnerable copie el acto. Al informar sobre una sobredosis, por ejemplo, podría ser perjudicial detallar la marca o el nombre, la naturaleza, la cantidad o la combinación de medicamentos tomados, o la manera en que se obtuvieron. También se debe actuar con cautela si el método de suicidio es raro o nuevo. Mientras que el uso de un método infrecuente podría aumentar aparentemente el interés periodístico de una muerte, la información sobre el método puede inducir a otras personas a usar ese mismo método. Los métodos nuevos se pueden propagar fácilmente si los medios de difusión los dan a conocer de manera sensacionalista, y las redes sociales pueden acelerar ese efecto.

10. No facilitar detalles acerca del sitio ni la ubicación

- a. Algunos lugares pueden adquirir una reputación de “sitios de suicidio” —por ejemplo, un puente, un edificio alto, un acantilado, una estación de ferrocarril o un cruce donde hayan ocurrido actos suicidas. Los profesionales de los medios de comunicación deben ser muy cuidadosos para no promover esos sitios como lugares de suicidio al utilizar un lenguaje sensacionalista para describirlos o al destacar el número de incidentes ocurridos en esa ubicación. Asimismo, es necesario informar con cuidado acerca de suicidios o intentos de suicidio, en particular de personas vulnerables, en entornos educativos o instituciones específicas (por ejemplo, prisiones, o servicios u hospitales psiquiátricos).

11. No utilizar titulares sensacionalistas

- a. Los titulares se utilizan para atraer la atención del lector transmitiendo lo esencial de la noticia con el menor número posible de palabras. En los titulares deben evitarse la palabra “suicidio” y toda referencia explícita al método y al sitio del suicidio. Si los autores de los titulares no son quienes han escrito el texto principal, estos últimos deben colaborar con los autores de los titulares para velar por que sean apropiados.

12. No usar fotografías, material de video ni enlaces a medios digitales

- a. No deben usarse fotografías ni videos de la escena de un suicidio ni enlaces a redes sociales, en particular si contienen detalles específicos de la ubicación o del método. Además, se requiere sumo cuidado en el uso de imágenes de una persona que ha muerto por suicidio. Si se usan imágenes, debe obtenerse permiso explícito previo de los familiares. Esas imágenes no deben colocarse



en lugares destacados ni deben exaltar a la persona ni al acto suicidas. Las investigaciones indican que las imágenes asociadas con actos suicidas pueden ser reactivadas posteriormente por lectores vulnerables, por ejemplo, durante una crisis personal, y desencadenar comportamientos suicidas. Se recomienda coordinar el trabajo editorial del texto con el de las imágenes porque a veces los responsables del texto no son los responsables del uso de imágenes. No deben publicarse notas de suicidio, mensajes de texto finales, publicaciones en redes sociales ni correos electrónicos del suicidado.

## RECOMENDACIONES DE LA OMS PARA LA PREVENCIÓN DEL SUICIDIO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### *QUÉ 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 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
- Utilización de fuentes de información fidedigna
- Trabajar estrechamente con autoridades de la salud en la presentación de los hechos.
- Referirse al suicidio como un hecho logrado, no uno exitoso.
- Presentar sólo datos relevantes en las páginas interiores.

- Resaltar las alternativas al suicidio.
- Proporcionar información sobre líneas de ayuda y recursos comunitarios.
- Publicitar indicadores de riesgo y señales de advertencia.
- Reconocer que los profesionales mismos de los medios de comunicación se pueden ver afectados por noticias sobre suicidios

### ***QUÉ NO HACER***

- No destacar ni repetir innecesariamente las noticias sobre suicidios
- No utilizar un lenguaje que sea sensacionalista o normalice el suicidio, ni se presente el suicidio como una solución constructiva a problemas. No glorificar ni sensacionalizar el suicidio.
- No describir explícitamente el método utilizado
- No facilitar detalles acerca del sitio ni la ubicación
- No usar titulares sensacionales
- No publicar fotografías, notas suicidas, material de video ni enlaces a redes sociales.
- No dar razones simplistas.
- No usar estereotipos religiosos o culturales.
- No aportar culpas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ministerio de Sanidad. Gobierno de España (2020). Recomendaciones para el tratamiento del suicidio por los medios de comunicación. Manual de apoyo para sus profesionales.
- Organización Mundial de la Salud, OMS. (2000). Prevención del suicidio. Un instrumento para profesionales de los medios de comunicación. Recuperado de: [https://www.who.int/mental\\_health/media/media\\_spanish.pdf](https://www.who.int/mental_health/media/media_spanish.pdf)

Si necesita ampliar información sobre este tema  
o el asesoramiento de profesionales,  
no dude en contactar con el  
**Colegio Oficial de Psicólogos del Principado de Asturias**  
(Tfno. 985 28 57 78 – email: [copasturias@cop.es](mailto:copasturias@cop.es))



**COLEGIO OFICIAL DE PSICÓLOGOS  
DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS**