

Informar sobre el suicidio: rigor, respeto y responsabilidad

Un asunto tan delicado y tan complejo exige un **abordaje integral**, desde distintas perspectivas, y que, además de una mirada a los problemas, contemple posibles soluciones y un punto de vista constructivo y que genere espacios de reflexión. Debemos **romper nuestro silencio**, como así lo reclaman todos los agentes de prevención, para reducir el **tabú**, el **estigma** y los **estereotipos** que envuelven a estas muertes invisibles.

GABRIEL GONZÁLEZ ORTIZ

La tarde del 6 de septiembre de 2019, a las pocas horas del hallazgo del cuerpo de Blanca Fernández Ochoa, recibí un correo electrónico de una psiquiatra: “Te escribo para desahogarme, porque estoy indignada. Es una pena el poco respeto con el que tratan a esta pobre familia, y a otras tantas que estarán pasando por situaciones similares, o en riesgo de suicidio. Y la mala fama que os genera al gremio de periodistas y a nosotros, los profesionales de la salud”. El correo adjuntaba dos enlaces a sendas noticias en las que se pormenorizaba, con todo lujo de detalles, los efectos del medicamento encontrado junto al cuerpo y que, según la psiquiatra, podía dar “ideas” a

personas en un estado de desesperanza. Yo sentía la misma indignación que esa psiquiatra, y aunque intenté convencerla de que muchos errores se debían a la falta de formación y el desconocimiento, también le reconocí que era evidente que la búsqueda de audiencia a cualquier precio estaba detrás de muchas informaciones. Y que, como decía un profesor, “muchos confunden información con grabarlo todo, cuando lo realmente inteligente en el periodismo es saber apagar las cámaras a tiempo”.

Dos meses después, todavía, que yo sepa, no hay una confirmación oficial de la naturaleza de la muerte de la campeona olímpica. De lo que sí hay constata-

Gabriel González Ortiz es periodista de *Diario de Navarra*, miembro de la Comisión Interinstitucional para la Prevención de las Conductas Suicidas del Gobierno de Navarra y autor del libro *Hablemos del suicidio*

ción es de que en aquella cobertura (no todos los medios, desde luego) se cruzaron todas las líneas rojas que la Organización Mundial de la Salud (OMS) marca a los medios de comunicación cuando tratemos el suicidio. Todas. No solo no se apagaron los focos a tiempo, sino que faltó respeto, faltó rigor y faltó responsabilidad, la regla de las 3R, básica para cubrir una información relacionada con un suicidio, y también cualquier suceso. Podría detallar uno a uno todos esos errores, pero no es objeto de este texto remover un caso concreto, sino mirar hacia adelante. Y eso precisamente es lo que hicieron algunos periodistas en aquellos días: por primera vez, el gremio fue autocrítico con una cobertura relacionada con un suicidio. Muchos periodistas de renombre reflexionaron ante su audiencia, asumieron errores, dieron espacio a los expertos y reconocieron, también por primera vez, que era hora de introducir el suicidio en nuestra agenda diaria.

Con el suicidio, los medios no hemos ejercido con término medio. Hemos pasado con demasiada frecuencia del silencio al ruido y, en el caso de Blanca Fernández Ochoa, de la discreción al espectáculo. Pero ¿por qué hemos estado callados durante tanto tiempo? Existen dos razones. Por un lado, los medios no somos un ente ajeno a la sociedad a la que informamos, formamos parte de ella y es una evidencia que el suicidio ha sido, y sigue siendo, aunque menos,

un tabú. Por otro lado, en la facultad siempre se nos advertía de que no había que informar sobre suicidios, porque se podía provocar un efecto contagio: el llamado “efecto Werther”. Acuñado en 1974 por el psicólogo estadounidense David Phillips, debe su nombre a la novela *Las desventuras del joven Werther*, que Goethe publicó en 1774 y causó, según el prólogo actual, 2.000 suicidios en Europa de personas que imitaron al protagonista. Doscientos años después de su publicación, Phillips elaboró un estudio con datos de entre 1947 y 1968 y corroboró que el número de suicidios se incrementaba en todo Estados Unidos al mes siguiente de que *The New York Times* publicara en portada alguna noticia relacionada con un suicidio. A este contagio lo llamó “efecto Werther”.

El efecto contagio no se debe a tratar el tema, sino a hacerlo mal

Es cierto que determinadas informaciones sobre suicidios pueden inspirar a personas en un estado de vulnerabilidad (algunos psicólogos lo vinculan con la teoría del aprendizaje social, que afirma que el comportamiento de las personas se ve a menudo influenciado por el deseo de modelarnos de acuerdo con la manera que se comportan personas importantes en nuestras vidas, entre ellas las celebridades), pero también es una

realidad que todos los expertos coinciden en que no es el hecho de hablar del suicidio lo que puede provocar un efecto contagio, sino la manera en que lo hacemos; no es tratar este tema, sino hacerlo mal. En este punto, la OMS ya estableció unas recomendaciones para periodistas en el año 2000. Aseguró que si se cumplían, no solo se podía evitar el efecto contagio, sino que los comunicadores podían convertirse en un agente más en la prevención. Y ante una realidad que se lleva por delante la vida de 3.500 personas cada año en España, los medios no podemos seguir de perfil ni recrearnos en la inacción de debates estériles sobre si hay que hablar o no, cuando la OMS lleva 20 años reclamándolo y otros países hace tiempo que han implantado medidas informativas al respecto.

Antes de detallar cuáles son esas reglas, convendría aclarar en qué supuestos habría que aplicarlas. Es decir, ¿cuándo un suicidio concreto puede ser noticia? La respuesta quizá sea la más sencilla de cuantos interrogantes plantea este asunto tan complejo y delicado: solo cuando tenga interés público. Un suicidio en particular es privado, a no ser que la persona que se quite la vida sea pública, alguna de las causas que se vinculen al suicidio sea alguna problemática social o el acto de quitarse la vida ocasione consecuencias en la vida pública. Solo en estos tres casos debería ser noticia.

Para la publicación de mi libro *Hable-*

mos del suicidio, consulté jurisprudencia que analizara la colisión entre el derecho a la información y el derecho a la intimidad en informaciones de suicidio. Encontré varias sentencias, una de las cuales condenaba a un medio a pagar 30.000 euros a una personalidad pública por la publicación del suicidio de un familiar suyo. Cito dos frases muy clarificadoras de la doctrina de los tribunales: “Cuando la libertad de información se ejerce sobre ámbitos que puedan afectar a otros bienes constitucionales, como es la intimidad personal y familiar, es preciso que, para que su proyección sea legítima, lo informado tiene que resultar de interés público, no basta con la simple satisfacción de la curiosidad ajena”. “El derecho a la información no justifica hacer público algo tan íntimo, delicado y personal como el suicidio de una persona, algo que puede constituir una clara y evidente intromisión en la intimidad familiar”.

¿Cuándo un suicidio puede ser noticia? Solo cuando tenga interés público

Con estas premisas judiciales y las referencias al suicidio en los libros de estilo de los principales medios de comunicación del país, en los que no se veta la información sobre el suicidio, pero sí se exige una especial cautela, me atrevería a decir que más del 99% de los suicidios

que se producen en España cada año no deberían ser noticia. Pero en los casos de interés público, es necesario adoptar precauciones para sortear el efecto contagio. Algunas de ellas, las más importantes, son las siguientes:

No detallar el método. Existe consenso entre los expertos en que si los medios difundimos que un método ha sido efectivo para quitarse la vida, podemos provocar un efecto contagio. Por citar un par de ejemplos –hay numerosos estudios al respecto–, tras el suicidio de Robin Williams en 2014, el método empleado por el actor creció en Estados Unidos un 32% durante los seis meses siguientes, y el medio utilizado por el exportero del FC Barcelona Robert Enke en 2009 se duplicó durante las dos semanas siguientes y en los dos posteriores se incrementó un 19% en Alemania. Es imposible verificar que todas esas personas que se quitaron la vida estuvieron expuestas a la noticia y si se vieron afectadas de algún modo, si bien los expertos asocian ciertos incrementos a coberturas informativas, pues los incrementos se registraron en el mismo sexo, mismo rango de edad y utilizaron el mismo método que el sujeto de las informaciones. Y pese a que los medios publicamos este tipo de noticias, y damos voz a expertos que lo vinculan a errores en las coberturas informativas –es decir, somos conscientes de los posibles efectos de nuestras informaciones–, volvemos a

publicar titulares como “El DJ Avicii se suicidó con un cristal roto” o, más recientemente, todos los detalles sobre los posibles efectos de un medicamento en el asunto de Blanca Fernández Ochoa. Los medios no podemos continuar en esta situación de ignorancia deliberada, debemos aprender de nuestros errores y no caer en la reiteración.

Huir de tratamientos románticos. La OMS pide no difundir las notas de despedida, puesto que pueden envolver el suicidio en un halo místico o de heroicidad y convertir en mártir a la persona que se ha suicidado. “No hay que glorificar a las víctimas de suicidio como mártires y objetos de adulación pública, pueden sugerir a las personas vulnerables que la sociedad honra el comportamiento suicida”, resalta la OMS. Comparto estas palabras como norma general, pero cuando uno baja a la letra pequeña de la realidad, a la del día a día y del caso concreto, se encuentra con supuestos que, a mi entender, quedan fuera de los límites de esta norma. ¿Qué hacer con una nota de despedida de una persona pública que ya ha sido difundida en las redes sociales por el propio protagonista? Porque ya ha dejado de ser privada. ¿Y qué hacer si en una nota de despedida afloran comportamientos punibles como *bullying* [acoso escolar] o acoso sexual, por ejemplo, en los que alguna pieza del engranaje del sistema ha podido fallar o incluso se señala a posibles responsables? La OMS recomienda no

hablar de culpas cuando se informe del suicidio. Aunque este es un asunto que admite muchos prismas y que analizaré a continuación.

No simplificar las causas. Es uno de los errores más frecuentes: simplificar las causas de un suicidio, cuando hay unanimidad entre los expertos de que es un fenómeno multicausal, no hay una sola causa que explique directa y exclusivamente un suicidio. “Es útil reconocer que una variedad de factores contribuyen al suicidio. No hay que presentarlo como un método para enfrentar problemas personales, como una bancarrota, una incapacidad para aprobar un examen o un abuso sexual”, destaca la OMS. Por lo tanto, titulares del tipo “se suicida por...” son erróneos y, además, peligrosos.

En abril de 2019, leí una noticia encabezada por el título “Segundo suicidio por acoso escolar”, mientras que en el cuerpo de la información afloraban otras posibles causas añadidas. Lo envié a un psicólogo especializado en intervenciones en crisis y esta fue su respuesta: “Nunca se debe dar la noticia porque puede provocar un efecto contagio. No olvidemos que esta notoriedad puede ser atractiva para chicos y chicas que se sienten insignificantes. La noticia debería enfocarse en la necesidad de adoptar medidas contra un escolar vulnerable, especialmente aquellos con ideación suicida, algo frecuente en España (7-10%)”.

También los expertos en psiquiatría

salieron al paso en 2013 ante una oleada de informaciones que vinculaban suicidios a desahucios. Su mensaje fue claro y merece la pena reiterarlo: era un error relacionar directa y exclusivamente un suicidio a un desahucio.

No hay una sola causa que explique directa y exclusivamente un suicidio

Como se ve, simplificando las causas, podemos presentar el suicidio como una salida ante determinados problemas. Si además lo hacemos con famosos, el mensaje que se envía es que si una celebridad, que a los ojos de la gente lo tiene todo (fama, dinero, éxito...) no ha podido con una causa concreta, cómo va a poder él o ella, que son gente corriente. Como alertaba el psicólogo, debemos tener mucho cuidado con contenidos que “inspiren” a otros que pueden estar en una situación similar, y nos debemos volcar en publicitar las alternativas y dar voz a los expertos para que nos ilustren, a los periodistas y a la sociedad, del peso que tienen determinados factores de riesgo en los suicidios. Hace poco, por ejemplo, leía a un experto en psiquiatría que aseguraba en *El Diario Vasco* que sufrir acoso escolar multiplica por cuatro el riesgo de suicidio. Así, recurriendo a expertos que abran el foco del caso concreto a la generalidad, es como se debe dar continuidad a un suceso de

estas características.

Cuando a la mesa de un periodista llega un suicidio que se vincula a un caso de *bullying*, desahucio, violencia de género y otras problemáticas, el profesional sabe que tiene un tema muy complejo por cubrir. Y se hace preguntas: qué dices, qué no dices, cómo lo dices, cómo das seguimiento a una noticia de tanto impacto, cómo consigues la información, cómo la contrastas, qué fiabilidad tienen algunas fuentes... Son interrogantes que yo me planteo con sucesos delicados y complejos, en los que es fácil patinar con el tratamiento si no se anda con mucho tiento y cautela. Los periodistas no podemos pretender tener toda la información antes que la policía o el juez ni tener las respuestas de lo ocurrido en unas horas o en unos días, disponer de inmediato de un puzle completo cuando, en muchos casos, la familia no lo llega a completar nunca. Hay que actuar con mucha prudencia, porque podemos equivocarnos; con rigor, no podemos dar altavoz a cualquiera; con responsabilidad, puesto que podemos vulnerar el derecho a la intimidad e incluso dar detalles susceptibles de provocar un efecto contagio o señalar culpables de forma precipitada, y con respeto, mucho respeto, porque ha muerto una persona y a su alrededor hay un dolor insoportable. La regla de las 3R. Y si el avance de la investigación evidencia un fallo del sistema o responsabilidades penales, entonces sí, los periodistas deben

ser categóricos y denunciarlo informativamente.

Imágenes. La OMS recomienda no publicar fotografías sobre suicidios concretos, una directriz que en España sí que se cumple en la inmensa mayoría de los casos. No obstante, fruto de mi contacto con supervivientes al suicidio (personas que han perdido a un ser querido), he descubierto que hay otro tipo de fotos que los medios publicamos con asiduidad las cuales les generan un inmenso dolor. Y aquí he de decir que la ignorancia es la que nos lleva a hacerlo. Me refiero a informaciones que abordan el fenómeno del suicidio y que se ilustran con vías del tren, una persona asomada a un precipicio, pastillas, una soga... Los medios de comunicación, entre otras carencias, todavía no hemos resuelto la forma con la que ilustrar nuestras informaciones de suicidio. ¿Ilustraríamos una información sobre alcohólicos anónimos con una botella de whisky? Lo dudo. Pero estoy seguro de que si los periodistas supiéramos el dolor que generan estas imágenes, ya que la mayoría lo desconoce, dejaríamos de publicarlas.

Lo mismo ocurre cuando utilizamos el término suicidio en crónicas deportivas, políticas... Considero que emplear algo tan doloroso para tantísima gente como simple metáfora debería evitarse.

A estas directrices habría que sumar otras muy apropiadas para la cobertura de un suicidio noticioso. Incluir teléfonos y direcciones de los servicios de

ayuda en las informaciones (se hace en violencia de género), no caer en el sensacionalismo y evitar dar excesivos detalles, no hablar de suicidio exitoso, no aportar culpas, no difundir los lugares públicos más utilizados para quitarse la vida... En este último apartado se incardina el que posiblemente sea el caso más frecuente de suicidio que llega a una redacción: alguien se ha quitado la vida, o lo ha intentado, y su acción ha alterado el discurrir de algún medio de transporte público.

Hace unos meses, durante una conferencia, una responsable de emergencias me preguntó qué hacer en casos de suicidios en el metro. Le respondí que, si tenía afección pública, era susceptible de ser noticia, y que la envergadura de la misma dependía de sus consecuencias públicas; aunque, a mi entender, no era necesario explicitar que se trataba de un suicidio, pues no aportaba nada y podía generar efecto contagio. A la salida de la charla, se me acercó una mujer y me dijo que entendía mi postura, pero añadió dos cuestiones que se me quedaron grabadas: “¿Tan vergonzoso fue lo que hizo mi hijo que no se puede ni nombrar? ¿No es contradictorio decir que tenemos que hablar del suicidio para eliminar el estigma y a la vez referirse a él con eufemismos?”.

A los pocos días, y con estas palabras todavía rondando en mi cabeza, participé en otra conferencia con unos compañeros de profesión. Durante la mesa

redonda, un periodista narró el debate que suscitó en su redacción el caso de un suicidio que obligó a cortar una de las principales arterias de la ciudad en hora punta. Al final, decidieron obviar que se trataba de un suicidio. Al día siguiente, familiares de esta persona se presentaron en el periódico y les dieron las gracias por haberlo ocultado.

Como se ve, en informaciones de suicidios (y también en cualquier suicidio), el mismo comportamiento puede generar reacciones contradictorias, ya que trabajamos con la materia prima más sensible que existe: personas en un estado vital de gran vulnerabilidad. Después de mucho reflexionar, sigo manteniendo que no es necesario y no aporta nada explicitar que se trata de un suicidio: se da a entender por la forma de dar la noticia, es la acción mecánica, y no sus motivaciones personales, la que ha originado esa alteración pública. Así, se minimiza el posible efecto contagio; y, en relación con su entorno, creo que la reflexión de esa madre que se me acercó tras mi conferencia es fruto de un duelo madurado. En directo, en los dolorosos instantes inmediatos al suicidio de un ser querido, estoy convencido de que informaciones explícitas pueden agrandar el dolor, ya de por sí insoportable, que están padeciendo en su entorno.

Explorar el término medio

Los medios no podemos conformarnos con jugar un papel reducido a no co-

meter errores en los suicidios concretos para no aumentar las cifras, sino potenciar los aciertos para reducir el tabú, el estigma, desenterrar los falsos mitos y, en última instancia, contribuir a que las tasas de suicidio descendan. Debemos explorar por fin el término medio, lejos de los extremos del silencio y el ruido. En este aspecto, es importante abordar de una vez el suicidio como lo que es, un grave problema de salud pública y un fracaso como sociedad. A base de silenciar los casos concretos, los medios también hemos puesto una venda en los ojos a la sociedad sobre el fenómeno global, y hemos obviado una realidad que entre 1996 y 2016 se llevó por delante la vida de al menos 71.473 personas, según la estadística oficial, siempre por debajo de la cifra real. A esto hay que sumarle las 20 tentativas que existen por cada suicidio consumado y las seis personas que, de media, se ven directamente afectadas de manera intensa por el suicidio de un ser querido. Los periodistas no podemos seguir de perfil ante una realidad de semejante magnitud e impacto en la sociedad. Lo exige, incluso, el Código Deontológico Europeo, que reclama a los medios una postura activa en la solución de los problemas sociales.

Lo hemos hecho con la violencia de género. Hace dos décadas, los medios de comunicación no informábamos sobre violencia de género, porque se consideraba algo del ámbito privado de las personas. Si lo hacíamos, caíamos en

estereotipos, estigmas, morbo... Y hoy en día, aunque persistan ciertos tratamientos censurables, los medios españoles somos un referente mundial en visibilizar y concienciar sobre violencia de género. Así lo reconoce la Fiscalía General del Estado, lo hicieron hace poco en Francia... De hecho, la población española es la más concienciada de Europa sobre esta problemática. Lo dice el Eurobarómetro. Según publicó *El País* en marzo de 2017, más del 70% de lituanos, letones o daneses –y más del 60% de polacos o británicos– consideran que el comportamiento provocador de las mujeres es una causa de la violencia doméstica. En España, ese porcentaje es del 33%, el más bajo de toda Europa. Según profundizaba el artículo, un 8% de los españoles justifican el sexo sin consentimiento en alguna circunstancia, el porcentaje más bajo tras Suecia (6%) y muy inferior a la media europea (27%) y al 40% de belgas o 31% de franceses. ¿Alguien tiene duda de que los medios no hemos influido en estas percepciones?

Durante mucho tiempo se advirtió también del posible efecto contagio de informar sobre violencia de género. Aunque las cifras lo desmienten. Según el Observatorio de la violencia de género, las víctimas mortales entre 2003 y 2017 han oscilado siempre entre 44 y 76 fallecidas en España. Pero si entre 2003 y 2010 la media anual de mujeres fallecidas era de 68, de 2011 a 2017 esta cifra ha bajado a 54. Muchísimas, desde

luego, si bien en violencia de género no está demostrado que una mayor atención mediática haya provocado un efecto contagio. “Hablar sobre violencia de género salva vidas”, me decía Ángeles Carmona, presidenta del Observatorio cuando le entrevisté para mi libro. Hablar del suicidio, pero hacerlo bien, también puede salvar vidas.

Hay que difundir con más asiduidad las distintas estadísticas públicas

Si hemos cubierto este trayecto en violencia machista, los medios estamos capacitados para hacerlo con el suicidio, posiblemente el único gran tema de la humanidad que aún no hemos abordado. Entre todos, los periodistas, con la colaboración de expertos en materia de prevención y de las Administraciones públicas, debemos construir la nueva narrativa pública en torno al suicidio. No podemos olvidar que los medios influimos en cómo se ve la sociedad a sí misma, por lo que si empezamos a hablar con rigor, respeto y responsabilidad del suicidio, podemos contribuir a que deje de ser poco a poco un tabú y a reducir el estigma; y a facilitar que la población tenga conocimiento y se sensibilice ante la existencia de este problema.

Estoy convencido de que la mayoría de los ciudadanos desconoce que cada año se suicidan en España más de 3.500

personas. “Esta forma de morir, rodeada todavía de estigma, viene acompañada por el silencio, un silencio que impide tomar conciencia de que es un problema real, cercano, que afecta a familias, a vecinos, a conocidos y que se da y se ha dado en todas las clases sociales, en todas las edades y en todos los países. Un silencio que mata”, afirmaba en una nota en septiembre de 2019 Besarkada-Abrazo, la asociación de familiares que han perdido a un ser querido por suicidio en Navarra. E insistía en que el “miedo y el desconocimiento sobre cómo abordarlo” se combate, entre otras medidas, con la información y campañas de sensibilización.

¿Y cómo se debe abordar informativamente el fenómeno global del suicidio? Un problema tan delicado y tan complejo exige un abordaje integral, desde distintas perspectivas, y que, además de una mirada a los problemas, contemple posibles soluciones y un punto de vista constructivo, y que genere espacios de reflexión.

De entrada, tenemos que difundir con más asiduidad las distintas estadísticas públicas sobre suicidios y tentativas, y también la existencia y conclusiones de proyectos en materia de prevención. Y aquí compete a las Administraciones públicas facilitar información periódica a los periodistas para que la ciudadanía tenga un mayor conocimiento de esta problemática. La Dirección General de Tráfico (DGT) también se detuvo hace

años en conocer la percepción que tenía la población de las víctimas en carretera, para después trabajar sobre ello. En 2004, cuando había 5.500 muertos al año en tráfico en España, realizó una encuesta y comprobó que los ciudadanos no conocían la envergadura del problema: el 80% creía que eran menos de 800. Entonces se impuso como reto dar a conocer esa realidad y trasladar que el problema no era solo del vecino y que cualquiera podía morir en el asfalto. Es necesario replicar esta estrategia con el suicidio.

La DGT también aborda informativamente las causas que provocaban víctimas por accidentes de tráfico: velocidad, uso del cinturón, abuso de alcohol y drogas... El periodismo también puede contribuir a desestigmatizar las causas del suicidio, sobre todo la relativa a la salud mental. Todas las entrevistas a celebridades que han superado una depresión (en los últimos meses han prestado su testimonio Michael Phelps, Edurne Pasabán, James Rhodes, Mercedes Milá...) son contenidos que inspiran a personas que se encuentran en la misma situación. En abril de 2019, la reina Letizia acudió en Madrid a la presentación de la guía con recomendaciones para los medios de comunicación sobre cómo informar acerca de la salud mental. Me pareció algo realmente muy positivo, porque tuvo mucho eco en los medios y un respaldo así le da la relevancia que merece un tema muy ligado al suicidio, que aún carece de una guía así.

Desde el Ministerio de Sanidad se ha puesto en marcha recientemente un grupo de trabajo para elaborar una serie de recomendaciones informativas, con objeto de que los medios de comunicación aborden el suicidio. No obstante, una medida con tanto potencial y que llega con más de 20 años de retraso –los que lleva la OMS pidiendo a los medios que actúen– requiere muchísima más ambición, rapidez y determinación. Como decía un psiquiatra en una conferencia, perdemos demasiado tiempo inventando la rueda, cuando podemos aplicar desde ya estrategias que han funcionado en otros países y otras problemáticas.

Cada vez se ven más y mejores tratamientos sobre suicidios

Los medios de comunicación también podemos informar periódicamente sobre las señales de alarma y factores de riesgo ante los que hay que actuar si se detectan en el entorno más cercano. Es una frase recurrente de las personas que han perdido a un ser querido por suicidio: “Si hubiera sabido entonces lo que sé ahora, habría actuado de otra manera”. En este sentido, los medios podemos formar a la población en estas señales de alarma (incluirlas como enlace en cada información sobre el tema, por ejemplo) y cumplir una de las funciones clásicas del periodismo: informar, formar y en-

tre tener. También debemos dar altavoz a los que sobrevivieron a un intento de suicidio y a los que han perdido a un ser querido por suicidio. Un denominador común en las personas que se suicidan es la falsa creencia de que su entorno descansará si se van, cuando en realidad lo que genera un suicidio es un dolor insoportable. Por este motivo, dar a conocer los efectos devastadores que provoca un suicidio se convierte en un factor de prevención muy importante.

Con todas estas medidas, los medios podemos empezar a hablar del suicidio con la seguridad de que no nos equivocamos –otra de las razones que nos ha llevado al silencio ha sido esa, el miedo a cometer errores en un tema tan sensible– y con la conciencia de que estamos jugando nuestro papel como agentes de transformación social y contribuir a mejorar la sociedad a la que informamos. Debemos romper nuestro silencio, como así lo reclaman todos los agentes de prevención, para reducir el tabú, el estigma y los estereotipos que envuelven a estas muertes invisibles.

Poco a poco, algo está cambiando, y cada vez se ven más y mejores tratamientos sobre el tema, señal de que estamos en el mismo punto en el que se encontraba la violencia de género hace

dos décadas. Es cierto que queda todo por hacer y que hay que acelerar el paso, pero existe consenso entre los especialistas en que nos encontramos en un momento de transición en torno al paradigma informativo del suicidio.

En este contexto, el 10 de octubre de 2019 también recibí correos electrónicos de psicólogos, psiquiatras y una madre que había perdido a su hijo por suicidio. *El Mundo* había publicado un completísimo reportaje sobre el suicidio encabezado por una portada maravillosa con una “carta de vida” manuscrita por un hombre que tras cuatro intentos de suicidio había reencauzado su vida y agradecía estar vivo. Un testimonio que inspiraba, conmovía, removía, concienciaba y visibilizaba, todo lo que requiere la prevención del suicidio desde el punto de vista de la comunicación. “¡Impresionante!”, “¡conmovedor!”, “así sí, qué gran trabajo” eran algunos de los mensajes que recibí. Así sí. Con periodismo. Un periodismo que juega su papel activo de servir a la sociedad a la que informa, que dignifica el oficio y que no te hace agachar la cabeza como ante determinadas coberturas, sino levantarla con orgullo.

Hablemos del suicidio. Pero hablemos bien. ■