

Introducción

Un cambio urgente y necesario

*«Nadie muere por hablar del suicidio.
Lo que mata es el silencio»*

Cecilia Borrás

—su hijo se suicidó—

El título provisional de este libro cuando empezó a redactarse no era «Hablemos del suicidio. Se llamaba «Medios de comunicación, nuevas formas de prevenir el suicidio». Y aunque a un periodista que lleva ejerciendo desde 1998 y esté especializado en temas de sucesos y tribunales (en Diario de Navarra) se le presuponga cierta habilidad para titular, he de reconocer que el encabezado original era incorrecto o cuando menos bastante pobre. Lo era porque hablar de «nuevas» formas de prevención lleva implícito que antes hubo «viejas» formas de prevención. Y eso no es del todo cierto. Tradicionalmente, la única prevención que han adoptado los medios con respecto al suicidio ha sido la de callarse, sin que tampoco esté claro que el silencio haya ayudado a prevenir estas conductas.

Como periodista que trabaja en la Comisión Interinstitucional para la Prevención de las Conductas Suicidas del Gobierno de Navarra desde 2014, también se puede presuponer que debería conocer la fórmula para escribir sobre este asunto tan complejo. Desgraciadamente, tampoco es cierto. Hace un tiempo me encargué de redactar una noticia relacionada con un suicidio y esa

misma tarde al llegar a la redacción me encontré con un *post it* pegado en el teclado. Un *post it* en tu ordenador casi nunca es una buena noticia cuando trabajas en la sección de sucesos y tribunales. Y así era: había llamado una familiar directa de la persona que se había quitado la vida. Le devolví la llamada, como no podía ser de otra manera, y enseguida comenzó a reprocharme varios puntos de mi artículo. Lo hizo con una educación exquisita, con esa palidez en la voz tan característica de las personas que han sufrido lo que no se puede uno imaginar, pero con un mensaje tan duro, tan rotundo y con tanta razón que me desarmó por completo. Me preguntó con qué derecho había publicado algo así de su ser querido y con qué derecho les había arruinado el día. A cada palabra que escuchaba, se estremecía una parte de mi cuerpo. Cada vez iba sintiéndome más y más pequeño al otro lado del teléfono. Solo acerté a responder que nuestra premisa siempre que redactamos una noticia con víctimas es no agrandar el sufrimiento que están padeciendo los allegados —o por lo menos intentarlo, porque no siempre es posible—, y que, si en este caso había conseguido el efecto contrario, era señal de que me había equivocado. Y que le pedía disculpas de todo corazón.

En mi defensa, y en la de todo el colectivo, tengo que decir que nuestra labor como periodistas ante un tema tan delicado como el suicidio no es sencilla. La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda una colaboración estrecha entre los profesionales que trabajan con el suicidio y los medios de comunicación. También reclama una formación a los periodistas para abordar este tipo de asunto. Pero nada de esto se ha hecho en España. Sí en otros países como Estados Unidos, Nueva Zelanda, Finlandia y Austria, por ejemplo, donde tienen asumido que el suicidio es un fracaso como sociedad y por eso dan mucha importancia a las informaciones que se publican al respecto, hacen un seguimiento de las mismas y llevan a cabo ambiciosas campañas para prevenirlo.

Campañas como la realizada en 2013 en Corea del Sur y que demuestran que, tal y como sostiene la Organización Mundial de la Salud, el suicidio se puede prevenir. Y que la comunicación es una herramienta fundamental. En el país con la tasa de suicidios más elevada del planeta (29,1 muertes por cada 100.000 habitantes en 2012, cuando en España fue de 7,6), *Samsung Life Insurance* y *Cheil Worldwide* decidieron intervenir en el puente Mapo de Seúl, uno de los lugares más utilizados para quitarse la vida (108 personas en los cinco años anteriores). Pretendían cambiar la percepción social de ese lugar, querían hacer de él un punto de exaltación de la vida y no de la muerte. Con este fin colocaron a lo largo de la barandilla del puente unos sensores de movimiento que iluminaban determinados mensajes e imágenes conforme avanzaban los peatones. «Lo mejor está por venir», «¿cómo te gustaría que te recordaran?» eran algunos de los lemas, escogidos después de consultar con psicólogos y activistas en la prevención del suicidio. También había fotografías de niños sonrientes, parejas de abuelos y hasta una estatua de dos amigos en la que uno posaba su mano en el hombro del otro sobre el lema «solo una vez más». En tres meses, los suicidios descendieron un 85%.

En España, 3.569 personas se quitaron la vida en 2016, casi el doble de muertos que en accidente de tráfico (1.890), doce veces más que por homicidio (292) y 81 veces más que por violencia de género (44). Si en lugar de «suicidio», el término del enunciado anterior hubiera sido terrorismo, hambre, drogas o cualquiera de las otras causas de la comparativa, todos los medios de comunicación del país habrían abierto sus ediciones con esta noticia, la oposición estaría pidiendo explicaciones al gobierno, las redes sociales enardecerían y las calles se poblarían de manifestantes. Pero esas 3.569 personas murieron por suicidio. Y un silencio casi helador, o sin casi, recorrió todas y cada una de estas muertes. Nadie informó de ellas, nadie más allá de su entorno supo de su existencia y las

pocas voces que se levantaron a pedir difusión de la primera causa de muerte externa en España apenas tuvieron un mínimo eco. No hay, ni se esperan, iniciativas como las de otros países que sí han implantado un Plan Nacional para la Prevención del Suicidio. Tampoco demasiadas informaciones que aborden desde el rigor esta realidad, al menos no con la intensidad y cobertura que las cifras merecen. Y sin ninguna presión social ni mediática, a los distintos gobiernos les resulta muy cómodo seguir mirando para otro lado y no poner los medios necesarios para prevenir este gravísimo problema de salud pública. En 2018, pese a lo alarmante de las cifras, se sigue sin implantar un plan nacional de prevención en España.

Los medios de comunicación no informan del suicidio como norma general. Salvo casos excepcionales, la creencia de que hacerlo puede provocar un efecto contagio ha llevado a las redacciones a obviar la inmensa mayoría de los sucesos. Paradójicamente, solo rompen el silencio con casos mediáticos en los que los criterios de prevención, los mismos que justifican esa política callada, saltan por los aires y en demasiadas ocasiones se sobrepasan infinidad de límites que según la Organización Mundial de la Salud sí pueden provocar un efecto contagio. Pero en líneas generales, la práctica habitual de silenciar los casos concretos ha tenido como efecto que se silencie también el fenómeno global. Que el suicidio sea invisible.

Lo que en realidad han contagiado los medios –y los profesionales de la prevención con sus tímidos acercamientos– ha sido precisamente eso, el silencio: un silencio social que en muchas ocasiones lleva a los que sufren a callar en lugar de hablar y pedir ayuda, un silencio que agrava el duelo ya de por sí insoportable de los que han perdido un ser querido por suicidio, un silencio en el que han arraigado con fuerza los estigmas y el tabú, y un silencio que no ha ayudado a que los gobiernos actúen.

Ha llegado la hora de cambiar este enfoque. Lo piden desde hace años los expertos en salud mental, los agentes que trabajan en la prevención de los suicidios y los familiares. Reclaman que los medios de comunicación hablen ya del suicidio, porque un instrumento tan importante en materia de prevención e influencia social no puede seguir inutilizado. También lo reclama la realidad. Hay que hablar del suicidio porque de hecho ya se está hablando, y mucho, en internet. Según un estudio del Consejo Audiovisual de Cataluña, en *Google* había en 2017 un total de 1,8 millones de páginas con contenidos peligrosos para personas en riesgo de suicidio. Y si los profesionales de la comunicación y la prevención no dan un paso al frente y comienzan a trabajar juntos y a ejercer su jerarquía de una manera sostenida, estarán permitiendo que el debate público en torno al suicidio se propague por estos canales sin ningún tipo de control ni rigor.

Hay que hablar del suicidio. El problema es que nadie dice cómo se puede hablar en los medios para sortear el efecto contagio más allá de unas normas muy básicas para los casos concretos. De qué se puede hablar, cómo, para quién, de qué manera... Pero hay que hacerlo. Es hora de analizar cómo se puede hablar del suicidio de otra manera, alejándose del tratamiento informativo del caso concreto para abordar el tratamiento del fenómeno global con una perspectiva formativa. Es hora de insistir en un buen abordaje de los suicidios noticiosos, por supuesto, pero no restringir la labor de prevención a estos sucesos individuales. Es hora de emprender una estrategia integral y permanente. De hablar también de las causas y de las consecuencias del suicidio, de los *puntos negros* que jalonan esa carretera que conduce al desenlace, como hacen las campañas de la Dirección General de Tráfico. También de las cifras que rodean este fenómeno y otras estrategias que se siguen en materia de violencia de género, como la difusión de las señales de alarma y cómo actuar ante ellas. De adoptar las técnicas del marketing

social, ese que busca cambiar comportamientos de los ciudadanos mediante métodos de marketing comercial. De explorar un buen uso de las redes sociales para contrarrestar las tantísimas páginas tóxicas y peligrosas.

Ha llegado el momento de hablar, de romper la política tradicional de los medios y de normalizar este tema –con respeto, responsabilidad y rigor– como uno más en el ecosistema informativo, porque solo así desaparecerán los estigmas y el tabú de la conversación pública sobre el suicidio. Y solo así los medios de comunicación podrán desempeñar un papel más activo y ambicioso en materia de prevención que el actual, restringido a no cometer errores en lugar de buscar los aciertos, a no aumentar la cifra de suicidios por contagio en lugar de ayudar a reducirlos.

«Nadie muere por hablar de suicidio, lo que mata es el silencio», asevera Cecilia Borrás, psicóloga que perdió a un hijo por esta causa y que dirige *Después del Suicidio-Asociación de Supervivientes*.

Hablemos, entonces, del suicidio.