

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POSIBILIDADES DE PREVENCIÓN: EL EFECTO PAPAGENO**

Agustín Bermejo Pastor

Iñigo Alberdi Paramo

Mar Jimenez Cabañas

Belén Rodado Leon

Ana Garcia Carpintero

Germán Montero Hernández

[agusbermejo@gmail.com](mailto:agusbermejo@gmail.com)

Papageno, suicidio, medios de comunicación

**RESUMEN**

Ante el auge de las nuevas tecnologías y las redes sociales, el debate sobre el papel de los medios de comunicación en la conducta suicida ha recobrado fuerza, de forma particularmente importante en poblaciones vulnerables como los adolescentes. En contraste con el ya estudiado efecto Werther, que muestra un aumento de la tasa de conductas suicidas ante cierto tipo de publicaciones, ha sido descrito el denominado efecto Papageno. Dicho fenómeno ha sido probado en diversos estudios y propone que un uso adecuado de la información acerca del suicidio por parte de los medios de comunicación puede tener un efecto protector sobre este tipo de conductas. La información proporcionada en cuanto al suicidio, por parte de los medios de comunicación, debe centrarse en testimonios de personas que han superado una crisis suicida, describiéndose las actitudes positivas que facilitaron esta superación. Todo esto ha llevado a la publicación por parte de la OMS de un conjunto de recomendaciones dirigidas a los medios de comunicación, de cara a mejorar la calidad de la información proporcionada por estos, dotándola de un efecto protector sobre la conducta suicida. Esta situación toma una mayor complejidad con el aumento exponencial de redes sociales y medios de comunicación alternativos y no oficiales, que, si bien proporcionan una gran riqueza y variedad en cuanto a la temática a la que se puede acceder, facilitando el acceso masivo e inmediato a todo tipo de información, también dificultan el control de ésta con fines preventivos como los ya descritos.

## **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POSIBILIDADES DE PREVENCIÓN:**

### **EL EFECTO PAPAGENO**

#### **CONTROVERSIAS SOBRE EL EFECTO WERTHER**

Tras la descripción del ya comentado Efecto Werther, la comunidad médica ha mostrado recelo hacia todo tipo de noticias relacionadas con el suicidio. Sin embargo, la magnitud de dicho efecto parece ser menor que la de otros factores de riesgo clásicos, siendo específico para algunos grupos de edad, especialmente jóvenes y ancianos, teniendo un efecto mucho menor sobre otros sectores de la población. Esto podría deberse fundamentalmente al grado de identificación del receptor con el protagonista del acto suicida publicado, siendo edad y género dos factores clave en la construcción de la identidad.

Existen muchas más publicaciones sobre el efecto Werther que sobre un posible efecto protector de los medios de comunicación. Por otro lado, parece haber existido un sesgo de publicación, haciendo que aquellos estudios que encontraban una correlación entre número de publicaciones y número de suicidios fueran publicados con más facilidad que los que no la mostraban.

Finalmente, la mayoría de los artículos que relacionan medios de comunicación y suicidalidad realizan una evaluación cuantitativa de las publicaciones en prensa, no teniendo en cuenta las diferencias cualitativas en el contenido de las noticias, así como la forma en que la población las entiende. Por esto, hasta hace pocos años, solo había sido posible encontrar una correlación entre las noticias tratando el suicidio y las tasas de suicidio, sin hacer matices en qué tipo de noticias se relacionan con mayores tasas de suicidio, sugiriendo que la única forma de prevenir el suicidio sería omitir cualquier tipo de noticia sobre este fenómeno en los medios de comunicación.<sup>(1-3)</sup>

#### **EL EFECTO PAPAGENO**

En el contexto de la investigación y los intentos de prevenir el suicidio actuando sobre los medios de comunicación, empezó a ser propuesto de forma teórica un supuesto efecto protector de las noticias sobre suicidio, que fuera más allá de la simple reducción de dichas noticias para evitar el efecto Werther. Sin embargo, no fue hasta 2010, cuando Niederkrotenthaler y cols. llevaron a cabo un estudio estadístico al respecto.

En dicho estudio, se realizó un análisis cualitativo de las noticias publicadas, así como de su relación con los suicidios posteriores, descubriendo que el efecto producido por las noticias puede estar condicionado por cómo se trate el tema del suicidio, no reduciéndose a la mera condición de hablar sobre él.

Se encontró que las noticias que hacen referencia a la ideación suicida individual que no se asocia a suicidios consumados puede llevar a una disminución de los suicidios posteriores.

## **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POSIBILIDADES DE PREVENCIÓN:**

### **EL EFECTO PAPAGENO**

Esto podría justificar, en parte, los resultados hallados en numerosos estudios previos que no encontraban una asociación significativa entre noticias sobre suicidio, ya que dos efectos actuando en diferentes direcciones podrían estar compensándose mutuamente.

Por tanto, quedó descrito un efecto consistente en la reducción de los suicidios tras la publicación de noticias que tratan la ideación suicida aislada de actos suicidas consumados. Este efecto tomaría especial fuerza cuando en las publicaciones se habla de individuos con ideación suicida que han encontrado alternativas positivas como respuesta a sus problemas.

El fenómeno descrito fue denominado el Efecto Papageno, en honor al personaje de la ópera de W.A. Mozart "La flauta mágica". En esta obra, Papageno, un joven enamorado (al igual que el joven Werther), se plantea la idea del suicidio como respuesta a sus problemas de desamor, pero es detenido por tres personajes que le muestran otras alternativas ante esta situación.

El descubrimiento del efecto Papageno ha llevado a la confección de varias guías proponiendo directrices sobre la publicación de noticias en relación con el del suicidio. <sup>(4,5)</sup>

### **LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA PREVENCIÓN DEL SUICIDIO**

En lo referente a los medios de comunicación, el panorama ha cambiado de forma radical en los últimos años. En la actualidad es posible la difusión de noticias a todo el mundo de forma instantánea, no quedando al margen la información sobre salud mental y sobre temas como el suicidio. Con este cambio, se reaviva el debate sobre el papel de los medios de comunicación en la prevención del suicidio.

En la búsqueda de más información sobre el papel que juega internet en la prevención de suicidio, se han realizado varios estudios en los cuales se ha encontrado que, si bien diversas webs permiten acceder de forma rápida a información sobre métodos suicidas que podrían aumentar la tasa de suicidios, existen también muchas webs promovidas por organizaciones oficiales que podrían colaborar en la prevención del suicidio.

Estas webs, en las cuales se trata el tema de la ideación suicida, así como de casos particulares de personas que han encontrado estrategias de afrontamiento alternativas, parecen ayudar a los usuarios a sentirse menos aislados y más confiados en su capacidad de hacer frente de forma constructiva a la ideación suicida. Estas publicaciones llevarían a una disminución de la ideación suicida en los sujetos expuestos a estas fuentes de información. El efecto descrito parece ser mayor en las personas con una especial vulnerabilidad, que están pasando por circunstancias adversas o presentan ideación suicida importante.

## **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POSIBILIDADES DE PREVENCIÓN:**

### **EL EFECTO PAPAGENO**

A parte de las diferentes webs que tratan el tema del suicidio y la ideación suicida, el nuevo panorama de las comunicaciones plantea nuevas ramas de estudio, como el análisis de los comentarios espontáneos dejados por los lectores de las noticias en las diferentes plataformas y el efecto de esta interacción en los lectores sobre la ideación suicida.<sup>(5,6)</sup>

### **RECOMENDACIONES PARA LA REDACCIÓN DE NOTICIAS SOBRE SUICIDIO**

La Organización Mundial de la Salud, al igual que otras organizaciones oficiales, ha desarrollado tres guías con recomendaciones para la comunicación de los suicidios en medios de comunicación. El más reciente de estos documentos, publicado en 2017, tiene en cuenta tanto el efecto Werther como el efecto Papageno, por lo que, al contrario que los documentos previos, no se limita a desaconsejar la publicación de datos sensacionalistas sobre los casos de suicidio, sino que también hace hincapié en la importancia de tratar la ideación suicida y las diferentes formas de hacerle frente.

Algunas de estas recomendaciones son<sup>(7)</sup>:

- Proporcionar información precisa sobre dónde buscar ayuda ante la ideación suicida, educando al público sobre el suicidio y su prevención sin extender mitos.
- Publicar historias sobre cómo afrontar los estresores vitales o pensamientos suicidas y como obtener ayuda.
- Tener especial precaución al comunicar suicidios de personas famosas y al entrevistar a familiares o amigos afligidos de las víctimas.
- Reconocer que incluso los propios profesionales de la comunicación pueden estar afectados por historias relacionadas con el suicidio.
- No situar las historias sobre suicidio en las páginas principales y no repetirlas de forma innecesaria. No usar titulares sensacionalistas. No usar lenguaje que sensacionalice o normalice el suicidio, o que lo presente como una solución constructiva a los problemas.
- No describir de forma explícita el método usado por la víctima ni aportar detalles sobre el lugar del suicidio. No emplear fotografías, vídeos ni links a medios de comunicación.

Medidas como estas recomendaciones, insistiendo a los medios de comunicación en un cambio en la forma de mostrar datos sobre el suicidio han conseguido en algunos países reducir las noticias sensacionalistas, aunque aún no han sido eficaces en el objetivo de aumentar el número de publicaciones enfocadas activamente a la prevención.<sup>(1,8)</sup>

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POSIBILIDADES DE PREVENCIÓN:

### EL EFECTO PAPAGENO

#### BIBLIOGRAFÍA

- Robinson J, Cox G, Bailey E, Hetrick S, Rodrigues M, Fisher S, et al. Social media and suicide prevention: a systematic review. *Early Interv Psychiatry*. 2016 Apr;10(2):103–21.
- Sisask M, Varnik A. Media roles in suicide prevention: a systematic review. *Int J Environ Res Public Health*. 2012 Jan;9(1):123–38.
- Hawton K, Williams K. Influences of the media on suicide. Vol. 325, *BMJ (Clinical research ed.)*. 2002. p. 1374–5.
- Niederkrotenthaler T, Voracek M, Herberth A, Till B, Strauss M, Etzersdorfer E, et al. Role of media reports in completed and prevented suicide: Werther v. Papageno effects. *Br J Psychiatry*. 2010 Sep;197(3):234–43.
- Till B, Tran US, Voracek M, Niederkrotenthaler T. Beneficial and harmful effects of educative suicide prevention websites: randomised controlled trial exploring Papageno v. Werther effects. *Br J Psychiatry*. 2017 Aug;211(2):109–15.
- Robinson J, Rodrigues M, Fisher S, Bailey E, Herrman H. Social media and suicide prevention: findings from a stakeholder survey. *Shanghai Arch psychiatry*. 2015 Feb;27(1):27–35.
- WHO | Preventing suicide: a resource for media professionals - update 2017. WHO. 2018;
- Cheng Q, Chen F, Lee EST, Yip PSF. The role of media in preventing student suicides: A Hong Kong experience. *J Affect Disord*. 2018 Feb;227:643–8.