

A photograph of a narrow, gravelly path winding through a dense, moss-covered forest. The path leads towards a waterfall in the distance. The trees are thick with green leaves, and the ground is covered in vibrant green moss. The overall atmosphere is serene and natural.

**PREVENCIÓN  
DEL SUICIDIO  
EN LOS MEDIOS  
DE COMUNICACIÓN  
DE ARAGÓN**



# PREVENCIÓN DEL SUICIDIO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE ARAGÓN

Julio, 2020

En Aragón, en la última década, **unas 120 personas se quitaron la vida cada año** según datos del INE (Instituto Nacional de Estadística), lo que implica aproximadamente un suicidio cada 3 días.

**Las muertes por suicidio son 2,5 veces más frecuentes que las debidas a accidentes de tráfico** (INE), a pesar de que la alarma social parece inexistente. Nuestro país ha sido capaz de realizar abordajes preventivos exitosos. Se ha conseguido mejorar la seguridad vial, reducir muertes y secuelas debidas a los accidentes de tráfico con campañas proactivas dirigidas a toda la población. Ninguna otra nación europea ha bajado tanto su mortalidad al volante como España con un descenso del 70% desde el año 2000, lo que le sitúa dentro de los países donde es menor la mortalidad por accidentes de tráfico. Pero, además, la inversión y el esfuerzo han logrado mover la conciencia social hacia la contribución de todos en la lucha contra estas muertes, modificando muchas de las conductas de riesgo. Se han efectuado también importantes y necesarias campañas para prevenir otras graves realidades como la violencia de género.

Sin embargo, a pesar de la contundencia de las cifras, **España a día de hoy no cuenta con un plan estatal de prevención del suicidio**, perpetuando así la cultura de silencio.

El año 2020 se inicia el desarrollo de la Estrategia de prevención del suicidio en Aragón, cuya misión es disminuir las tentativas y la mortalidad por suicidio. Se constituye así un plan que permite tener un marco conceptual para la educación y la promoción de la salud mental y para la prevención de la conducta suicida. La Estrategia consta de una línea de prevención y otra de intervención, abarcando numerosas acciones concretas para la población general y para grupos de riesgo por edad, profesión o patologías. Se han diseñado herramientas para una mejor detección y cuantificación del riesgo, ade-

más de para facilitar la atención a los ciudadanos y la formación necesaria a todos los agentes implicados (sanitarios, policiales, educativos o sociales). La línea de prevención, consciente de su importancia, desarrolla un área específica dirigida a los **Medios de comunicación de Aragón** que tiene entre sus objetivos: *Aprovechar el significativo papel de los medios de comunicación actuales para influir activamente sobre la información, creencias y comportamientos de la población en la salud mental y en la prevención del suicidio*. Para ello el compromiso a materializar es la *Suscripción de un pacto de tratamiento mediático del suicidio según estándares recomendados por la OMS o similares, con asociaciones profesionales y empresas de medios de comunicación del territorio*. Está previsto el seguimiento del cumplimiento del pacto, y su ratificación bienal.

El **Teléfono de la Esperanza de Aragón**, recibe una media de 5.000 llamadas al año, de forma completamente anónima, llevando a cabo una labor preventiva en situaciones de crisis personal, especialmente soledad e incomunicación, depresión, ansiedad y episodios de angustia grave, duelo y problemas familiares variados que, en ocasiones, se acompañan de ideación suicida. **El 1% de las llamadas se corresponde con crisis suicidas o actos suicidas en curso**. Un dato que, sin duda, es un fiel reflejo de la frecuencia de este fenómeno y pone de relieve la importancia de todos los recursos de ayuda y orientación para esta grave situación. Así, con el **Colegio Profesional de Psicología de Aragón (COPPA)**, el **Colegio Oficial de Periodistas de Aragón**, y la **Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS)**, se elabora el *Libro de Estilo de Prevención del Suicidio en los Medios de Comunicación de Aragón*. Posteriormente, se consensua en el Grupo de trabajo del área de Medios de Comunicación de la Estrategia de prevención del suicidio en Aragón\*.

\* Componentes:

**Asociación Nacional de Informadores de la Salud**  
**Asociación de Periodistas de Aragón**  
**Asociación Profesional de Fotoperiodistas de Aragón**  
**Colegio de Periodistas de Aragón**  
**Colegio Profesional de Psicología de Aragón**  
**Departamento de Sanidad. Gobierno de Aragón**  
**Grado de Periodismo. Universidad de Zaragoza**  
**Grado de Periodismo. Universidad San Jorge**  
**Teléfono de la Esperanza de Aragón**

# Índice

<b>Mitos y realidades sobre la conducta suicida</b>	<b>6</b>
<b>¿Por qué <b>Sí</b> informar sobre el suicidio?</b>	<b>7</b>
<b>Recomendaciones de la <b>OMS</b> para los medios de comunicación para las noticias sobre suicidio</b>	<b>8</b>
<b>Efectos <b>positivos</b> y <b>negativos</b> de publicaciones relativas al suicidio en diferentes medios de comunicación</b>	<b>10</b>
<b>Decálogo deontológico para responsables y profesionales de los medios de comunicación</b>	<b>11</b>
<b>Otras recomendaciones para el tratamiento de la información sobre suicidio en los medios de comunicación</b>	<b>14</b>
<b>¿Cómo puedo contribuir a la <b>prevención del suicidio</b>?</b>	<b>16</b>
<b>Anexo I.</b> Fuentes fiables de información	<b>17</b>
<b>Anexo II.</b> Guía de recursos	<b>18</b>
<b>Anexo III.</b> Guía ultrarrápida para la prevención del suicidio en los Medios de comunicación de Aragón	<b>19</b>

# Mitos y realidades sobre la conducta suicida

Una buena forma de comenzar este *Libro de Estilo de Prevención del Suicidio en Medios de Comunicación* es, precisamente, romper con la **gran cantidad de mitos que existen en torno a la conducta suicida**.

Está demostrado que estas afirmaciones impiden visibilizar de manera realista el complejo fenómeno suicida y, por tanto, dificultan su abordaje. A continuación, mostramos un resumen de mitos contraponiéndolos a su equivalente real:

MITO	REALIDAD
“El suicidio no se puede prevenir. El que quiere lo hace”.	Al contrario, la persona que se está planteando acabar con su vida siente ambivalencia que puede ser abordada con gran número de intervenciones que se han demostrado eficaces para prevenirlo.
“Hablar sobre el suicidio puede incrementar el riesgo de que se lleve a cabo una conducta suicida”.	Los estudios indican que hablar sobre el suicidio con una persona que está en riesgo, en vez de incitarle, suele ayudarlo a sentirse más comprendido por el entorno y reduce el riesgo.
“El suicidio es una reacción normal en situaciones negativas o adversas”.	El suicidio nunca puede considerarse como una conducta adaptativa.
“Quien amenaza con quitarse la vida nunca lo hace”.	Cualquier aviso o amenaza supone un riesgo que debe tomarse en serio. Por ello es aconsejable tratar el tema.
“Quien se suicida tiene mucho valor o, por el contrario, es un cobarde”.	Como norma general, la persona que se suicida siente un inmenso sufrimiento y no cree encontrar salida para su situación.
“El que se suicida quiere dejar de vivir”.	Las personas que se suicidan no quieren dejar de vivir, tan solo quieren dejar de hacerlo en las condiciones de malestar en las que se encuentran.
“Solo las personas con problemas graves se suicidan”.	Contextos muy diversos pueden llevar a una persona a plantearse el suicidio. La falta aparente de problemas no debe hacernos pensar que no hay riesgo.

# ¿Por qué **SÍ** informar sobre el suicidio?

La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha emitido tres documentos en los años 2000, 2008 y 2017 en los que aconseja que se dé visibilidad al suicidio con normalidad, por tanto, pide a los periodistas **“alejarse de las leyendas urbanas que tanto daño hacen. Y nos referimos a esa leyenda que dice que hablar del suicidio produce un efecto contagio”**.

De hecho, tal y como viene recogido en su última actualización de la *“Guía sobre la prevención del suicidio como herramienta para los profesionales de la salud”*, se considera que **las informaciones periodísticas pueden mejorar o dificultar los esfuerzos de prevención del suicidio**.

El hecho de que el suicidio se presente como un problema real, visible a la opinión pública, y que se pueda informar de ello con normalidad puede tener un efecto protector sobre la población y facilitar a las personas que se están planteando esta posibilidad encontrar otras salidas y recursos de ayuda disponibles ante un estado de intensa desesperanza.

**La persona que se está planteando acabar con su vida normalmente se encuentra ante un debate interno entre la vida y la muerte** y desde los medios de comunicación se puede dar información que facilite la opción de buscar atención sanitaria.

A continuación, una tabla que compila lo aportado por los tres mencionados documentos.

# Recomendaciones de la OMS a los medios de comunicación para las noticias sobre suicidio

## QUÉ NO HACER

1. No trate el suicidio de forma sensacionalista.
2. En el titular de la noticia evite el uso de la palabra “suicidio”, así como la exposición del método o el lugar del suicidio.
3. Sea prudente en el uso de fotografías o vídeos. No publique fotografías ni vídeos de la víctima en estado mortal, del método empleado, de la escena del suicidio, ni fotos dramáticas (por ejemplo, fotos de personas en cornisas o similares, o de los instrumentos utilizados). Tampoco publique enlaces a redes sociales que los contengan.
4. No publique notas suicidas en ninguna de sus posibles modalidades (papel, mensajes de texto, mensajes en redes sociales o mensajes de correo electrónico).
5. Evite situar la noticia en un lugar destacado. Los datos relevantes deben figurar en páginas interiores.
6. Evite informar sobre detalles específicos o la descripción explícita del método usado en el suicidio o intento de suicidio.
7. Evite aportar información detallada sobre el lugar del suicidio o intento de suicidio.
8. No glorifique a la persona que se ha suicidado.
9. No presente el suicidio como algo normal.
10. No presente el suicidio como una solución a los problemas, ni como un modo de afrontarlos.
11. No presente el suicidio como consecuencia de razones simplistas.
12. No utilice estereotipos religiosos o culturales.
13. No exponga la conducta suicida como una respuesta comprensible ante los cambios sociales, culturales o la desvalorización.
14. No culpabilice.
15. Evite las repeticiones injustificadas de noticias sobre el suicidio.

## QUÉ HACER

1. Refiérase al suicidio como un hecho, no como un logro.
2. Resalte las alternativas al suicidio, ya sea mediante información genérica o mediante historias de personas, que ilustren cómo afrontar las circunstancias adversas, las ideas de suicidio, y cómo pedir ayuda.
3. Proporcione información sobre recursos comunitarios y líneas de ayuda.
4. Aporte información sobre factores de riesgo y señales de alarma.
5. Transmita la frecuente asociación entre la depresión y la conducta suicida, y que la depresión es un trastorno tratable.
6. Ofrezca un mensaje de solidaridad a los sobrevivientes en momentos de profundo dolor, y proporcione números de teléfono de los grupos de apoyo para sobrevivientes, si los hay.
7. Aproveche la oportunidad para instruir a la población acerca de los hechos sobre el suicidio y su prevención, y no difunda los mitos sobre el suicidio.

## OTRAS RECOMENDACIONES

1. Para las estadísticas deberán usarse fuentes auténticas y fiables e interpretarse cuidadosa y correctamente.
2. Tenga especial cautela cuando informe sobre suicidios de personas famosas.
3. Trabaje estrechamente con las autoridades de la salud en la presentación de los hechos.
4. Sea cuidadoso en los contenidos, también en situaciones de presiones por tiempo.
5. Muestre la debida consideración por las personas que han perdido un ser querido (por ejemplo, el realizar una entrevista a un familiar en duelo debe sopesarse cuidadosamente, ya que están en una situación de vulnerabilidad y tienen mayor riesgo suicida).
6. Sea consciente de que los propios profesionales de los medios de comunicación pueden verse afectados por las noticias sobre el suicidio.

Acosta Artiles, C. J. Rodríguez Rodríguez-Caro, M.R. Cejas Méndez. Noticias sobre suicidio en los medios de comunicación. Recomendaciones de la OMS. Rev. Esp. Salud Pública. 2017; Vol. 91; 24 de octubre e1-e7

# Efectos **positivos** y **negativos** de publicaciones relativas al suicidio en diferentes medios de comunicación

Numerosos estudios demuestran que la información publicada en los medios de comunicación sobre el suicidio puede tener un doble efecto, bien protector evitando esta conducta o, por el contrario, un efecto llamada o incluso de imitación.

<b>EFFECTOS POSITIVOS</b> +	<b>EFFECTOS NEGATIVOS</b> -
<p><b>“Efecto Papageno”</b>, en honor al personaje de la ópera de Mozart ‘La Flauta mágica’ (1791), que supera la crisis suicida gracias a la ayuda de un amigo.</p> <p>El hecho de publicar noticias de personas que superan la crisis suicida, mostrando actitudes positivas que facilitaron la superación de este momento vital, se asocia con la disminución de la tasa de suicidio.</p>	<p><b>“Efecto Werther”</b>, el cual se produjo con la publicación de la obra de Goethe ‘Las desventuras del joven Werther’ (1775) en el que su protagonista se suicida por un amor desafortunado.</p> <p>Término designado por el sociólogo David Phillips en 1974 para definir el efecto imitativo de la conducta suicida.</p>
<p><b>Difusión de los elementos protectores:</b></p> <p>Poner de manifiesto la importancia de aquellas personas queridas como agentes de ayuda: familiares, amistades, etc., en definitiva, la red de apoyo social más cercana.</p> <p>Informar a la sociedad sobre algunas señales típicas que puede presentar en su entorno más cercano como verbalizaciones y conductas.</p>	<p><b>“Efecto copycat”</b>, fenómeno que explica la imitación de conductas violentas tras haberlas visto en medios de comunicación, sobre todo, cuando se refiere a hechos protagonizados por una persona célebre.</p> <p>Un caso representativo fue la ola de suicidios que siguió a la muerte de Marilyn Monroe en 1962. Lo mismo ocurrió tras el fallecimiento del guitarrista y cantante del grupo Nirvana Kurt Cobain.</p>

# Decálogo deontológico para responsables y profesionales de los medios de comunicación

## 1

- En prensa escrita no colocar la noticia en los titulares o en un lugar destacado.
- En radio o televisión evitar dar la noticia en primer lugar.
- En redes sociales es recomendable evitar la palabra ‘suicidio’.
- Incluir estas noticias en la sección de **“Salud”** o en su defecto en la sección **“Sociedad”** en lugar de en ‘Sucesos’.

## 2

- **Proporcionar datos objetivos que se ajusten a los hechos.** En lo relativo a las cifras o estadísticas se recomienda utilizar fuentes fiables.
- Distinguir claramente entre suicidios consumados y tentativas, establecer una clara diferencia.
- Centrarse en testimonios, si fuera necesario, explicando las vivencias de estas personas que han logrado una recuperación afianzada (factor protector, refuerzo positivo).
- Evitar calificativos en las cifras, como “epidemia”, “fuerte ascenso” o similar, tratando de ser objetivos y no hacer valoraciones. Evitar el término ‘Suicidio ampliado’.
- **La urgencia de dar la noticia jamás debe justificar el recurrir a fuentes no fiables** o a un análisis detallado de los hechos sin que, realmente, aporte valor a la información.

## 3

- Explicar que **el suicidio es un complejo fenómeno multifactorial y multicausal** y, como tal, puede abordarse en sus diferentes dimensiones. Esto disminuye la habitual estigmatización de la enfermedad mental.
- Es necesario  **citar los recursos de apoyo** para las personas en riesgo: recursos sanitarios de Atención Primaria y especializados, de emergencias, servicios sociales, instituciones educativas, entidades sin ánimo de lucro.

## 4

- **Incidir en que el suicidio se puede prevenir**, destacando la importancia de los factores protectores -red familiar y social de apoyo que facilite la expresión y contención de esta situación, recursos sociosanitarios existentes, adherencia al tratamiento psicológico o psiquiátrico-.
- Acompañar la información con el **testimonio de un profesional** de la salud mental o de servicios sociales especializados.
- Ofrecer **un mensaje de apoyo y solidaridad a supervivientes y familias**, respetando sus sentimientos y orientándoles a los recursos de apoyo para reducir el impacto de la situación vital que atraviesan.

## 5

- Informar de **cómo es posible prevenir el suicidio**. Facilitar información sobre recursos que llevan a cabo acciones preventivas -dónde se ubican, cómo se puede concertar cita con ellos...- y asegurarse de su competencia y profesionalidad.

## 6

- Publicitar las posibles **señales de advertencia de la conducta suicida**, para que la sociedad pueda ser conocedora de si alguna persona cercana puede encontrarse en esta situación de riesgo tales como:
  - **Sutiles despedidas**: por ejemplo, ponerse en contacto con muchas amistades o familiares que han resultado significativas en su proceso vital. Realizar regalos o tener un detalle especial.
  - **Hablar sobre el testamento**: dejar pertenencias y cuentas económicas ordenadas y al día.
- Expresiones típicas: “Esta vida es un asco”, “no merece la pena vivir en estas condiciones”, “ojalá se me tragara la tierra o desapareciera”, “no quiero causar molestia a ningún familiar...”

## 7

- **No dramatizar ni normalizar el suicidio**. No presentar el suicidio como algo romántico o incluso heroico, pues esto puede provocar el efecto contrario al deseado. No presentar el suicidio como una “epidemia” pues también provocaría el efecto contrario al deseado.
- **Evitar normalizar el hecho del suicidio, pues se trata de una conducta disfuncional**. La persona que se encuentra en esta tesitura no quiere dejar de vivir, sino dejar de sufrir.

8

- No revelar el **lugar** donde se ha cometido o se ha intentado cometer el suicidio ni los **detalles sobre el método empleado**.

9

- **Evitar el empleo de imágenes explícitas:** lugar donde se produjo el hecho, imágenes del método, de la víctima, allegados o testigos.

10

- No dar datos personales irrelevantes de la víctima, o sobre su vida privada. Ni siquiera el nombre, salvo que tenga relevancia pública. **Se precisará de una mayor precaución cuando se suicida un personaje famoso.** Sí se informará sobre edad y género.
- Evitar la simplificación al hablar de las causas del suicidio, aunque se puede entrar en describir desencadenantes.



# Otras recomendaciones para el tratamiento de la información sobre suicidio en los medios de comunicación

## Sí

- **Aplicar criterios de relevancia informativa.** Abordar estas noticias de forma respetuosa y prudente, siempre con información veraz.
- **Medir con cautela el tiempo que se le dedica y el lugar que ocupa** esta información en relación con el resto de noticias.
- Utilizar imágenes de **portavoces cualificados** de las autoridades sanitarias y policiales con formación en estas situaciones.
- Extremar el respeto a la **intimidad de las familias** y otros supervivientes. Las imágenes han de ser respetuosas con la víctima y su entorno.
- **Romper estereotipos y evitar la estigmatización.** Mejor utilizar la expresión “ha muerto por suicidio” que “se ha suicidado”.
- Evitar una descripción detallada del **método y expresiones** como “ha sido rápido”, “sencillo”, “sin sufrimiento”.
- Evitar asociar el suicidio a conceptos como **la heroicidad, el romanticismo o la valentía.**
- **Facilitar o citar los recursos de prevención** que se pueden encontrar en Internet.
- **Supervisar por parte de los editores,** con especial atención a las imágenes y el contenido antes de su publicación, aplicando el criterio de prudencia frente al de urgencia, especialmente en los contenidos web. Es preferible retrasar la publicación a tener que hacer una rectificación.

# No



- **No mostrar el suicidio como una salida a los problemas personales.** En cambio, sí puede ayudar informar desde el punto de vista del daño emocional al entorno familiar o de amistades, ya que puede llevar a una persona en esa situación a buscar ayuda profesional.
- **Ante la duda: no publicar la imagen.** Prestar atención a la hora de ilustrar las noticias y evitar el carácter sensacionalista. Se puede ser efectista, hablando en lenguaje de imagen, sin que afecte al contenido de la imagen.
- No publicar imágenes explícitas de la **víctima** ni que sirvan para localizar el **lugar** del hecho o el **método** utilizado.
- No utilizar imágenes procedentes de **bancos de imágenes**. No realizar una **reconstrucción** o **dramatización** de los hechos.
- Tener especial cuidado con la **fuentes de origen de las imágenes** si proceden de redes sociales o particulares. No dar por supuesto que las imágenes proporcionadas por estos canales mantienen los criterios exigibles en este documento.
- Ante casos de **personas famosas**, no caer en el exceso de atención informativa, separar sus méritos profesionales del acto del suicidio y evitar informar del método utilizado.
- No mencionar ni identificar webs ni redes sociales que tengan un **discurso favorable al suicidio**.

# ¿Cómo puedo contribuir a la prevención del suicidio?

- Recurre a **fuentes fiables de información** (Anexo I)
- **Identifica el suicidio como un problema de salud pública.** Aportar información de valor con datos, informes, recursos a dónde se puede acudir, voces de profesionales y de personas que han vivido esta situación y lograron salir de ella.
- Evita dar razones simplistas, **el suicidio no suele producirse por una sola razón**, sino que es un fenómeno multifactorial y complejo. De ahí, la importancia de informar a la ciudadanía y hacerlo bien.
- **Trabaja estrechamente con autoridades de la salud** en la presentación de los hechos.
- Refiérete al suicidio como un **hecho logrado**, no exitoso.
- Valora la **aportación de las imágenes** y si no es relevante no las incluyas.
- **Evita testimonios de personas relacionadas circunstancialmente con el caso**, como testigos presenciales o vecinos, evitando un enfoque sensacionalista.
- Proporciona información de **indicadores de riesgo y señales de advertencia**.
- Cuando sea posible, al emitir o publicar la noticia, trata de **incluir información sobre líneas de ayuda, recursos comunitarios, direcciones web de interés o un teléfono al que llamar** en caso de ser necesario (Anexo II).
- **Incorpora siempre al final de la información este sencillo mensaje** que remite a las alternativas asistenciales:

*Los servicios sanitarios y de urgencias están disponibles las 24 horas del día para ayudar a las personas a fortalecer su salud mental. Para prevenir situaciones de riesgo o para solicitar ayuda, **llama al 112.***

---

## Anexo I

### Fuentes fiables de información

---

#### Internacionales:

- ✓ Oficina Europea de Estadística (EUROSTAT):  
<https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Special%3ASearch&search=suicide>
- ✓ Organización Mundial de la Salud (OMS):
  - Prevención del suicidio:  
[https://www.who.int/mental\\_health/suicide-prevention/es/](https://www.who.int/mental_health/suicide-prevention/es/)
  - Un instrumento para profesionales de los medios de comunicación:  
[http://www.who.int/entity/mental\\_health/media/media\\_spanish.pdf](http://www.who.int/entity/mental_health/media/media_spanish.pdf)
- ✓ Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), Comunicación, infancia y adolescencia. Guía para periodistas. Suicidio en adolescentes:  
<https://www.youtube.com/watch?v=jXF6eTCyLho&list=PL8Mf3a9aCFp7D0tvNj-7UbgY33s6jC7Mu&index=4>
- ✓ Asociación Internacional para la Prevención del Suicidio:  
<https://www.iasp.info/es/index.php>

#### Estatales:

- ✓ Instituto Nacional de Estadística (INE): <https://www.ine.es/>
- ✓ Ministerio de Sanidad: <https://portal.guiasalud.es/gpc/conducta-suicida/>
- ✓ Observatorio del Suicidio en España: <https://www.fsme.es/observatorio-del-suicidio/>
- ✓ Confederación Salud Mental España: <https://consaludmental.org/tag/suicidio/>
- ✓ FEAFES: <https://www.telefonodelaesperanza.org/files/1384/GUIA%20FEAFES%20suicidio.pdf>
- ✓ Papageno. Plataforma profesional de prevención del suicidio: <http://papageno.es/>

#### Aragón:

- ✓ IAEST (Instituto Aragonés de Estadística), <https://www.aragon.es/-/salud-1>
- ✓ Departamento de Sanidad del Gobierno de Aragón.  
<https://www.aragon.es/organismos/departamento-de-sanidad>
- ✓ Guía informativa para la detección y prevención del suicidio:  
<https://www.coppa.es/gestor/uploads/boletines/Guia+digital.pdf>

---

## Anexo II

### Guía de recursos

---

- **Teléfonos de emergencias: 112 / 061**
- **Hospitales y Centros de Salud.** Salud. Gobierno de Aragón.  
Directorio: <https://www.aragon.es/-/sectores-sanitarios>
- **Colegio Profesional de Psicología de Aragón (COPPA):** [www.coppa.es](http://www.coppa.es)  
**976 201 982**
- **Teléfono de la Esperanza de Aragón:**
  - [ayuda@telefonodelaesperanza.org](mailto:ayuda@telefonodelaesperanza.org)
  - [www.telefonodelaesperanza.org](http://www.telefonodelaesperanza.org)  
**976 232 828 717 033 717**
- **Fundación ANAR, Ayuda a Niños y Adolescentes en riesgo:**
  - <https://www.anar.org/>
  - Teléfono de ayuda: **116111**
- **AFDA. Asociación de trastornos depresivos de Aragón:**  
[www.asociacionafda.com](http://www.asociacionafda.com)
- **ASAPME. Asociación Aragonesa Pro Salud Mental:** [www.asapme.org](http://www.asapme.org)
- **LIANA. Asociación Aragonesa del suicidio y la conducta autolesiva:**  
[www.suicidioaragon.es](http://www.suicidioaragon.es)
- **Papageno. Plataforma profesional de prevención del suicidio:**  
<http://papageno.es/>
- **Asociación la Barandilla:** <https://www.labarandilla.org/>
  - Teléfono contra el suicidio: **911 385 385**
- **Después del Suicidio – Asociación de Supervivientes, DSAS:**  
<https://www.despresdelsuicidi.org>

## Anexo III

# Guía ultrarrápida para la prevención del suicidio en los medios de comunicación de Aragón

### SÍ, POR FAVOR

### NO, GRACIAS

**SÍ** informa sobre dónde buscar ayuda.

**NO** destaque ni repitas innecesariamente las informaciones sobre el suicidio.

**SÍ** educa a la población sobre las características del suicidio y la forma de prevenirlo sin difundir mitos.

**NO** uses un lenguaje sensacionalista, que normalice el suicidio, o que lo presente como una posible solución a los problemas.

**SÍ** aporta relatos de cómo afrontar las adversidades de la vida.

**NO** describas explícitamente el método utilizado, el lugar o ubicación.

**SÍ** se especialmente prudente cuando informe sobre el suicidio de personas famosas.

**NO** uses titulares ni imágenes efectistas.

**SÍ** se muy cuidadoso al entrevistar a familiares o amigos.

**NO** utilices imágenes de la víctima, ni enlaces a redes sociales.

**SÍ** recuerda que los profesionales de los medios pueden resultar afectados por este tipo de noticias.

**NO** publiques la información sin que haya sido revisada por tu editor.

*Los servicios sanitarios y de urgencias están disponibles las 24 horas del día para ayudar a las personas a fortalecer su salud mental. Para prevenir situaciones de riesgo o para solicitar ayuda, **llama al 112.***

