

Introducción-Justificación

El suicidio sigue siendo la segunda causa de muerte más frecuente en jóvenes de entre 15-29 años a nivel mundial (WHO, 2014), y también en España (INE, 2018). La alta prevalencia de los intentos - se estima que existen 20 intentos por cada suicidio consumado (WHO, 2020)- permite dar cuenta de la cantidad de sufrimiento de estos jóvenes, y también de sus familiares y conocidos. El suicidio es un fenómeno complejo y multicausal, y la emergencia de las nuevas tecnologías no lo ha simplificado. Los intentos suicidas y el suicidio siguen siendo motivo de estigma y de ahí el imperativo social de generar contenidos alternativos considerando a las redes sociales y nuevas tecnologías como un potente aliado.

Existe una importante alarma social por la proliferación de contenido “suicida” o de autolesiones en internet, debido al riesgo que dicha información puede suponer para aquellas personas vulnerables que lo visualizan (Branley & Covey 2017; Dunlop, More, Romer, 2011; The Lancet, 2019). Dicho contenido puede conducir a repetir o imitar conductas autolesivas o suicidas similares o parecidas, el conocido “efecto contagio” o “efecto Werther”, ampliamente descrito en la literatura (Niederkrotenthaler et al, 2020; Philips, 1974; Pirkis, Mok, Robinson & Nordentoft, 2016).

Por otro lado, Niederkrotenthaler (2010) ha descrito el efecto contrario, el llamado “efecto papageno”. Este efecto es descrito como la posibilidad de que historias y contenido mediático sobre actos suicidas y autolesiones visibilicen la capacidad de sus protagonistas de superar esos momentos de crisis; autorelatos en los que sus protagonistas comparten cómo fueron capaces de parar y dejar de autolesionarse, o superar sus crisis suicidas. De esta forma se enfatizan conductas alternativas que dichos usuarios realizaron, como ejemplo, pedir ayuda. Se ha sugerido que dicho contenido alternativo puede tener el efecto positivo de disminuir la frecuencia de conductas autolesivas y de riesgo suicida (Niederkrotenthaler et al., 2010; Niederkrotenthaler et al ., 2020).

Actualmente, las nuevas formas de comunicación e interacción social con las nuevas tecnologías de la información (TICs) presentan un nuevo escenario en el que se pueden difundir estos contenidos. En el caso del grupo de riesgo de los adolescentes el uso de este tipo de medios se acentúa para cualquier tipo de consulta: se estima que el 90.7 % de las personas de 16-74 años usaron internet en los últimos 3 meses (INE, 2019).

Una estrategia que se está utilizando en la actualidad es la de censurar ese tipo de contenido “prosuicidio y autolesiones” sin otras medidas complementarias. Sin embargo, este método no está siendo muy efectivo porque a través de las redes sociales el contenido negativo acaba emigrando a otras plataformas más permisivas (como se ha evidenciado en el muy reciente video de Tik-Tok (BBC, 2020)).

A veces uno de los motivos que lleva a los usuarios a buscar sobre suicidio y autolesiones online es un descontento con los servicios “profesionales” existentes en la red de salud (Aksha, Shiva, Satyajit & Shailesh, 2018; Baker & Fortune, 2008; Seko, Kidd, Wiljer & McKenzie, 2015). Los contenidos de internet pueden servir como una alternativa a esas malas experiencias de los usuarios. Dado que el contenido que provenga de sus “iguales” tiene mayor probabilidad de conectar con los usuarios en riesgo que estén buscando por contenido sobre el suicidio, consideramos importante que dichos videos y contenidos audiovisuales online sean también generados por los usuarios y no solamente material profesional

Por lo mencionado hasta aquí, desde este equipo nos preguntamos:

¿Qué pasaría si en redes sociales y en internet hubiera más contenido sobre la prevención del suicidio en la línea que describe el “efecto papageno” (relatos de personas que han superado situaciones de crisis y cómo lo hicieron)?

Nuestra hipótesis es que si hubiera más información de tipo papageno el contenido nocivo podría quedar “diluido” entre el contenido papageno.

En consecuencia, la propuesta de este proyecto es la de poner sobre la mesa acciones y líneas de trabajo a empezar a desarrollar en el presente y futuro próximo para favorecer la extensión online de contenido sobre suicidio y autolesiones alternativas, y en línea con el “efecto papageno”.

Método

-Procedimiento:

A.1) Identificar y facilitar el acceso a contenido online relacionado con el “efecto papageno”:

Identificar las palabras claves que utilizan los adolescentes españoles para acceder a contenidos relacionados sobre el suicidio con el “Efecto Werther”.

Identificar contenidos de internet sobre el suicidio con contenido “papageno” (ej: autorelatos de personas famosas o influencer sobre cómo han superado situaciones

de crisis).

Crear un directorio de webs con contenido “papageno” asociado a palabras claves sobre el suicidio.

A.2) Fomentar la creación y difusión online de contenido relacionado con el “efecto papageno”:

Identificar personalidades e influencers en España (e.j. “El Rubius”). Contactar con influencers con los que poder trabajar en una campaña mediática. El objetivo sería realizar un abordaje similar a lo que se ha hecho con las campañas para usar las mascarillas, que puedan empezar a diseminar dicho contenido positivo.

Población diana: adolescencia

Material-Herramientas:

- Ordenador personal (torre o portátil) con un procesador mínimo de i5 de Intel de última generación, con al menos 8 gb RAM DDR3.

-Cámara optaría por una logitech 920c de alta definición y un micrófono rode de solapa o de sobremesa o cámara Full Frame tipo Canon Rebel T7I. Conexión a Internet de Fibra de al menos 600 MB, teniendo en cuenta la velocidad de subida que sea de alto nivel.

-Subscripción a programas de conferencia segura para la transmisión ZOOM, GO TO MEETING, CISCO

-Subscripción a programas de seguimiento de enlaces, clics propios de Google Analytics, trends

-Subscripción a Survey Monkey, permiten realizar encuestas y elaborar estadísticas a tiempo real.

Referencias

-Aksha MM, Shiva GS., Satyajit, SM., Shailesh, J, (2018). The role of online social networking on deliberate self-harm and suicidality in adolescents: A systematized review of literature. Indian journal of psychiatry, vol. 60, no. 4. pp. 384–392

-BBC (2020 September 09) TikTok tries to remove widely shared suicide clip. Retrieved from: <https://www.bbc.com/news/technology-54069650>

-Branley DB (2017), Covey J. Is exposure to online content depicting risky behavior related to viewers’ own risky behavior offline? Comput Hum Behav. 75:283–7.

-Dunlop SM, More E, Romer D (2011). Where do youth learn about suicides on the Internet, and what influence does this have on suicidal ideation?: Influence of the Internet on suicidal ideation. J Child Psychol Psychiatry. 52(10):1073–80. PMID:21658185

- Instituto Nacional de Estadística (2018) Defunciones según causa de muerte. Año 2017.
<http://www.infocoponline.es/pdf/defuncionesINE2017.pdf>
- Niederkrötenhaller T, Braun M, Pirkis J, Till B, Stack S, Sinyor M, et al (2020).
- Association between suicide reporting in the media and suicide: systematic review and meta-analysis. *BMJ*.;368:m575. pmid:32188637
- Pirkis J, Mok K, Robinson J, Nordentoft M (2016). Media influences on suicidal thoughts and behaviors. In: O'Connor RC, Pirkis J, editors. *The international handbook of suicide prevention*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Ltd;. p. 743–57.
- The Lancet (2019 February 16). Social media, screen time, and young people's mental health. *Lancet*.;393(10172):611–611. pmid:30782327
- World Health Organization (WHO). (2014). *Preventing suicide: a global imperative* Washington, DC: OPS.
- World Health Organization. (2020) *Mental Health: Suicide*. Retrieved from https://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/suicideprevent/en/