



MARÍA VAELO GARCÍA

Enfermera. Unidad Cuidados Intensivos. Unidad Coronaria. Hospital General de Valencia.

✉ mvaello@mail.ucv.es

ENRIQUE SÁEZ ÁLVAREZ

Enfermero. Doctor en Psicología y Ciencias Sociales. Profesor Universidad Católica de Valencia.

PILAR MEDRANO ÁBALOS

Enfermera. Antropóloga. Doctora en Enfermería. Profesora Universidad Católica de Valencia.

JOSÉ RAMÓN MARTÍNEZ RIERA

Enfermero. Doctor en Salud Pública. Profesor Titular Universidad de Alicante.

JOSÉ LUIS MORILLAS SANZ

Enfermero. Hospital Doctor Moliner, Serra, Valencia.

ANA MELISH BELLOCH

Enfermera. Centro de Salud Nápoles y Sicilia, Valencia.



MANUSCRITO



Fecha recepción:
01/07/2021



Fecha aceptación:
19/07/2021



Análisis de las características del efecto Werther y circunstancias favorecedoras de su aparición en la población general: una revisión sistemática

Analysis of the characteristics of the Werther effect and circumstances conducive to its emergence in the general population: a systematic review

Vaello García M, Sáez Álvarez W, Medrano Ábalos P, Ramón Martínez Riera JR, Morillas Sanz JL y Melish Belloch A. Análisis de las características del efecto Werther y circunstancias favorecedoras de su aparición en la población general: una revisión sistemática. Rev ROL Enferm 2021; 44(11-12): 762-772

Resumen

Introducción. Cada año se suicidan alrededor de 800.000 personas en todo el mundo. Son múltiples los factores que influyen en el desarrollo del efecto Werther, pero, ¿existe relación entre la manera de comunicar un suicidio y la casuística suicida? **Objetivo.** Analizar la existencia y modo de expresión del efecto Werther. **Metodología.** Revisión sistemática de artículos científicos mediante consulta en las bases de datos EBSCOhost, Scielo, y Web of Science. **Resultados.** La mayoría de los medios de comunicación no siguen las recomendaciones de la OMS a la hora de informar sobre un suicidio. Algunos autores han observado un incremento significativo de los casos tras la publicación de una noticia relacionada con el suicidio, especialmente cuando se trata de una celebridad. Sin embargo, resulta complicado relacionar ambos acontecimientos. **Conclusiones.** El efecto Werther no afecta a todas las personas por igual, puesto que las más vulnerables muestran una mayor predisposición a desarrollar dicho efecto.

PALABRAS CLAVE: famosos, medios de comunicación, suicidio, vulnerabilidad, contagio werther, imitador, imitat.

Summary

Introduction. Every year around 800,000 people commit suicide around the world. There are multiple factors that influence the development of the Werther effect, but is there a relationship between the way of communicating a suicide and the suicidal casuistry? **Objective.** Analyze the existence and mode of expression of the Werther effect. **Methodology.** Systematic review of scientific articles by consulting the EBSCOhost, Scielo, and Web of Science databases. **Results.** Most of the media do not follow the WHO recommendations when reporting a suicide. Some authors have observed a significant increase in cases after the publication of a suicide-related news item, especially when it is about a celebrity. However, it is difficult to link the two events. **Conclusions.** The Werther effect does not affect all people equally, since the most vulnerable show a greater predisposition to develop this effect.

KEY WORDS: celebrities, media, suicide, vulnerability, contagion, werther, copycat, imitat.

Introducción

En 1774, Johann Wolfgang von Goethe publicó una novela titulada *"Las penas del joven Werther"*. En esta obra, el joven protagonista tras escribir una carta de despedida decide poner fin a su vida disparándose después de sufrir por un amor no correspondido. Al poco tiempo de la publicación de la novela se informó de la muerte de varias personas usando el mismo método para suicidarse que el protagonista del libro. Se les atribuyó a los suicidios dicha relación causal, ya que en la escena en muchas ocasiones se encontraba el libro, la persona iba vestida igual que el protagonista o hacía referencia al texto en la nota de despedida. Como consecuencia, varios países prohibieron el libro.

En 1974, David Philips acuñó el término "efecto Werther". Tras realizar un estudio llegó a la conclusión de que el número de suicidios aumentaba al mes siguiente de que el diario *New York Times* publicara en su portada alguna noticia relacionada con el suicidio¹. En diversos estudios se ha observado que la exposición inadecuada de noticias acerca del suicidio en los medios de comunicación puede provocar el efecto Werther en la población².

Los medios de comunicación pueden provocar una influencia en la conducta suicida si la información no se transmite de forma adecuada. Sin embargo, también pueden ayudar a prevenir la conducta suicida si la información que transmiten se da de forma correcta³.



Por ello, desde hace años, la OMS trabaja en la elaboración de recomendaciones para que los medios de comunicación informen de manera que se consiga un efecto beneficioso que ayude a prevenir las muertes causadas por los suicidios. Es muy importante que los medios de comunicación informen siguiendo dichas recomendaciones⁴.

Objetivos de la revisión

Este estudio pretende recopilar información acerca del efecto Werther y abordar los siguientes objetivos específicos: (a) Establecer las características principales del efecto Werther; (b) Identificar las condiciones principales que favorecen la aparición del efecto Werther, y (c) Identificar los grupos poblacionales con mayor susceptibilidad para desarrollar el efecto Werther.

Método

La metodología usada en esta revisión se ha basado en las directri-

Los medios de comunicación pueden provocar una influencia en la conducta suicida **si la información no se trasmite** de forma adecuada. Sin embargo, también pueden ayudar a **prevenir** la conducta suicida si la información que transmiten se da de **forma correcta**

ces del *"Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA)"*⁵ a partir de la siguiente pregunta de investigación (PICO) "¿Informar siguiendo las recomendaciones propuestas por la OMS evitaría el desarrollo del efecto Werther en las personas que han estado relacionadas con el suicidio?"

La búsqueda de unidades bibliográficas se llevó a cabo desde finales de enero del 2021 hasta la actualidad, con una producción de 32 artículos originales, en inglés, español, francés, italiano o portugués a través de las bases de datos CINAL, ERIC, Psy-

chology and Behavioral Sciences Collection, PsychINFO, PubMed, Scielo and Web of Science. La búsqueda se desarrolló empleando los operadores booleanos ("AND", "OR", "NOT"), así como los descriptores "MeSH" y "All", con las siguientes palabras clave: "Celebrities", "Media", "Risk factors", "Suicide", "Vulnerability", "contagion", "werther", "copycat", "imitative", "imitation", "modelling".

Resultados

Características del estudio

La estrategia de búsqueda identificó 32 estudios, publicados entre



los años 2011 y 2020. De ellos, 9 procedentes de EEUU, 4 de China, 3 estudios de Alemania, Austria, Corea del Sur y Japón, con 2 estudios Finlandia e Israel y, por último, del resto de países, Canadá, Francia y Ghana, con 1 estudio por país. En cuanto a la producción por autores, encontramos solo 1 autor consolidado (más de tres artículos sobre el tema concreto a estudio), 18 autores con 2 o 3 publicaciones, y una gran mayoría de autores ocasionales (91) con solo un artículo. En 18 de los artículos (56,25% del total) el índice de obsolescencia fue mayor del 50%.

Análisis de contenido

El efecto Werther, también conocido como efecto imitación, lleva más de 40 años siendo investigado, pero todavía no existe un consenso claro sobre cuál es su alcance y cuáles son los procesos psicológicos que se encuentran detrás de él. Mientras que algunos estudios apoyan la existencia del efecto Werther, otros

la rechazan. Esta división ha sido objeto de numerosos estudios en los que se han encontrado diversas condiciones determinantes para su desarrollo. Por ejemplo, es más probable que aparezca tras la muerte de una celebridad que tras la muerte de una persona anónima^{31,34} debido a que los medios de comunicación se hacen un mayor eco tras la ocurrencia de dicho suceso. Las noticias sobre suicidios que se encuentran en las páginas principales de los medios de comunicación, como pueden ser la portada de un periódico o el sumario de un teledia-

rio, tienen mayor repercusión sobre la población facilitando el desarrollo del efecto Werther³³, ya que presenta un mayor impacto visual en el receptor. La gran mayoría de los medios de comunicación no siguen las recomendaciones de la OMS a la hora dar una noticia acerca de un suicidio¹⁹. Esto se puede deber a que informan de los sucesos de forma atrayente, explicando de manera morbosa dicha noticia para intentar llamar la atención del destinatario lo máximo posible. Algunos estudios muestran que se

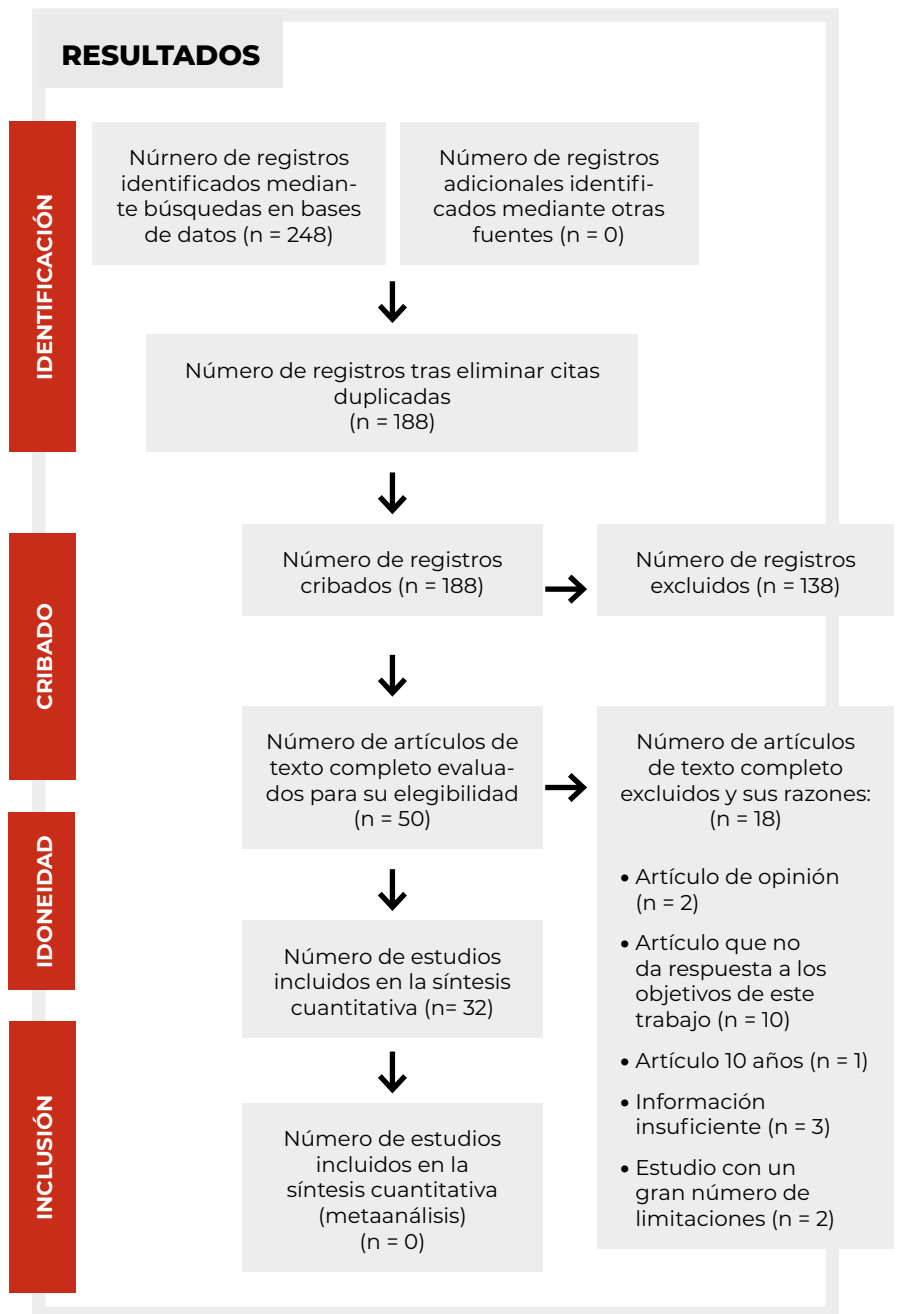


Tabla 1. Hallazgos y resultados relevantes

Autor Año	Número de participantes	Título	Diseño	Área	Resultados
Abdulai 2020 ⁶	Población de Ghana.	Trends of online news media reported suicides in Ghana (1997–2019).	Búsqueda en línea de informes de los medios de comunicación sobre suicidios.	Prevención	Existe un aumento de reportajes en los medios de comunicación sobre el suicidio, pero no se puede relacionar con un aumento en la incidencia. Los suicidios predominaron en el sexo masculino y el método más empleado fue el ahorcamiento. Diversas intervenciones, como identificar conductas suicidas, desarrollar programas de prevención, etc. son capaces de disminuir el riesgo de suicidio en las personas más vulnerables.
Khasawneh et al. 2020 ⁷	Población activa en YouTube y Twitter.	Examining the Self-Harm and Suicide Contagion Effects of the Blue Whale Challenge on YouTube and Twitter: Qualitative Study.	Proceso iterativo de codificación cualitativa.	Redes sociales	El desafío de la ballena azul causó un efecto Werther en las personas más vulnerables. La gran mayoría de las publicaciones de YouTube y Twitter acerca de dicho desafío pretenden concienciar sobre él. Sin embargo, gran parte de ellas no respetan las indicaciones para transmitir de forma adecuada la información, pudiendo provocar efectos perjudiciales no intencionados. Para evitar que esto ocurra se deben promover las normas de transmisión de información segura y advertir sobre los factores que promueven el efecto contagio.
Romer 2020 ⁸	Población EEUU.	Reanalysis of the Bridge et al. study of suicide following release of 13 Reasons Why.	Análisis autorregresivo.	Series de televisión	Partiendo de la idea de que la serie "13 Reasons Why" pudo haber tenido un efecto negativo para las personas vulnerables, tras un segundo análisis no se encontraron datos objetivos de la producción de un efecto imitativo.
Bakst et al. 2019 ⁹	Población general de Israel.	The Effects of Publicized Suicide Deaths on Subsequent Suicide Counts in Israel.	Búsqueda sistemática, análisis estadístico.	Medios de comunicación	En este estudio se observó que, tras la publicación de 13 suicidios correctamente publicitados, la tasa de disminución de los suicidios por imitación no se vio influenciada. Sin embargo, hubo una tasa elevada de resultados de búsqueda tras la cobertura de prensa acerca de los suicidios.
Ferguson et al. 2019 ¹⁰		13 Reasons Why Not: A Methodological and Meta-Analytic Review of Evidence Regarding Suicide Contagion by Fictional Media.	Revisión metodológica y metaanalítica.	Medios de comunicación	Hoy en día no existe evidencia de que las representaciones ficticias de suicidios provoquen un efecto contagio en el espectador.
Gauld et al. 2019 ¹¹	9 estudiantes (4 mujeres y 5 hombres).	Construction and Validation of an Analytical Grid about Video Representations of Suicide ("MoVIES").	Proceso de construcción y validación.	Películas	Existe un efecto contagio relacionado con vídeos que representan un suicidio ficticio, como en el caso de las películas. Por un lado, es muy importante valorar las propiedades inherentes del estímulo del vídeo y por otro lado, la vulnerabilidad del espectador.

Nieder-krotenthaler 2019 ¹²	Población de EEUU.	Association of Increased Youth Suicides in the United States With the Release of 13 Reasons Why.	Estudio ecológico.	Series de televisión	Tras el lanzamiento de "13 Reasons Why" parece haber un aumento del suicidio de un 15%, principalmente en personas de 10 a 19 años, en el primer mes después de dicho lanzamiento. No obstante, las asociaciones entre los suicidios y el lanzamiento de "13 Reasons Why" deben interpretarse con cautela. Los hallazgos sugieren la necesidad de que los expertos junto con los miembros de la industria del entretenimiento lleguen a un acuerdo para prevenir futuras representaciones de suicidio perjudiciales.
Fink et al. 2018 ¹³	Población EEUU.	Increase in suicides the months after the death of Robin Williams in the US.	Análisis de series de tiempo.	Celebridades	El estudio de investigación aporta evidencia sobre la relación que existe entre el suicidio de celebridades, su cobertura mediática y las posteriores muertes por suicidio. Tras la muerte de Robin Williams hubo un incremento de suicidios, sobre todo en el sexo masculino y entre las personas de 30 a 44 años. Además, respecto a los distintos métodos de suicidio, las muertes por asfixia se acentuaron. Aunque no se puede determinar con certeza que el exceso de suicidios estuviera relacionado con los informes de los medios de comunicación.
Laukkala et al. 2018 ¹⁴	Accidentes de aviación en los EE. UU y Alemania.	Copycats in Pilot Aircraft-Assisted Suicides after the Germanwings Incident.	Búsqueda de información y análisis de investigaciones.	Medios de comunicación	Tras evaluar la información extraída de la base de datos de la Junta Nacional de Seguridad en el Transporte (NTSB), no se puede determinar la presencia o ausencia del efecto imitativo, ya que los datos son insuficientes. Lo que sí se puede destacar es la importancia de que los medios de comunicación den una cobertura informativa responsable, ya que intervienen como un factor de prevención para el suicidio.
Ortiz et al. 2018 ¹⁵		Traditional and new media's influence on suicidal behavior and contagion.	Revisión sistemática.	Medios de comunicación	A pesar de la gran diversidad de información, la investigación respalda la idea de que los informes de los medios acerca del suicidio tienen un impacto significativo en las tasas de suicidio. Pero hay mucho que investigar para conocer en profundidad los componentes específicos del efecto Werther, ya que existen muchos factores que influyen de distinta manera en dicho efecto. Se deben seguir las recomendaciones a la hora de dar información sobre el suicidio para reducir los posibles efectos negativos para las personas vulnerables.
Sinyor et al. 2018 ¹⁶	Población Canadiense.	The association between suicide deaths and putatively harmful and protective factors in media reports.	Estudio observacional.	Prevención	Existe una relación entre algunos informes (destacados como dañinos según las pautas canadienses) y el incremento de suicidios. No se pudo asociar el menor número de muertes acontecido en las semanas posteriores con la utilización de los supuestos factores protectores en la publicación de noticias sobre el suicidio, ya que dichos factores apenas fueron empleados. En numerosos países, incluido Canadá, se han elaborado una serie de pautas para que los medios puedan transmitir adecuadamente la información acerca del suicidio.
Vuorio et al. 2018 ¹⁷	Pilotos de EEUU.	Aircraft-Assisted Pilot Suicides in the General Aviation Increased for One-Year Period after 11 September 2001 Attack in the United States.	Análisis estadístico prospectivo.	Imitación de método	En este estudio se observó una asociación de los suicidios de pilotos AAS con lo acontecido en el 11-S. A lo largo de 1 año a partir de ese momento, se produjo un efecto imitación, aunque los factores causales de dicha asociación estadística no están claros todavía. El uso de aviones para cometer los ataques terroristas pudo tener efectos negativos, especialmente en los pilotos más vulnerables.

Williams et al. 2018 ¹⁸	425 estudiantes de pregrado, de 19 años de edad o más, curso de psicología en universidad	Media Reporting on Suicide: Evaluating the Effects of Including Preventative Resources and Psychoeducational Information on Suicide. Risk, Attitudes, Knowledge, and Help-Seeking Behaviors.	Análisis de poder a priori.	Psicoeducación	Este estudio es uno de los primeros en emplear un diseño experimental para evaluar la posible relación entre los informes de los medios de comunicación y el suicidio, se ha demostrado que las pautas a seguir a la hora de informar son de gran importancia para reducir el comportamiento imitativo. No obstante, sería conveniente realizar una evaluación continua para conocer con exactitud qué directrices son las adecuadas para prevenir el suicidio, puesto que no están claras todavía.
Schäfer et al. 2015 ¹⁹	Población Alemana.	The Press Coverage of Celebrity Suicide and the Development of Suicide Frequencies in Germany.	Investigación cualitativa preliminar.	Medios de comunicación	Se confirma la existencia del efecto Werther, ya que se produce un aumento significativo de suicidios y especialmente, de suicidios similares. También se observa que los medios de comunicación alemanes, en su gran mayoría, no siguen las recomendaciones a la hora de publicar un artículo sobre el suicidio, favoreciendo así la aparición del efecto Werther.
Cheng et al. 2014 ²⁰		Suicide Contagion: A Systematic Review of Definitions and Research Utility.	Revisión sistemática.	Psicología	No es posible llegar a una conclusión sobre si el suicidio es realmente contagioso. Es importante aclarar el concepto de "contagio suicida" para poder investigar sus mecanismos. Por último, es necesario indagar más sobre la posible propagación de las influencias que suscitan el suicidio para poder desarrollar estrategias de prevención e intervención eficaz.
Hagihara et al. 2014 ²¹	Población de Japón.	The impact of newspaper reporting of hydrogen sulfide suicide on imitative suicide attempts in Japan.	Modelo de función de transferencia a datos de series de tiempo diarias.	Medios de comunicación	Los artículos sobre el suicidio que se encontraban en las portadas o páginas principales, provocaban un aumento del riesgo de suicidio 4 veces mayor que los artículos de otras páginas. A medida que aumentaba el número de artículos que vulneraban las recomendaciones a los medios de comunicación para los casos de suicidio, la magnitud del impacto de los suicidios por imitación era mayor.
Lee et al. 2014 ²²	Población de Corea del Sur.	To What Extent Does the Reporting Behavior of the Media Regarding a Celebrity Suicide Influence Subsequent Suicides in South Korea?	Análisis de contenido.	Celebridades	El estudio reveló un gran aumento en el número de suicidios tras la muerte de una celebridad conocida como Choi, sobre todo en mujeres y jóvenes de 30 años. El número de muertes por ahorcamiento (método utilizado por Choi) aumentó significativamente.
Till et al. 2014 ²³	631 mujeres y 312 hombres.	Associations between Film Preferences and Risk Factors for Suicide: An Online Survey.	Análisis de regresión múltiple.	Películas	No se ha podido demostrar si las películas que contienen algo relacionado con el suicidio pueden causar un efecto imitativo en los individuos. No obstante, se ha observado que las personas suicidas eligen películas tristes y ello contribuye a la conservación o incremento de los factores de riesgo relacionados con el suicidio.
Ueda et al. 2014 ²⁴	Población de Japón.	The effects of media reports of suicides by well-known figures between 1989 and 2010 in Japan.	Análisis de regresión.	Celebridades	El estudio muestra evidencia de que las publicaciones en los medios de comunicación acerca del suicidio de celebridades presentan un impacto inmediato en el número de suicidios en la población de Japón. Además, destaca la importancia de que los medios de comunicación informen con responsabilidad y cautela sobre el suicidio.

Chen et al. 2013 ²⁵	Población de Taiwán.	The Impact of Media Reporting on the Emergence of Charcoal Burning Suicide in Taiwan.	Modelo autorregresivo lineal generalizado de Poisson.	Imitación de método	Este análisis indica que la excesiva información proporcionada por los medios de comunicación sobre el suicidio por quema de carbón, parece haber alimentado la epidemia de suicidios con dicho método. Por lo tanto, es necesario trabajar con los medios de comunicación para mejorar la calidad de la información relacionada con el suicidio.
Fu et al. 2013 ²⁶	Población Corea del Sur.	A Study of the Impact of Thirteen Celebrity Suicides on Subsequent Suicide Rates in South Korea from 2005 to 2009.	Análisis de series de tiempo interrumpidas.	Celebridades	El estudio sugiere que los incidentes fueron seguidos de un aumento en las muertes por suicidio, siendo mayor el número de suicidios en los hombres con respecto a las mujeres. No obstante, dicho aumento habría estado condicionado por diversos factores contextuales.
Hegerl et al. 2013 ²⁷	Población Alemana.	Why Has the Continuous Decline in German Suicide Rates Stopped in 2007?	Análisis de regresión de puntos de unión.	Prevención	Desde 2007, ha habido un incremento de suicidios en Alemania. Podría deberse, en cierto modo, a la aparición del efecto imitación tras el suicidio ferroviario de Robert Enke. Es de gran importancia abordar la prevención del efecto Werther y mejorar la transmisión de la información sobre el suicidio en los medios de comunicación.
Kim et al. 2013 ²⁸	Población de Corea.	The werther effect of two celebrity suicides: an entertainer and a politician.	Cuantitativo y cualitativo observacional.	Celebridades	Tras el suicidio de dos celebridades coreanas, se ha producido efecto Werther en la población, ya que se observa un aumento de la conducta suicida con las publicaciones de dichos suicidios en los medios de comunicación. Concluyen que es de gran importancia que los medios informen siguiendo unas pautas responsables.
Swanson et al. 2013 ²⁹	8766 jóvenes canadienses de 12 a 13 años, 7802 (14-15) y 5496 de 16 a 17 años.	Association between exposure to suicide and suicidality Outcomes in youth.	Estudio longitudinal y transversal.	Adolescentes	Este estudio defiende que la exposición al suicidio puede ser un gran predictor de tendencias suicidas. Además, los hallazgos de dicho estudio apoyan las intervenciones de prevención, especialmente durante la adolescencia, que van dirigidas a aquellos que tenían una relación directa con la persona difunta.
Till et al. 2013 ³⁰	60 personas adultas que viven en Austria (23 hombres y 37 mujeres).	Who identifies with suicidal film characters? Determinants of identification with suicidal protagonists of drama films.	Estudio empírico.	Películas	Las historias reales sobre el suicidio en los medios de comunicación tienen el potencial de desencadenar suicidios imitadores, conocidos como efecto Werther, mientras que las historias sobre afrontamiento positivo en circunstancias adversas se asocian con una reducción en los suicidios. En las películas de ficción ocurre algo similar a lo comentado con anterioridad, especialmente cuando el espectador presenta una gran empatía.
Yang et al. 2013 ³¹	Población de Taiwán.	Suicide and media reporting: a longitudinal and spatial analysis.	Análisis longitudinal	Celebridades	En este estudio se observó un incremento notable de las muertes por suicidio, especialmente tras la publicación de informes en los medios acerca del suicidio de celebridades. Además, el estudio sugirió que posiblemente exista un efecto imitador retardado cuando se trata de noticias sobre suicidios menores.
Greenberg et al. 2012 ³²	Población de Israel.	Werther's Syndrome: Copycat Self-immolation in Israel with a Call for Responsible Media Response.	Revisión sistemática.	Prevención	Este artículo defiende que existe un efecto Werther tras la publicación en los medios de comunicación de un informe acerca de la autoinmolación. A pesar de que el acto es relativamente raro, el impacto visual es sorprendente y dramático. Por ello, es muy importante que los medios de comunicación publiquen dichas noticias de forma responsable para poder reducir más pérdidas gratuitas de la vida humana.

Hagihara et al. 2012 ³³	Personas de 20, 30 y 40 años en Japón.	Effects of media reports and the subsequent voluntary withdrawal from sale of suicide-related products on the suicide rate in Japan.	Análisis de datos estadísticos.	Imitación de método	Los resultados del estudio muestran que la cobertura de los medios de comunicación de un caso de suicidio relacionado con el sulfuro de hidrógeno, provocó un aumento de muertes por suicidio en mujeres. El cese opcional de las ventas de productos relacionados con los métodos de suicidio, podría ser una forma eficaz para la prevención del efecto imitador.
Jeong et al. 2012 ³⁴	Población de Corea.	The effects of celebrity suicide on copycat suicide attempt: a multi-center observational study.	Estudio observacional multicéntrico.	Celebridades	Se observó que el número de visitas al servicio de urgencias por intentos de suicidio o autolesiones aumentó durante las tres semanas posteriores a la publicación de suicidios de celebridades.
Cheng et al. 2011 ³⁵	18 casos de suicidio en la empresa Foxconn.	The Foxconn suicides and their media prominence: is the Werther Effect applicable in China?	Método de regresión de Poisson.	Ambiente laboral	Los suicidios de Foxconn formaron un acúmulo temporal. No existen suficientes datos para afirmar que hubo un efecto Werther, ya que otras investigaciones apuntan a las malas condiciones de trabajo que había en la empresa. Por lo tanto, este podría haber sido el factor precipitante.
Jamieson et al. 2011 ³⁶	Población de Estados Unidos.	Trends in Explicit Portrayal of Suicidal Behavior in Popular U.S. Movies, 1950–2006.	Análisis estadístico de regresión.	Películas	En 1950, el aumento de las conductas suicidas en las películas populares de EEUU, fue seguido de un incremento de las muertes por suicidio en la población. Sin embargo, para poder relacionar dichos sucesos es necesario realizar estudios con mayor profundidad.
Scherr et al. 2011 ³⁷	133 estudiantes de una universidad estadounidense (74 mujeres y 59 hombres)	Belief in a Werther Effect: third-person effects in the perceptions of suicide risk for others and the moderating role of depression.	Estudio de experimento controlado.	Depresión	Defiende que las personas estiman que el riesgo de suicidio es más alto para los demás que para ellos mismos como resultado de la exposición a contenido mediático suicida. Las personas que poseen un alto grado de depresión muestran una reducción del supuesto efecto Werther, ya que presentan una visión más realista de la realidad, y ello conduce a una menor sobreestimación de los efectos de los medios sobre los demás cuando se exponen a contenido mediático suicida.

produce un repunte en las muertes por suicidio tras la publicación de noticias referentes a ello, aunque resulta difícil establecer una relación entre dichos sucesos⁶.

Bakst et al⁹, entre otros, no han observado una disminución de los casos de suicidio cuando los medios de comunicación han transmitido la información siguiendo las recomendaciones. No obstante, la gran mayoría de los estudios sugieren que los medios de información deberían seguir unas pautas para publicar la noticia de un suicidio de forma

correcta. Por lo tanto, si todos los medios de comunicación siguieran las directrices de la OMS a la hora de informar acerca de un suicidio, es posible que se redujera considerablemente el número de muertes producidas por dicho motivo, ya que actuaría como un factor protector en muchas personas.

Discusión

Aún queda un largo camino por recorrer en la investigación del efecto Werther. Indudablemente, sabemos que existen muchos factores (indi-

viduales, familiares, sociales, psicológicos...) que influyen en dicho efecto y favorecen su aparición, por lo que resulta difícil llegar a una conclusión clara respecto a la causa que lo produce. Por ello, debemos hacer todo lo posible para disminuir los factores de riesgo y aumentar los de protección mediante la implementación de medidas como la mejora de recursos sociales para ayudar a personas con problemas psicológicos, que las instituciones junto con los medios de comunicación establezcan unas pautas para

que exista una cobertura responsable de las noticias sobre suicidios, etc. De esta manera se podrían prevenir futuras muertes.

A lo largo de la historia, muchas personas se han quitado la vida imitando la forma de suicidarse de algunas celebridades como cantantes, actores, *influencers*, personajes de películas, series o libros. Sin embargo, no se puede establecer una relación directa entre dichos actos y el efecto imitación. El suicidio de un/a héroe/heroína puede "dar permiso" o marcar la diferencia, ser la gota que colma el vaso o la respuesta buscada para una persona vulnerable con ideas y/o planes de suicidio. Sin embargo, si hablamos del suicidio desde la empatía y la realidad, no como un acto heroico sino, más bien, de desesperación y falta de recursos; si hablamos desde los problemas de la persona que comete suicidio, de la medicación antidepresiva que dejó de tomar, de su adicción a sustancias, de su falta de comunicación

El efecto Werther, también conocido como efecto imitación, lleva más de **40 años siendo investigado**, pero todavía no existe un consenso claro sobre cuál es su alcance y cuáles son los **procesos psicológicos** que se encuentran detrás de él

con los demás, de su soledad, de su frustración, de sus ganas de vivir, quizá entonces la persona que está a punto de decidir... decida vivir, porque verá en su héroe/heroína a una persona. Por lo que, de la presente revisión se concluye que, informar en los medios de comunicación acerca de un suicidio siguiendo las recomendaciones de la OMS no evita el desarrollo del efecto Werther, pero sí reduce su aparición considerablemente; que el escaso seguimiento de las pautas establecidas por la OMS a la hora de transmitir la infor-

mación a la sociedad a través de los medios de comunicación ha facilitado la aparición y/o persistencia del efecto; que el suicidio de celebridades tiene una mayor repercusión respecto al de personas desconocidas; que el efecto Werther no afecta a todas las personas por igual puesto que las más vulnerables muestran una mayor propensión a desarrollar dicho efecto, y que la aparición de las redes sociales ha favorecido su aumento.

Es importante hablar del suicidio, y de las personas que se han suicidado. Pero hay que hacerlo bien. ▀

Referencias

1. Ramirez RH, Villar MU, Jambina JM. El tratamiento del suicidio en la prensa española: ¿efecto werther o efecto papageno? Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría. 2015; 35(125). <https://dx.doi.org/10.4321/S0211-57352015000100009>
2. Artiles FJ, Caro CJ, Méndez MR. Noticias sobre suicidio en los medios de comunicación. Recomendaciones de la OMS. Revista Española de Salud Pública. 2017;91: e201710040. Epub. http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272017000100303&lng=es&tlng=es
3. Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. Recomendaciones para el tratamiento del suicidio por los medios de comunicación. 2019; https://www.mscbs.gob.es/profesionales/excelencia/docs/MANUAL_APOYO_MMCC_SUICIDIO_04.pdf
4. Organización Mundial de la Salud. Prevención del suicidio. 2000; https://www.who.int/mental_health/media/media_spanish.pdf
5. Page MJ, McKenzie JE, Bossuyt PM, Boutron I, Hoffmann TC, Mulrow CD et al. The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. BMJ. 2021; 372(71). doi:10.1136/bmj.n71
6. Abdulai T. Trends of online news media reported suicides in Ghana (1997-2019). BMC Public Health. 2020; 20(1): 35. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-8149-3>
7. Khasawneh A, Chalil K, Dixon E, Wiśniewski P, Zinzow H, Roth R. Examining the Self-Harm and Suicide Contagion Effects of the Blue Whale Challenge on YouTube and Twitter: Qualitative Study. JMIR Mental Health, 2020; 7(6). e15973. <https://doi.org/10.2196/15973>
8. Romer D. Reanalysis of the Bridge et al. study of suicide following release of 13 Reasons Why. PloS One, 2020; 15(1). e0227545. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0227545>
9. Bakst SS, Berchenko Y, Braun T, Shohat T. The Effects of Publicized Suicide Deaths on Subsequent Suicide Counts in Israel. Archives of Suicide Research: Official Journal of the International Academy for Suicide Research. 2019; 23(3): 440-454. <https://doi.org/10.1080/13811118.2018.1456991>
10. Ferguson CJ. 13 Reasons Why Not: A Methodological and Meta-Analytic Review of Evidence Regarding Suicide Contagion by Fictional Media. Suicide & Life-Threatening Behavior. 2019; 49(4): 1178-1186. <https://doi.org/10.1111/sltb.12517>
11. Gauld C, Wathélet M, Medjkane F, Pauwels N, Bougerol T, Notredame CE. Construction and Validation of an Analytical Grid about Video Representations of Suicide ("MOVIES"). International Journal of Environmental Research and Public Health. 2019; 16(15). <https://doi.org/10.3390/ijerph16152780>
12. Niederkrotenthaler T, Stack S, Till B, Sinyor M, Pirkis J, Garcia D, Rockett IR, Tran, US. Association of Increased Youth Suicides in the United States With the Release of 13 Reasons Why. JAMA Psychiatry. 2019; 76(9): 933-940. <https://doi.org/10.1001/jamapsychiatry.2019.0922>
13. Fink DS, Santaella-Tenorio J, Keyes KM. Increase in suicides the months after the death of Robin Williams in the

- US. *PLoS One*. 2018; 13(2): e0191405. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0191405>
14. Laukkala T, Vuorio A, Bor R, Budowle B, Navathe P, Pukkala E, Sajantila A. Copycats in Pilot Aircraft-Assisted Suicides after the Germanwings Incident. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2018; 15(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph15030491>
 15. Ortiz P, Khin Khin E. Traditional and new media's influence on suicidal behavior and contagion. *Behavioral Sciences & the Law*. 2018; 36(2): 245–256. <https://doi.org/10.1002/bsl.2338>
 16. Sinyor M, Schaffer A, Nishikawa, Redelmeier DA, Niederkrötenhaler T, Sareen J, Levitt AJ, Kiss A, Pirkis J. The association between suicide deaths and putatively harmful and protective factors in media reports. *CMAJ: Canadian Medical Association Journal*. 2018; 190(30): E900–E907. <https://doi.org/10.1503/cmaj.170698>
 17. Vuorio A, Laukkala T, Junttila I, Bor R, Budowle B, Pukkala E, Navathe P, Sajantila A. Aircraft-Assisted Pilot Suicides in the General Aviation Increased for One-Year Period after 11 September 2001 Attack in the United States. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2018; 15(11). <https://doi.org/10.3390/ijerph15112525>
 18. Williams CL, Witte TK. Media reporting on suicide: Evaluating the effects of including preventative resources and psychoeducational information on suicide risk, attitudes, knowledge, and help-seeking behaviors. *Suicide and Life-Threatening Behavior*. 2018; 48(3): 253–270. <https://doi.org/10.1111/sltb.12355>
 19. Schäfer M, Quiring O. The Press Coverage of Celebrity Suicide and the Development of Suicide Frequencies in Germany. *Health Communication*. 2015; 30(11): 1149–1158. <https://doi.org/10.1080/10410236.2014.923273>
 20. Cheng Q, Li H, Silenzio V, Caine ED. Suicide contagion: a systematic review of definitions and research utility. *PLoS One*. 2014; 9(9): e108724. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0108724>
 21. Hagihara A, Abe T. Effects of media reports and the subsequent voluntary withdrawal from sale of suicide-related products on the suicide rate in Japan. *European Archives of Psychiatry and Clinical Neuroscience*. 2012; 262(3): 245–251. <https://doi.org/10.1007/s00406-011-0279-2>
 22. Lee J, Lee WY, Hwang JS, Stack SJ. To what extent does the reporting behavior of the media regarding a celebrity suicide influence subsequent suicides in South Korea? *Suicide & Life-Threatening Behavior*. 2014; 44(4): 457–472. <https://doi.org/10.1111/sltb.12109>
 23. Till B, Tran, U. S., Voracek, M., Sonneck, G., & Niederkrotenhaler, T. Associations between film preferences and risk factors for suicide: an online survey. *PLoS One*. 2014; 9(7): e102293. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0102293>
 24. Ueda, M., Mori, K., & Matsubayashi, T. The effects of media reports of suicides by well-known figures between 1989 and 2010 in Japan. *International Journal of Epidemiology*. 2014; 43(2): 623–629. <https://doi.org/10.1093/ije/dyu056>
 25. Chen, Y.-Y., Chen, F., Gunnell, D., & Yip, P. S. F. The impact of media reporting on the emergence of charcoal burning suicide in Taiwan. *PLoS One*. 2013; 8(1): e55000. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0055000>
 26. Fu, K., & Chan, C. H. A study of the impact of thirteen celebrity suicides on subsequent suicide rates in South Korea from 2005 to 2009. *PLoS One*. 2013; 8(1): e53870. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0053870>
 27. Hegerl, U., Mergl, R., Doganay, G., Reschke, K., & Rummel-Kluge, C. Why has the continuous decline in German suicide rates stopped in 2007? *PLoS One*. 2013; 8(8): e71589. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0071589>
 28. Kim, J.-H., Park, E.-C., Nam, J.-M., Park, S., Cho, J., Kim, S.-J., Choi, J.-W., & Cho, E. The Werther effect of two celebrity suicides: an entertainer and a politician. *PLoS One*. 2013; 8(12): e84876. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0084876>
 29. Swanson, S. A., & Colman, I. Association between exposure to suicide and suicidality outcomes in youth. *CMAJ: Canadian Medical Association Journal = Journal de l'Association Médicale Canadienne*. 2013; 185(10): 870–877. <https://doi.org/10.1503/cmaj.121377>
 30. Till, B., Herberth, A., Sonneck, G., Vitouch, P., & Niederkrotenhaler, T. Who identifies with suicidal film characters? Determinants of identification with suicidal protagonists of drama films. *Psychiatria Danubina*. 2013; 25(2): 158–162. <https://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=d55f9f6c-2c1f-4d96-b1cb-b3a9a-28811ba%40sessionmgr102>
 31. Yang, A. C., Tsai, S.-J., Yang, C.-H., Shia, B.-C., Fuh, J.-L., Wang, S.-J., Peng, C.-K., & Huang, N. E. Suicide and media reporting: A longitudinal and spatial analysis. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology: The International Journal for Research in Social and Genetic Epidemiology and Mental Health Services*. 2013; 48(3): 427–435. <https://doi.org/10.1007/s00127-012-0562-1>
 32. Greenberg, B., & Strous, R. D. Werther's syndrome: copycat self-immolation in Israel with a call for responsible media response. *The Israel Medical Association Journal: IMAJ*. 2012; 14(8): 467–469.
 33. Hagihara, A., Abe, T., Omagari, M., Motoi, M., & Nabeshima, Y. The impact of newspaper reporting of hydrogen sulfide suicide on imitative suicide attempts in Japan. *Social Psychiatry & Psychiatric Epidemiology*. 2014; 49(2): 221–229. <https://doi.org/10.1007/s00127-013-0741-8>
 34. Jeong, J., Shin, S., Kim, H., Hong, Y., Hwang, S., & Lee, E. The effects of celebrity suicide on copycat suicide attempt: a multi-center observational study. *Social Psychiatry & Psychiatric Epidemiology*. 2012; 47(6): 957–965. <https://doi.org/10.1007/s00127-011-0403-7>
 35. Cheng Q, Chen F, Yip P. The Foxconn suicides and their media prominence: is the Werther Effect applicable in China? *BMC Public Health*. 2011; 11, 841. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-11-841>
 36. Jamieson P, Romer D. Trends in explicit portrayal of suicidal behavior in popular U.S. movies, 1950–2006. *Archives of Suicide Research: Official Journal of the International Academy for Suicide Research*. 2011; 15(3): 277–289. <https://doi.org/10.1080/13811118.2011.589748>
 37. Scherr S, Reinemann, C. Belief in a Werther Effect: third-person effects in the perceptions of suicide risk for others and the moderating role of depression. *Suicide & Life-Threatening Behavior*. 2011; 41(6): 624–634. <https://doi.org/10.1111/j.1943-278X.2011.00059.x>