



O paradoxo da cobertura de suicídios na mídia campo-grandense: Divulgar ou não divulgar?¹

Patrick Alif Fertrin BATISTA²
Victor Hugo Sanches PEREIRA³
Edson SILVA⁴

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

RESUMO

O trabalho visa analisar como os principais websites de Campo Grande abordam o tema suicídio, considerando que o mesmo se caracteriza como um tabu na imprensa. A maior parte da população campo-grandense não compreende o fenômeno do suicídio, pois as informações referidas aos casos em que as pessoas tiram a própria vida são na maioria das vezes negligenciados pela imprensa. Além de avaliar como a imprensa local se comporta nestes casos, o estudo em questão visa oferecer possibilidades e dicas para que os jornalistas trabalhem as publicações relacionadas ao suicídio com precisão e cautela, para prevenir que vidas sejam interrompidas pela falta de informação ou pelo mau emprego dela.

PALAVRAS-CHAVE: suicídios; websites; Campo Grande; imprensa; negligência.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa analisar a abordagem da imprensa de Campo Grande/MS em relação aos casos de suicídio da cidade que foram divulgados pelos portais noticiosos Campo Grande News e Midiamax no período de Janeiro de 2014 até Abril de 2015. A escolha destes portais se deve ao fato de constituírem os dois maiores websites noticiosos da capital sul-mato-grossense.

O objetivo do estudo é conscientizar os jornalistas sobre a importância de reportar acontecimentos relacionados aos casos de suicídio, desde que estes sejam divulgados de maneira apropriada, acurada e cuidadosa, por meios de comunicação esclarecidos, podendo assim prevenir que vidas sejam interrompidas. Logo, “os meios de

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da UFMS, email: patrickalif@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UFMS, email: victorhugosanches9@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor Doutor do Curso de Jornalismo da UFMS. E-mail: eseiva@terra.com.br



comunicação podem ter também um papel ativo na prevenção do suicídio” (OMS, 2000, p. 3).

A base metodológica para o trabalho é a linha de pensamento do sociólogo Émile Durkheim, onde “a contribuição para o desenvolvimento do suicídio ou do assassinio não é o fato de se falar nisso, é a maneira pela qual se fala”. (DURKHEIM, 2000, p. 160). Ou seja, o suicídio não deve ser noticiado como inexplicável ou de uma forma superficial pelos veículos de mídia. Mas, deve sim reconhecer o fato de maneira sistêmica, analisando toda a esfera social vinculada ao mesmo.

No Brasil percebe-se uma ausência de estudos entre o comportamento da imprensa e o suicídio. Isso se deve muito ao fato de que existam poucos manuais para orientação de comunicólogos neste tipo de caso e nem ao menos o código de ética dos jornalistas brasileiros faz referencia a este problema de saúde pública no Brasil. A maior parte dos jornais entende o suicídio como esfera privada e que somente se torna noticiável quando atende a legitimação de interesse público, presente nos preceitos éticos dos profissionais do jornalismo brasileiro.

Defasagem nas coberturas locais de suicídios

Durante 16 meses (1 de janeiro de 2014 a 26 de abril de 2015), foi-se verificado a quantidade de notícias sobre o tema suicídio na cidade de Campo Grande, veiculado pelos dois principais websites locais: Campo Grande News e Midiamax. No geral, foi observado uma presença maior do Campo Grande News nas divulgações relacionadas a este tipo de tema, com 96 publicações durante todo o período, em detrimento do Midiamax, que totalizou 72 publicações.

Durante fevereiro de 2014, o portal Campo Grande News não divulgou nenhum conteúdo sobre o suicídio. O Midiamax, por sua vez, não publicou notícias sobre o tema em Dezembro de 2014 e em março de 2015, além de publicar somente uma notícia para o mês de outubro de 2014 e novembro de 2014.



Quadro 1 - Publicações sobre suicídio relacionadas ao município de Campo Grande/MS em 2014.

	Campo Grande News	Midiamax
Janeiro	11	11
Fevereiro	0	3
Março	3	2
Abril	3	7
Maiο	7	6
Junho	7	6
Julho	14	11
Agosto	8	9
Setembro	12	10
Outubro	2	1
Novembro	4	1
Dezembro	4	0
Total	75	67

Quadro 2 - Publicações sobre suicídio relacionadas ao município de Campo Grande/MS de 1 de janeiro a 26 de abril de 2015.

	Campo Grande News	Midiamax
Janeiro	3	1
Fevereiro	3	2
Março	5	0
Abril	10	2
Total	21	5

A taxa de ocorrências com divulgação midiática em relação a suicídios revela a negligência dos websites acima citados neste assunto. O próprio Campo Grande News auxiliou na constatação de tal fato. No dia 16 de setembro de 2014, a OMS (Organização Mundial de Saúde) publicou um ranking dos índices de suicídios nas



idades brasileiras. O Campo Grande News publicou então uma notícia, tendo como parâmetro os números de Estado e do município acerca do tema. No lead da matéria, o portal trazia o seguinte trecho “Desde o início do ano, 35 pessoas cometeram suicídio em Campo Grande e tantos outros casos seguem em investigação ou não entraram nas estatísticas” (DIAS, 2014).

Tal afirmação traz grande impacto pelo fato de que durante todo o ano de 2014, foram noticiadas apenas 22 ocorrências de suicídios pelo Campo Grande News. O midiamax noticiou 23 ocorrências. Estes dados demonstram como o suicídio é descartado das pautas na imprensa local.

Essa postura excessivamente cautelosa da mídia desmobiliza um aparato que a sociedade só teria condições de acionar se devidamente informada e conscientizada a respeito do problema do suicídio no País. O silêncio em torno do assunto alimenta a passividade, quando o momento deveria ser de ação. E toda ação na área de saúde pública, como já vimos, alcança os melhores resultados com o apoio da mídia. (MÍDIA, 2011, p. 4).

Em contrapartida, se nota uma evolução nas estratégias de divulgação de suicídios do Campo Grande News. De janeiro a abril de 2015, o Campo Grande News trabalhou na divulgação de 11 ocorrências, o que corresponde a metade dos casos, em apenas 4 meses.

Por sua vez, o Midiamax que divulgou 23 ocorrências em 2014, nos primeiros quatro meses de 2015, publicou apenas conteúdos jornalísticos relacionados à apenas 4 casos.

Nas tabelas abaixo, foram analisadas a quantidade de ocorrências que os dois portais trabalharam durante todo o corpus de análise. Observa-se que no período de 16 meses, o Midiamax não publicou nenhum artigo ou coluna relacionada ao tema. Neste período, o portal se limitou a publicações do gênero notícia.

O Campo Grande News, durante todo o ano de 2014, publicou 10 artigos e/ou colunas em relação ao suicídio, compondo uma média de quase um artigo por mês. Até Abril de 2015, publicou 5 artigos e/ou colunas, com destaque para o artigo “Quem pode falar sobre os 4 suicídios na cidade? Só quem tem conta no facebook?”. A publicação teve grande repercussão, tendo um alcance de mais de 260.000 pessoas no Facebook e 11.000 compartilhamentos diretos do conteúdo.



Quadro 3 - Análise das publicações em Campo Grande/MS no ano de 2014

	Campo Grande News	Midiamax
Publicações relacionadas a suicídio (notícias, artigos, colunas ou notas)	75	67
Quantidade de ocorrências produzidas pelos portais	22	23
Quantidade de notícias referentes às ocorrências de suicídio ou tentativas produzidas pelos portais	45	44
Artigos ou colunas sobre o tema	10	0
Demais notícias relacionadas ao suicídios	20	23

Quadro 4 - Análise das publicações em Campo Grande/MS entre 1 de janeiro e 26 de abril de 2015

	Campo Grande News	Midiamax
Publicações relacionadas a suicídio (notícias, artigos, colunas ou notas)	21	5
Quantidade de ocorrências produzidas pelos portais	11	4
Quantidade de notícias referentes às ocorrências de suicídio ou tentativas produzidas pelos portais	14	3
Artigos ou colunas sobre o tema	5	0
Demais notícias relacionadas ao suicídios	2	2

Ao trabalhar na divulgação de ocorrências de suicídios, a imprensa poderia, por exemplo, contribuir publicando dicas para as pessoas se relacionarem com indivíduos com tendências suicidas, estratégias para a superação do luto e a publicação de soluções para a constatação de indivíduos que possuem ideia suicida nas diferentes esferas



sociais. É importante persuadir as pessoas, que o suicídio, na maioria das vezes, é uma denúncia individual de uma crise coletiva e, esta crise, está muitas vezes relacionada a omissão.

A negação do assunto revela a ausência de compromisso social [...]. Situá-lo no contexto da comunicação e desvelar o trama que o envolve implica em despertar o debate para tentar garantir a viva voz de quem teria que sufocá-la para ser ouvido. (SILVA, 1992, p. 118).

Outra maneira de contribuir no combate ao suicídio é indicar órgãos que podem ajudar pessoas a superarem esta situação. No Brasil, o mais conhecido deles é o Centro de Valorização da Vida (CVV). Porém, a sede desta instituição em Campo Grande está com endereço e telefone desatualizados. No período de análise de 16 meses dos jornais Campo Grande News e Midiamax foi encontrada apenas uma notícia sobre a CVV, publicada no dia 5 de maio de 2014, tratando do papel que desempenha a instituição.

A ridicularização e o julgamento da mídia em casos de suicídio

As precauções necessárias para se trabalhar o suicídio, “demonstra ser imprescindível que, nas vezes em que o tema estiver presente na pauta jornalística, seja abordado com clareza, segurança e competência” (BARBOSA; OGASAWARA; BENAZZI, p. 9). No entanto, os portais noticiosos de Campo Grande que fazem parte do corpus deste estudo, cometem alguns equívocos neste sentido, resultantes do despreparo profissional. Provavelmente, dentro das redações, a decisão sobre a publicação ou não de um suicídio é apenas o primeiro dilema que repórteres, redatores e editores vivenciam acerca deste tema. O grande problema é que o desamparo teórico resulta em apurações e edições não apenas indecorosas, mas sensacionalistas e errôneas, e o mais grave: julgadoras.

O primeiro exemplo é do Campo Grande News. O portal tem uma coluna, aonde se veicula curiosidades e os principais fatos da semana. Ao recapitular a instalação de cameras no morenã para prevenir casos de suicídio, o colunista faz um comentário inadequado, tratando da possibilidade do fato poder ser cômico e inserindo um intertítulo com caráter de ridicularização.

NA FALTA DE BOLA – “Câmeras de monitoramento estão sendo instaladas nas torres de iluminação do Morenã. Um dos objetivos do



investimento da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), é coibir as tentativas de suicídios. No ano passado foram registrados vários casos desse tipo”. Cômica se não fosse trágica esta informação do Campo Grande News, hoje. (ROSA, 2015).

O portal Midiamax, por sua vez, utiliza a seguinte notícia, publicada no dia tal, os jornalista realiza três comentários que podem gerar percepções das mais variadas possíveis acerca do tema no senso comum da população. Dois equívocos são constatados. Primeiro no título da matéria que diz “AGORA: Policial aposentado tem o seu ‘Dia de SWAT’ no Estrela do Sul”. Em seguida, à população que presenciou a tentativa de suicídio comenta o fato “Populares da imediação dizem que o senhor aposentado ‘costuma dar trabalho’”. (GALVÃO; HEINDERICH, 2015).

Em outra situação, o Midiamax inclui a opinião de um bombeiro em sua notícia:

De acordo com o primeiro tenente do Corpo de Bombeiros R. C., ele não acredita que o homem teria tentado suicídio, já que ele se jogou na grama do pontilhão. “Se ele realmente quisesse se matar, ele se jogaria da altura para cair dentro do córrego e não para cair na grama”. (MIDIAMAX, et. al R. C. 2014).

Esta situação reforça a afirmação de Durkheim, que explica que em determinados fatos da sociedade, a opinião pública fala por nossa boca. Neste tipo de situação, segundo o sociólogo, agimos sob a pressão da coletividade, não como indivíduos.

Tal constatação pode ser analisada por meio dos seguintes comentários equivocados de leitores do Campo Grande News, em relação a uma tentativa de suicídio de uma garota. Bastou uma nota sobre o caso para aparecer comentários dos leitores, como estes:

“Nossos jovens precisam de família e um pouco de obediência aos seus pais. Também precisam de uma religião”.

“O Brasil paga para os jovens fazer cursos, estudar, mas eles não tão nem aí. Só querem beber, se prostituir e usar drogas”.

“O Brasil tem que investir na vida dos jovens, afinal as drogas estão acabando com a vida do Brasil”.

No entanto, opiniões contrárias as hostilizações das vítimas, são destacadas, como esta, por exemplo: “Quero acreditar que vocês postaram na reportagem errada. Não é possível que em pleno século XXI ainda tem gente tão desinformada e ignorante” .



É compreensível que a negligência e a desinformação das mídias locais reflitam no mal-estar da nossa população diante do suicídio.

O efeito Werther nas torres do estádio Morenã

Entre os meses de setembro e outubro de 2014, o estádio Pedro Pedrossian, popularmente conhecido como Morenã, teve três casos de tentativas de suicídio, todas nas torres do estádio.

Tais casos trouxeram a tona uma das primeiras associações conhecidas entre os meios de comunicação de massa e o suicídio: o efeito Werther. O livro de Goethe *Die Leiden des Jungen Werther* (Os Sofrimentos do Jovem Werther), publicada em 1774, gerou uma onda de suicídios na Europa, pois, o protagonista da história se dá um tiro na cabeça após um amor mal sucedido. Após a publicação da obra, uma onda de suicídios começou a se disseminar na Europa e houve vários relatos de jovens que cometeram o suicídio usando o mesmo método. Isto resultou na proibição do livro em diversos lugares. Este fenômeno originou o termo “Efeito Werther”, usado na literatura técnica, para designar a imitação de suicídios.

Em todo o período de análise desta pesquisa, o portal Campo Grande News publicou seis notícias envolvendo os três casos de suicídio no Morenã. Havia fotos das pessoas em cima das torres em três notícias, o que caracteriza uma grave infração das normas do Manual de Prevenção para a Mídia, da OMS.

A cobertura sensacionalista de um suicídio deve ser assiduamente evitada, particularmente quando uma celebridade está envolvida. A cobertura deve ser minimizada até onde seja possível. [...] [...] Todos os esforços devem ser feitos para evitar exageros. Deve-se evitar fotografias do falecido, da cena do suicídio e do método utilizado. Manchetes de primeira página nunca são o local ideal para uma chamada de reportagem sobre suicídio. (OMS, p. 7)



Mulher sobe na torre do estádio Morenã e ameaça suicídio



Homem desempregado sobe na torre e ameaça suicídio



O Midiamax fez apenas uma menção destes casos, em uma das notícias publicadas.

Os três casos felizmente não acabaram em resultados fatais, o que comprova que a maioria das pessoas que consideram a possibilidade de cometer o suicídio, são ambivalentes, ou seja, não estão certas se querem realmente chegarem a situação do óbito. De acordo com especialistas, os suicidandos (pessoas com forte tendência ao suicídio), vivem um constante conflito entre o que Sigmund Freud chama de Eros (vida) e Thanatos (morte). Com os constantes casos de suicídio, aliado ao descaso da imprensa, a linha entre a vida e a morte torna-se cada vez mais tênue. No entanto, “um dos muitos fatores que podem levar um indivíduo vulnerável a efetivamente tirar sua vida pode ser a publicidade sobre os suicídios”. (OMS, 2000, p. 3).

No dia 10 de Novembro de 2014, a primeira pessoa que tentou suicídio no estádio, se suicida se atirando de cima de uma torre do supermercado. A torre do supermercado e os registros da tentativa de suicídio anterior desta pessoa no Morenã são divulgadas por fotografias novamente.

Considerações finais

Por meio deste trabalho, se percebe que o suicídio é um tema polêmico na comunidade jornalística, em razão do despreparo dos jornalistas em entenderem o tema de forma mais ampla e complexa. São tabus compartilhados pela imprensa que enraizaram na população uma cultura de desprezo por aqueles que encontraram na automutilação, a única solução para resolver suas crises individuais dentro de uma coletividade que não lhe fornece amparo.

No entanto, foi possível verificar nos últimos meses, uma pequena evolução de conscientização em relação à publicação de casos de suicídio. Novas facetas do problema estão sendo mostradas e novos jornalistas estão tratando o fenômeno de forma mais sistêmica.

Persudir a população e fazê-la quebrar paradigmas em relação ao suicídio ainda é um desafio. Porém, o caminho pode se tornar menos longínquo, se esta ação for articulada com precisão pelos veículos midiáticos.

REFERÊNCIAS



BARBOSA, A. C.; OGASAWARA, R.; BENAZZI, L. A. *Jornalismo e Suicídio: ética e noticiabilidade*. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), 2010, Caxias do Sul (RS). *Anais eletrônicos...* Caxias do Sul: INTERCOM, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3072-1.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2015.

DIAS, A. M. *Tabu na sociedade: suicídio foi cometido por 35 pessoas em 7 meses*. *Campo Grande News*, Campo Grande, MS, 16 set. 2014. Cidades, Capital. Disponível em: <<http://www.campograndenews.com.br/cidades/capital/tabu-na-sociedade-suicidio-foi-cometido-por-35-pessoas-em-7-meses>>. Acesso em: 02 abr. 2015.

DURKHEIM, E. *O suicídio: estudo da sociologia*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

GALVÃO, D.; Heinderich, P. **AGORA: Policial aposentado tem o seu ‘Dia de SWAT’ no Estrela do Sul**. *Midiamax*, Campo Grande, MS, 09 fev. 2015. Notícias. Disponível em: <<http://midiamax.com.br/noticias/agora-policial-aposentado-tem-o-seu-dia-de-swat-no-estrela-do-sul>>. Acesso em: 30 mar. 2015.

HOMEM despenca de viaduto de 6 metros e machuca apenas dedo da mão. *Midiamax*, Campo Grande, MS 14 abr. 2014. Notícias. Disponível em: <<http://www.midiamax.com.br/noticias/905166-homem-despenca-de-viaduto-de-6-metros-e-machuca-apenas-dedo-da-mao.html>>. Acesso em: 17 abr. 2015.

MÍDIA e suicídio. Mundo sustentável. abr. 2011. Disponível em: <<http://www.mundosustentavel.com.br/wp-content/uploads/2011/04/lixo2.pdf>> Acesso em: 19 abr. 2015.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). *Prevenção do suicídio: um manual para profissionais da mídia*. Genebra: Departamento de Saúde Mental, transtornos mentais e comportamentais, 2000.

ROSA, R. **Escolhas da comunicação de Mato Grosso do Sul**. *Campo Grande News*, Campo Grande, MS, 16 out. 2015. Colunistas, De olho na TV. Disponível em: <<http://www.campograndenews.com.br/colunistas/de-olho-na-tv/escolhas-da-comunicacao-de-mato-grosso-do-sul>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

SILVA, M. M. *Suicídio – Trama da Comunicação*. 1992. 135 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social)- Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1992.