

Os limites do jornalismo na publicação de suicídios: um estudo de caso¹

Carolina Pacheco Malisek RODRIGUES²

Rita de Cássia Vitoria BENEZATH³

Emília MANENTE⁴

Faculdades Integradas São Pedro, Vitória, ES

Resumo

O presente trabalho apresenta uma análise da reportagem de capa da revista Galileu, da edição de maio de 2017. A grande reportagem trouxe o tema suicídio como assunto central da publicação. Para construção da pesquisa, foram consultados os manuais “Prevenção do Suicídio: o manual para profissionais da Mídia, elaborado pela Organização Mundial da Saúde (OMS)” e o “Comportamento Suicida: conhecer para prevenir”, criado pela Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP) e pelo Conselho Federal de Medicina (CFM). O referencial teórico foi realizado com base nas obras de André Trigueiro, Eni Orlandi, Elcias Lustosa, Marília Scalzo, Mário L. Erbolato, Nilson Lage e Rogério Borges.

Palavras-chave: análise do discurso; ética jornalística; suicídio.

1. Introdução

A proposta desta pesquisa é investigar de que forma é possível conseguir uma cobertura responsável acerca de um tema delicado como o suicídio. Em 2017, o tema ganhou atenção especial devido ao lançamento da série *13 Reasons Why* na plataforma de *streaming* Netflix, no final de março. Na produção, são mostrados os motivos que levaram a jovem Hannah a tirar a própria vida. Além disso, o aparecimento do Baleia Azul, amplamente noticiado nos veículos de comunicação no mês de abril, também

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Bacharelada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo (2017), Faculdades Integradas São Pedro, e-mail: carolinamalisek@hotmail.com

³ Bacharelada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo (2017), Faculdades Integradas São Pedro, e-mail: rita_benezath@hotmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Faesa-ES. Mestre em Comunicação e Semiótica, e-mail: maria.emilia@faesa.br

contribuiu para a discussão do assunto. O jogo, voltado para os jovens, supostamente conta com 50 desafios, sendo o último o suicídio.

Comprovando a influência da série e do jogo, os dados divulgados pelo Centro de Valorização da Vida (CVV) mostram um aumento de 445% de contatos feitos à organização após lançamento da produção. De acordo com a ferramenta *Trends*, fornecida pelo Google, houve um aumento de 70% nas buscas pela palavra suicídio no Brasil na quarta semana de abril de 2017, em comparação com o mês de janeiro do mesmo ano.

Com a popularidade do assunto, se torna evidente a importância de se orientar pelos limites éticos da profissão. Para isso, existem dois manuais a serem seguidos: o elaborado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), em 2000, chamado “Prevenção do suicídio: um manual para profissionais da mídia” e o produzido pela Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP) em conjunto com o Conselho Federal de Medicina (CFM), intitulado “Comportamento suicida: conhecer para prevenir”. A pesquisa apresenta os preceitos éticos que devem guiar os profissionais, para que o assunto se torne mais presente na mídia, de forma mais sensível e responsável.

De acordo com os dados mais recentes da OMS, divulgados em 2012, no Brasil, no ano citado, foram 11.821 mortes, representando a média de 32 suicídios por dia. Segundo os dados, o país está em oitavo lugar no ranking mundial de mortes por suicídio.

O trabalho trata de uma análise da reportagem de capa da revista Galileu, da edição de maio de 2017, que trouxe o tema do suicídio. A escolha se deu por ser uma grande reportagem – e capa – sobre um assunto que não é muito veiculado na mídia, além de trazer detalhes e relatos de quem teve a vida impactada pelo suicídio.

Grande reportagem

Sendo o objeto de pesquisa uma grande reportagem, é necessário entender o conceito. Segundo Lage, a grande reportagem é diferente da notícia, devido ao aprofundamento. “A reportagem não cuida da cobertura de um fato singular [...] mas do levantamento de

um assunto ou do relato de um episódio complexo, de acordo com um ângulo preestabelecido”. (LAGE, 2006, p. 54).

De acordo com Bulhões (2007, p. 42), a fusão entre jornalismo e literatura se torna mais explícita nas reportagens, que não são breves como as notícias. No seguinte tópico, passaremos aos dados e conceito sobre o suicídio, tema central da reportagem.

Suicídio

O suicídio [...] é considerado como uma autoeliminação consciente, voluntária e intencional. Num sentido mais amplo, o suicídio inclui processos autodestrutivos inconscientes, lentos e crônicos (LEVY, 1979, apud KOVÁCS, 2010, p.170).

De acordo com dados de 2014, divulgados pela OMS, são 2.200 casos de suicídio por dia, sendo um a cada 40 segundos. Para cada suicídio, há pelo menos 20 tentativas frustradas. Isso representa uma tentativa a cada dois segundos. “Tentativas de suicídio são atos deliberados de autoagressão, em que a pessoa não tem certeza da sobrevivência, manifestando uma intenção autodestrutiva e uma consciência vaga do risco de morte” (KOVÁCS, 2010, p.170). Dados da OMS apontam que 90% dos suicídios são evitáveis.

Há um debate em torno da discussão do tema na sociedade. É melhor falar ou não falar sobre suicídio? Trigueiro defende a primeira opção. “Na área da saúde, prevenção se faz com informação. O que vale para dengue, AIDS, hanseníase, câncer de mama, hipertensão, tabagismo, doenças cardiovasculares e tantas outras morbidades vale também para suicídio” (TRIGUEIRO, 2015, p. 42).

A cartilha elaborada pela ABP alerta para a necessidade de uma cobertura consciente, reforçando que uma matéria responsável pode ajudar no combate ao suicídio. Segundo o manual (2009, p.4):

Há vários registros mostrando que, dependendo do foco dado a uma reportagem, pode haver aumento no número de casos de suicídio ou o contrário, ou seja, ajudar pessoas que se encontram

sob risco de suicídio ou mesmo enlutadas pela perda de um ente querido que pôs fim à vida.

O Manual elaborado pela OMS também fortalece essa ideia. De acordo com o manual, citado por Trigueiro (2015, p. 46), “Noticiar acerca do suicídio de uma forma apropriada, cuidadosa e potencialmente útil pelas mídias esclarecidas poderá prevenir trágicas perdas de vida por suicídio”. No Brasil, há um mês que é dedicado à prevenção ao suicídio, no qual é promovida a campanha Setembro Amarelo.

Ética jornalística

A ética deve estar presente em todas as profissões e no dia a dia das pessoas. No jornalismo, se torna ainda mais essencial, devido ao alcance e ao poder da mídia. De acordo com Christofolletti (2008, p.10):

No jornalismo, a ética é mais que rótulo, que acessório. No exercício cotidiano da cobertura dos fatos que interessam à sociedade, a conduta ética se mistura com a própria qualidade técnica do produto do trabalho. Repórteres, redatores e editores precisam dominar equipamentos e linguagens, mas não devem se descolar de seus compromentimentos e valores.

Para orientar os jornalistas, há o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, criado pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), que vigora há 30 anos. Dividido em cinco capítulos, em nenhum deles há orientações em relação à cobertura de casos de suicídio.

Mas há a necessidade de se fazer um trabalho fundamentado na ética ao tratar deste assunto. Não é à toa que existem dois manuais específicos para guiar os profissionais de imprensa. O manual da OMS traz a importância do papel da mídia e o impacto que a cobertura jornalística do suicídio pode causar em quem consome o conteúdo. De acordo com as recomendações contidas no manual, o jornalista deve:

- 1) Trabalhar em conjunto com autoridades de saúde na apresentação dos fatos; 2) Referir-se ao suicídio como suicídio “consumado”, não como suicídio “bem sucedido”; 3) Apresentar somente dados relevantes, em páginas internas de veículos

impressos; 4) Destacar as alternativas ao suicídio; 5) Fornecer informações sobre números de telefones e endereços de grupos de apoio e serviços onde se possa obter ajuda; 6) Mostrar indicadores de risco e sinais de alerta sobre comportamento suicida. (Prevenção do suicídio: um manual para profissionais da mídia, 2000, p. 9).

Em contrapartida, também há recomendações sobre o que o profissional não deve fazer:

1) Não publicar fotografias do falecido ou cartas suicidas; 2) Não informar detalhes específicos do método utilizado; 3) Não fornecer explicações simplistas; 4) Não glorificar o suicídio ou fazer sensacionalismo sobre o caso; 5) Não usar estereótipos religiosos ou culturais; 6) Não atribuir culpas. (Prevenção do suicídio: um manual para profissionais da mídia, 2000, p. 9).

No próximo tópico, passaremos, brevemente, para as metodologias escolhidas para este trabalho, sendo a Análise de Discurso e o Estudo de Caso.

Metodologia de pesquisa

A metodologia utilizada nesta pesquisa é a Análise de Discurso que, de acordo com Orlandi (2005, p.15), não trata de gramática e, sim, da palavra do discurso. “O discurso é assim a palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando” (ORLANDI, 2005, p.15).

Segundo Orlandi, a Análise de Discurso tenta compreender como a língua produz sentido. “Compreender é saber como um objeto simbólico (enunciado, texto pintura, música, etc.) produz sentidos. É saber como as interpretações funcionam. Quando se interpreta, já se está preso em um sentido” (ORLANDI, 2005, p.26).

A produção de sentidos, estudada pela Análise de Discurso, se torna mais evidente em grandes reportagens, visto que o texto é mais profundo e tem a presença de mais recursos literários.

Nesse trabalho, analisaremos um caso específico, a matéria de capa da revista Galileu, da edição de maio de 2017, que trouxe o tema do suicídio, quanto ao conteúdo, cores, capa, fotos, fontes utilizadas e infográficos.

Por isso, o tipo de pesquisa é, também, na linha do Estudo de Caso. Gonsalves (2007, p. 67) define esse procedimento de coleta como:

[...] o tipo de pesquisa que privilegia um caso particular, uma unidade significativa, considerada suficiente para análise de um fenômeno. É importante destacar que, no geral, o estudo de caso, ao realizar um exame minucioso de uma experiência, objetiva colaborar na tomada de decisões sobre o problema estudado, indicando as possibilidades para a sua modificação.

Em 10 páginas, a publicação mostra relatos de familiares que perderam entes queridos por suicídio, de pessoas que já tentaram tirar a própria vida e opiniões de especialistas.

Análise dos dados

O objetivo dessa pesquisa é analisar a matéria de capa da revista Galileu da edição de maio de 2017. A reportagem traz o tema do suicídio na capa e, no sumário, a matéria é intitulada “Geração Vulnerável”.

Cores: na matéria, foram as utilizadas amarelo, preto e branco. A capa tem o fundo preto e traz a palavra suicídio em amarelo. Duas páginas são inteiramente pretas, com um pequeno detalhe em amarelo. No Brasil, o preto remete ao luto e o amarelo, além de estar ligado ao Setembro Amarelo – mês da prevenção ao suicídio –, é também comumente associado à alegria. De acordo com Pedrosa (2009, p. 122), em um fundo preto, o amarelo ganha força e vibração.

A reportagem começa com uma página preta, trazendo apenas a palavra “fim” em amarelo, no centro. Pedrosa (2009, p.132) evidencia que, na verdade, o preto não se trata de uma cor, mas sim da ausência de luz. “Psicologicamente, encarna a profundidade

da angústia infinita, em que o luto aparece como símbolo de perda irreparável” (PEDROSA, 2009, p. 132). O autor ainda diz que o preto também é associado à tristeza, angústia, frustração e impossibilidade.

Assim, percebe-se que a escolha de cores foi simbólica. O preto foi utilizado para retratar o luto de quem perdeu um ente querido - como a mãe, que perdeu o filho -; o desespero de quem já tentou tirar a própria vida e também a depressão de quem tem pensamentos suicidas. Já o amarelo, associado ao mês de prevenção do suicídio, traz esperança, conforto e alegria. É usado para passar um discurso que, após debater o tema, há meios de ajudar a quem sofre com isso.

A reportagem termina da mesma forma que começou: uma página preta, com um pequeno símbolo amarelo, o ponto e vírgula. Abaixo, a explicação: “O ponto e vírgula é usado quando um autor pode terminar uma frase, mas escolhe continuar – e por isso foi adotado como símbolo de um movimento que, de acordo com os próprios integrantes, “mostra amor e esperança a quem tem tendências depressivas e suicidas”. Centenas de pessoas têm o ponto e vírgula tatuado no pulso”.

Orlandi (p. 83, 2005) identifica que há uma maneira diferente de analisar o que está implícito.

Vale lembrar que há outra forma de se trabalhar o não dito na análise de discurso. Trata-se do silêncio (E. Orlandi, 1993). Este pode ser pensado como a respiração da significação, lugar de recuo necessário para que se possa significar, para que o sentido faça sentido.

O “fim”, no início da matéria, mostra que não há como mudar o final dos casos relatados. Mas, ao terminá-la com ponto e vírgula, após a discussão do tema, mostra que há esperança.

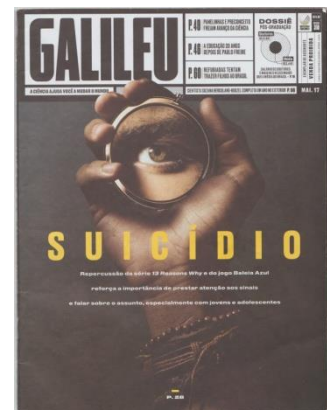
Capa: a capa é o primeiro elemento que o leitor vê e é responsável por fisgá-lo. Em meio a tantas publicações, é o fator decisivo para a compra. Vaz e Trindade (2015, p. 225) confirmam essa ideia.

Cada capa é como um rosto, exposto em meio a centenas de outros rostos – não só de revistas, mas também de jornais, almanaques, apostilas para concursos, livros e afins –, que busca a todo o momento fisgar os olhos daqueles que passam pelas bancas de revistas.

A capa é predominantemente preta e traz a palavra suicídio escrita em amarelo, no centro. Abaixo do título, em cor branca, o dizer: “Repercussão da série 13 *Reasons Why* e do jogo Baleia Azul reforça a importância de prestar atenção aos sinais e falar sobre assunto, especialmente com jovens e adolescentes”. Além disso, traz a foto de uma mão segurando um espelho, que reflete o olhar de alguém.

O suicídio, muitas vezes, é tratado como tabu. As pessoas, além de evitarem falar sobre o assunto, também evitam usar a própria palavra. Entretanto, aparece em destaque na página, estando no centro, em caixa alta e em amarelo, contrastando com o fundo. A posição escolhida para a palavra reflete, principalmente, a importância que quer se dar ao tema. “Na mídia impressa, em especial nas capas de revistas e nas primeiras páginas dos jornais, utilizam-se diversas técnicas de tratamento de imagens e diagramação para definirem posições enunciativas” (PINTO, 2002, p.36). A leitura feita, a partir da ênfase dada à palavra, é que se quer colocar o assunto em pauta, reforçando quando é falado na capa sobre a importância de observar os sinais e falar sobre o suicídio.

A ideia dos sinais é acentuada sutilmente em pequenos detalhes na página. A mão que segura o espelho traz uma cicatriz no pulso, dando a ideia de ser uma pessoa que está sofrendo tanto a ponto de precisar se ferir fisicamente. Segundo Ginsburg (1980), citado por Orlandi (2000, p. 54), “As marcas são pistas. Não são encontradas diretamente. Para se atingi-las é preciso teorizar”. Atitudes como essa podem se transformar em algo mais trágico se ninguém prestar atenção. Se ninguém intervir. “Nas imagens encontramos intertextualidade, enunciadores e dialogismo, tal como nos textos verbais” (PINTO, 2002, p 36).



Toda fotografia, mesmo que não esteja acompanhada de texto, fala por si só. Tem sua própria mensagem a ser passada. Pinto (2002, p. 36) explica bem a questão:

A análise de discursos defende a ideia de que qualquer imagem, mesmo isolada de qualquer outro sistema semiótico, deve ser sempre considerada como sendo um discurso, recusando a categoria de “signos icônicos” ou “ícones” em que são em geral classificadas por semiólogos.

O olhar refletido no espelho também reforça um pedido de ajuda. É um olhar intenso, que mostra que a pessoa está encarando a própria realidade. Ou seja, percebeu a necessidade de falar sobre o assunto, se relacionando com os dizeres da capa. A forma de olhar também significa que, por estar passando por uma situação semelhante, a pessoa passa a enxergar o outro de forma diferente, estando mais atenta aos sinais.

A produção de sentidos é realizada de acordo com o contato que o indivíduo tem com o mundo. As contribuições de Orlandi (1999, p.60) explicam a interpretação de um discurso.

Temos afirmado que não há sentidos “literais” guardados em algum lugar – seja o cérebro ou a língua – e o que “aprendemos” a usar. Os sentidos e os sujeitos se constituem em processos em que há transferência, jogos simbólicos dos quais não temos o controle [...]

Lide: a matéria começa com o relato de Ana Paula Narcizo, uma mãe que perdeu o filho por suicídio em 2012. A revista destinou um espaço de 10 páginas para abordar o assunto, que tem início na página 28.

Segundo Erbolato, o lide pode ser definido como “o parágrafo sintético, vivo, leve com o que se inicia a notícia, na tentativa de prender a atenção do leitor” (ERBOLATO, 1991, p.67). Já o Manual da Redação da Folha de São Paulo (2001, p.28) elabora mais o conceito, ao dizer que o lide é:

Imprescindível à valorização da reportagem e útil à dinâmica da leitura contemporânea – por ser uma síntese da notícia e da reportagem – não existe, no entanto, um modelo para a redação do texto do lide.

O lide, assim como grande parte dos textos de revista, é descritivo, ou seja, fornece elementos para que o leitor consiga imaginar a situação: “Brunno gostava de ouvir a

banda britânica Coldplay e adorava assistir a O Poderoso Chefão e a outros “filmes cabeça”, segundo Ana Paula. Estava estudando Direito, mas por um breve período no meio do caminho quis ser fotógrafo e fez vários registros de detalhes da capital paulista. Em outubro de 2012, aos 23 anos, Brunno se suicidou”. As palavras acima foram proferidas pela mãe do jovem.

No lide, o personagem é tratado apenas pelo primeiro nome. É descrito como um rapaz comum de 23 anos – ouve música, assiste a filmes e faz faculdade. Porém, no fim do parágrafo, a repórter revela que Brunno tirou a própria vida. O fato do jovem, que tinha depressão, ser retratado sem estereótipos, pode trazer o leitor para a própria realidade. Todos podem conhecer um Brunno ou se identificar com ele.

O fato de a repórter ter focado no personagem, trazendo características que podem ser facilmente encontradas em jovens, faz com que o discurso não acabe ali, naquele primeiro parágrafo. Isso se intensifica por Brunno ser um nome comum. Dessa forma, a descrição, seguida da informação do suicídio do rapaz, desperta uma reflexão por parte de quem lê o texto. De acordo com Orlandi (2005, p. 39), todo discurso se relaciona com outro, seja ele passado ou futuro.

Todo discurso é visto como um estado de um processo discursivo mais amplo, contínuo. Não há, desse modo, começo absoluto nem ponto final para o discurso. Um dizer tem relação com outros dizeres realizados, imaginados ou possíveis.

O lide, embora construído de maneira clara, contando rapidamente sobre os gostos de alguém que se suicidou, pode dar margem a mais de uma interpretação, dependendo da realidade de quem está lendo. A leitura e a interpretação de um texto podem variar de acordo com o contexto sócio-histórico, conforme explica Orlandi (2002, p. 86):

Leituras que são possíveis, para um mesmo texto, em certas épocas não o foram em outras e leituras que não são possíveis hoje o serão no futuro. Dessa forma, podemos dizer que há leituras previstas para um texto, embora essa previsão não seja absoluta, pois sempre são possíveis novas leituras deles.

Fontes: passaremos agora para a análise das fontes. “A maioria contém informações fornecidas por instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público. São o que se chama de refêns (LAGE, 2002, p.49)”.

Os manuais da OMS e da ABP trazem recomendações de fontes que devem ser consultadas em matérias sobre suicídio. Entre elas estão o Centro de Valorização da Vida (CVV), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Ministério da Saúde e a Organização Mundial da Saúde (OMS).

Na reportagem, foram ouvidas 18 fontes, sendo quatro oficiais: OMS; Mapa da Violência 2014, Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (Pisa) e Robert Paris, presidente do CVV. As fontes oficiais, de acordo com Lage (2002, p. 63):

[...] são mantidas pelo Estado; por instituições que preservam algum poder de Estado, como as juntas comerciais e os cartórios de ofício; e por empresas e organizações, como sindicatos, associações, fundações, etc.

Foram consultadas, também, duas fontes independentes: o CVV e o Save – Suicide Awareness Voices of Education. “As fontes independentes [...] são organizações chamadas, no Brasil, de *não governamentais* (ONGs) e, nos Estados Unidos, de *sem fins lucrativos* (LAGE, 2002, p.65)”.

As fontes primárias “são aquelas em que o jornalista se baseia para colher o essencial de uma matéria; fornecem fatos, versões e números” (LAGE, 2002, p.66). Na matéria, há relatos de quatro delas, que são: Ana Paula Narcizo (mãe de Brunno, rapaz que tirou a própria vida); Carla Hidalgo e Iran Guiti (tentaram tirar a própria vida); e Juliana Rangel (criadora do grupo “Baleia”, que combate a gordofobia e foi confundido com o jogo Baleia Azul). Além de primárias, essas fontes também são classificadas como testemunhas, ou seja, estavam envolvidas no acontecimento. “O testemunho mais confiável é o mais imediato. Ele se apoia na memória de curto prazo, que é mais fidedigna, embora eventualmente desordenada e confusa” (LAGE, 2002, p. 67).

A reportagem traz, também, as fontes secundárias, que Lage (2002) afirma serem ouvidas na construção de pautas. Na matéria foram consultados experts, definidos desta forma: “Experts são geralmente fontes secundárias, que se procuram em busca de versões ou interpretações de eventos” (LAGE, 2002, p. 67). São elas: Carlos Cais, psiquiatra da Universidade de Campinas (Unicamp); Karen Scavacini, psicóloga do

Instituto VitaAlere de Prevenção e Posvenção ao Suicídio; Karina Okajima, psicóloga; Luís Fernando Tófoli, psiquiatra; Maria Corso, psicanalista; Vanessa Bencz, ativista.

Foto: as fotografias podem ser utilizadas para chamar atenção para a reportagem. Em suas contribuições, Ramos (2015, p. 235) confirma a ideia.

Ao abrirmos uma revista, a primeira coisa que vemos são as imagens. Junto com as manchetes, são as fotos que nos convidam a mergulhar numa história. Elas despertam sentimentos e nos ajudam a visualizar determinada situação.

A reportagem trouxe quatro fotos para ilustrar a matéria, sendo que uma delas ocupa a segunda página inteira. Todas estão em preto e branco e fazem parte de um ensaio fotográfico realizado com modelos. “Não há sentido sem interpretação e, além disso, diante de qualquer objeto simbólico, o homem é levado a interpretar, colocando-se diante da questão: o que isto quer dizer?” (ORLANDI, 2005, p. 45). Assim, podemos dizer que as sombras utilizadas remetem à solidão e à tristeza. Além disso, a Galileu ilustra a matéria de forma responsável, visto que o manual da OMS (2000) afirma que não devem ser publicadas fotos de falecidos ou cartas suicidas.



Na primeira fotografia, o modelo aparece sentado, sozinho, encolhido em um canto e olhando para baixo, remetendo a ideia de solidão e desespero. Na segunda, quase não se vê o rosto da mulher, que está atrás de uma janela. Ela transmite a ideia de estar sendo uma mera espectadora da vida, assim como acontece com quem sofre de algum distúrbio ou tem algum pensamento suicida.

Na terceira, semelhante à anterior, ilustra o desespero nos olhos do rapaz. A construção da mensagem, por meio dessa foto, também é feita pelo texto que a acompanha na página. Os parágrafos falam sobre combate ao bullying e como é perigoso não falar sobre o suicídio. Dessa forma, o foco no olhar reflete que, muitas vezes, as pessoas pedem ajuda implicitamente.

Na última foto, a modelo aparece em pé, no primeiro local em que o jovem foi mostrado. O local se assemelha a um parapeito. Ou seja, o discurso por trás disso é que, após o tema ser debatido, a mulher desistiu de tirar a própria vida. Ela ficou de pé. Observa-se que há uma evolução de quem está nessa situação. As pessoas, estando mais informadas, podem perceber os sinais e entender como lidar com o problema.

Infográfico: os infográficos são definidos como “[...] uma maneira de fornecer informações ao leitor, utilizando um conjunto de gráficos, tabelas, desenhos, fotos, legendas, ilustrações, mapas e maquetes” (SCALZO, 2016, p. 74).

Ao todo, foram utilizados cinco desses elementos, nas cores preto e amarelo: o primeiro traz as taxas de suicídio entre os jovens por década no Brasil; o segundo apresenta as taxas de suicídio a cada 100 mil habitantes; o terceiro mostra os países latinos com os maiores índices a cada 100 mil habitantes; o quarto compara os números de suicídio entre homens e mulheres a cada 100 mil habitantes e, o último, compara o suicídio com as mortes por acidentes de trânsito e homicídios.



O primeiro infográfico aparece na página inicial do texto, ao lado do lide, que traz a história de um jovem de 23 anos que se suicidou. O elemento está bem posicionado na página e traz informações coerentes com o que está no texto corrido, visto que apresenta os dados em relação a essa faixa etária, retirados do Mapa da Violência de 2014 - Os jovens do Brasil.

Nos dois últimos infográficos, o que se busca dar destaque é a comparação entre duas ou mais informações. Para isso, outra forma de apresentação foi utilizada. Dessa vez, os números não são exatos, porque a ênfase está no *design* em que os dados estão dispostos. O quarto chama a atenção para a diferença das taxas de suicídio entre homens e mulheres, trazendo a explicação de que os homens se suicidam três vezes mais.

No quinto, foram utilizadas três cores: preto, amarelo e branco. Isso foi utilizado por haver três elementos destacados, que no caso são as três diferentes causas de morte, os

acidentes de trânsito, os homicídios e os suicídios. Scalzo ressalta a importância da escolha das cores. “Em gráficos, mapas e infográficos, as cores são informações e devem ser tratadas como tal. Por isso, têm que ser usadas como recursos para dar mais clareza, e nunca para confundir o leitor” (SCALZO, 2016, p. 75). Nos infográficos utilizados na reportagem, as cores escolhidas dão o contraste necessário para chamar atenção do leitor e evidenciar as estatísticas.

Considerações finais

Durante a graduação, aprendemos o poder que a mídia tem de influenciar a sociedade, pautando a discussão de assuntos, adentrando o imaginário coletivo e moldando comportamentos. Ao se tratar de suicídio, observamos a necessidade de um cuidado maior na veiculação, pois a maneira como a cobertura será realizada é o que vai definir se a matéria será benéfica ou prejudicial. Segundo a cartilha da ABP (2017, p.3):

O papel da imprensa é fundamental nesse mutirão em defesa da vida. Nos últimos anos, matérias que orientaram a população sobre os transtornos psiquiátricos contribuíram com a campanha de prevenção ao suicídio [...] A informação correta direcionada à população é muito importante para orientar e prevenir o suicídio.

Outro fator que chamou atenção foi o fato da campanha Setembro Amarelo não receber a mesma atenção e divulgação na grande mídia como as de outras doenças. O Outubro Rosa, que alerta sobre a importância de exames de prevenção ao câncer de mama, e o Novembro Azul, que chama atenção para o câncer de próstata, tem ampla visibilidade nos meios de comunicação. Ter um espaço na mídia que dê ênfase ao mês de prevenção ao suicídio poderia informar as pessoas, mostrando que é um caso de saúde pública e contribuiria para o assunto não ser tratado como tabu.

Durante os quatro anos de vivência acadêmica, os manuais apresentados acima não foram citados. Por isso, se não fossem os estudos realizados para essa pesquisa, nossos conhecimentos sobre a cobertura do tema teriam permanecido no senso comum, ou seja, continuaríamos pensando que não há formas benéficas de discutir o suicídio na mídia. Parafraseando Trigueiro, prevenção se faz com informação.

REFERÊNCIAS

- BULHÕES, Marcelo Magalhães. **Jornalismo e Literatura em Convergência**. São Paulo: Ática, 2007.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.
- Comportamento suicida: conhecer para prevenir. **Associação Brasileira de Psiquiatria e Conselho Federal de Medicina**. 2009.
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 1991.
- GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. Campinas: Alínea, 2007.
- KOVÁCS, Maria Júlia. **Morte e Desenvolvimento Humano**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2010.
- LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- Manual de Redação**: Folha de S. Paulo. 18ª ed. São Paulo: Publifolha, 2013.
- ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso**. São Paulo: Pontes, 2005.
- ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso e leitura**. 5ª ed. Campinas: UNICAMP, 2000.
- PEDROSA, Israel. **Da cor a cor inexistente**. 10ª ed. 1. reimpr. Rio de Janeiro: SENAC, 2010.
- PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**: introdução à análise de discurso. São Paulo: Hacker, 2002.
- Prevenção do Suicídio**: um manual para profissionais da mídia. Organização Mundial da Saúde. Genebra, 2000.
- PREVENTING suicide* – a global imperative. OMS, 2014.
- RAMOS, Júlia Capovilla Luz. O fotojornalismo nas revistas: do surgimento às novas práticas. In: TAVARES, Frederico de Mello B; SCHWAAB, Reges. (Org.) **A Revista e Seu Jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2015.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2004.
- TRIGUEIRO, André. **Viver é a melhor opção**. São Paulo: Espírita Correio Fraternal, 2015.
- VAZ, Paulo Bernardo; TRINDADE, Vanessa Costa. Capas de Revistas e seus leitores: um novo texto em cartaz. In: TAVARES, Frederico de Mello B; SCHWAAB, Reges. (Org.) **A Revista e Seu Jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2015.