

Quebrando Um Tabu: Como Falar Sobre Suicídio Na Mídia Brasileira¹

Luisa NEVES²

Michelli TABORDA³

Guilherme BENADUCE⁴

Aurea Evelise FONSECA⁵

Maicon Elias KROTH⁶

Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS

RESUMO

Este trabalho trata de um assunto pouco abordado nos meios de comunicação: o suicídio. Seja por precaução ou até mesmo seguindo linhas editoriais, os jornais evitam noticiar este assunto. Por esse motivo, este documentário radiofônico teve o objetivo de quebrar o tabu e, por meio de entrevistas com jornalistas, pesquisadores e voluntários em grupos de apoio, tentou criar um alerta para os índices cada vez mais altos em relação a esse mal, que afeta, na maioria, jovens e idosos no mundo inteiro. Com o documentário, buscou-se mostrar que, apesar de ser um assunto delicado, é possível e necessário que os veículos de comunicação falem sobre o suicídio, na tentativa de servirem como um canal de informação para a população, além de auxiliar na sua prevenção.

PALAVRAS-CHAVE: Critérios de noticiabilidade; Documentário radiofônico; Mídia; Suicídio, Tabu

1 INTRODUÇÃO

Segundo o dicionário Michaelis, tabu é “qualquer coisa que se proíbe supersticiosamente, por ignorância ou hipocrisia”. Na antiguidade, o termo era relacionado à atribuição religiosa, interdizendo qualquer contato com elas. Hoje, no campo da comunicação, a palavra é utilizada para designar um assunto sobre o qual não se deseja ou se proíbe falar. O suicídio é um exemplo disso. Os meios de comunicação possuem sérias ressalvas em relação ao tratamento da temática do suicídio dentro de suas redações.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção laboratorial em áudiojornalismo e rádiojornalismo (avulso/conjunto série).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS, email: luisaneves1976@gmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS, email: atmichelli@gmail.com.

⁴ Recém-graduado do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS, email: guilhermebenaduce@hotmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS, email: aurea_evelise@yahoo.com.br

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS, email: maiconeliask@yahoo.com.br.

Notícias sobre pessoas que atentaram contra a própria vida não são veiculadas, devido à preocupação de se gerar um problema de causa e efeito, como o surto de suicídios que ocorreu na Europa em 1774, após a publicação de um romance em que um jovem não-correspondido amorosamente tira a própria vida.

Entretanto, os altos índices de suicídio ao redor do mundo fizeram com que esse problema se tornasse a segunda principal causa de morte para pessoas entre 15 e 29 anos. Além disso, o papel social que os meios de comunicação assumem na (in)formação dos indivíduos faz com que seja necessário falar sobre o tema e quebrar esse tabu de, aproximadamente, quatro séculos. Reportagens que retratam histórias de quem passou por abismos emocionais e atentou contra a própria vida, mas que conseguiu superar a angústia e dar a volta por cima servem de inspiração a tantas outras pessoas na mesma situação.

Por meio desse trabalho, surgiu a ideia de abordar uma temática diferenciada do que já era comum em radiojornalismo, o grupo decidiu contar, por meio de um documentário radiofônico, o porquê é preciso falar sobre o suicídio. Com caráter informativo, a produção tentou evidenciar quais as formas corretas de se tratar da temática dentro do campo da comunicação, bem como os sinais aos quais a família deve estar atenta e as fontes especializadas onde tanto sobreviventes quanto familiares e pessoas próximas podem encontrar ajuda e entender como seguir em frente sem desistir da vida.

O relato do jornalista André Trigueiro, que também pesquisa a temática desde 1999, foi fundamental para essa produção. Além dele, Jorge Brandão, diretor do Centro de Valorização da Vida (CVV), em Santa Maria, também contribuiu para o entendimento da atuação de grupos de apoio na prevenção do suicídio e no acompanhamento a sobreviventes. Carine Vieira, psicóloga entrevistada no documentário, explicou a familiares e amigos como é possível ajudar alguém próximo a não desistir da vida. Por fim, a jornalista e editora-chefe do jornal Diário de Santa Maria, Andreia Fontana, trouxe o panorama midiático e esclareceu as preocupações acerca da temática.

2 OBJETIVO

2.1. Objetivo geral

Como objetivo principal deste trabalho, pretendeu-se mostrar como os veículos de comunicação podem (e devem) abordar o tema do suicídio em suas páginas e programas,

sejam eles radiofônicos ou televisivos. Além disso, o documentário esclareceu a importância de se falar a respeito desse assunto no campo midiático, tendo em vista que os jornais atuam, desde que surgiram, como fortes fontes de informação e são capazes de moldar a opinião pública. Essa capacidade pode auxiliar na prevenção do problema do suicídio, que afeta, na maioria, jovens entre 15 e 29 anos, e necessita de um acompanhamento sensível e eficaz para que as pessoas que já o tentaram ou pensaram em fazê-lo consigam se fortalecer.

2.2. Objetivos específicos

O documentário ainda objetivou a) analisar os dados atuais sobre os índices de suicídio no Brasil, a fim de entender o crescimento desse problema com o passar dos anos, principalmente entre os jovens, e quais são suas causas; b) conhecer os processos de abordagem que podem ser considerados para a veiculação midiática deste tema e c) evidenciar o trabalho jornalístico e de apoio a pessoas que já passaram por esse problema e encontraram em grupos de apoio e até mesmo em informações jornalísticas uma motivação para enfrentar esse mal.

3 JUSTIFICATIVA

Este documentário radiofônico, produzido na disciplina de Radiojornalismo II, do curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, mostra sua importância no sentido de amplificar a visão do público sobre um tema bastante delicado, que é o caso dos altos índices de suicídio no mundo. Segundo dados de setembro de 2015⁶ da Organização Mundial da Saúde (OMS), o suicídio é a segunda principal causa de morte em todo o mundo para pessoas entre 15 e 29 anos. O órgão ainda afirmou que pessoas com mais de 70 anos são mais propensas a cometer suicídio.

No Brasil, de acordo com informações do Ministério da Saúde, a cada hora, pelo menos uma pessoa tira sua própria vida, enquanto outras três tentam cometer suicídio, sem sucesso. A incidência do suicídio se dá, em sua maior parte, em pessoas com idade avançada, a partir dos 70 anos. Entretanto, nos últimos anos, de acordo com pesquisas do

⁶ Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/09/150922_suicidio_jovens_fd

próprio Ministério da Saúde, houve um crescimento de casos de suicídio em jovens, na faixa dos 21 a 23 anos.

De acordo com dados da OMS, o índice de suicídio na faixa dos 15 aos 29 anos é de 6,9 casos para cada 100 mil habitantes – uma taxa ainda baixa comparada a outros países como Índia, Zimbábue e Cazaquistão, que têm mais de 30 casos. Ainda assim, é preciso quebrar este tabu. Isso porque, por meio da abordagem correta desse assunto, é possível entender de que forma os jornais podem trabalhar no auxílio à prevenção desse mal, que é o suicídio, e que se apresenta devido a fatores e problemas diversos, como a depressão, problemas financeiros, familiares e emocionais, etc.

Tendo em vista os dados alarmantes sobre esse tema, é preciso entender que os meios de comunicação servem, atualmente, como uma fonte de informação sobre variados temas e exercem um papel social de extrema importância para a formação pessoal e também profissional dos cidadãos. Sendo assim, é necessário que este problema, que já atinge tantas pessoas, seja abordado também no campo midiático.

O trabalho, portanto, vem como uma forma de também disponibilizar à população uma base de conhecimento sobre esse assunto tão delicado e que necessita de tamanha sensibilidade para ser tratado. Desta forma, é possível conhecer melhor como alguns veículos de comunicação abordam esse tema e o funcionamento de grupos de apoio e incentivo à prevenção do suicídio, como é o caso do Cento de Valorização da Vida (CVV), além de trazer a opinião do jornalista e pesquisador do tema, André Trigueiro.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a produção deste documentário radiofônico, optou-se por utilizar o método da entrevista focalizada com as fontes selecionadas para a produção, tendo em vista que as informações necessárias para a elaboração do trabalho partiram de uma relação flexível de perguntas, na qual era possível que os entrevistados dialogassem livremente a respeito do tema, sem desviar do foco principal (GIL, 1999).

Aproveitando a passagem do jornalista e pesquisador André Trigueiro por Santa Maria - RS, cidade onde o documentário foi produzido, optou-se, ainda, por utilizar partes da palestra concedida aos estudantes do Centro Universitário Franciscano, na qual o jornalista, que pesquisa o tema desde 1999, tratou sobre esse assunto e defendeu que os meios de comunicação precisam falar sobre o suicídio para preveni-lo.

A jornalista e editora-chefe do jornal Diário de Santa Maria, Andreia Fontana, foi uma das entrevistadas. A intenção era questionar como era feita a abordagem do tema pelo jornal e a visão da jornalista a respeito da importância de se falar sobre o suicídio na mídia. Além dos jornalistas, foram entrevistados integrantes do Centro de Valorização da Vida (CVV), um centro de apoio que atua na prevenção do suicídio em todo o Brasil, por meio de contato telefônico anônimo. O diretor do CVV, Jorge Brandão, falou sobre o trabalho voluntário do centro de apoio e a psicóloga Carine Vieira explicou como funciona o acompanhamento para quem já enfrentou esse problema.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

5.1. O rádio na atualidade

Para este trabalho, são necessárias algumas considerações a respeito do rádio nos dias atuais, visto que este meio de comunicação continua presente na vida das pessoas, sendo, para muitos, um companheiro nos âmbitos pessoal e profissional. O rádio acompanhou, com o passar do tempo, o avanço das tecnologias e se também se adequou às novas mídias digitais, o que fez com que se fortalecesse e ampliasse seu raio de atuação.

Hoje, o rádio está presente não só em aparelhos convencionais, mas em smartphones, aparelhos MP3 e MP4, tablets, entre outros, o que o faz, além de presente, mais discreto. O seu segredo é não exigir atenção específica das pessoas, tornando-o um veículo mais prazeroso e de sucesso nas funções de informar e entreter. Por conta disso é que o rádio possui uma relação diferenciada com o ouvinte, que passou a ser “co-autor”, pois consome o conteúdo e também participa do processo de produção.

O rádio atual está em processo de transição do sistema analógico para o digital e oferecer qualidade de som, novos serviços e o mesmo comprometimento com os ouvintes. O rádio hipermediático (Lopez, 2009), que fala em distintos suportes e que tenta, ainda, manter no áudio o seu foco, explora cada vez mais novas linguagens e formatos possibilitados pela hibridização de formas simbólicas desenvolvidas para a difusão em multiplataformas (Ferraretto, 2010).

Já para Neuberger (2012, p.145),

O novo rádio, apesar de trazer um mundo de possibilidades, traz, também, uma série de inquietações para as pequenas emissoras, já que a estrutura das mesmas normalmente é precária e o número de funcionários,

condizente, com as receitas, é pequeno. Assim, trabalhar como locutor ou repórter será, possivelmente, uma dupla jornada. Estar adequado às novas tecnologias fará com que haja a necessidade de se trabalhar em ramos que antes eram distantes da realidade do rádio, ou seja, textos, fotos e vídeos.

Neuberger (2012, p.85) ainda afirma que muitos consideram o rádio AM com os dias contados pela migração para o FM e pela introdução da nova tecnologia digital. A transposição dos conteúdos hertzianos para o ambiente digital dos ouvintes buscou dar conta da experiência tecnológica dos sujeitos (Cordeiro, 2012), cada vez mais digital, interferindo diretamente nas relações que estes estabelecem com as informações e, como efeito, com o rádio. A partir do momento em que o rádio passou ser consumido pela internet, reforçou os circuitos interativos organizados através da arquitetura dos *websites*, dos aplicativos para dispositivos móveis e, ainda, fazendo emergir o protagonismo das redes sociais, o que estimulou ainda mais as possibilidades de interação e compartilhamento de informações do rádio (Ortiz Sobrino, 2012).

5.2. Documentário radiofônico

O documentário radiofônico, portanto, é um gênero jornalístico, produzido para rádio, que traz informações mais aprofundadas sobre um determinado tema, com o trabalho de produção, reportagem, locução e edição, além de também incluir trilhas sonoras de acordo com o assunto. Tavares (1999, p.5 apud SOUTO CAETANO) afirma que “o rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador dos enfermos; o guia dos são, desde que realizem com espírito altruísta e elevado”.

Com esse intuito, os documentários radiofônicos surgiram no final dos anos 20, por influência dos documentários cinematográficos. Os produtores da época perceberam que o gênero poderia tornar o rádio mais interessante e “vivo”, mas o formato ganha visibilidade a partir Glenn Gould, pianista canadense considerado um dos maiores gênios musicais do século XX (TAVARES, 2009, p.12 apud SOUTO; CAETANO)⁷. Assim, o documentário radiofônico traz a locução de uma ou mais pessoas, com inserções de entrevistas com as fontes selecionadas para participação.

⁷ TAVARES, Reynaldo C. Histórias que o rádio não contou. 2ª edição. São Paulo: Harbra, 1999.

Dentre suas funções, Barbosa Filho (2009, p.12, apud SOUTO; CAETANO)⁸ diz que este formato visa aprofundar a análise de um tema, mesclando pesquisa documental e análise dos fatos *in loco*, sendo realizado por meio de montagem, ou seja, a edição final. A principal vantagem do documentário sobre a fala direta é tornar o tema mais interessante e mais vivo, já que ele é capaz de envolver um maior número de pessoas, de vozes e um tratamento de maior amplitude. É preciso entreter e ao mesmo tempo informar, esclarecer e também estimular novas ideias e interesses. (CHANTLER; HARRIS, 1998, apud ASSUMPCÃO)⁹.

5.3. O suicídio na mídia

Os meios de comunicação não noticiam o suicídio – e raramente falam sobre esse tema. Entretanto, um caso de suicídio não é um acontecimento extraordinário e incomum, como pode ser entendido. A Organização Mundial de Saúde estima, em um manual destinado a grupos sociais e profissionais específicos, publicado em 2000¹⁰, que entre 20 e 60 milhões de pessoas tentam se matar a cada ano. E aproximadamente um milhão de todas essas tentativas são concretizadas, um número tão alto que supera as mortes ocorridas em guerras e os assassinatos no mundo inteiro.

Dapieve (2007) alerta para que, embora as taxas de suicídio tenham passado de 3,9, em 1994, para 4,5, em 2004, em cada 100 mil habitantes, ainda podem ser consideradas baixas comparadas a outros países. O escritor e filósofo francês Albert Camus havia escrito, em 1941, nas páginas de *O mito de Sísifo* que “só há um problema filosófico verdadeiramente sério: o suicídio. Julgar se a vida merece ou não ser vivida é responder a uma questão fundamental da filosofia”.

Mas há razões para a mídia não querer falar sobre esse tema e acabar por obscurecer o acontecimento individual – de alguém que decidiu que a vida não valia mais a pena ser vivida – atrás de eufemismos. Amenizar o sentimento de culpa de familiares e amigos próximos da vítima e respeitar a privacidade da dor são alguns dos motivos. Mas a principal razão para que o suicídio não vire notícia nas páginas de jornais é a preocupação jornalística em torno da teoria da imitação.

⁸ BARBOSA FILHO, André. Gêneros Radiofônicos. 2ª edição. São Paulo: Paulinas, 2009.

⁹ CHANTLER, P; HARRIS, S. Radiojornalismo. São Paulo: Summus, 1998.

¹⁰ Disponível em: http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/en/suicideprev_media_port.pdf

Em torno da notícia de uma morte voluntária nas sociedades ocidentais, entretanto, costuma haver um silêncio que expressa algo mais difuso, mas não menos eloquente, derivado das crenças conjugadas de que o suicídio pode ser, de certa forma, contagioso, transmissível a suicidas em potencial, tratados de forma análoga à dos “portadores sadios” de uma doença; e de que os meios de comunicação de massa podem ser, pela própria natureza de sua função social, os vetores deste tão temido contágio, verbalizado ou não nas redações dos jornais (DAPIEVE, 2007).

Desde 1774, a Europa tenta evitar o que aconteceu após a publicação do romance *Os sofrimentos do jovem Werther*, de Johann Wolfgang von Goethe. Naquela época, o continente foi sacudido por uma onda de suicídios de inúmeros jovens que se identificaram com o amor não-correspondido do protagonista pela adorável Charlotte. Esses jovens adotaram a mesma saída para seus próprios dramas: matar-se com um tiro de pistola. Exemplares do livro eram encontrados ao lado dos corpos e a expressão “efeito Werther¹¹” passou a ser usada sempre que um suicídio servia de inspiração para outras pessoas.

Em um de seus estudos, Steven Strack, pesquisador da Universidade Estadual de Wayne, em Detroit, nos Estados Unidos, entendeu que o papel da mídia impressa no processo de imitação possui um peso maior que o dos meios eletrônicos. Uma notícia de suicídio na televisão, por exemplo, teria uma probabilidade 82% menor de comoção do que em um jornal. Isso porque, segundo Strack, notícias sobre suicídios na TV duram em média menos de 20 segundos e podem ser esquecidas ou até passar despercebidas. Entretanto, as histórias contadas na imprensa escrita podem ser guardadas, relidas e estudadas. Cópias de tais notícias são, frequentemente, encontradas junto aos corpos de outros suicidas. Do mesmo modo como, no século XVIII, acontecia com os exemplares de *Os sofrimentos do jovem Werther*.

Porém, a mídia possui um papel social muito importante, que molda a opinião pública, além de também servir de fonte esclarecedora para diversos assuntos – até mesmo como uma forma de ajuda pessoal, por meio do conhecimento. E é por essa razão que os meios de comunicação precisam buscar soluções para que esse problema não passe despercebido nas redações, nem sirva como exemplo para que outras pessoas atentem contra a própria vida.

6 CONSIDERAÇÕES

¹¹ Mais informações em: http://www.istoe.com.br/colunas-e-blogs/coluna/148869_EFEITO+WERTHER

Por meio da opinião de especialistas, este documentário radiofônico alertou para os índices atuais de suicídio no Brasil e no mundo e também esclareceu as possíveis razões pelas quais as tentativas de suicídio acontecem. Mostrou, ainda, quais são as formas corretas de se tratar desse tema no campo midiático e por que o jornalismo deve atuar nessa luta, de forma a trazer mais conhecimento sobre o assunto.

Além disso, o trabalho trouxe aos ouvintes uma breve explicação sobre os sinais que um familiar ou amigo pode demonstrar de que precisa de ajuda psicológica ou de um centro de apoio, como é o caso do Centro de Valorização da Vida (CVV), que atua em todo o país por meio de atendimento telefônico. Dessa forma, sinalizou-se a importância de se falar sobre um tema tão obscuro, mas delicado ao mesmo tempo.

O produto final de todo o estudo realizado e as entrevistas produzidas com profissionais da área da comunicação, pesquisadores e voluntários em grupos de apoio demonstrou que os objetivos iniciais estavam de acordo com a expectativa, que foi cumprida ao longo da produção. Assim, esse documentário radiofônico, produzido como um trabalho acadêmico da disciplina de Radiojornalismo II, à escolha dos integrantes do grupo, serve, agora, como uma fonte esclarecedora a quem tiver acesso a ele, na tentativa de também ajudar a combater e prevenir esse mal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSUMPCÃO, Zeneida Alves de. **Contando histórias através de Radiodocumentários**. 9.º CONEX. Disponível em: <http://www.uepg.br/proex/conex/9/anais/9conex_anais/59.pdf>. Acesso em: 3 abril 2016.

CORDEIRO, Paula. **Radio becoming r@dio: convergence, interactivity and broadcasting trends in perspective** in Journal of Audience and Reception Studies Vol. 9, 2012. Disponível em: <<http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/27%20Cordeiro.pdf>>. Acesso em: 12 abril 2016.

DAPIEVE, Arthur. **Morreu na contramão: o suicídio como notícia**. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2007. 191 p.

FERRARETTO, Luiz. **Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade de oferta**. In: FERRARETTO, Luiz e KÖCKNER, Luciano (Orgs). **E o rádio? Novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2010. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/eoradio.pdf>>. Acesso em: 8 abril 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999. 202 p.

LOPEZ, Débora. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo e rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Universidade Federal da Bahia, Salvador: 2009.

ORTIZ SOBRINO, Miguel Ángel. **Radio y postradio en España: una cohabitación necesaria y posible**?. Área abierta, Madri, v. 12, n.2, 2012. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/39637>>. Acesso em: 12 abril 2016.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias**. Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. Editora UFRB: Cruz das Almas, 2012. Disponível em: <<https://blog.ufba.br/portaldoradio/files/2012/10/O-r%C3%A1dio-na-era-da-converg%C3%Aancia1.pdf>>. Acesso em: 3 abril 2016.

SOUTO, Jéssica Bazzo; CAETANO, Márcia Mariano. **O gênero documentário no rádio**. Rio Verde/GO. 14ª Congresso de Ciências Sociais da Região Centro-Oeste (Intercom Centro Oeste), 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2012/resumos/R31-0230-1.pdf>>. Acesso em: 3 abril 2016.