

## O Suicídio Noticiado do Caso Yoñlu e a Teoria Organizacional<sup>1</sup>

Luís Henrique de Melo<sup>2</sup>

Maria Joana Chiodelli Chaise<sup>3</sup>

Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS

### RESUMO

O presente trabalho utiliza-se da Teoria Organizacional, elaborada por Warren Breed, para contextualizar a aplicação jornalística em duas reportagens distintas a respeito da morte do jovem Vinícius Gageiro Marques, pelo qual o episódio ficou denominado como o primeiro caso de suicídio assistido via internet no Brasil. No ano de 2006, no mês de julho, Vinícius Gageiro Marques, mais conhecido na internet como Yoñlu, cometeu suicídio em seu apartamento, em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, com a ajuda de fóruns e grupos de discussão na *web* sobre o tema. O jovem, com dezesseis anos na época, alimentava uma grande rede de amizades virtuais, com quem compartilhava suas canções de produção própria, suas fotografias e ilustrações, além de pensamentos cotidianos descritos em seu blogue. O suicídio de Yoñlu (apelido de origem desconhecida adotado pelo próprio Vinícius) foi amplamente noticiado na época do ocorrido, e diversos veículos produziram matérias sobre o fato, destacando sua trajetória e o ineditismo midiático do acontecimento, trazendo à tona principalmente as técnicas que o adolescente adotou para tirar sua própria vida. Os veículos utilizados como objeto de estudo para a análise foram as revistas Rolling Stone, com a reportagem “Canções Para se Viver Mais” (2007), e a Época, com a matéria “Suicídio.com” (2008), baseando-se na Teoria Organizacional como objeto de estudo, a qual foi fundamentada no ano de 1955 por Warren Breed. A teoria trabalha com a ideia de mercado no jornalismo, apoiando-se na perspectiva de que a empresa jornalística – o veículo que está difundindo a informação – trata o jornalismo como um produto à venda, e as normas da empresa se sobrepõem aos valores individuais dos jornalistas; estes devem se adequar à linha editorial da empresa, não por existirem normas, e sim por uma estratégia de recompensa ou punição. Em um primeiro momento, é importante discutir o porquê das duas mídias selecionadas – Rolling Stone e Revista

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ 01 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo FAC-UPF, email [luishenrique.melo@outlook.com](mailto:luishenrique.melo@outlook.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo FAC-UPF, email [maryjo\\_chaise@hotmail.com](mailto:maryjo_chaise@hotmail.com)

Época – terem selecionado a temática do suicídio de Vinícius para ser veiculado. A revista Rolling Stone tem, por praxe, o objetivo de levar “infotimento” ao leitor, especificamente as áreas da música e de arte. A Revista Época, por sua vez, com teor jornalístico, traz, em suma, reportagens cotidianas e políticas. Em tese, pode-se afirmar que o teor de ineditismo e interesse do público fez com que as duas mídias distintas se apoiassem no tema suicídio como fato noticioso, mesmo ambas possuindo uma linha editorial completamente distinta. Na reportagem “Canções Para Se Viver Mais”, da revista Rolling Stone e escrita por Marcelo Ferla, percebe-se maior precaução e sutileza na apresentação dos fatos e na prevenção dos “gatilhos mentais” que podem vir à tona no leitor. Por ter um teor cultural e artístico, a Rolling Stone fez uma extensa matéria a respeito da vida de Vinícius, trazendo falas de pessoas próximas a ele e impulsionando sua obra póstuma, como o lançamento de um CD naquele período. A Revista Época, por sua vez, traz em sua matéria “Suicídio.com”, escrita por Eliane Brum e Solange Azevedo, uma montagem informativa e pouco aprimorada, notando-se que a linha editorial da empresa foi seguida, trazendo consigo um teor social e informativo a respeito da morte, detalhes da execução do caso e táticas de prevenção, não se abdicando dos conceitos básicos do jornalismo factual. Em análise com a Teoria Organizacional, Breed sublinha que as notícias são como são porque as empresas assim as determinam, e considera que o jornalista sente maior conformidade em seguir a linha editorial empresarial e manter seu cargo à seguir seus valores e princípios. Com isso, nessa teoria, “a ênfase está num processo de socialização organizacional em que é sublinhada a importância de uma cultura organizacional, e não uma cultura profissional” (TRAQUINA, 2005, p.153). Entende-se que a acomodação do jornalista referente à empresa jornalística a qual ele atua se dá, principalmente, por seis fatores: a autoridade institucional e as sanções; os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores; as aspirações de mobilidade; a ausência de grupos de lealdade em conflito; o prazer da atividade e as notícias como valor. O jornalismo, além de ser por preceitos básicos um serviço de informação e apuração à sociedade, também é um negócio. Todas as empresas de comunicação, à exceção das empresas públicas, têm como pilar fundamental para manter a sua estrutura a venda de espaço para a publicidade, havendo a conformidade com empresas anunciantes, seja ela no âmbito político, social ou de valores e princípios. Um dos seis fatores da área de influência jornalística apontado por Breed dentro da Teoria

Organizacional trata-se da liberdade do jornalista dentro da mídia. “Em relação a certos tipos de “estórias”, o jornalista tem maior autonomia. (...) Nenhum editor interferirá na sua ação, podendo assim o repórter ganhar a função de “editor” (TRAQUINA, 2005, p. 156 – 157). Nesse sentido, ao averiguar a posição da revista Rolling Stone onde o repórter Marcelo Ferla teve total liberdade e praticamente nenhuma interferência superior durante a produção da sua elaborada matéria, apresentando fatos concisos e seguindo sempre a lógica artístico-cultural da revista, é oportuno concluir que, entre as duas matérias analisadas, Ferla foi o jornalista que mais obteve êxito em ter liberdade para redigir seu texto antes da publicação, se abstendo de sanções superiores ao seu trabalho. Após analisar as duas reportagens com base nos estudos acerca da Teoria Organizacional, pode-se perceber que há um grande pluralismo entre as mídias existentes no Brasil contemporâneo. Com base em preferências pessoais, posições, crenças e objetivos, o leitor pode buscar o canal midiático que mais convém para sua leitura – seja ela cultural como na Rolling Stone ou informativa na Época - tendo o poder de decidir por qual será influenciado e manterá a mídia operando. Por meio disso, a empresa continua produzindo material noticiável com base na sua linha editorial, focando não apenas no bem-estar do público-alvo, mas também no fator financeiro, visto que um dos pilares da teoria imposta até aqui é a de que a organização depende dos recursos advindos do tamanho de sua audiência, pressupondo quais conteúdos julga ser de maior relevância para seu público; do mesmo modo, o profissional jornalista que, para garantir seu cargo, mantém as relações adotadas nas políticas internas empresariais do veículo, adotando o fator-notícia como aquilo que servirá de produto à empresa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Yoñlu; suicídio; internet; Organizacional.

## REFERÊNCIAS

BRUM, Eliane; AZEVEDO, Solange. **Suicídio.com: Sites na internet incentivam adolescentes como o gaúcho Yoñlu a se matar e ajudam a escolher o método.** Revista Época, 2008. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG81603-6014-508,00.html>> Acesso em: 22/11/2019

FERLA, Marcelo. Canções Para se Viver Mais. **Rolling Stone**, São Paulo, v. 18, março 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo.** Florianópolis: Insular, 2005