

## Suicídio por contágio e o papel das mídias de comunicação em massa

*Suicide by contagion and the role of mass media*

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo (i) explorar, em termos gerais, a temática do suicídio por contágio e o papel dos meios de comunicação em massa nesse fenômeno; (ii) investigar, em termos mais específicos, a possibilidade de suicídios por contágio em conexão com (a) suicídios de celebridades e (b) suicídios em espaços públicos em que são registrados altos índices de morte voluntária; e (iii) propor reflexões sobre a prevenção do suicídio no que diz respeito à atuação das mídias de comunicação em massa. Para tanto, utilizamos o método da revisão bibliográfica e uma pesquisa de campo. Observa-se que a simples exposição do tema do suicídio na mídia não causa diretamente suicídios subsequentes, embora possa ser um fator de influência, dependendo da abordagem. O suicídio por contágio está associado ao processo de identificação e imitação, à influência sócio-histórica-cultural dos locais, dos métodos e do próprio ato suicida influenciador, sendo imprescindível refletir sobre os meandros da relação pessoa-ambiente para a elaboração de medidas preventivas.

**Palavras-Chave:** Suicídio por contágio – Mídia – Prevenção do suicídio – Comunicação – Celebridades – Espaços públicos

### ABSTRACT

This article has the purpose of (i) exploring, in general terms, suicide by contagion and the role of the mass in this phenomenon; (ii) investigating, in more specific terms, the possibility of suicide by contagion in connection with (a) celebrities' suicide; and (b) suicide in public spaces where high rates of voluntary death are registered; and (iii) proposing reflections on suicide prevention related to mass communication media operations. We used the bibliographic review method and a field survey. We will observe that the mere display of the topic of suicide on mass media does not directly cause subsequent suicides, although such display may be a factor of influence, depending on the display's approach. Suicide by contagion is related to the process of identification and imitation, to the social-historical-cultural influence of the places, methods and the suicidal act itself, in such a way that it becomes indispensable to reflect on the meanders between the relationship person-environment in order to think about preventive measures.

**Keywords:** Suicide by contagion – Media – Suicide prevention – Communication – Celebrities – Public spaces

\* Mestre em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano pela Universidade de São Paulo. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5878653681454457>.

\*\* Doutora em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano pela Universidade de São Paulo. Coordena nesta mesma instituição o Laboratório de Estudos sobre a Morte. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3630610578226144>.



**E**ste artigo conta com uma revisão bibliográfica e com uma pesquisa de campo, na qual foram realizadas entrevistas com jornalistas, com o objetivo de compreender a questão do contágio de forma minuciosa, a partir de uma análise crítica. Exploramos o tema do suicídio, com ênfase no suicídio por contágio e o papel das mídias de comunicação em massa nesse fenômeno. A partir das considerações gerais que elaboramos sobre o suicídio por contágio e a influência da mídia, investigamos em termos mais específicos a possibilidade de suicídios por contágio, em conexão com (a) suicídios de celebridades e (b) suicídios em espaços públicos, em que são registrados altos índices de morte voluntária. Na sequência, analisamos algumas possibilidades de intervenção preventiva nas hipóteses de suicídio por contágio, aludidas neste estudo.<sup>1</sup>

Diversas concepções teóricas tendem a isolar o suicídio como um evento de foro íntimo, inserindo-o no modelo clínico-biológico hegemônico, proposto pela Psiquiatria, que o considera resultado de doença mental ou sintoma a ser medicado (Marquetti, 2012; 2018; Hillman, 2011). Concentrar-se estritamente, isoladamente, em aspectos íntimos da pessoa pode significar uma negligência quanto ao cenário sócio-histórico-cultural, a partir do qual a existência e a própria finitude são construídas. Afirmar que o evento suicida pode ser decorrente, prevalentemente, dos substratos biológicos pode resultar em desconsiderar a complexidade da experiência humana que o antecede.

O suicídio é um fenômeno complexo, associado ao coletivo e atravessado tanto por questões pessoais como por elementos culturais, cujas raízes estão imersas em um contexto histórico (Marquetti & Milek, 2014). Esse gesto violento contra si, não puramente individual, revela as condições de uma sociedade em que a pessoa vive e escolhe se matar. Ancorada nessa perspectiva, Kovács (1992) afirma que o suicídio pode ser uma denúncia trágica e radical do indivíduo, diante de uma crise coletiva. Quando uma pessoa tira a própria vida, mata-se também uma proposta coletiva da sociedade.

As concepções históricas acerca do suicídio revelam a condenação religiosa, moral, social e cultural conferida ao fenômeno (Minois, 2018). A interdição do tema em diversos âmbitos da vida humana (Kovács, 2013), sobretudo na mídia, persiste na atualidade. Assim, a população de modo geral e, em especial, os meios de comunicação, ao considerarem o suicídio como tema não noticiável, optam por não abordá-lo, tratando-o como tabu. Experiências sobre suicídios não são compartilhadas ou discutidas abertamente (Dapieve, 2006; Côrte, Khoury & Mussi, 2014; Kovács, 1992).

Proibição e silêncio são características do tabu, que reside no fato de o suicídio ser carregado de preconceitos e estigmas, sendo um tema tratado de modo distante, afastado da consciência (Rodrigues, 2006). O tabu se faz presente nas condutas jornalísticas, por meio de sua não publicação ou não discussão nos veículos de comunicação. O suicídio entre jornalistas,

<sup>1</sup> Este artigo contém um recorte da pesquisa realizada em 2018. Nessa investigação foram realizadas entrevistas com cinco jornalistas que atuam na cidade de São Paulo, com formação de nível superior em Comunicação Social – habilitação em jornalismo, que trabalham com mídia escrita em jornais impressos (papel) ou jornais on-line (internet) em qualquer seção do jornal. Foram apresentadas reflexões acerca do suicídio em locais públicos – tais como o metrô de São Paulo no Brasil, a ponte Golden Gate nos Estados Unidos, a ponte Mapo na Coreia do Sul –, bem como suicídios de celebridades expostos nos meios de comunicação, com o objetivo de compreender a questão do contágio de forma minuciosa, a partir de análise crítica.



inclusive é frequente, contudo, nota-se pouca ou nenhuma abertura para debate ou diálogo nas redações, o que revela que o suicídio é tema tabu, também entre jornalistas, quando o fenômeno ocorre entre eles (Hwang, 2018).

Do encontro do tabu com o estigma resulta a interdição e o silêncio: “tão grande é o tabu sobre suicídio que algumas pessoas não dizem a palavra, alguns jornais não publicam notícias dele e mesmo cientistas têm-no evitado como objeto de pesquisa” (Menninger, 1970, p. 27).

O silêncio em relação ao suicídio na mídia deve-se, em grande parte, ao medo do contágio, segundo a hipótese de que casos de suicídios expostos pelos meios de comunicação podem acarretar um efeito imitativo. Esta concepção surgiu após a publicação da obra “Os sofrimentos do jovem Werther” de Johann Wolfgang von Goethe (2012) (escrito no século XVII, em 1774) que, na época, teria influenciado jovens a se matarem, tendo como inspiração a morte do personagem. Na tentativa de interromper o possível contágio, o livro foi proibido na Itália, Alemanha e Dinamarca, em certos períodos no passado (OMS, 2000; Jamison, 2010; Dapieve, 2006).

Atualmente o livro não é proibido, por se tratar de um clássico da literatura, fazendo parte da lista de obras a serem lidas nas escolas, com a finalidade de entender os temas centrais do movimento romântico europeu. Na contemporaneidade, as pessoas leem o livro, porém a morte de Werther não é apontada como motivo de inspiração para suicídios de jovens. Ressalta-se que a obra foi escrita no apogeu do movimento literário romântico, rompendo com a postura racional ao enfatizar a morte, especialmente o suicídio. Nas palavras de Alvarez (1999):

*Uma parte essencial da revolução romântica foi transformar a literatura não num acessório da vida [...] mas num estilo de vida em si. Assim, para o público leigo, Werther não era mais um personagem de um romance, mas um modelo de vida que firmou todo um estilo de hipersensibilidade e desespero ... Para os jovens românticos que tinham a postura, mas não o talento de seus heróis, a morte era a “grande inspiração” e o “grande consolo”. Foram eles que fizeram a moda de suicídios que varreu a França na década de 1830 (Alvarez, 1999, p. 208-210).*

O movimento cultural, o modo como o ato suicida foi romantizado, idealizado nesse período e a identificação com o personagem podem ter impulsionado o contágio. Aludindo a esta questão, a Cartilha do Conselho Federal de Psicologia (2013) assinala que certos artistas conseguem transpor em suas obras os matizes afetivos de determinado momento histórico, parecendo se tratar de um processo de identificação das pessoas em relação ao sentimento que marcou romantismo na Europa, caracterizado pela melancolia profunda e exaltação da morte.

Essa concepção reforça a tese de que o ato suicida é reflexo das relações e dinâmicas próprias do contexto sócio-histórico-cultural e oferece contestação à explicação simplista acerca do contágio, de acordo com a qual a exposição do tema aumentaria o risco de suicídios. Ainda que a reportagem de suicídios exerça influência no contágio, a mídia, por si só,



não ocasiona o contágio. Assim, pode-se questionar: “será que a divulgação de uma notícia referente ao suicídio estimula outras pessoas de grupos similares a tirarem a própria vida?” (Loureiro, Moreira e Sachsida, 2013, p. 7).

A hipótese de que um suicídio pode influenciar a ocorrência de outros é muito divulgada pela mídia (Phillips, 1974). Ocorre um amplo debate a respeito da veracidade do efeito de contágio, sobre o qual não há consenso por parte dos pesquisadores. Alguns pesquisadores defendem que o contágio é real e a imprensa deve evitar abordar o assunto, enquanto outros lançam dúvidas e objeções em torno dessa constatação. A maioria concorda que o conteúdo da matéria midiática e o estilo do relato sobre o suicídio podem ajudar na prevenção ou, diferentemente, sugerir o ato (Fontenelle, 2008; Jamison, 2010; Dapieve, 2006).

Embora a concepção teórica predominante aponte que a mídia é um fator de risco para o comportamento suicida em outras pessoas (OMS, 2000), enfatizamos aqui a emergente reflexão sobre a dimensão complexa do ato. O atual paradigma, pautado no discurso médico, tende a reduzir o suicídio a uma explicação simplista, desconsiderando a existência singular da pessoa que se mata, sua experiência idiossincrática e a tessitura de fatores sociais, culturais, históricos, políticos e individuais presentes no ato de finalização da própria vida. À vista disso, o suicídio na contemporaneidade vem revestido de um caráter patológico, tratado como doença contagiosa, acompanhada pela crença em sua transmissão, pela divulgação do tema. É importante considerar que o contágio é um fenômeno complexo, que pode ser estimulado tanto pela atuação de mídias de comunicação em massa no reporte ordinário de suicídios quanto pela divulgação de suicídios de celebridades ou, ainda, pela ocorrência (ou recorrência) de suicídios em certos espaços públicos.

Nessas três hipóteses, é possível que se gere um efeito imitativo. Mais do que contestar a ideia de contágio, Moretto et al. (2017) referem que tal suposição carece de análise crítica e aprofundada, de modo que a hipótese do contágio não deveria ser utilizada como justificativa para o silenciamento, ou para reforçar o tabu em torno do tema em diversas instâncias. Se os sofrimentos que estão vinculados ao ato suicida fossem discutidos, talvez mortes por suicídio pudessem ser prevenidas, uma vez que não se pode deixar de considerar as pressões sociais, forças que atuam e antecedem essa influência. Nos dizeres desses autores: “não se trata de falar sobre o suicídio, mas de desvendar e de discutir os sofrimentos que se relacionam com ele, inclusive, a falência da comunicação” (Moretto, et al, 2017, p 162).

A contribuição pretendida desse artigo não é averiguar a hipótese do contágio, pois não há como apontar uma causa única ou fazer afirmações conclusivas, quando se trata de um fenômeno multifacetado como o suicídio. Partindo desse ponto de vista, sobre o qual se tecerão as discussões do artigo, buscamos fomentar novos sentidos, descortinar um olhar diferente acerca do suicídio por contágio, e ampliar a discussão de seus múltiplos componentes, que estão longe de ser passíveis de generalização, já que cada caso é singular, o que o torna ainda mais complexo.



## Suicídio de celebridades: identificação e imitação do comportamento suicida

Do ponto de vista psicológico, Le Bon (2008) assinala que, em uma multidão, os sentimentos e as ideias estão orientados em uma mesma direção, de modo que os sujeitos separados fisicamente podem adquirir características de um grupo. Nesse contexto, a personalidade consciente tende a desaparecer, constituindo o que o autor nomeia de alma coletiva. O indivíduo passa a adotar padrões e a imitar o comportamento de determinadas pessoas, por sugestão.

Para Tarde (1962; 2005), o consumo e as opiniões seguem o mesmo raciocínio: o ato de optar por determinada opinião tende a ser da mesma natureza que o ato de consumir um produto específico, ambos são escolhidos por imitação. Os comportamentos e as opiniões, ao serem imitados, deixam de ser uma realidade individual, tornando-se um fato coletivo adotado por muitas pessoas em uma comunidade. Os indivíduos estão conectados devido à simultaneidade de uma convicção, de uma ideia ou de um desejo, partilhados por várias pessoas em um mesmo momento, constituindo uma massa.

Segundo Freud (2011), a identificação é considerada uma das mais remotas formas de expressão e de ligação afetiva entre as pessoas. A influência sugestiva da massa e a tendência à imitação podem levar ao contágio. Para o autor, a massa é constituída na medida em que há redução da capacidade intelectual e de articulação do pensamento de seus membros, uma vez que a massa é impulsiva, volúvel, influenciável, mutável, acrítica e guiada pelo inconsciente.

A imitação e a identificação são processos importantes para a constituição psíquica, bem como para a construção da realidade social, pois permitem ao indivíduo posicionar-se na relação com o outro, ocupar um espaço e desempenhar um papel num grupo, sem perder sua identidade e individualidade. De acordo com Bauman (2003, 2005), o processo identitário na modernidade é líquida, frágil e volátil, de modo que o sujeito estabelece relações de forma superficial, imediatista, fugidia e fragmentada, abrindo a possibilidade de identificação com diversas comunidades, dificultando a construção de uma identidade sólida, concisa e constante.

Segundo Marquetti (2012), o indivíduo pós-moderno está exposto a uma pluralidade de opções socioculturais, podendo acessar inúmeras identidades e subjetividades. As diversas possibilidades de escolhas tendem a desorientar o indivíduo e, como consequência, surge uma dificuldade assumir uma identidade própria. Sustentada por essa premissa, a autora afirma:

*O sujeito pode ficar 'colado' à sua própria representação fictícia, sua imagem, e assim, ter muitas identidades mutáveis, não incorporadas, ou tomar o objeto presente sem o distanciamento necessário, sem a profundidade do tempo e misturar-se com ele. A possibilidade de os sujeitos viverem a imagem, a aparência, o espetáculo da vida pós-moderna está relacionada a esse jogo de representações, identificações e encenações (Marquetti, 2012, p. 45).*

O consumo imediato e a temporalidade acelerada presentes na pós-modernidade produzem uma subjetividade típica desse período: a construção de uma identidade incoerente,



instável e fragmentada. Segundo Hall (2011), essas transformações trazem consequências para o sujeito, que passa a assumir identidades diferentes, cuja característica principal é a incerteza da própria identidade:

*Esse processo produz o sujeito pós-moderno como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade se torna uma 'celebração móvel' formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (Hall, 2011, p. 13).*

Desse modo, a fragilidade dos vínculos humanos, o sentimento de insegurança, os desejos conflituosos em estabelecer relações e, ao mesmo tempo, afrouxá-las apontam para um mundo de incertezas, instabilidades e dissolução das formas fixas. Há profundas consequências pelo fato de a vida pós-moderna estar permeada por essas questões, que Bauman (2001) associa à insegurança e à ansiedade. Em decorrência da necessidade de lidar com esses sentimentos, o sujeito contemporâneo pode transformar as escolhas individuais em coletivas, construindo uma identidade compartilhada.

Tal identidade implica a dificuldade de estabelecer uma diferenciação entre o eu e o outro; os indivíduos nessa situação fundem-se às relações sociais. Segundo Berger e Luckmann (1973), o meio sociocultural exerce uma função na constituição psíquica do sujeito, pois o ambiente oferece um contorno ao indivíduo, que lhe permite a existência de um corpo físico e psíquico que, por sua vez, relaciona-se com o mundo externo. Dessa maneira, o indivíduo é constituído a partir de sua singularidade e do vínculo afetivo-social com outras pessoas.

Na medida em que o ser humano investe cada vez mais em sua vida individual, o consumo e a imagem tornam-se primordiais. Esse novo estilo de vida é representado pelos meios de comunicação e mediado pela aparência. Sobre essa questão, Debord discute a sociedade do espetáculo, definindo-a como "a afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana – isto é, social – como simples aparência" (Debord, 1997, p. 16). Em outras palavras, é o conjunto de relações sociais mediadas pelas aparências, no qual o espetáculo pode ser observado por meio da reprodução constante de imagens midiáticas.

De acordo com Baudrillard (1995), o consumo está presente na vida cotidiana, seduz e aliena. Assim, passa a dominar o indivíduo, pois preenche os objetos de significados, ao vincular a ideia de felicidade aos produtos. Ainda segundo o autor, não consumimos objetos, mas signos, pois estes e a mercadoria aliaram-se. Os significados simbólicos foram atribuídos aos objetos, formando a ideia de mercadoria-signo: atualmente, as pessoas estão mais interessadas nos significados e nas representações sociais de determinado produto do que na funcionalidade da mercadoria. Baudrillard afirma que "é o seguinte princípio da análise: nunca se consome o objeto em si (no seu valor de uso) – os objetos (no sentido lato) manipulam-se sempre como signos que distinguem o indivíduo" (Baudrillard, 1995, p. 60).

Segundo Lipovetsky e Serroy (2015), vivemos a era do entretenimento sem fronteiras, em que as relações sociais são baseadas no divertimento e no espetáculo. Este último é produzido para as massas e criado com o objetivo de distrair o público. Os autores nomeiam



esse processo de sociedade do hiperespetáculo. A mídia, por sua vez, exhibe uma avalanche de imagens, cuja finalidade é captar o desejo dos consumidores, satisfazê-los e impor novos anseios. Para tanto, é transferido o significado simbólico de uma pessoa célebre para uma imagem (símbolo) de uma marca, de modo que as celebridades “emprestam” suas imagens ao produto que se pretende divulgar. Na atualidade não se consomem mais apenas produtos, filmes, locais turísticos, músicas, mas o espetáculo das celebridades midiáticas como meio de singularizar, personalizar e preencher de afeto o mundo pessoal. A sociedade pós-moderna, pautada no consumo, modificou o modo como as pessoas se relacionam com o mundo, com os objetos, com os outros e consigo.

Desta maneira, a pós-modernidade aponta uma crise de nossa época: a falta de referências constantes e duráveis, a dificuldade de estabelecimento de uma identidade, o sentido fugaz, o individualismo, permeados pelo consumo de imagens. Essas transformações modificaram o estilo de vida do homem, acarretando uma impessoalidade e identificação do sujeito com o suicídio de outras pessoas. A pessoa pode projetar-se no ícone midiático, convergir interesses e partilhar desejos com quem não possui relações íntimas. Maia (2007) assinala que “ao aproximar nossa própria imagem à de um determinado personagem, o que buscamos é nos reconhecermos como tal. Há apropriação de ideias, sentimentos, atitudes, que pode resultar em uma fusão proposital da nossa própria identidade ao do personagem” (Maia, 2007, p.10).

A mídia pode manipular as informações, seduzir as pessoas e impor uma visão de mundo. Assim, o sujeito passa a viver uma representação da realidade difundida por esse meio de comunicação, na qual não há possibilidade de escapar das notícias imprecisas. Baudrillard (1995) parte do pressuposto de que os meios de comunicação não mostram a realidade como ela é, mas com base em simulacros, que são como réplicas próximas da perfeição. A diferença entre o original e a cópia é quase imperceptível. Portanto, a mídia assume um papel importante na circulação de simulacros no qual o indivíduo tende a assimilar à sua constituição psíquica tais simulacros, produzidos por este veículo. Harvey sintetiza essa ideia, ao dizer que “ao que parece, a realidade está sendo moldada para imitar as imagens da mídia” (Harvey, 2014, p. 85).

Segundo Fensterseifer e Werlang (2006), a pós-modernidade é marcada pela cultura do narcisismo e do espetáculo, na qual as relações são pautadas pela superficialidade e rapidez. Na contemporaneidade, a identidade cultural é difusa, com uma busca frenética de proteção face ao desamparo, ao vazio e ao mal-estar. O sujeito pós-moderno tende a descartar identidades e adotar novas de modo rápido e imediato. Portanto, nenhuma identidade é fixada. Tal instabilidade pode acarretar a desestruturação na vida psíquica, uma vez que os modos de pensar, experimentar, interpretar e ser no mundo são mutáveis e efêmeros. Assim, as condutas autodestrutivas e o suicídio podem surgir como uma maneira de lidar com esses sentimentos que acometem o indivíduo pós-moderno, que teme ficar sozinho e sem raízes. Essa compreensão aponta uma profunda correlação entre a pessoa que se mata, a sociedade e o contexto histórico da qual faz parte.

Atualmente a maioria dos suicídios entre adolescentes estão relacionados à exposição de modelos de imitação do comportamento suicida, a partir da influência midiática (Kuczynski,



2014). As pessoas passam a moldar suas personalidades na adolescência, e o momento de descoberta e confusão decorrente desse período pode torná-los mais propensos a imitar o estilo de cabelo, de vida, de roupas, de comportamentos e, até o suicídio de seus ídolos (Santos, 2008).

Embora haja uma tendência a não se noticiarem suicídios, a mídia frequentemente aborda o assunto, quando este está associado a pessoas famosas (Fontenelle, 2008). As pesquisas de Stack, (2015), Abrutyn e Mueller (2014) e Coleman (2004) mostram que a exposição midiática do suicídio de uma celebridade tende a desencadear maior grau de identificação, podendo sugerir um comportamento suicida, em um possível contágio.

Stack (2000, citado por Coleman, 2004) refere que após o polêmico suicídio da atriz Marilyn Monroe houve um aumento de 12% no número de suicídios nos Estados Unidos. Ainda, foram registradas 197 (cento e noventa e sete) mortes associadas à atriz, sendo a maioria de mulheres, jovens e loiras, que aparentemente teriam adotado Marilyn como modelo a ser imitado. Esses dados sinalizam que o contágio do suicídio também está relacionado à imitação, ao processo de identificação e ao consumo de imagens midiáticas.

A propósito de esclarecer a investigação acerca do contágio, Martin e Koo (1997) realizaram um estudo sobre influência do suicídio de Kurt Cobain, líder da banda de rock Nirvana, ícone do movimento grunge, que morreu em consequência de um tiro de espingarda autoinfligido na cabeça. O suicídio do cantor foi reportado detalhadamente na Austrália em jornais, canais televisivos e programas musicais. A pesquisa afirma que não houve aumento significativo nas taxas de suicídio por arma de fogo entre jovens de 15 a 24 anos após um mês do anúncio da morte de Kurt em 1994. Como conclusão, o suicídio do cantor teve pouco impacto sobre os jovens no país, sendo que o modo como a mídia divulgou o suicídio pode ter sido responsável pela ausência de um possível efeito imitativo.

Jobes, et al. (1996) monitoraram os casos de suicídios que ocorreram sete semanas após a morte de Kurt Cobain em 1994, em Seattle, Estados Unidos. As taxas de suicídio entre 1993 e 1995 foram comparadas às ocorridas em 1994. Durante esse período foram notificados 24 suicídios, sendo apenas um diretamente vinculado à morte do cantor. Segundo os pesquisadores não houve um aumento significativo de suicídios após a morte de Kurt Cobain, e esforços por parte da mídia em educar a população tiveram impacto positivo. A divulgação de locais de ajuda para pessoas com ideação suicida e a realização de conferências com veículos de comunicação em massa e com profissionais de saúde mental, mediadas pelo Centro de Crise de Seattle, uma organização que oferece ajuda gratuita às pessoas em situação de crise emocional, constituíram eventos com resultados positivos na prevenção do suicídio. A responsabilidade ética exercida pela mídia que noticiou o tema sem sensacionalismo e sem descrições simplistas teve papel fundamental na conscientização pública.

Paralelamente, o suicídio de Kurt Cobain é apontado como fator de risco para o comportamento suicida. Segundo Coleman (2004), a morte do cantor impulsionou suicídios por imitação na época, principalmente entre jovens que tinham Kurt como referência de estilo de vida, podendo incitar o contágio entre pessoas que o admiravam, em um possível efeito imitativo. Esta pesquisa sustenta a ideia de contágio a partir de casos em que a pessoa se



matou deixando cartas e bilhetes que faziam referência a Kurt Cobain logo após seu suicídio.

Ressalta-se que, embora se trate de países com diferenças históricas, culturais e sociais, o tratamento sensibilizado que a mídia dispensou em relação à morte de Kurt Cobain pode ter sido um dos muitos fatores importantes para o não aumento das taxas de suicídios na Austrália e nos Estados Unidos como evidenciam os estudos de Martin e Koo (1997) e de Jobes et al. (1996), evitando, assim, um possível efeito do contágio a partir do suicídio de Cobain.

Por tratamento sensibilizado entende-se uma postura de cuidado dos jornalistas e respeito à ética da profissão. Trata-se do comportamento dos agentes da imprensa, materializado por meio da transmissão de comunicações (escritas ou orais), que tem por objetivos prioritários (i) situar o suicídio como uma questão que pertence ao campo da saúde pública; e (ii) prover orientações básicas (como telefones de assistência), tanto para pessoas que estejam passando por problemas semelhantes aos da pessoa conhecida que recentemente tirou a própria vida como para aqueles que estejam cogitando se matar. Somente garantindo-se que esses dois objetivos sejam atendidos prioritariamente é que recomendamos que o veículo de imprensa publique a notícia sobre um suicídio. A prática jornalística sensível deve analisar o fenômeno, instituindo espaços para reflexões, de modo a despertar a consciência pública, com reportagens que tenham objetivo de educar e informar o leitor sobre o tema, sem generalizações ou respostas prontas.

No estudo conduzido por Mercy et al. (2001), a partir de um caso-controle e com entrevistas com pessoas entre 13 e 34 anos que tentaram suicídio, que haviam sido atendidas em postos de emergências em Houston, não foram encontradas evidências de que a exposição midiática do ato suicida seja fator de risco para tentativa de suicídio. Essa análise deve ser interpretada à luz de diversas ressalvas, dentre as quais os autores apontam que os dados obtidos foram baseados em relatos de pessoas que podem estar sujeitas a possíveis vieses; avaliação dos efeitos da exposição a suicídios divulgados pela mídia de maneira sensacionalista que ocorreram durante o período da pesquisa e ausência de dados quanto às diferenças de sexo, idade, etnia e cultura e características demográficas. Os resultados sugerem que o reporte de suicídios pode ter consequências benéficas, como o reforço de medidas preventivas.

De acordo com Gould e Lake (2013), a exposição midiática do suicídio é considerada um modulador do comportamento suicida em outras pessoas. A maneira como os veículos de comunicação retrataram o fenômeno, as faixas etárias e características do público que consome notícias midiáticas, sobretudo entre jovens e adolescentes, bem como pessoas com histórico recente de tentativa de suicídio são fatores importantes a serem analisados em pesquisas sobre suicídio por contágio.

Niederkröth et al. (2012) realizaram uma revisão sistemática de meta-análise para investigar a associação entre suicídio de celebridades e os casos subsequentes. A partir dos resultados da pesquisa verificou-se que suicídios de celebridades podem ser associados ao aumento de mortes voluntárias. No entanto, os autores fazem uma ressalva, apontando a existência de variáveis que podem influenciar o possível efeito imitativo de celebridades, como o local em que a pesquisa foi realizada, a identificação com celebridades do próprio país, em comparação com famosos estrangeiros, aspectos culturais, bem como o cuidado ao divulgar



suicídios. Essa perspectiva contém a reflexão de que a propagação midiática por si só não ocasiona o contágio. Nesse sentido, suicídios de pessoas famosas, que particularmente chamam a atenção do público, não devem ser ocultados, mas reportados de maneira responsável.

Cumprе salientar que não existem evidências consistentes sobre a ocorrência do suicídio por contágio. Esse é o aspecto central da discussão sobre o contágio: os jornalistas e pesquisadores não sabem se o efeito Werther é real (Hwang, 2018). Embora a mídia seja um fator de risco importante para o suicídio, todavia cabe ressaltar que estudos sobre a temática (Schmidtke & Hafner, 1988; Stack, 2003; Colt, 1991; Insel e Gould, 2008) não fornecem dados consistentes para afirmar o efeito contagiante do suicídio, tão somente por meio da cobertura midiática. Dessa maneira, a explicação teórica sobre a existência de um possível efeito do contágio não está bem fundamentada, gerando controvérsias e dúvidas entre pesquisadores e jornalistas.

Por se tratar de fenômeno complexo e multifatorial, análises conclusivas baseadas na relação causa-consequência devem ser evitadas e a associação direta entre notificação do suicídio e ocorrência de outras mortes deve ser cautelosa. Os dados precisam ser analisados cuidadosamente, não sendo possível inferir a veracidade do contágio, somente por meio do reporte ordinário de suicídios.

Cabe assinalar que o contágio envolve uma compreensão de que os meios de comunicação podem influenciar, induzir, sugerir o suicídio, porém não é possível associar a causalidade do ato diretamente à exposição do tema na mídia. Ocorre que o suicídio pertence também (mas não somente) à ordem da intimidade, do indizível. É, portanto, um fenômeno inesgotável, com inúmeras possibilidades de compreensão. Este artigo busca levantar algumas reflexões que se encontram sob o manto do tabu do suicídio, não se limitando a uma explicação ou justificativa.

No que diz respeito à mídia televisiva, a série da Netflix *Os 13 porquês* (Thirteen Reasons Why), lançada em 2017, baseada no livro de Jay Asher (2007), narra a história de Hannah Baker, uma adolescente de dezessete anos que se suicida e deixa uma caixa com fitas de áudio explicando os motivos que a levaram a tomar a decisão fatal. A cena em que Hannah entra em uma banheira, corta seus pulsos e sangra até morrer gerou críticas de especialistas, que consideram que a imagem contraria as recomendações da Organização Mundial de Saúde (2000) quanto à exposição do tema na mídia, uma vez que podem acarretar o contágio do suicídio.

Ressalta-se a importância de refletir de maneira minuciosa acerca das orientações propostas pelo manual da Organização Mundial da Saúde (OMS, 2000) sobre a forma como noticiar o suicídio. A exposição do tema nas lides midiáticas deve ser pensada com os jornalistas, profissionais de saúde, entre outros, formando uma atuação multidisciplinar. Chama a atenção, ainda, para a natureza de manual do documento da OMS referido: esse formato pode, com efeito, enrijecer a conduta dos comunicadores sociais que, por sua vez, tendem a reproduzir as recomendações de maneira irrefletida e mecânica. O tema deve ser abordado com cunho preventivo e educativo, promovendo uma conscientização pública, com orientações específicas para cada caso. Os profissionais de mídia devem evitar a divulgação do

tema por um ângulo meramente técnico ou elaborar reportagens calcadas apenas em fatos. A partir de um caso deve-se ampliar a discussão sobre o tema, ressaltando tratar-se de um problema de saúde pública, sem focar demasiadamente na pessoa que se matou, visando à ética do cuidado e respeito, principalmente com a família enlutada.

A partir do acesso à internet, há vários sites e imagens que exibem cenas suicidas. Tais sites e as próprias redes sociais não são passíveis de controle, de modo que o suicídio está disponível a todos e a qualquer momento (Marquetti, 2017). Essa perspectiva traz à luz a compreensão de que a exposição do suicídio, como veiculada na série *Os 13 porquês*, não é o fator primordial e único para provocar contágio, uma vez que as imagens suicidas que possivelmente têm efeito imitativo podem ser acessadas sem censura na internet, e estão presentes em todos os lugares.

Ayers, Althouse, Leas et al. (2017) indicam que a série foi alvo de protestos, dividindo a opinião pública: por um lado, acredita-se que a trama contribuiu de forma positiva para a ampliação da consciência pública; mas, por outro, o suicídio de Hannah é apresentado de forma romantizada, podendo incitar o ato, a partir da suposição do contágio. Ainda que a maneira como o suicídio foi exposto tenha sido romantizada e com aspectos contraditórios, Kovács (2017) afirma que a série possibilitou uma discussão sobre o tema do suicídio que frequentemente é ocultada, justamente devido ao receio do contágio. A melhor maneira de prevenir suicídios é abrindo espaços para conversas sem censurar o assunto.

No que diz respeito ao *modus operandi*, a disponibilidade do método da tentativa de suicídio, bem como sua exposição midiática, têm sido apontadas como importantes fatores de risco para o suicídio (OMS, 2000). No entanto, a forma de morte eleita pela pessoa também pode estar vinculada ao seu contexto sociocultural, histórico e geográfico.

Jamison (2010) assinala que, em meados do século XIX na Europa, o enforcamento e a ingestão de veneno eram os métodos mais populares. O suicídio é um ato permeado por valores culturais. A partir da escolha do método é possível reconstruir as representações sociais da pessoa a respeito da morte, da vida e do próprio ato. Dito de outro modo, a escolha do método depende da combinação de sua disponibilidade e de seus significados vigentes em cada momento histórico, inserido em determinada cultura (Silva, 2008; Cantor & Baume, 1998).

A hipótese de que a escolha do *modus operandi* é regida pelas normas, tradições e atitudes morais da cultura na qual o indivíduo está inserido sugere que a divulgação de métodos letais por meio de reportagens não leva necessariamente uma pessoa a utilizar o mesmo método para consumir o suicídio, visto que o local e a forma de morte não são definidas de maneira aleatória.

## Espaços públicos de interrupção da vida e a antropologia urbana

No que diz respeito aos locais, a exterioridade dos elementos presentes nos suicídios sugere uma conexão sociedade-indivíduo-suicídio, na qual o ato adquire uma nova faceta, permeado pela visão do meio sociocultural.



O suicídio, além de se relacionar com o estilo de vida pós-moderno marcado pela falta de referência e a construção de uma identidade volátil que pode levar as pessoas à identificação com o suicídio de famosos, também está associado ao tema da cidade e da metrópole, um espaço marcado pela busca de identidade e fragmentação das relações sociais.

Segundo Boff (2014): “há um descuido e um abandono crescente da sociabilidade nas cidades. A maioria dos habitantes se sentem desenraizados culturalmente e alienados socialmente. Predomina a sociedade do espetáculo, do simulacro e do entretenimento” (p. 20). Da Matta (1997) destaca um aspecto singular a respeito da cidade, ao concebê-la como um espaço que é, ao mesmo tempo, eterno e transitório, individualizado e coletivo, no qual se observa a presença de unidades sociais problemáticas.

A antropologia urbana investiga as formas de sociabilidade, o fenômeno citadino, e analisa as práticas culturais na metrópole: o trabalho, a locomoção, o lazer, os espaços públicos, os atores sociais e a paisagem em que essas práticas são desenvolvidas, isto é, os cidadãos e a cidade. Essa última é entendida não apenas como um cenário, mas parte constitutiva das atividades da vida urbana (Magnani, 2016).

*As grandes cidades certamente são importantes para análise e reflexão não apenas porque integram o chamado sistema mundial e são decisivas no fluxo globalizado e na destinação dos capitais e mão de obra, mas também porque concentram serviços, oferecem oportunidades de trabalho, produzem comportamentos, determinam e/ou acolhem estilos de vida (Magnani, 2016, p. 185).*

No que tange às modificações das relações sociais, Berman (1988) assinala que as fronteiras geográficas praticamente deixaram de existir na modernidade. Em certo sentido, essa experiência uniu as pessoas, permitindo que os indivíduos tenham experiências similares com pessoas distantes. Entretanto, o autor aponta que essa vivência é paradoxal, uma vez que também provoca desunião, desintegração, ambiguidade e angústia.

O urbanismo, como modo de vida característico da pós-modernidade, é abordado por Wirth (1976), que aponta a influência da metrópole no cotidiano como um aspecto marcante dessa era. Como consequência, surgem modificações profundas em todas as fases da vida social, no sentido de vida, transformando o caráter das relações sociais e individuais, adequando-as na forma urbana. O autor afirma que “o sentido das atuais modificações no urbanismo transformarão, para o bem ou para o mal, não somente as cidades, mas o mundo” (Wirth, 1976, p. 121).

No que diz respeito às modificações na subjetividade do sujeito citadino, Park (1976) assinala que o crescimento das cidades foi acompanhado pela substituição de relações íntimas, face a face, por relações indiretas, cuja consequência é a fusão de individualidades em um grupo, no qual as relações tendem a ser impessoais e racionais. Segundo o autor, o processo de despersonalização se dá em locais com grande concentração de pessoas diferentes, nos quais a individualidade é subordinada às exigências da comunidade ou, especificadamente, da massa.



Uma questão importante a ser considerada é o diálogo que se estabelece entre o indivíduo e a cidade, visto que os locais públicos que agregam suicídios não são neutros, carregam uma história sociocultural. Segundo Marquetti (2012), a maneira como a metrópole é arquitetonicamente planejada e construída, bem como o estilo de vida na cidade, influenciam a vida e a morte de seus habitantes. O suicídio na cidade é um evento indiscreto e visível, intrinsecamente conjugado às características da pós-modernidade, aos aspectos socioeconômicos da cidade, à história da construção das metrópoles e às questões estéticas da cultura do lugar. No espetáculo do ato suicida, a pessoa que se mata “não é mais sujeito, ele é a imagem, ou a cena, que será veiculada aos espectadores da metrópole, ao vivo ou através da mídia” (Marquetti, 2012, p. 46).

Essa compreensão aponta a interação sujeito-cidade-saúde, aproximando o suicídio não só de uma produção individual, como histórico-cultural. A articulação suicídio-metrópole contribui para a construção de uma subjetividade típica desse espaço marcada pela temporalidade acelerada, consumo imediato, efemeridade e instabilidade. A autora expõe essa questão da seguinte maneira:

*O suicídio como espetáculo pode ser visto como uma produção cultural com elementos tradicionais da morte mesclados com elementos da modernidade, da metrópole. Este produto cultural, manifestação expressiva de conflito, traz simbólica e materialmente um sinal das mudanças decorrentes da modernidade e a concomitantemente tentativa dos sujeitos de reagirem sobre as contradições presentes* (Marquetti, 2012, p. 28).

A relação entre saúde mental e urbanismo é levantada por Velho (2013), que ressalta a importância do olhar antropológico para a cidade e a superação da ruptura indivíduo-sociedade-cultura para uma compreensão do comportamento humano na metrópole. O sofrimento dos habitantes da cidade é marcado pelas questões socioculturais. Nos dizeres do autor:

*No entanto, manifesta-se também em situações mais “microscópicas”, como no caso da família, onde os conflitos não têm apenas um caráter “psicológico”, mas apresentam uma integração do psíquico com o sociocultural. [...] a percepção do sociocultural neste nível não implica um reducionismo sociologizante, obrigatoriamente. Trata-se de perceber que a vida sociocultural não pode ser estudada apenas a partir de fenômenos de “certo tamanho”, mas que ela está presente em todo e qualquer comportamento humano. É neste nível que podemos falar em uma análise política do cotidiano* (Velho, 2013, p. 48).

A questão que se levanta a esse propósito é: o que há nesses locais que atraem tantos suicídios? Segundo Jamison, “alguns métodos e locais tornaram-se ‘imãs suicidas’ atraindo para eles não só os impulsivos e gravemente perturbados, mas também o suicídio mais crônico (...) pular de monumentos públicos também exerce um *fascínio contagiante*” (Jamison, 2010,



p. 131-132, grifo nosso). A partir dessa constatação, pode-se afirmar a existência de uma força magnética/atrativa – fascínio sobre o local e a exaltação do suicídio, que parece ser tão contagiante, a ponto de ocasionar outros suicídios no mesmo espaço.

## Ponte Golden Gate (Estados Unidos)

A ponte Golden Gate, localizada na baía de São Francisco, estado da Califórnia, é conhecida por ser um dos principais pontos turísticos dos Estados Unidos e pelo número de suicídios no local. Desde sua inauguração em 1937, cerca de mil pessoas pularam da ponte, razão pela qual passou a ser denominada mundialmente como a “ponte dos suicidas”. Ao saltar do ponto mais alto da Golden Gate, a pessoa despenca por quase setenta e cinco metros, antes de mergulhar nas águas gélidas da baía de São Francisco. O impacto dessa queda mata 98% das pessoas que se atiram da ponte, sendo que os poucos sobreviventes às tentativas no local relataram que “existe uma espécie de forma nela, uma certa graça e beleza. A Golden Gate está prontamente disponível [para o suicídio] e é ligada ao suicídio” (Jamison, 2010, p. 137).

Os suicídios na Golden Gate são, em grande parte, retratados de forma banalizada, com ampla exposição e romantismo em torno do ato. Como exemplo, os habitantes da região fazem apostas em torno da data do próximo suicídio na ponte. Do mesmo modo, há um ditado entre os residentes da cidade que se referem ao suicídio da seguinte maneira: “se o estresse for muito grande, sempre se pode ir para a ponte”. (Jamison, 2010, p. 136), como que tentando sugerir, ironicamente, a possibilidade de suicídio como alternativa para o estresse e sofrimento. Os sobreviventes ressaltaram a necessidade de tirar o romantismo o discurso midiático sobre o tema, e desassociar a ponte como cenário suicida.

Eric Steel, diretor do polêmico documentário “A ponte” (The Bridge, 2006), filmou durante um ano, vinte quatro horas por dia, a ponte Golden Gate, registrando em média dois suicídios por mês nesse local. Por que os vinte e quatro suicídios registrados pela lente do cineasta ocorreram na ponte? Essa é uma das principais indagações dos familiares. Um familiar relatou que seu filho procurou na internet locais e métodos eficazes para o suicídio, e os resultados apontaram a ponte como local propício para o ato final. O fato de a mídia mencionar o espaço de modo romantizado, espetacular, com glamour e apelo ao ato, parece atrair mais pessoas com pensamentos suicidas a estes locais.

No documentário, os suicídios são expostos e as imagens são chocantes e polêmicas, mostrando ao público os últimos segundos de vida das pessoas, até o momento em que se jogaram da ponte. Se o ato suicida é impactante, o que se pode aventar e afirmar a respeito dessas imagens? Ao expor o ato dessa maneira, cria-se um espetáculo, gerando de forma ambígua tanto impacto como fascínio, o que possibilita contágio. Marquetti (2012) expõe essa questão da seguinte maneira: “a imagem da cena suicida toma o lugar do sujeito, ele será a imagem veiculada e que invadirá o domínio privado dos espectadores” (p.46). Diante dessa constatação, as imagens parecem ser contagiantes, e não apenas o ato em si, de modo que é importante refletir como e o quanto tais imagens suicidas devem ser disponibilizadas ao



público, e qual a sua relevância para a prevenção ao suicídio.

## Metrô da cidade de São Paulo (Brasil)

Marquetti (2012) aponta uma contradição, no que diz respeito aos suicídios no metrô. A Companhia Metropolitana da Cidade de São Paulo nega a ocorrência de suicídios nas estações e não divulga o fenômeno. Entretanto, há vários vídeos e sites não oficiais, nos quais são exibidas imagens de suicídios nesse local. Ainda segundo a autora, a empresa tem receio de divulgar a ocorrência de suicídios, por considerar que a notificação possa atrair pessoas com pensamentos suicidas. Se o metrô divulgasse que muitas pessoas que tentam o suicídio no metrô ficam mutiladas, mas não morrem, poderia diminuir o número de casos no local, contribuindo para a prevenção do suicídio.

*Esta ideia de que um caso de suicídio pode influenciar a população em sua vulnerabilidade e desencadear outros suicídios é bastante divulgada pela mídia, sendo este o argumento de algumas instituições para ocultar os casos de suicídios que ocorreram em suas áreas de responsabilidade (Marquetti, 2012, p. 109).*

Segundo Paulo Hideo Muraoka, da Secretaria da Saúde e Condições do Trabalho do Sindicato dos Metroviários de São Paulo (Doenças nervosas, 1990), muitos passageiros tentam suicídio lançando-se nas plataformas das estações em direção ao trem em movimento. Quando acontece um suicídio, o metrô fecha a estação e não permite a entrada ou a saída de usuários, a fim de evitar a divulgação do acontecimento.

Apesar do ocultamento dos dados, é de conhecimento público que suicídios são consumados no local, inclusive foram instaladas barreiras protetivas em algumas estações, para impedir o acesso aos trilhos. Essas medidas podem ser eficientes para conter o ato em um primeiro momento, mas também evidenciam que o suicídio está presente, apesar de velado, o que pode aumentar o tabu, a atração e o fascínio em torno do ato suicida. Vale ressaltar que a exposição do tema nos meios de comunicação como um evento espetacular pode ocasionar o efeito de contágio, levando os indivíduos a se identificarem com o suicídio de outros.

Ainda no que diz respeito ao ocultamento do suicídio nos espaços públicos, destacam-se as universidades brasileiras, locais nos quais há registro de aumento do número de suicídios de alunos. A pesquisa realizada por Pontes (2018) sobre avaliação do nível de sintomas de depressão, estresse, ansiedade e qualidade de vida de estudantes de pós-graduação da Universidade de São Paulo revelou a crescente recorrência de casos de suicídios e o aumento de notícias sobre o evento. Contudo, ainda existe um tabu acerca do assunto.

Na Universidade de São Paulo, o tema da saúde mental tem estado cada vez mais evidente, desde 2017. Até então, casos de suicídios eram abafados e o tema pouco discutido no meio acadêmico. Devido ao aumento de suicídios, a própria universidade, os professores e os alunos passaram a discutir a questão da saúde mental dos graduandos e pós-graduandos,



promovendo eventos e palestras sobre temas correlatos (Pontes, 2018). Nessa via de compreensão, o suicídio rompe o silêncio das instituições acadêmicas, trazendo para o espaço público a discussão sobre um tema tabu e velado, que muitas vezes é circunscrito à esfera privada e íntima.

## Prevenção do suicídio nos espaços públicos: ponte Mapo na Coreia do Sul

Analisando as medidas pertinentes em relação à prevenção do suicídio em espaços públicos, destaca-se a ação realizada em Seul (2012), na Coreia do Sul na ponte Mapo que atravessa o rio Han. Esse local é conhecido como o espaço mais mortal do território sul-coreano devido ao elevado número de suicídios.

Com o objetivo de reverter essa situação e promover o nome de uma empresa de seguro de vida, foram instaladas luzes com sensores que acendiam conforme os transeuntes passavam pela ponte contendo as seguintes mensagens motivacionais: “O que tem te aborrecido?”; “Os melhores momentos da sua vida ainda estão por vir.”, assim como frases reconfortantes que levassem as pessoas a refletirem sobre seu desejo de morrer. Essas mensagens foram criadas em 2012, em parceria com psicólogos e ativistas que militam a favor da prevenção do suicídio.

As intervenções na ponte Mapo envolvem diversas dimensões. É pela via da resignificação simbólica do espaço-local que a “ponte da morte” passou a ser conhecida como a “ponte da vida”. As novas medidas atraíram a atenção da mídia, que passou a referir-se ao local não mais como um espaço/cenário suicida. Dessa maneira, o trabalho da mídia aliada à resignificação sociocultural do lugar permite que a prevenção possa vir a ser, de fato, fomentada nos espaços públicos.

O suicídio está associado ao modo como cidade é organizada e o meio sociocultural em que a pessoa está inserida (Bando & Barrozo, 2010), isto é, o suicídio por contágio está relacionado, sobretudo, à articulação da simbolização pessoal, às formas de significação sociocultural dos locais, dos métodos e do ato suicida. Portanto, as medidas preventivas devem envolver profissionais de diversas áreas, como, arquitetos, geógrafos, urbanistas, profissionais de tecnologia, psicólogos, historiadores, médicos, profissionais de saúde, engenheiros, entre outros.

As medidas na ponte Mapo cumprem as exigências fundamentais da prevenção do suicídio na pós-modernidade; ao invés de impedir e conter as mortes, há uma reconstrução (ainda que simbólica) do local, para que as pessoas interajam com esses espaços públicos de outra maneira que não seja pela via do suicídio, utilizando a tecnologia e outros recursos a favor da prevenção.

A prevenção dos suicídios nos espaços públicos deve alcançar a complexidade do fenômeno, a fim de resignificar os espaços públicos que frequentemente estão associados ao ato suicida e não focar apenas na sua contenção.



## Prevenção do suicídio no contexto midiático

A mídia deve abordar os suicídios, sem sensacionalismo ou visão romantizada, tomando os devidos cuidados para não transformar o evento em espetáculo. Segundo a portaria do Ministério da Saúde nº 1.876, criada em 14 de agosto de 2006, o suicídio precisa ser abordado pela mídia como sério problema de saúde pública que afeta a população e pode ser prevenido.<sup>2</sup>

Kovács (2005) propõe uma educação para a morte, cujo objetivo é realizar discussões e sensibilizar o público leigo, as instituições, os profissionais, as escolas, os jornalistas sobre questões envolvendo perdas e morte. Outro estudo, na mesma linha, de Gould, Jamieson e Roemer (2003), sugere que se proponha uma abordagem para reduzir os efeitos do contágio, que se refere a educar os profissionais da mídia sobre a maneira de apresentação e abordagem do suicídio, acrescentando locais em que pessoas com ideação suicida possam buscar ajuda.

A mídia pode servir como aliada na prevenção do suicídio, como também pode proporcionar um espetáculo diante do ato suicida, levando a um possível contágio. Reportagens sobre suicídios elaboradas com objetividade, descrição factual, informações incompletas, superficiais, poucos reflexivas com apuração fragmentada, abordando o suicídio de forma genérica e impessoal, bem como casos isolados e específicos, sem explicação ou contextualização não estimulam discussões, podendo reforçar o desejo de morte em pessoas cujo pensamento suicida se faz presente, gerando um possível efeito de contágio.

Cabe ressaltar que o suicídio não é apenas um problema clínico visto que, segundo Shneidman (1996), trata-se de um fenômeno que engloba diversas dimensões, sendo responsabilidade de todos colaborarem com a sua prevenção. O suicídio é um problema que pode revelar a condição de uma sociedade adoecida, marcada pelo sofrimento existencial. A mídia, por sua vez, não produz suicídios, mas reforça, espelha seu tabu. Sustentados por essa premissa, observamos que não há suicídios individuais, pois o ato nunca é absolutamente privado, uma vez que afeta pessoas próximas, o entorno, a família, a comunidade e, numa perspectiva mais ampla, a cidade. De acordo com Kovács (2015), o nunca é um evento solitário, impactando pelo menos outras seis pessoas. O suicídio deixa fragmentos em quem comete o ato, atingindo também os sobreviventes enlutados – todo aquele que passa por um processo de luto pela perda de uma pessoa por suicídio.

Observa-se que ainda prevalece a crença de que cada pessoa deve procurar ajuda individual e cuidar de seu sofrimento em psicoterapia, sem envolver outros. A perspectiva que deriva dessa premissa e que se contesta nesta pesquisa conduz à concepção do suicídio como evento íntimo, resultado apenas de motivações pessoais. Os profissionais de mídia, ao abordarem o suicídio, não devem olhá-lo como um assunto que diz respeito somente à família enlutada, mas também devem focar no âmbito coletivo e social.

Propõe-se que os jornalistas se atentem quando os suicídios estão ligados a um grupo específico, como ocorre entre adolescentes e idosos, faixas etárias nas quais os índices de mortes voluntárias são altos, como apontam as pesquisas de Ribeiro e Moreira (2018) e Santos

<sup>2</sup> BRASIL, MINISTÉRIO DA SAÚDE, portaria nº 1.876. Brasília – DF, 2006. Disponível em: <[http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2006/prt1876\\_14\\_08\\_2006.html](http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2006/prt1876_14_08_2006.html)>. Acesso em 06/10/2018.



et al. (2017). A reportagem deve ser elaborada a fim de promover debates e, inclusive, indicar canais e instituições que podem ajudar aqueles que, lendo, ouvindo ou assistindo a reportagem, de algum modo se sintam sensibilizados, refletindo sobre os diversos fatores que contribuem para o suicídio de determinados grupos. O jornalista não deve dizer apenas que a pessoa morreu por suicídio, mas ampliar a discussão sobre o tema para conscientizar a população, trazendo informações e esclarecimentos.

Segundo Shneidman (1973; 1981; 1993), a morte por suicídio gera estigma, trauma, vergonha e culpa, ressaltando a importância de cuidados dos sobreviventes. O termo *postvention*<sup>3</sup>, cunhado pelo autor, é utilizado para designar qualquer ação voltada aos enlutados cujo objetivo é minimizar o evento traumático após o suicídio de um ente querido. Os esforços não se concentram apenas no impacto inicial da perda; são medidas direcionadas ao acolhimento e ao processo de elaboração do luto aos sobreviventes.

Estas reflexões sugerem que o suicídio é um ato relacional, um gesto de comunicação não puramente individual, conforme apontado por Rodrigues (2006):

*Se a sociedade é um sistema de comunicação, o desaparecimento de um componente de sua organização põe em crise todo o sistema. A morte de um indivíduo não é um evento isolado, mas representa tantos eventos quantas relações o indivíduo morto mantivesse: amizades, inimizades, paternidade, filiação, aliança, propriedade ... todas essas relações, que constituem o tecido social correm o risco de se romper ou se rompem efetivamente (Rodrigues, 2006, p. 75)*

As reportagens elaboradas pelos jornalistas devem indicar locais de cuidados para pessoas que pensam em suicídio. Como exemplo, destaca-se o trabalho do CVV- Centro de Valorização da Vida, uma organização não governamental que conta com a ajuda de voluntários treinados para realizar atendimentos gratuitos para pessoas que desejem conversar, sob total sigilo por telefone, e-mail e chat. Este serviço funciona vinte e quatro horas, todos os dias.

Ressalta-se que os jornalistas devem buscar a interface entre o conhecimento de diversas áreas que contribuam para seu exercício profissional com compromisso e responsabilidade social. Batista (2009) reforça a importância do jornalista, para transitar por outras áreas a fim de ampliar seu conhecimento, resgatando o conteúdo para que seja reproduzido, trazendo-o para a sociedade.

Publicar reportagens mencionando os detalhes sobre o ato suicida e o local em que foi consumado pode levar ao contágio do suicídio, visto que essas informações alimentam a curiosidade dos espectadores e não promovem uma conscientização pública sobre o tema. A prática jornalística deve buscar analisar, contextualizar o fenômeno, promover debates, menos calcada na exposição de fato. Trata-se de uma proposta ousada, que mostra a importância de reflexão entre jornalistas e outros profissionais, sobre formas de aperfeiçoar a cobertura de suicídios nos meios de comunicação. Esse modo de fazer jornalismo tende a favorecer a reflexão e discussão sobre o tema do suicídio, evitando respostas prontas e possivelmente

<sup>3</sup> O termo em língua inglesa *postvention* pode ser traduzido por pósvenção.

equivocadas.

Na esteira de esconder o tema, o manual da Organização Mundial da Saúde (2000) recomenda que jornalistas devem evitar noticiar o suicídio na primeira página do jornal. Ainda que as diretrizes do manual sejam relevantes, essas recomendações obscurecem socialmente o suicídio. Em vez de criar manuais para evitar que o suicídio seja exposto com destaque no jornal, por que não instituir cartilhas que orientem os profissionais da mídia a discutir essa questão? A mídia não deve esconder o suicídio, mas noticiá-lo, com o intuito de alertar, informar, instruir e sensibilizar a comunidade.

Para analisar com profundidade as medidas preventivas em espaços públicos seria necessário um estudo socioeconômico, histórico e cultural de cada sociedade. Este ensaio teve como finalidade promover discussões sobre o tema e propõe criar espaços para desbravar outras possibilidades de intervenção. Espera-se que as possibilidades quanto à prevenção do suicídio levantadas possam lançar alguma luz sobre essa questão.

É imprescindível refletir acerca dos meandros da relação pessoa-ambiente, levando em consideração as questões sócio-histórico-culturais para uma elaboração de projetos de prevenção, nos quais deve-se buscar compreender como as formas de ação e de organização social que emergem na contemporaneidade influenciam o estilo de vida adotado pelas pessoas. O superficialismo, o anonimato, o caráter transitório das relações urbano-sociais e a mídia modificaram o consumo, a subjetividade e os vínculos emocionais e íntimos. Essa conjunção de fatores pode influenciar o processo de identificação com os suicídios, podendo acarretar o contágio.

## Referências Bibliográficas

ABRUTYN, Seth & MUELLER, Anna. Are suicidal behaviors contagious in adolescence? Using longitudinal data to examine suicide suggestion. *American Sociological Review*. Washington DC, v. 79, n. 2, p. 211–227, 2014.

ALVAREZ, Alfred. *O Deus selvagem: um estudo do suicídio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999. 299p.

AYERS John. W., ALTHOUSE Benjamin M., LEAS Eric C. et al. Internet searches for suicide following the release of 13 Reasons Why. *JAMA Internal Medicine*. Chicago, v. 10, n. 177, p. 1527-1529, 2017.

BANDO, Daniel Hideki e BARROZO, Lígia Vizeu. *O suicídio na cidade de São Paulo: uma análise sob a perspectiva da Geografia da Saúde*. São Paulo: Humanitas, 2010. 150p.

BATISTA, Érika Patrícia. Interdisciplinaridade como mediadora da veracidade: o diálogo sobre jornalismo, história e antropologia. *Revista de Estudos da Comunicação*. Curitiba, v. 10, n. 21, p. 69-74, 2009.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Elfos, 1995, 213p.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. 280p.



BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. 141p.

BAUMAN, Zygmunt. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi/Zygmunt. Bauman*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005. 120p.

BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1973. 240p.

BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988. 360p.

BOFF, Leonardo. *Saber cuidar: ética do humano – compaixão pela terra*. Rio de Janeiro: Vozes, 2014. 199p.

CANTOR, Christopher H & BAUME, Pierre J. Access to methods of suicide: what impact? *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*. Sydney, v. 32, n. 1, p. 8-14, 1998.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. *Suicídio e os desafios para a Psicologia*. Brasília DF, 2013. 152p.

COLEMAN, Loren. *The copycat effect*. New York: Paraview, 2004. 324p.

COLT, George Howe. *November of the Soul: the enigma of suicide*. New York: Scribner, 1991.

CÔRTE, Beltrina; KHOURY, Hilma Tereza Tôrres e MUSSI, Luciana Helena. Suicídio de idosos e mídia: o que dizem as notícias? *Psicologia USP*. São Paulo, v. 25, n. 3, p. 253-261, 2014.

DA MATTA, Roberto. *A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. 164p.

DAPIEVE, Arthur Henrique Motta. *Suicídio por contágio: A maneira pela qual a imprensa trata a morte voluntária*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006. 172p.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. 240p.

Doenças nervosas e intervenção do psicólogo. *Psicologia: Ciência e Profissão*. Brasília, v. 10, n. 1, p. 8-9, 1990.

FENSTERSEIFER, Lisa e WERLANG, Blanca Susana Guevara. Comportamentos autodestrutivos: subprodutos da modernidade. *Psicologia Argumento*. Curitiba, v. 24, n. 47, p. 35-41, 2006.

FONTENELLE, Paula. *Suicídio, o futuro interrompido: guia para sobreviventes*. São Paulo: Geração Editorial, 2008. 260p.

FREUD, Sigmund. *Psicologia das massas e análise do eu e outros textos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. 352p.

GOETHE, Johann Wolfgang von Goethe. *Os sofrimentos do jovem Werther*. Porto Alegre: LP&M, 2012, 208p.



GOULD, Madelyn; JAMIESON, Patrick & ROMER, Daniel. Media contagion and suicide among the young. *The American Behavioral Scientist*. New York, v. 46, n. 9, p. 1269-1284, 2003.

GOULD Madelyn & LAKE, Alison. The contagion of suicidal behavior. In: *Forum on Global Violence Prevention: board on global health*. Institute of medicine: National Research Council. Contagion of violence: workshop summary. National Academies Press, 2013.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2011. 64p.

HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 2014, 352p.

HILLMAN, James. *Suicídio e alma*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2011. 223p.

HWANG, Esther. *Suicídio por contágio e a comunicação midiática*. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Programa de Pós-Graduação em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. 175p.

INSEL, Beverly & GOULD, Madelyn, S. Impact of modeling on adolescent suicidal behavior. *Psychiatric Clinics of North America*. On-line, v. 2, n. 31, p. 293-316, 2008.

JAMISON, Key Redfield. *Quando a noite cai: entendendo a depressão e o suicídio*. Rio de Janeiro: Gryphus, 2010. 294p.

JOBES, David, et al. The Kurt Cobain suicide crisis: perspectives from research, public health, and the news media. *Suicide and Life-Threatening Behavior*. Washington DC, v. 26, n.3, p. 260-269; 1996.

KOVÁCS, Maria Júlia. *Morte e desenvolvimento humano*. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1992. 253p.

KOVÁCS, Maria Júlia. Educação para a morte. *Psicologia: ciência e profissão*. Brasília, v. 25, n. 3, p. 484-497, 2005.

KOVÁCS, Maria Júlia. Revisão crítica sobre conflitos éticos envolvidos na situação de suicídio. *Revista Psicologia: Teoria e Prática*. São Paulo, v. 15, n. 3, p. 69-82, dez./2013.

KOVÁCS, Maria Júlia. Resenha "Suicídio e Luto: histórias de filhos sobreviventes". *Revista Brasileira de Psicologia*. Salvador, v. 2, n. 2, p. 116-118, 2015.

KOVÁCS, Maria Júlia. Suicídios – tantos porquês. *Jornal da USP*. São Paulo, 09 maio 2017. Disponível em: <[jornal.usp.br/?p=83427](http://jornal.usp.br/?p=83427)>.

KUCZYNSKI, Evelyn. Suicídio na infância e adolescência. *Psicologia USP*, v. 25, n. 3, p. 246-252, 2014.

LE BON, Gustave. *Psicologia das multidões*. São Paulo: Martins Fontes, 2008. 224p.

LIPOVESKY, Gilles e SERROY, Jean. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. 472p.

LOUREIRO, Paulo, R. A; MOREIRA, Tito Belchior e SACHSIDA, Adolfo. *Os efeitos da mídia sobre o suicídio: uma análise empírica para os estados brasileiros*. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa

Econômica Aplicada, 2013. 34p.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. Antropologia Urbana: desafios e perspectivas. *Revista de Antropologia*. São Paulo, v. 59, n. 3, p. 174-203, 2016.

MAIA, Aline Silva Correa. Telenovela: projeção, identidade e identificação na modernidade líquida. *Revista E-Compós*. Brasília, v. 9, n. 2, p. 2-24, 2007.

MARQUETTI, Fernanda Cristina e MILEK, Glenda. Percurso suicida: observação e análise de alterações no cotidiano do indivíduo com tentativas de suicídio. *Revista de Terapia Ocupacional da Universidade de São Paulo*. São Paulo, v. 25, n. 1, p. 18-26, 2014.

MARQUETTI, Fernanda Cristina. *O suicídio no espetáculo da metrópole: cenas, cenários e espectadores*. São Paulo: FAP-UNIFESP, 2012. 248p.

MARQUETTI, Fernanda Cristina. *Subjetividade na cultura contemporânea: suicídio, comunicação e contágio*. Discussão sobre a série "Os treze por quês". Palestra proferida na Semana de Prevenção ao Suicídio: O comportamento suicida na perspectiva da sociedade contemporânea. Universidade Federal de São Paulo, UNIFESP, São Paulo, em 13 de setembro de 2017.

MARQUETTI, Fernanda Cristina. Apresentação. In: MARQUETTI, Fernanda Cristina (Org.). *Suicídios – escutas do silêncio*. São Paulo: Fap-Unifesp, p. 15-21, 2018.

MARTIN Graham & KOO, Lisa. Celebrity suicide: Did the death of Kurt Cobain influence young suicides in Australia? *Archives of Suicide Research*. New York, v. 3, n. 3, p. 187-198, 1997.

MENNINGER, Karl. *Eros e Thanatos. O homem contra si próprio*. São Paulo: Ibrasa, 1970. 411p.

MERCY, James et al. Is suicide contagious? A study of the relation between exposure to the suicidal behavior of others and nearly lethal suicide attempts. *American Journal of Epidemiology*. Baltimore, MD, v. 154, n. 2, p. 120-127, jul./2001.

MINOIS, Georges. *História do suicídio: a sociedade ocidental diante da morte voluntária*. São Paulo: UNESP, 2018. 426p.

MORETTO, Maria Livia Tourinho et al. O suicídio e a morte do narrador. *Psicologia USP*. São Paulo, v. 28, n. 2, p. 159-164, 2017.

NIEDERKROTENTHALER, Thomas et al. Changes in suicide rates following media reports on celebrity suicide: a meta-analysis. *Journal of Epidemiology and Community Health*. London, v. 66, n. 11, p. 1037-1042, 2012.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). *Prevenção do suicídio: um manual para profissionais da mídia*. Genebra: Departamento de Saúde Mental, 2000. 10p.

PARK, Robert Ezra. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In: VELHO, Otavio. G. (org.). *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Zahar, p. 29-72, 1976.

PHILLIPS, David. The Influence of Suggestion on Suicide: Substantive and Theoretical Implications of the Werther Effect. *American Sociological Review*. Washington DC, v. 39, n. 3,



p. 340-354, 1974.

PONTES, Felipe Marangoni. *Ansiedade, estresse, depressão e qualidade de vida: um estudo com pós-graduandos da Universidade de São Paulo*. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Programa de Pós-Graduação em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. 207p.

RIBEIRO, José Mendes e MOREIRA, Marcelo Rasga. Uma abordagem sobre o suicídio de adolescentes e jovens no Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva*. Rio de Janeiro, v. 23, n. 9, p. 2821-2834, 2018.

RODRIGUES, José Carlos. *Tabu da morte*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2006. 260p.

SANTOS, Ana Beatriz Brandão. Impacto do suicídio – ataque ao ser: pacientes, familiares e equipe de cuidados. In: KOVÁCS, Maria Júlia (Org.). *Morte e existência humana: caminhos de cuidados e possibilidades de intervenção*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, p. 112-124, 2008.

SANTOS, Emelyne Gabrielly de Oliveira et al. Análise espaço-temporal da mortalidade por suicídio em idosos no Brasil. *Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia*. Rio de Janeiro, v. 20, n. 6, p. 854-865, 2017.

SCHMIDTKE, Armin; HAFNER, Heinz. The Werther effect after television films: New evidence for an old hypothesis. *Psychological Medicine*. Cambridge, v. 18, n. 3, p. 665-676, 1988.

SHNEIDMAN, Edwin S. *Deaths of man*. New York: Quadrangle, 1973, 238p.

SHNEIDMAN, Edwin S. *Suicide thoughts and reflections, 1960-1980*. New York: Human Sciences Press, 1981. 364p.

SHNEIDMAN, Edwin S. *Suicide as psychache: a clinical approach to self-destructive behavior*. London: Jason Aronson Inc., 1993.

SHNEIDMAN, Edwin S. *The suicidal mind*. Londres: Oxford University Press, 1996. 187p.

SILVA, Marcimedes. *Suicídio trama da comunicação*. São Paulo: Scortecci, 2008. 116p.

STACK, Steven. Media coverage as a risk factor in suicide. *Journal of Epidemiology and Community Health*. London, v. 57, n. 4, p. 238-240, 2003.

STACK, Steven. Crisis Phones – Suicide Prevention Versus Suggestion/Contagion Effects. *Crisis*. Boston, v. 36, n. 3, p. 220-224, 2015.

TARDE, Gabriel. *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes, 1962. 209p.

TARDE, Gabriel. *The laws of imitation*. New York: H. Holt and Company, 2005. 582p.

THE BRIDGE. Director and Producer: Eric Steel. USA/UK: IFC Films. 94 min. 2006.

VELHO, Gilberto. *Um antropólogo na cidade: ensaios de antropologia urbana*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 198p.

WIRTH, Louis. O urbanismo como modo de vida. In: VELHO, Otávio G. (Org.). *O fenômeno*



*urbano*. Rio de Janeiro: Zahar, p. 97-122, 1976.

*Enviado em: 12 de dezembro de 2018.*

*Aprovado em: 27 de maio de 2019.*

