

---

## O SUICÍDIO COMO FATO NOTICIÁVEL: ANÁLISE DA COBERTURA DO CASO YOŃLU

### SUICIDE AS A NOTICIABLE FACT: ANALYZING SOME NEWS ABOUT YOŃLU

LIZ MENDES FERREIRA <sup>1</sup>; ALZIMAR RODRIGUES RAMALHO <sup>2</sup>

CENTRO UNIVERSITÁRIO INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE BRASÍLIA

**Resumo:** Este artigo traz o resultado da análise de conteúdo de três reportagens sobre suicídio. Com base nos conceitos de valor-notícia e sensacionalismo, e utilizando como parâmetro um manual da Organização Mundial da Saúde (OMS), a pesquisa aponta que a maioria dos itens foi total ou parcialmente atendida. Desta forma, pretende-se contribuir com a problematização do suicídio como fato noticiável, pois a imprensa tem todas as ferramentas para contribuir com sua prevenção.

**Palavras-chave:** Suicídio; Sensacionalismo, Jornalismo, Valor-Notícia; YoŃlu.

**Abstract:** The present article shows the result of content analysis of three articles about suicide. Based on concepts of value and sensationalism on news making and the handbook of World Health Organization (WHO), the search results show that most of the items were totally or partially done. That said, it is intended to contribute with the problematizing of suicide as a noticeable fact, as the press has all the tools to contribute to its prevention.

**Keywords:** Suicide; Sensationalism, Journalism, News making value; YoŃlu.

---

<sup>1</sup> Formada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pelo Centro Universitário Instituto de Ensino Superior de Brasília (IESB). Artigo resultante da monografia de conclusão de curso intitulada “Depois do fim: analisando a cobertura do Caso YoŃlu”, defendida em dezembro de 2012. E-mail: [mendes.lizzie@gmail.com](mailto:mendes.lizzie@gmail.com).

<sup>2</sup> Pós doutora em Comunicação Social pela Universidade de Brasília (UnB), linha de pesquisa “Jornalismo e Sociedade” e doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), linha de pesquisa Estudo dos Meios e da Produção Midiática. Orientadora da pesquisa. E-mail: [alzimar.ramalho@gmail.com](mailto:alzimar.ramalho@gmail.com).

## Introdução

A cada ano os avanços tecnológicos aumentam os tipos de interação possibilitados pela rede virtual de computadores. Porém, quando se trata da internet, a impunidade ainda é um complicador, especialmente no Brasil, onde não há um marco legal para o setor. Foi nesse mundo “sem leis” que Vinícius Gageiro Marques (16), o Yoñlu, encontrou refúgio, fez amizades e “amizades” e descobriu as respostas para diversas das perguntas que assolam adolescentes. No caso dele, uma delas era: “como faço para me matar?” Em 2006, Yoñlu usou a internet para descobrir maneiras efetivas de se suicidar. Com a ajuda de fóruns, aprendeu o método, pediu ajuda e foi até o fim, deixando para trás um HD cheio de fotos, desenhos, escritos e músicas. Dois anos depois, o caso repercutiu na mídia nacional quando seu pai decidiu tornar “imortal” o que restou de Vinícius, lançando o CD póstumo “*A Society in Which no Tear is Shed is Inconceivably Mediocre*” (em tradução livre: Uma sociedade que não derrama uma lágrima é inconcebivelmente medíocre).

A divulgação do suicídio é um tabu para a imprensa, e embora não exista qualquer tipo de regulamentação quanto à abordagem do assunto, a grande mídia não costuma dar espaço para o tema, temendo que poderia incentivar novas práticas. Entretanto, esta não é a visão da Organização Mundial de Saúde para quem, desde que observados determinados critérios, a divulgação pode contribuir com a prevenção, ao informar não somente o fato noticioso mas, principalmente, seus antecedentes e suas consequências como “sinais de alerta”. Para tanto, a Organização Mundial da Saúde (OMS) lançou, em 2000, o manual “Prevenção do suicídio: um manual para profissionais da mídia”.

Utilizando o método da análise de conteúdo, este estudo apresenta a avaliação de três reportagens, publicadas nas revistas Capricho, Época e Rolling Stone, sobre o Caso Yoñlu. O objetivo é verificar se os textos atendem às indicações do manual da OMS, utilizando como critérios as sugestões denominadas pela entidade como “o que fazer” e “o que não fazer”. A escolha do documento teve como critério o fato de ser uma iniciativa de um órgão internacional, sendo assim possível de ser adotado por outros países.

A amostragem se deu, principalmente, por serem três publicações bastante distintas e com públicos que nem sempre se encontram: *Capricho*, uma revista quinzenal voltada principalmente às adolescentes do sexo feminino; revista *Época*, semanal e de informação geral, com público na faixa dos 25-35 anos; e *Rolling Stone*, uma revista mensal, de cultura com foco em música, cujo público é formado por jovens. Por meio da comparação dos textos com o manual, foi possível detectar se as recomendações foram atendidas integralmente, parcialmente ou se não foram atendidas. O objetivo da pesquisa é contribuir com a discussão do suicídio como fato noticiável e a carga negativa que sua divulgação carrega, por utilizar o conceito de sensacionalismo de maneira pejorativa.

### **O Caso Yoñlu**

No dia 26 de julho de 2006, Vinícius Gageiro Marques (16 anos) – o Yoñlu – cometeu suicídio no banheiro da casa em que morava com os pais, em Porto Alegre - RS. O método utilizado foi intoxicação por monóxido de carbono, técnica que conheceu em um dos fóruns de ajuda a suicidas que frequentava. Durante todo o tempo de preparação e execução do ato, ele foi ajudado pelos “amigos” virtuais.

No fórum, uma canadense, que conhecia virtualmente Yoñlu, soube o que estava acontecendo e tentou pará-lo. Ela ligou para a polícia canadense, que entrou em contato com Polícia Federal de Porto Alegre, tendo solicitado o envio de policiais militares ao local. Cerca de quinze minutos depois, os policiais entraram no apartamento e o encontraram, já morto, no chão do banheiro. Yoñlu havia deixado em cima do computador uma carta para os pais e um CD com as músicas que compunha e gravava sozinho. À época do suicídio, poucos veículos noticiaram a história. Somente dois anos depois, no começo de 2008, com o lançamento do disco póstumo, Yoñlu entrou na pauta de jornais e revistas.

### **Sensacionalismo: senso comum x senso científico**

O termo sensacionalismo é, muitas vezes, incorretamente utilizado. De forma equivocada, o senso comum entende como sensacionalista os temas de cunho polêmico. Amaral (2003, p. 1) explica que “em geral, o sensacionalismo é um conceito de múltiplos usos, seguidamente associado a uma concepção limitada da imprensa e a uma noção elitista da cultura”. Para Angrimani, sensacional é tudo aquilo que foge do normal.

Sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato. Em casos mais específicos, inexistente a relação com qualquer fato e a “notícia” é elaborada como mero exercício ficcional. O termo ‘sensacionalista’ é pejorativo e convoca a uma visão negativa do meio que o tenha adotado. Um noticiário sensacionalista tem credibilidade discutível (ANGRIMANI, 1995, p. 16)

Entretanto, essa utilização errônea da palavra acaba gerando o entendimento de que alguns temas são, por natureza, sensacionalistas. Assassinatos, crimes de modo geral, e suicídios são alguns deles e, embora não devam ser considerados acontecimentos corriqueiros – e, por isso, ignorados –, o tratamento dado a esse tipo de informação é o responsável por estabelecer se a notícia é, ou não, sensacionalista.

O suicídio, por figurar entre assuntos que costumam ser tratados de forma sensacionalista, é naturalmente considerado como tal, embora não o seja, como explica Amaral. Segundo ela, “o sensacionalismo é um modo de caracterizar o segmento popular da grande imprensa, uma percepção do fenômeno localizada historicamente e não o próprio fenômeno” (2005, p. 2). Ou seja, não é correto classificar um tema como sensacionalista. O sensacional está diretamente ligado à forma com que o assunto abordado será tratado.

Existem características que determinam quando e porque algumas notícias podem ser julgadas como sensacionalistas. Para Pedroso (1983 apud ANGRIMANI, 1995, p. 14-15), as notícias sensacionalistas costumam ser identificadas não só, mas principalmente, pelas seguintes características: ambiguidade; exagero tanto no uso de dados sobre o acontecimento, quanto no nível de detalhamento; apelo emocional exacerbado; descontextualização, ignoran-

do detalhes que podem trazer outro sentido ao fato; e pelo tratamento mais informal da notícia. Assim, o suicídio só terá peso sensacional se for descrito com detalhes sobre os métodos utilizados, fotos da cena e/ou do morto e se o conteúdo da matéria estiver descontextualizado quanto aos motivos que levaram ao ato, o que ajudaria a compreender o acontecimento.

Marcondes (apud ANGRIMANI, 1995, p. 15) indica três tipos de acontecimentos que dão margem à cobertura sensacionalista: “escândalos, sexo e sangue”. Por escândalo pode-se entender casos que gerem comoção pública; por sexo, entende-se desde crimes sexuais como o estupro, até casos envolvendo prostituição e comércio de pessoas para fins sexuais; e por sangue, qualquer tipo de crime que resulte em feridos ou em morte, incluindo o suicídio.

É importante salientar que o suicídio não é considerado crime, uma vez que o autor da ação estará morto, portanto não pode ser punido. Ainda assim, pessoas que estejam diretamente ligadas ao caso, como incentivadores, por exemplo, podem ser julgados. Portanto, o suicídio faz parte da categoria “sangue” por estar ligado à morte.

Embora não exista nenhuma lei ou código de ética que proíba a veiculação de notícias a respeito de suicídios, muitos órgãos e jornalistas preferem não fazê-lo. No artigo 11 do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, editado pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), lê-se: “Art. 11. O jornalista não pode divulgar informações: (...) II - de **caráter mórbido**, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes;” [grifo nosso].

Este é o ponto mais próximo a tangenciar a questão do suicídio na imprensa, ainda que implicitamente. Entretanto, algumas empresas de comunicação podem fazer recomendações sobre o assunto em seus documentos internos. O Manual de Redação do jornal O Estado de S. Paulo, por exemplo, traz um item específico sobre como tratar da temática da morte nas matérias publicadas, englobando o suicídio:

Sem fazer estardalhaço ou sensacionalismo, diga efetivamente de que uma pessoa morreu. **Não há motivo para preconceito e o leitor merece a informação correta, seja a morte decorrente de suicídio**, seja de doenças como a Aids, o câncer, a leucemia ou outras. **As circunstâncias da morte**

---

**também deverão sempre ser devidamente esclarecidas. Poupe o leitor, porém, de detalhes escabrosos [...]. [grifo nosso]**

Entretanto, os veículos que se isentam e preferem não publicar esse tipo de matéria quase sempre argumentam sobre a possibilidade de desencadear o que se convencionou chamar de “Efeito Werther” – termo que passou a ser utilizado em referência a casos de suicídio que servem de inspiração para outros.

A partir de 1774, a Europa romântica foi sacudida por uma onda de suicídios de jovens que se identificaram com o amor não-correspondido do protagonista [...] a ponto de adotarem a mesma saída para seus próprios dramas: matar-se com um tiro de pistola. [...] Seja como for, o efeito causado na opinião pública pelos casos de suicídio de leitores solidários a Werther que vieram à tona na ocasião [...], foi duradouro e exemplar. (DAPIEVE, 2006, p.12-13)

Dapieve aponta, ainda, que não existem dados concretos para mensurar as consequências do Efeito Werther. Ou seja: não há comprovação de que um caso, simplesmente pelo fato de ter se tornado público, deva ser considerado responsável por incentivar novos casos. Além disso, ele aponta que, da mesma forma que uma matéria pode despertar o “contágio”, quando equilibrada nas informações apresentadas, pode servir de conforto não só para as pessoas que estão sofrendo pela perda de alguém próximo, como para as que estão passando por situação psicológica semelhante a do suicida.

Um ponto comum nesse tipo de material são as listas de recomendações e “causas” para que um suicídio mereça atenção. No caso do Manual da OMS, utilizado como referência nesta análise, são apresentadas duas listas com sugestões sobre “o que fazer” e “o que não fazer”. Em geral, o manual sugere que o jornalista dê atenção a alguns detalhes que costumam fazer parte da rotina profissional, como a utilização de dados. Enquanto alguns assuntos podem trazer informações comparáveis (como, por exemplo, entre dois países), quando se tratar de suicídio, deve-se levar em consideração a cultura local envolta no acontecimento.

## Reportagens utilizadas

As publicações das quais foram extraídas as reportagens analisadas no presente trabalho possuem características bastante distintas. De acordo com o “Midia Kit” das publicações, disponíveis nos respectivos portais institucionais, a Revista Capricho (Editora Abril) tem como público-alvo adolescentes do sexo feminino. A revista Época, (Editora Globo), é uma revista de informação geral e os leitores têm elástica faixa etária (10 a 45+ anos). E a versão brasileira da revista norte-americana Rolling Stone (Editora Spring), define seu público-alvo na faixa entre 20 e 29 anos.

### 1. Revista Capricho

Título: “Cartas a Vinícius (1989-2006)”, por Marina Bessa

Embora o suicídio tenha ocorrido dois anos antes, a reportagem foi publicada por conta do lançamento do CD póstumo de Yoñlu, que provocou debates sobre o suicídio e as relações virtuais. O texto ocupou as quatro últimas páginas da editoria de Comportamento da edição nº 1039 (2 mar 2008) e foi assinado pela editora, Marina Bessa. Traz detalhes sobre a vida e a morte de Vinícius, dos problemas psicológicos já enfrentados por ele e levanta hipóteses para suscitar a reflexão entre os leitores, levando, assim, as cartas “de ajuda”, escritas por três leitoras.

Os quatro primeiros parágrafos apresentam o caso, e o último explica que as cartas das páginas seguintes foram escritas por leitoras – o que elas diriam a Vinícius se ele fosse um amigo. A última página traz, além de uma carta, uma rosa branca e o texto de um *box* que explica a iniciativa da revista em tentar criar um “ambiente seguro” para que os leitores possam discutir seus problemas – o “Papo de Amiga”.

### 2. Revista Época

Título: “Suicídio.com”, por Eliane Brum e Solange Azevedo (Colaboração de Renata Leal)

A editoria “Sociedade” da edição nº 508 da revista Época (11 de fevereiro de 2008) foi dedicada quase exclusivamente a tratar da “Tragédia” (como indica o chapéu da matéria). Das

13 páginas da editoria, apenas duas não estão relacionadas ao fato. A reportagem analisada se estende das páginas 82 a 89. Nas três páginas finais (90-92) Eliane Brum entrevista o psicanalista de Vinícius, Mário Corso.

O texto traz o caso de Yoñlu como “mais um” nas estatísticas. São apresentados outros casos de jovens em todo o mundo que foram buscar, na internet, informações sobre suicídio e métodos, além do caso de outros brasileiros incentivados - quase sempre por *bullying* - a tirar a própria vida. Diferentemente dos outros dois veículos, *Época* priorizou o acontecimento, o suicídio e seus desdobramentos, à história de Yoñlu e o lançamento do CD póstumo.

### 3. Revista Rolling Stone

Título: “Canções para viver mais”, por Marcelo Ferla

Por se tratar de uma revista dirigida à cultura e música, o foco da matéria de sete páginas na edição nº 18 (março de 2008) da revista *Rolling Stone* era o CD que seria lançado à época da publicação. Porém, seria difícil contar a história do músico Yoñlu dissociada do ser humano Vinícius. Desta forma, foi necessário abordar as condições em que ocorreu o suicídio e a relação com a internet, dos amigos virtuais e dos fóruns dos quais ele fazia parte. Ainda assim, os principais aspectos abordados na matéria tentam explicar quem era o músico, as influências, os gostos, as composições, a história por trás das composições.

### O manual da Organização Mundial de Saúde

A escolha pelo manual da OMS como referência para a análise se deu por se tratar de um órgão internacional e seu conteúdo estar disponível para todos os países, além de ter sido produzido como parte de um esforço mundial de conscientização sobre a importância da prevenção ao suicídio. Lançado em Genebra, no ano 2000, como parte do SUPRE (*Suicide Prevention Program* – Programa de Prevenção de Suicídios - tradução livre), o manual defende a importância da divulgação de informações sobre suicídio, desde que não possuam cunho sensacionalista. O prefácio, escrito pelo Dr. J.M. Bertolote, explica desde a complexidade do



assunto, explorado por diversas áreas do conhecimento, até a necessidade da “disseminação apropriada de informação e o aumento da conscientização” (p. 2).

Em dez páginas, o manual busca dialogar com os profissionais da mídia, uma vez que eles exercem grande importância no cenário atual, por atuarem como transmissores de informações. Para o organismo internacional, a mídia “influencia fortemente as atitudes, crenças e comportamentos da comunidade e ocupa um lugar central nas práticas políticas, econômicas e sociais”. Devido a esta grande influência, os meios de comunicação podem também ter um papel ativo na prevenção do suicídio. (OMS, 2000, p. 3)

Após traçar um panorama dos efeitos da cobertura de casos de suicídio pela mídia, o manual oferece uma lista de fontes a serem consultadas quando houver necessidade de utilizar dados, seguida por uma explicação dos cuidados que devem ser tomados quando da divulgação. A quarta parte do manual sugere o que fazer quando estiver noticiando casos gerais e específicos, além de informações sobre ajudas disponíveis e de como a mídia pode auxiliar potenciais suicidas. Por último, apresenta um resumo dividido em dois *boxes* que listam o que fazer e o que não fazer – parâmetros utilizados para a análise.

### **Análise das reportagens**

A análise de conteúdo está baseada em dez itens estabelecidos no Manual da OMS, divididos em duas categorias, com cinco pontos cada. Dentro de cada subitem foi verificado o cumprimento em um de três critérios: “atende totalmente”, “atende parcialmente” e “não atende”. A pesquisa que originou este artigo analisou a íntegra de cada reportagem

#### *1. O que fazer*

***Os primeiros cinco itens fazem parte das indicações do manual em relação a cuidados que o jornalista precisa ter ao escrever uma reportagem.***

##### *1.1 Dados relevantes*

São considerados dados relevantes os números de casos na região em que ocorreu o fato noticiado e as informações que o relacionem com seus antecedentes (problemas psicológicos e/ou psiquiátricos).

A matéria da revista *Capricho*, embora não traga informações sobre outros casos, apresenta – de modo bastante sutil – impressões de que Vinícius tinha uma sensibilidade diferente da maioria das pessoas. Ainda assim, o último trecho generaliza um comportamento ao dizer que “todo mundo tem seus dias de medos e angústias”. Consideramos que a matéria **atendeu parcialmente** à recomendação.

Já as matérias das revistas *Época* e *Rolling Stone* **atenderam totalmente**: a primeira, apresenta vários casos relacionando suicídio e internet, embora poucas palavras abordem a questão de predisposição (ou do histórico) das vítimas – Yoñlu, no caso. Além disso, são apresentados trechos que traçam uma história do caso, mesmo que breve, relacionando-o a *bullying*; já a segunda, apresenta, não só dados sobre o histórico de problemas psicológicos de Vinícius apresentava, como cita pesquisas de números de suicídios relacionados à região em que ele vivia.

### *1.2 Informações sobre ajuda disponível*

O manual sugere que o repórter apresente ao leitor listas com endereços e telefones de serviços onde possa encontrar ajuda, como acontece em matérias de diversas editorias, chamadas de “serviço”, além de indicar alternativas ao suicídio.

Neste item, a matéria da revista *Capricho* foi a única a **atender parcialmente** ao item, enquanto as outras duas matérias **não atenderam**. O box da matéria “Cartas a Vinícius” apresenta a iniciativa da revista em criar um canal de relacionamento com os leitores, de modo que estes tenham uma alternativa, um lugar para buscar ajuda, porém em momento algum menciona a existência de canais, como o Centro de Valorização da Vida, prontos para ajudar nesses casos.

### 1.3 Fontes de informação confiáveis

Um dos pontos enfatizados pelo manual é que o jornalista busque dados em fontes de informações “confiáveis”, como órgãos oficiais ou organizações voltadas para o combate e tratamento de doenças psicológicas.

Tanto a matéria da *Capricho* quanto a da *Época* foram avaliadas como **atendendo parcialmente** ao item. Na primeira, não são utilizados dados sobre outros casos (como estatísticas, informações sobre prevenção e cuidados), embora seja apresentada uma citação do psicanalista Mário Corso, médico de Vinícius, comentando sobre outra vez em que o menino havia decidido se suicidar e foi dissuadido. Já a segunda, utiliza como fonte apenas o inquirido policial e o psicanalista, Mário Corso. Os dados internacionais, estatísticas, crescimento no número de casos incentivados por fóruns online, não têm fonte especificada, portanto, pode ser questionada por sua generalização.

Por outro lado, a matéria da revista *Rolling Stone* utilizou dados do Ministério da Saúde, fonte considerada confiável pelo manual, sendo, assim, considerada como **atendendo totalmente** ao solicitado.

### 1.4 Indicadores de risco/sinais de alerta

Neste item, foi analisado se o texto apresenta informações sobre sinais de alerta com relação a comportamentos de risco.

As matérias da *Capricho* e *Rolling Stone* foram classificadas como **atendendo totalmente** ao solicitado pelo item. Apesar do tom simplista e redutor, pode-se considerar que a matéria da revista *Capricho* tenta mostrar ao leitor que em momentos difíceis deve-se procurar por amigos, pessoas que estejam presentes, o contrário do que Yoñlu fez. Já a matéria da *Rolling Stone* mostra alguns pontos identificáveis da conduta de Vinícius, que já estavam relacionadas ao suicídio.

Por outro lado, a matéria “Suicídio.com” (revista *Época*), apesar de não indicar diretamente comportamentos de risco, alerta para o fato de a internet ter se tornado um mundo

---

paralelo, que nem sempre os pais têm acesso e noção do que acontece com os filhos. Assim, consideramos que o item tenha sido **atendido parcialmente**.

### 1.5 Consequências

Este item trata da importância de apresentar ao leitor as consequências que a tentativa pode acarretar, caso não resulte em morte “(dano cerebral, paralisia etc.), como um fator de dissuasão”.

Das três matérias, apenas a da revista *Época* foi considerada como **atendendo parcialmente**, enquanto as outras duas **não atenderam**. Embora não sejam apresentadas informações diretas sobre as consequências, um trecho que reproduz a carta de suicídio o próprio Vinícius comenta os efeitos colaterais que a tentativa de resgatá-lo poderia acarretar.

## 2. O que não fazer

Neste item serão analisadas as recomendações que o manual traz com relação ao que não deve ser feito quando da produção de uma matéria, seja por poder suscitar novos casos, seja por levar a uma abordagem que tenda ao sensacionalismo.

### 2.1 Fotos do falecido ou cartas de suicídio

É indicado que não sejam publicadas fotos do morto (mesmo que não estejam relacionadas ao acontecimento, para evitar julgamentos externos por parte dos receptores da informação), assim como cartas ou bilhetes de suicídio deixados por ele.

A matéria da revista *Capricho* não traz qualquer imagem que possa remeter à Yoñlu. As cartas apresentadas nas três últimas páginas são de leitoras que escrevem para tentar dizer palavras de motivação para ele, proposta da autora, Marina Bessa, para fazer com que o tom não fugisse do foco editorial da revista voltada para o público adolescente. Consideramos, portanto, que o item foi **atendido totalmente**.

Por outro lado, a matéria da revista *Época* utiliza a carta de suicídio para a construção da matéria, que é reproduzida diversas vezes ao longo da matéria. Além disso, a matéria conta com diversas fotos e imagens de Vinícius (e/ou feitas por ele). Da mesma forma, a matéria

“Canções para viver mais” (revista Rolling Stone) reproduz, nas últimas seis frases da matéria um trecho da carta (que, inclusive, faz parte do encarte do CD), além de contar com diversas fotos de Vinícius, em idades e situações variadas. Assim, o item **não foi atendido** em nenhuma das duas matérias.

### 2.2 *Detalhes específicos do método utilizado*

Nesse caso, a intenção é evitar que aconteçam casos semelhantes, ou o “Efeito Werther”, além de não influenciar pessoas que já estejam propensas a seguir por este caminho. Tanto a matéria “Cartas a Vinícius” (revista Capricho) quanto “Canções para viver mais” (revista Rolling Stone) **atenderam parcialmente** à proposta. Enquanto a matéria da Capricho detalha parte do processo anterior à morte, em nenhum momento é explícita quanto ao método e realização, a da Rolling Stone mencionada, mais de uma vez, a questão do monóxido de carbono e algumas informações (como as que foram compartilhadas através do fórum sobre calor).

Já a matéria da revista Época traz informações bastante detalhadas não só do processo de anúncios e conversas virtuais entre Yoñlu e os “amigos virtuais”, como também utiliza frases dele que explicam o método. Por isso, o item **não foi atendido**.

### 2.3 *Glorificação ou sensacionalismo*

Segundo o manual, um dos principais cuidados a serem tomados é o de não transformar o suicida em mártir, nem dar tom sensacionalista à história, uma vez que esse tipo de conteúdo costuma atrair ainda mais a atenção das pessoas.

“Cartas a Vinícius” (revista Capricho) evita apresentar Yoñlu como mártir, ou como uma pessoa ruim, isentando-se de julgar os motivos que resultaram no suicídio. Ainda assim, a matéria tem um viés que pode ser considerado levemente sensacionalista, principalmente pelo fato de detalhar (como apontado no item anterior) os acontecimentos. Ainda assim, consideramos que o item foi **atendido totalmente**.

O mesmo se aplica à matéria “Canções para viver mais” (Rolling Stone). Em nenhum momento os atos de Vinícius são julgados, positiva ou negativamente. Também não há intenções de apontar culpados ou sensacionalizar o acontecimento, principalmente porque ele tem papel de coadjuvante na história contada pela matéria.

Já a matéria “Suicídio.com” (Época) pode soar levemente sensacionalista pela utilização excessiva e, em alguns momentos repetitivas, de dados sobre os casos registrados de suicídios influenciados pela internet. O viés da matéria deixa claro que a internet seria tratada como vilã, mas isso adquire tons exagerados. Há que se levar em consideração que Vinícius não se matou apenas por conta da internet e do incentivo de estranhos, ele já apresentava um histórico de problemas psicológicos que culminaram no suicídio. Dessa forma, consideramos que a matéria **atendeu parcialmente** ao item.

#### *2.4 Explicações simplistas*

O manual recomenda que a matéria não tente reduzir o suicídio a um acontecimento simples, uma vez que ele costuma ser resultado de vários fatores.

Tanto a matéria da revista Capricho, quanto a da revista Época **atenderam parcialmente** a este item. Na primeira, embora apresente informações de Vinícius já havia passado por outros problemas psicológicos, devidamente diagnosticados, em momento algum é feita essa associação com o suicídio. Já a segunda, apresenta um único trecho mencionando apontando que não foi um caso isolado. Já haviam acontecido outras tentativas, mas que o incentivo recebido dos “amigos virtuais” foi um fator que definiu o rumo dos acontecimentos. Ainda assim, faltou falar do histórico de Vinícius.

Os pontos da matéria “Canções para viver mais” (Rolling Stone) referentes ao suicídio sempre estão relacionados com depoimentos de familiares ou amigos que comentam sobre o comportamento ou os problemas que Vinícius já apresentava. Em nenhum momento, o assunto é tratado como um fato isolado. O item foi, assim, **totalmente atendido**.

### 2.5 Estereótipos religiosos ou culturais

O manual sugere que não se reduza o suicida a parte de um grupo (como, por exemplo, apontar que ele se matou por ser *emo*, uma subcultura de pessoas que costumam usar roupa preta, se interessar por temas mais introspectivos e, muitas vezes, cometerem suicídio) ou relacioná-los a questões religiosas (nesse caso, dizer que todo muçulmano tende ao suicídio por conta dos homens-bomba, por exemplo). No caso em estudo, foi utilizado esse parâmetro para avaliar a atribuição de culpa à internet.

A matéria “Cartas a Vinícius” (Capricho) não reduz o caso de Yoñlu a um único motivo. É apontado, logo no início, que ele teria problemas mais sérios, que o levaram ao afastamento da escola, inclusive. Entretanto, a insistência na questão da internet, embora relevante por ter sido um facilitador do suicídio, acaba deixando a impressão de que, se não fosse a internet ele não teria ido adiante. Trechos que comentam a influência dos comentários dirigidos a ele nos fóruns em que pedia ajuda para, por exemplo, suportar o calor, dão a entender que as pessoas “más” só existem na internet, protegidas por redes infinitas de informação e suposto anonimato. Levando essa análise em consideração, o item foi **parcialmente atendido**.

Indiretamente, a matéria “Suicídio.com” (Época) acaba reduzindo o acontecimento ao fato de Vinícius ter sido incentivado por pessoas que nem o conheciam, como se a internet fosse um grande mundo de incentivadores do suicídio, apenas. Por esse motivo, o item **não foi atendido**.

Diferentemente do que aconteceu nas outras matérias analisadas, em nenhum momento a internet é colocada como culpada dos fatos na matéria da revista Rolling Stone. Até mesmo os personagens apresentados, cuja ligação com Vinícius/Yoñlu era apenas virtual, foram pessoas que o incentivavam e cultivaram laços de amizade. Nesse caso, o item foi **atendido totalmente**.

Para melhor visualização da análise acima descrita, estão disponibilizadas abaixo as tabelas 1, 2 e 3, que correspondem respectivamente às revistas Capricho, Época e Rolling Stone.

	Atende totalmente	Atende parcialmente	Não atende
<b>O que fazer</b>			
Dados relevantes			
Informações sobre ajuda disponível			
Fontes de informação confiáveis			
Indicadores de risco/sinais de alerta			
Consequências			
<b>O que não fazer</b>			
Fotos do falecido/cartas de suicídio			
Detalhes específicos do método			
Glorificação/sensacionalismo			
Explicações simplistas			
Estereótipos religiosos ou culturais			
	3	6	1

Tabela 1 – Análise da Revista Capricho.

Fonte: Das autoras

	Atende totalmente	Atende parcialmente	Não atende
<b>O que fazer</b>			
Dados relevantes			
Informações sobre ajuda disponível			
Fontes de informação confiáveis			
Indicadores de risco/sinais de alerta			
Consequências			
<b>O que não fazer</b>			
Fotos do falecido/cartas de suicídio			
Detalhes específicos do método			
Glorificação/sensacionalismo			
Explicações simplistas			
Estereótipos religiosos ou culturais			
	1	5	4

Tabela 2 – Análise da Revista Época.

Fonte: Das autoras



	Atende totalmente	Atende parcialmente	Não atende
<b>O que fazer</b>			
Dados relevantes	■		
Informações sobre ajuda disponível			■
Fontes de informação confiáveis	■		
Indicadores de risco/sinais de alerta	■		
Consequências			■
<b>O que não fazer</b>			
Fotos do falecido/cartas de suicídio			■
Detalhes específicos do método		■	
Glorificação/sensacionalismo	■		
Explicações simplistas	■		
Estereótipos religiosos ou culturais	■		
	6	1	3

Tabela 3 – Análise da Revista Rolling Stone.

Fonte: Das autoras

### Considerações finais

O modo como a grande imprensa apresenta casos de suicídio, seja em programas jornalísticos, matérias impressas ou nas notícias da internet, pode influenciar negativa ou positivamente no receptor. No caso da veiculação de suicídios tanto pode desencadear novos casos, como prevenir que estes ocorram. Esconder o acontecimento não evita novos casos, mas uma matéria equilibrada pode auxiliar pessoas, que possam estar considerando tomar a mesma atitude, a procurarem ajuda. Vinícius, o Yoñlu, não teve tanta sorte: além de já estar decidido a tirar a própria vida, as pessoas que encontrou na internet só o incentivaram a seguir em frente. O caso ocorreu em 2006, mas somente dois anos depois teve visibilidade, com o lançamento do CD póstumo.

A pesquisa teve como objetivo analisar três reportagens de revistas com público-alvo, periodicidade e linha editorial distintos, relacionando-as a dez indicações publicadas no manual da Organização Mundial de Saúde para a abordagem do suicídio pela mídia. Para isso,

foram destacados trechos que exemplificassem ou estivessem relacionados ao item do manual, conferindo a uma entre três qualificações: atende totalmente parcialmente e não atende.

Das três amostras, nenhuma atendeu completamente a todas as sugestões feitas. Dos dez itens analisados, a matéria “*Canções para viver mais*”, publicada na revista Rolling Stone, foi a que mais se aproximou, sendo avaliada em seis itens como tendo “atendido totalmente” (60%) ao proposto. Foi essa, também, a matéria que teve o menor número de itens “atendidos parcialmente”, com apenas um (10%). Dentro da avaliação, três itens foram percebidos como “não atendendo” à proposta (30%).

Oposta a isso, a matéria “*Suicídio.com*”, da Época, foi a que menos se aproximou das recomendações, tendo sido quatro vezes (40%) considerada como “não atendendo” ao proposto. Além disso, apenas um dos itens foi considerado “totalmente atendido” (10%), durante a análise. Tanto a matéria da Época, quanto “*Cartas a Vinicius*” (Capricho), tiveram cinco itens (50%) marcados como “atende parcialmente”. A matéria da revista Capricho teve, ainda, três itens avaliados em “atende totalmente” (30%) e dois “não atende” (20%).

Ao todo, foram trinta pontos analisados (dez em cada matéria), resultando em 33% de itens que atenderam totalmente ao que foi proposto pelo manual, 40% que atenderam parcialmente e 27% que não atenderam. Assim, percebe-se que, embora o manual nem sempre seja de conhecimento dos profissionais da imprensa, algumas informações acabam passando pelo crivo do bom senso pessoal do jornalista, o que diminui alguns riscos de esbarrar no sensacionalismo. Ainda assim, alguns itens como a utilização de fotos do suicida, mesmo que não relacionadas à morte, ou reprodução de trechos da carta de suicídio, ainda fazem parte das publicações, contrariando as orientações da OMS.

Não existe código de conduta ou lei que impeça a publicação e veiculação do tema, embora muitos veículos prefiram se manter neutros quanto a isso. Entretanto, como aponta o manual da OMS, é importante chamar a atenção das pessoas para os problemas e atitudes que podem culminar no suicídio e a mídia, nesse caso, tem o papel de alertar a população e ajudar a quebrar o preconceito construído acerca do suicídio, podendo, inclusive, contribuir para que outros casos sejam evitados. Assim, espera-se que essa investigação contribua para o debate

sobre a necessidade de aprofundar a problematização do suicídio como fato noticiável, considerando que as informações são de interesse público.

### Referências Bibliográficas

- AMARAL, Márcia Franz. “Sensacionalismo: inoperância explicativa”. Em **Questão**, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 133-146, jan./jun. 2003.
- ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.
- BESSA, Marina. Cartas a Vinícius. **Capricho**. São Paulo, p. 82-85, ed. 1039, 2 mar. 2008.
- AZEVEDO, Solange e BRUM, Eliane. Suicídio.com. **Época**, São Paulo, p.82-89, ed.508, 11 fev. 2008.
- DAPIEVE, Arthur Henrique da Motta. **Suicídio por contágio** – A maneira pela qual a imprensa trata a morte voluntária. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. 2006. Disponível em: <[http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0410389\\_06\\_pretextual.pdf](http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0410389_06_pretextual.pdf)> Acesso em: 14 abr. 2012.
- FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: <<http://www.sjpdf.org.br/p3086.aspx>> Acesso em: 28 ago. 2012.
- FERLA, Marcelo. Canções para viver mais. **Rolling Stone**, São Paulo, p. 93-99, ed. 18, Mar 2008.
- FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa. “Análise de Conteúdo”. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. – 4ª reimpr, p. 280-304. São Paulo: Atlas, 2010.
- O ESTADO DE S. PAULO. **Manual de redação e estilo**. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/manualredacao>> Acesso em: 28 ago. 2012.
- ORGANIZAÇÃO Mundial de Saúde. **Prevenção do Suicídio**: um manual para profissionais da mídia. Genebra: Departamento de Saúde Mental Transtornos Mentais e Comportamentais, 2000. Disponível em: <[http://www.who.int/mental\\_health/prevention/suicide/en/suicideprev\\_media\\_port.pdf](http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/en/suicideprev_media_port.pdf)> Acesso em: 25 set. 2012