



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

## A percepção social sobre o suicídio em comentários na Folha de S. Paulo<sup>1</sup>

**Gabriela Ferigato<sup>2</sup>**  
**FIAM-FAAM Centro Universitário**

**Resumo:** O presente artigo busca analisar a percepção social sobre o suicídio a partir da análise de comentários de leitores da reportagem “Suicídio de doutorando da USP levanta questões sobre saúde mental na pós”, do jornal *Folha de S. Paulo*, publicada em seu perfil no Facebook no dia 27 de outubro de 2017. São discutidas a função social do jornalismo, redes sociais e participação da audiência. Por meio da análise de conteúdo dos comentários, notamos que não houve um debate social sobre o suicídio, tendo predominado outras questões que cercam a reportagem, como as críticas ao ambiente acadêmico e relatos pessoais sobre experiências dos leitores durante um curso de pós-graduação. Observamos que a percepção dos leitores sobre o suicídio também pode ser determinada e influenciada pela visão social do assunto pela sociedade de forma geral.

**Palavras-chave:** suicídio; participação; percepção social; jornalismo.

### 1. Introdução

“Suicídio de doutorando da USP levanta questões sobre saúde mental na pós.” Com esta manchete, o jornal *Folha de S. Paulo* abordou uma temática sensível para a mídia: o suicídio. O conceito de suicídio, adotado por Durkheim (2000), nos ajuda a contextualizar o assunto como parte de um fenômeno social e o tabu que se criou na imprensa ao evitar a cobertura do tema.

Durkheim (2000) nos oferece a seguinte definição: “Chama-se de suicídio todo o caso de morte que resulta direta ou indiretamente de um ato positivo ou negativo praticado pela própria vítima, ato que a vítima sabia dever produzir este resultado” (DURKHEIM, 2000, p.11). O sociólogo propõe uma mudança na abordagem: não mais vê-lo como a expressão individual de uma doença ou loucura e, sim, como um fenômeno coletivo.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICAÇÃO, CONSUMO e CIDADANIA: políticas de reconhecimento, redes e movimentos sociais, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

<sup>2</sup> Jornalista graduada pela Universidade Metodista de São Paulo e pós-graduada em Mídia, Política e Sociedade pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo. É aluna bolsista do Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM Centro Universitário: gabi.ferigato@gmail.com



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Como fenômeno social, entende-se uma ação que responde a normas sociais externas e anteriores a sua individualidade, vontade e consciência. Durkheim (2000) afirma então que o suicídio pode ser compreendido a partir de outros fatores sociais, como a religião, situação econômica etc.

Tendo em vista essa discussão, é importante nos questionarmos se a sociedade possui essa percepção do suicídio como um ato que reflete fenômenos sociais para além de um transtorno individual. Para isso, iremos observar, a partir da análise de comentários da reportagem “Suicídio de doutorando da USP levanta questões sobre saúde mental na pós”<sup>3</sup>, publicada no dia 27 de outubro de 2017 na página do Facebook do jornal *Folha de S.Paulo*, em contexto em que redes digitais espelham discussões da sociedade (GRAHAM apud HABERMAS, 2012) qual a percepção social sobre o suicídio entre os leitores deste jornal.

## 2. Função social do jornalismo e o suicídio

Kovach e Rosenstiel (2010) discorrem sobre a função e o papel do jornalismo na sociedade. Para os autores, provavelmente a mais ambiciosa e idealizada descrição de como os jornalistas enxergam o seu papel no século XX veio do jornalista e escritor Walter Lippmann. Em uma passagem na obra *Liberty and the News* (1920), o autor define: “E a tarefa de selecionar e ordenar as notícias é uma das funções realmente sagradas e sacerdotais em uma democracia. Pois o jornal é, literalmente, a Bíblia da democracia, o livro do qual um povo determina sua conduta” (LIPPMANN apud KOVACH e ROSENSTIEL, 2010, p. 170, tradução nossa).

O trecho captura a ideia da imprensa como guardião em nome do público, exercendo, assim, uma função social perante a sociedade. De acordo com Kovach e Rosenstiel (2010), a ideia de *gatekeeping* (tarefa de selecionar e ordenar as notícias) introduziu o senso de responsabilidade cívica no jornalista. Mesmo com mudanças, como a tecnologia e a participação do público como produtores de notícia, segundo os autores, certos padrões e valores continuam no jornalismo tradicional, aliás, se tonaram mais urgentes, como a independência, a verificação e a lealdade primária aos cidadãos.

<sup>3</sup> Reportagem disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/ciencia/2017/10/1930625-suicidio-de-doutorando-da-usp-levanta-questoes-sobre-saude-mental-na-pos.shtml>>



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Os autores elencam oito dimensões que os consumidores requerem do jornalismo, dentre elas a de *Witness Bearer* (“Portador de Testemunha”, tradução nossa). “O jornalismo é mais apto a escrever histórias de coisas que já estão sendo faladas do que sobre assuntos que estão sendo ignorados” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2010, p. 177, tradução nossa). E o jornalismo, como detentor de uma função social, deve fazer um esforço para reunir notícias que são ignoradas.

Durkheim divide a morte voluntária em três categorias: o egoísta (quando existem poucos laços sociais para impedir que o indivíduo se mate), o anômico (quando as normas sociais que governam a sociedade não correspondem aos objetivos de vida do indivíduo) e o altruísta (quando o indivíduo acredita que sua morte pode beneficiar a sociedade).

Como um fenômeno social, o autor discorre sobre o fenômeno de imitação. Na visão de Durkheim, salvo em raríssimas exceções, a imitação não é um fator original do suicídio. Ela faz aparecer um estado que é a verdadeira causa geradora do ato. Alguns autores, porém, ao atribuir que a imitação contribui para a ideia de contágio, solicitaram que fosse proibida a reprodução de suicídios e crimes em jornais. Durkheim (2010) afirma ser duvidoso que a proibição possa modificar a taxa social do suicídio. “O que se pode contribuir para o desenvolvimento do suicídio ou do assassinio não é o fato de se falar nisso, é a maneira pela qual se fala” (DURKHEIM, 2000, p.160).

Na raiz da ideia de contágio está a obra *Os sofrimentos do jovem Werther* (1774), de Johann Wolfgang von Goethe – em que o protagonista, rejeitado pela amada, tira a própria vida. A partir de sua publicação, a Europa foi sacudida por uma onda de suicídios entre jovens, surgindo o conceito de contágio. “A expressão ‘efeito Werther’ passou a ser usada sempre que um suicídio serve de inspiração para que outras pessoas se matem” (DAPIEVE, 2007, p.15).

Em relação ao suicídio, Dapieve (2007) discorre sobre a ausência da cobertura sobre o suicídio na mídia e o tabu que se criou em torno da temática. O autor sugere que as razões para o silêncio da imprensa em relação ao tema suicídio são de ordem prática: pretendem amenizar a dor e a possível culpa de familiares e amigos do suicida, respeitar a privacidade (de familiares e amigos) e os motivos, geralmente alheios ao conhecimento das pessoas mais próximas ao suicida, e, por fim, não desafiar a crença e a convenção de que o suicídio é contagioso, ou seja, de que ao noticiar a imprensa pode influenciar, involuntariamente, suicidas potenciais a cometerem o mesmo ato.



A publicação *Prevenção do suicídio: um manual para profissionais da mídia* (2000), organizada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), destaca que “o relato de suicídios de uma maneira apropriada, acurada e cuidadosa, por meios de comunicação esclarecidos, pode prevenir perdas trágicas de vidas” (OMS, 2000, p. 5).

Hjarvard (2014) demonstra que um dos conceitos-chaves para a compreensão da influência da mídia na cultura e na sociedade é a *midiatização*, como um processo recíproco entre a mídia e outros domínios ou campos sociais. “A midiatização não concerne à colonização definitiva pela mídia de outros campos, mas diz respeito, ao invés disso, à crescente interdependência da interação entre mídia, cultura e sociedade” (HJARVARD, 2014, p. 25).

Hjarvard (2014) afirma que a esfera pública da mídia constitui um espaço público aberto à representação pública e discussão (racional e irracional) de assuntos que concernem todas as instituições sociais – de fórum íntimo até a experiências culturais e de mundo. Sendo assim, o autor afirma que a mídia, ao colocar em contato lógicas de instituições diversas, se torna uma instituição semi-independente que, cada vez mais, leva suas próprias lógicas institucionais a quase todo espaço social. “A mídia pode, certamente, não ter sempre a principal influência nessas situações de sobreposição, mas o ponto-chave é que a mistura de lógicas institucionais oferece solo fértil para a mudança social e cultural” (HJARVARD, 2014, p. 37).

### **3. Redes Sociais, participação e percepção social**

Segundo Recuero (2011), o uso de redes sociais por veículos de comunicação trouxe uma nova dimensão informativa para a sociedade. Com isso, ferramentas, cujo princípio fundamental seria social, passam a ter um novo valor informativo diferenciado. “O grande diferencial da mediação pelo computador e especificamente, dos sites de rede social, foi proporcionar uma complexificação dessas redes” (RECUERO, 2011, p. 6). Em resumo, as redes sociais são vias de informação permanentemente abertas.

Conforme afirmam Mitozo, Massuchin e Carvalho (2015), as plataformas digitais têm proporcionado novas formas de produção e recepção de conteúdo, principalmente por meio das redes sociais. Assim como o público, os veículos de comunicação estão ativos nas redes sociais digitais,



como no Facebook, em que é possível ao leitor online acompanhar perfis institucionais de veículos e utilizar o espaço destinado aos comentários – objeto de análise deste artigo.

Por se tratarem de redes de relacionamento, o internauta tem acesso, nestas páginas, não só ao conteúdo jornalístico veiculado, mas também àquele produzido por outros usuários que interagem com as publicações e com outros perfis. Sabendo que os temas e os conteúdos veiculados pela mídia podem influenciar e ter efeitos na agenda do debate público (MCCOMBS, 2009), os comentários nos posts desses perfis representam um objeto importante a ser analisado. (MITOZO et al., 2015, p. 2)

Para Carpentier (2012), a democracia, devido a sua preocupação com a inclusão de pessoas nos processos de tomada de decisões políticas, é um dos principais espaços de articulação do conceito de participação. O autor sugere três conceitos situados no Modelo AIP (acesso-interação-participação). O acesso implica a presença em uma variedade de formas relacionadas a quatro áreas: tecnologia, conteúdo, pessoas e organizações.

Acesso implica em atingir presença (para tecnologia ou conteúdo de mídia). Acesso também é estar presente em discussões de feedback de mídias mais tradicionais, onde isso tem outro significado. Aqui, acesso implica em ganhar presença dentro de organizações de mídia, o que gera a oportunidade para as pessoas terem suas vozes ouvidas (provendo feedbacks). (CARPENTIER, 2012, p. 173, tradução nossa).

A ideia de interação tem relação com a teoria sociológica e às relações sociocomunicativas. Carpentier identifica dois componentes de interação na esfera midiática: o componente da interação audiência-audiência e o da audiência-tecnologia (midiática). O autor distingue dois tipos de participação, a relacionada com o conteúdo – se refere ao conteúdo daquilo que é produzido por organizações midiáticas – e a estrutural, que envolve participação no gerenciamento e nas políticas dessas organizações.

Carpentier (2012, p. 170-172) elenca as seis principais características da participação: 1. O elemento-chave da participação é o poder; 2. A participação é situada em processos e localidades específicas e envolve atores específicos; 3. O conceito de participação é contingente e faz parte da luta de poder na sociedade; 4. A participação não é uma fantasia populista, em que a diferença hierárquica dá lugar à total equidade; 5. A participação depende de convite; 6. Participação não é o mesmo que acesso e interação.



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Graham (2012) discorre sobre os espaços destinados aos comentários dos leitores. Espaço este que foi escolhido como corpus de pesquisa deste artigo. Segundo o autor, essa seção traz um novo modelo de interação entre público e veículos de comunicação, permitindo que leitores apresentem novas ideias, opiniões e pontos de vista em relação ao assunto em questão. Com isso, destaca a necessidade de uma redefinição do jornalismo. Como ponto de partida para isso, cita Habermas (1989; 1996; 2006) demonstrando como a sua teoria da esfera pública vislumbra a formação de opinião pública a partir da troca de informações, opiniões e posições dentro do domínio das vidas sociais. “O papel do jornalismo dentro da esfera pública não é somente estimular o debate, mas encorajar, facilitar e agir como uma plataforma para ele” (GRAHAM, 2012, p. 115, tradução nossa).

A teoria de Habermas funciona como base conceitual para análise dos campos de comentários ao concluir que “permitem uma cobertura de notícias mais inclusiva ao ampliar o debate crítico e racional das pessoas no contexto do conteúdo jornalístico” (GRAHAM, 2012, p. 115, tradução nossa). Graham (2012) nota que cidadãos estão cada vez mais publicando e compartilhando suas histórias na esfera digital, levando alguns a proclamar uma nova era de jornalismo participativo. Para o autor, cidadãos estão ativamente engajados, recriando, desafiando, corrigindo, questionando e personalizando os meios de comunicação. Sendo assim, a relação das pessoas com as notícias está se tornando portátil, personalizada e participativa.

Graham (2012) também destaca que a audiência frequentemente apresenta suas próprias experiências ao postar histórias em primeira mão por meio de narrativas ou experiências e informações como um especialista no assunto em questão, por exemplo um cientista, um policial, um executivo.

Diante da discussão sobre a participação da audiência com as notícias, este artigo busca analisar qual a percepção social sobre o suicídio a partir de uma análise de comentários de uma reportagem publicada pela *Folha de S. Paulo* no Facebook. Como percepção social entende-se, de acordo com Rodrigues (1996, p. 202) “o processo de interpretação do comportamento das outras pessoas”.

Referente à recepção de conteúdo, Alsina (2009) lembra que a teoria da bala mágica ou da agulha hipodérmica, que parte da ideia que as mensagens têm impacto direto no indivíduo, ou seja, os estímulos seriam recebidos igualmente pelo público, de maneira homogênea e passiva (ALSINA, 2009, p.82), foi comprovada ultrapassada ao ser formulado o princípio da exposição, percepção e retenção seletivas que ressaltam o papel do receptor na absorção da informação.



Sobre o último princípio, os indivíduos tendem a assimilar o sistema de comunicação que mais concorda com as suas opiniões e interesses, de maneira que cada leitor, individualmente, receba as mensagens e as interpretem de maneiras diferenciadas (ALSINA, 2009, p.84).

O corpus de pesquisa deste artigo são os comentários da reportagem “Suicídio de doutorando da USP levanta questões sobre saúde mental na pós”<sup>4</sup>, publicada no dia 27 de outubro de 2017 na versão online do jornal *Folha de S.Paulo* e escrita pelo jornalista Fernando Tadeu Moraes. A reportagem começa da seguinte maneira: “Prazos apertados, pouco dinheiro, pressão para publicar artigos, carga de trabalho excessiva, cobranças, solidão. A vida de quem está na pós-graduação não é fácil”.

Na sequência, a reportagem afirma que esses fatores trazem dificuldades pessoais e sociais para os que optam por seguir carreira acadêmica e também podem gerar consequência graves e até atos extremos. Sobre esse último caso, cita o suicídio de um aluno de doutorado do Instituto de Ciências Biomédicas da Universidade de São Paulo (USP). Ao longo do texto, a reportagem cita casos de alunos que desenvolveram crises de pânico, a importância da figura do orientador e entrevistas com especialistas sobre o tema.

O *Manual de Redação do jornal Folha de S.Paulo* orienta o jornalista a não omitir “o suicídio quando ele for a causa da morte de alguém”. A escolha da reportagem em questão como objeto de estudo neste artigo foi feita devido ao seu recorte temático, ou seja, relacionar o suicídio com a rotina acadêmica. Os comentários feitos na postagem da reportagem no Facebook do jornal formam o corpus desta análise que tem como objetivo observar a percepção social do suicídio entre esses leitores.

A reportagem foi postada mais de uma vez na página do Facebook da *Folha de S.Paulo* que acumulava, até o dia 4 de dezembro de 2017, 5.948.564 curtidas. A postagem aqui analisada obteve 2,6 mil reações do público, 718 compartilhamentos e 303 comentários. Serão analisados somente os comentários, pois esse espaço pode nos dar mais indícios da discussão feita pelos leitores em relação ao tema. As respostas de usuários em comentários não farão parte da análise.

#### 4. Metodologia de pesquisa

<sup>4</sup> Reportagem disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/ciencia/2017/10/1930625-suicidio-de-doutorando-da-usp-levanta-questoes-sobre-saude-mental-na-pos.shtml>>



O processo de análise de conteúdo seguiu a estrutura proposta por Bardin (2002). De acordo a autora, esse procedimento de pesquisa pode ser definido da seguinte forma.

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2002, p. 44).

A inferência quer atingir essencialmente dois objetivos: a superação da incerteza, para buscar uma leitura que seja pessoal, porém também compartilhada, generalizável; e o enriquecimento da leitura, descobrindo elementos de significações que possam “conduzir a uma descrição de mecanismos de que a priori não possuíamos a compreensão”, respondendo assim ao seguinte problema: “O que é que levou a determinado anunciado?” (BARDIN, 2002, p. 41).

A primeira fase, a de pré-análise, compreendeu a leitura flutuante dos comentários – o primeiro contato com o material que será submetido à análise –, a escolha dos documentos e a preparação do material. A segunda fase correspondeu a exploração do material – etapa que contempla a fase de categorização, que busca classificar ou recensar um texto, de acordo com a frequência (presença ou ausência) de unidades de registro.

Na perspectiva da análise do conteúdo, as categorias são vistas como rubricas ou classes que agrupam determinados elementos reunindo características comuns. No processo de escolha de categorias, agrupamos os comentários de acordo com o tema. A terceira fase contemplou o tratamento dos resultados e a interpretação inferencial.

## **5. Análise de comentários**

A partir da análise de conteúdo do material, foram criadas as seguintes categorias: “Crítica à academia” e “Identificação com a reportagem”. Dos 303 comentários, 202 foram apenas marcações de usuários indicando a reportagem para outras pessoas. As duas categorias criadas abaixo foram elaboradas analisando os 101 comentários restantes.

- Crítica à academia





**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Nesta categoria, conforme exemplifica a Figura 1, os usuários utilizam do espaço para criticar a academia. O comentário exposto na Figura 1 foi o mais “curtido”<sup>5</sup> dos 303 comentários da postagem (245 curtidas). Identificamos nesta categoria comentários que questionam aspectos burocráticos, críticas ao financiamento da ciência, falta de preparo e compreensão de orientadores, baixo valor da bolsa de estudo, infraestrutura das universidades brasileiras, dentre outras questões. Ao todo, a categoria corresponde a 40 dos 101 comentários – 40% do total.

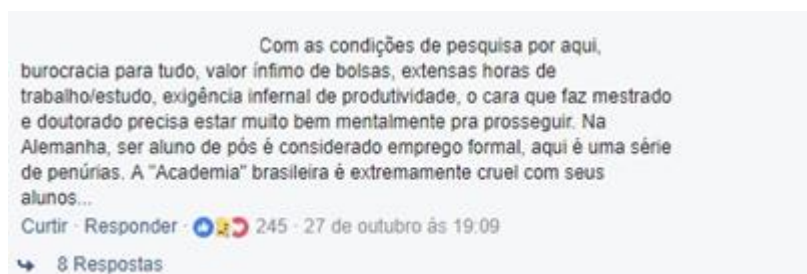


Figura 1 - Fonte: reprodução do Facebook

Outros seguem com teor similar:

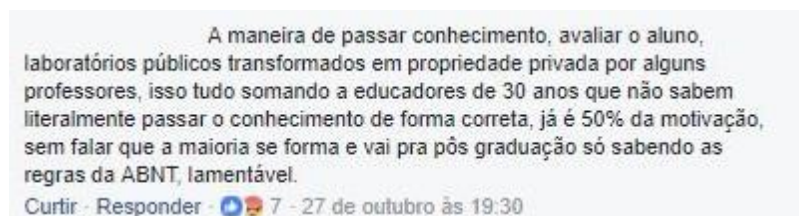


Figura 2 - Fonte: reprodução do Facebook

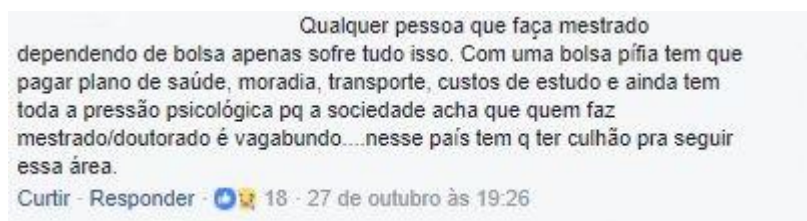


Figura 3 - Fonte: reprodução do Facebook

Dentro desta categoria, criamos dois subgrupos. O primeiro se refere aos comentários de usuários que expandem a crítica para os cursos de graduação, conforme identificado no comentário da Figura 4:

<sup>5</sup> O botão curtir no Facebook é uma ação que significa que o usuário da rede social gostou daquele conteúdo publicado.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Não é só pós graduação. Na propria graduação a gente se vê sendo orientado por pessoas que nao entendem suas limitações, não te orientam, querem que você faça tudo sozinho. E eu nao to dizendo de coisa basica não, to falando da pessoa nao saber nem a metodologia de um trabalho e te forçar a aprender sozinho. Tipo "toma esse artigo aqui desses caras fodas, usa a mesma metodologia (que eu nao sei como faz, os autores nao respondem os emails que perguntamos sobre) e apresenta como tcc e no final vou te dar a menor nota, mesmo sendo eu que vi tudo que você passou"

Curtir · Responder · 27 de outubro às 22:49

Figura 4 - Fonte: reprodução do Facebook

O segundo subgrupo discorre sobre comentários que focam especificamente na pressão sofrida na academia. Eles são compostos por comentários com o mesmo teor das Figuras 5 e 6.

Muito preocupante!!! É um ambiente, principalmente nos dias atuais, de muita pressão e dificuldades...

Curtir · Responder · 1 - 27 de outubro às 22:14

Figura 5 - Fonte: reprodução do Facebook

Não só mestrandos e doutorandos, mas todos que iniciam um carreira acadêmica, desde a graduação. Necessitamos compreensão e apoio profissional.

Curtir · Responder · 3 - 28 de outubro às 03:49

Figura 6 - Fonte: reprodução do Facebook

- Identificação com a reportagem

Nesta categoria, selecionamos comentários nos quais os usuários se identificaram com a reportagem ao revelar que já passaram por algum tipo de pressão ou experiência que, de alguma forma, comprometeu a saúde física e mental. Encontramos 27 comentários nesta categoria – aproximadamente 28% do total.

Eu. Quase morri. Tenho as consequências há 10 anos.

Curtir · Responder · 1 - 27 de outubro às 19:13

É mais fácil perguntar quem não passou por isso!!!!

Curtir · Responder · 28 de outubro às 08:51

Figura 7 Fonte: reprodução do Facebook



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Minha experiência no mestrado está sendo a pior da  
minha vida. Um sonho q se tornou pesadelo.  
Curtir · Responder · 🍌 1 · 27 de outubro às 23:14

Figura 8 - Fonte: reprodução do Facebook

Quando estava fazendo meu mestrado tive  
sentimentos de culpa e raiva...e outros...quase surtei  
Curtir · Responder · 27 de outubro às 21:22

Figura 9 - Fonte: reprodução do Facebook

Para além das duas categorias dominantes, alguns comentários sobre distúrbios de saúde mental apareceram em aproximadamente 12% do total de comentários analisados. Eles se preocupam ou questionam a questão da saúde mental em geral, conforme mostramos a seguir:

Saude mental : mal do seculo  
Curtir · Responder · 28 de outubro às 07:45

Figura 10 Fonte: Reprodução do Facebook

O mundo está uma panela de pressão ... depressão é de  
longe o mal do século . Podem esperar por inúmeros casos , cada vez mais  
frequentes, infelizmente .  
Curtir · Responder · 🍌 1 · 28 de outubro às 03:56

Figura 11 - Fonte: reprodução do Facebook

suicida tem em QQ lugar, QQ tempo e em QQ número.  
Não se deve generalizar!  
Curtir · Responder · 🍌 2 · 27 de outubro às 19:16

Figura 12 - Fonte: reprodução do Facebook

Outros comentários que não se encaixam nos expostos acima totalizaram 21% do corpus da análise. O espaço de comentários, conforme aponta Graham (2012), pode ser usado como uma plataforma para a crítica da cobertura jornalística. A audiência utiliza do espaço para questionar, debater e oferecer novos argumentos, posições e fontes para o debate. Em nossa análise, isso apareceu apenas no exemplo abaixo.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Só esta semana, três policiais militares de São Paulo também se suicidaram, e não vi nenhuma reportagem da "grande" mídia falando sobre!  
Curtir · Responder · 3 · 27 de outubro às 20:19

Figura 13 - Fonte: reprodução do Facebook

Uma prática frequente observada é a de *taguear* (marcar) outros usuários nos comentários da postagem. Do total de 303 comentários, essa prática representou 67%. Trata-se de uma forma de endereçamento ou direcionamento da mensagem. A pessoa recebe a notificação pelo Facebook que o direciona para a postagem da reportagem. Nesse caso específico, notou-se que muitos leitores marcaram amigos/conhecidos que, pelo teor da mensagem, estão inscritos em algum curso de pós-graduação. Ao marcar essas pessoas, o leitor, em muitos casos, seguia de perguntas aos amigos, como “Está tudo bem com você?”. Em outros casos, percebemos a matéria como uma extensão de um diálogo – a marcação aqui era seguida de frases como: “sobre o que conversamos”.

### Apontamentos finais

Neste artigo, procuramos analisar a percepção social de leitores sobre o suicídio com base nos comentários publicados em uma reportagem da *Folha de S.Paulo* no Facebook. Por meio da análise de 101 dos 303 comentários totais, criamos duas categorias principais agrupando pontos de vistas e opiniões similares.

A partir da análise, procuramos discutir a participação da audiência em conteúdos noticiosos e, dentro desse espaço, observar a percepção social especificamente sobre o suicídio. Como resultado, concordamos com Habermas (1989; 1996; 2006) quando o autor afirma que o jornalismo deveria se ver como uma extensão do debate público transferindo e amplificando o debate crítico e racional de pessoas privadas.

Nesse contexto, voltamos a primeira categoria da análise “Crítica à academia” em que os leitores expuseram suas opiniões críticas ao ambiente acadêmico – corroborando para o debate feito por Graham (2012) de que cidadãos são ativamente engajados, levando alguns a proclamar uma nova era de jornalismo participativo.



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Graham (2012) também destaca que a audiência frequentemente apresenta suas próprias experiências ao postar histórias em primeira mão por meio de narrativas ou experiências e informações. A categoria “Identificação com a reportagem” exhibe relatos, passagens e desabaços pessoais da audiência que se identificou com o tema da reportagem em questão. Identificamos nesta categoria a predominância de comentários pessoais.

Observamos, porém, que o debate social sobre o tema suicídio ficou em segundo plano nos comentários dos leitores, tendo predominado as críticas ao ambiente acadêmico e relatos pessoais sobre experiências dos leitores que passaram por situação similar com o que foi relatado na reportagem. De forma indireta ao debate sobre suicídio, notamos apenas os comentários sobre “distúrbios de saúde mental”, mesmo assim os leitores não se aprofundam em suas percepções e não entram em um debate social sobre suicídio.

A questão apareceu apenas de forma direta quando um leitor afirmou que “diferentes motivos podem levar ao suicídio, o problema é saber qual foi o verdadeiro motivo” e outro leitor que ressaltou que no prédio da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) há “uma ala de suicidas”. Para além destes, o tema suicídio foi desviante e os comentários não debatem a sua complexidade.

Após o debate teórico feito neste artigo e a análise de conteúdo dos comentários da reportagem, notamos similaridade com a reflexão proposta por Dapieve (2007) que, depois de analisar todo o material de suicídio publicado no jornal *O Globo* em 2004, argumenta que a cobertura da imprensa acaba por espelhar a sociedade. “A maneira no mínimo receosa como a imprensa em geral lida com o suicídio é muito mais determinada pela visão social do assunto, que determinante de como pensamos sobre ele. Trata-se de um espelho, onde podemos nos ver e a nossos medos.” (DAPIEVE, 2007, p. 193).

Nesse sentido, observamos que a percepção dos leitores sobre o suicídio também pode ser determinada e influenciada pela visão social do assunto pela sociedade de forma geral e, por isso, os comentários não espelham uma discussão social sobre a questão, mas predominam visões sobre outros temas que cercam a reportagem.



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

## Referências Bibliográficas

ALSINA, Miquel Rodrigo. *A Construção da Notícia*. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2009.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2002.

CARPENTIER, N. "The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate?" *CM, Communication Management - Quarterly/Casopis za upravljanje komuniciranjem*, 21:13-36, 2011. Disponível em <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/download/fem.2012.142.10/1001>>. Acesso em: 26 nov. 2017.

DAPIEVE, Arthur. *Morreu na contra-mão: o suicídio nos jornais*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007

DURKHEIM, Émile. *O suicídio: estudo de sociologia*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Manual de redação*. São Paulo: PubliFolha, 2010.

GOETHE, Johann Wolfgang. *Os sofrimentos do jovem Werther*. São Paulo: Lp&m Pocket, 2005.

GRAHAM, T. "Talking back, but is anyone listening? Journalism and comment fields". In PETERS, C.; BROERSMA, M. (Ed.) *Rethinking Journalism: Trust and participation in a transformed media landscape*; New York, N.Y: Routledge, 2012.

HJARVARD, S. "Midiatização: conceituando a mudança social e cultural". *Matrizes*, São Paulo, v. 8, p. 21-44, jan/jun, 2014. Disponível em <[www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/82929/85963](http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/82929/85963)>. Acesso em: 26 nov. 2017.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. "What we need from the "next" journalism. In *Blur: how to know what's true in the age of information overload*". Nova York: Bloomsbury, 2010.

MITOZO, I.B.; MASSUCHIN, M. & CARVALHO, F.C. (2015). Características do debate político-eleitoral no Facebook: Os comentários do público em posts jornalísticos nas eleições presidenciais de 2014. *Anais do VI Compolítica*. Rio de Janeiro, 2015.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. *Prevenção do Suicídio: Manual para profissionais da mídia*. Genebra, 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: 26 nov. 2017.

RECUERO, Raquel. "Deu no twitter, alguém confirma?" Funções do jornalismo na era das redes sociais". 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Rio de Janeiro, ECO-Universidade Federal do Rio de Janeiro. *Anais*. Disponível em <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/sbpjorrecuero.pdf>> Acesso em: 26 nov. 2017.

RODRIGUES, Aroldo. *Psicologia Social*. Petrópolis-RJ: Vozes, 1996.