

CONFORME O DISPOSTO NA FICHA DE INSCRIÇÃO, EXPLÍCITE:

- a) Área de inscrição: Psicologia
- b) Modalidade de pesquisa: Exploratória
- c) Trabalho a ser apresentado de acordo com:
 - Área (escreva a área): Psicologia
 - Tema/modalidade de pesquisa (escreva qual): Suicídio, morte, mídia, psicologia, exploratória.

O suicídio na atualidade: discussão sobre o contágio e a influência midiática

Esther Hwang; Maria Júlia Kovács

Universidade de São Paulo (IP-USP)
E-mails estherhwangp@gmail.com; mjkoarag@usp.br

Resumo

O suicídio é um fenômeno complexo, multifatorial e não decorre de uma causa única. A mídia desempenha um papel significativo para determinar percepções do público sobre o tema, visto que influencia atitudes, crenças, visão de mundo, potencializa comportamentos, gerando impactos na sociedade. Dessa forma, buscamos compreender como o suicídio é noticiado nos jornais e a relação entre a comunicação midiática e o contágio, sendo uma pesquisa de natureza qualitativa, baseada no método fenomenológico. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas abertas com jornalistas da cidade de São Paulo que descreveram suas percepções a respeito da publicação do suicídio na mídia. Observamos que os jornalistas contestaram o risco de contágio, mas também apontaram a possível influência midiática nesse processo, sendo que reportagens sobre suicídios têm influência positiva ou negativa dependendo da abordagem e dos temas incluídos. Concluímos que noticiar o tema na mídia não determina o suicídio de outras pessoas, porém as informações sobre o método, o local da cena suicida e o modo como esse conteúdo é noticiado pode favorecer o espetáculo do suicídio e desencadear o contágio, principalmente quando a questão tratada envolve celebridades e figuras públicas.

Palavras-chave: Suicídio por contágio. Mídia. Saúde Pública.

Abstract

Suicide is a complex phenomenon, multifactorial and does not stem from a single cause. Media play a significant role in determining public perceptions of the subject, influences attitudes, beliefs, world views, potentiates behaviors, and cause impacts on society. We aimed to understand how suicide is reported in newspapers and the relationship between media communication and contagion. This a qualitative research, based on phenomenological method. The data were collected via open interviews with journalists from the city of São Paulo who described their perceptions about the publication of suicide in the media. We observed that the journalists contest the risk of contagion, but also pointed out the possible media influence in this process, and reports about suicides have a positive or negative influence depending on the approach and themes. We conclude that reporting the subject in the media does not determine the suicide of other people, but information about the method, the location of the suicide scene, and the way the content is reported may favor the suicide spectacle and trigger the contagion, especially when involve celebrities and public figures.

Keywords: Suicide Contagion. Media. Public Health

INTRODUÇÃO

Cassorla (1991) aponta que o suicídio é um fenômeno complexo e multifatorial, e que não existe apenas uma causa, mas diz respeito a uma série de fatores que se acumulam ao longo da vida da pessoa. Segundo essa perspectiva, o suicídio não tem explicações objetivas e simplistas e não se trata de uma situação de causa e efeito. É um fenômeno que deve ser estudado de forma pormenorizada, suspendendo os juízos de valor que, muitas vezes, permeiam o tema.

De acordo com Kovács (2014) o suicídio é tabu e “este tema é o mais difícil e complexo de ser abordado no espectro de interdição da morte na sociedade ocidental contemporânea, e nenhuma teoria ou abordagem única dá conta de sua diversidade” (p. 229). Ainda segundo a autora, o suicídio inclui uma série de situações complexas, vagas e indefinidas. A concretização do suicídio depende da intencionalidade do ato e dos comportamentos autodestrutivos. Os processos autodestrutivos crônicos são lentos e muitas vezes inconscientes; são atos de agressão contra si cujo ápice da manifestação autodestrutiva é o suicídio (KOVÁCS, 1992)

Devido aos números alarmantes de suicídios, em 1999 a Organização Mundial da Saúde lançou o SUPRE (Suicide Prevention Program) como iniciativa para a prevenção ao suicídio, elaborando manuais dirigidos a profissionais específicos. Dentre estes, encontra-se o *Um manual para profissionais da mídia* (OMS, 2000) que apresenta propostas sobre como o suicídio deve ser noticiado nos meios de comunicação, visto que, segundo este manual, a maneira como a mídia trata os casos públicos de suicídios pode influenciar a ocorrência de outros – processo denominado suicídio por contágio.

Durkheim, sociólogo e autor da importante obra: *O suicídio – Estudo de sociologia* (1897/2014) afirma: “não pode haver imitação se não há um modelo a ser imitado; não há contágio sem um foco do qual ele emane.” (p. 144). O autor estabelece o conceito de imitação referindo que é um fenômeno social que se propaga de duas maneiras: por meio do boca-boca como tradição oral ou tão somente quando há centros de irradiação, os jornais, meios de comunicação que, segundo o autor, são fortes instrumento de difusão de ideias na sociedade.

Os estudos de Koburger et. al (2015); Hawton, Saunders & O’Connor (2012) apontam que reportagens sobre suicídios podem induzir o ato em indivíduos vulneráveis que sofrem de depressão, por exemplo. De acordo com as suas pesquisas, pessoas que pensam em suicídio planejam sua morte e escolhem o local e o método, em parte, por influência de informações disponíveis na internet e nos jornais.

A seguir, problematizaremos a questão do contágio do suicídio, abordando-o de forma minuciosa. É importante desmitificar algumas concepções e promover discussões que ampliem a visão acerca do fenômeno.

1. *Suicídio por contágio*

Há uma questão presente na vida pós-moderna: o indivíduo está imerso em uma crise de sentido, sua subjetividade tem como referência o acúmulo de informações midiáticas que transformaram o sentido de pertencimento e a construção de identidade. Os meios de comunicação exercem um papel importante de doador de sentido na vida das pessoas, norteiam as escolhas, contribuem para a construção de ideologias, influenciam o modo de ser, viver, agir, sentir e pensar, tornando possíveis novas formas de ação e interação no mundo social (CAMPOS e SOUZA, 2003).

Segundo Marquetti (2011) o indivíduo pós-moderno está exposto a uma pluralidade de opções socioculturais e pode ter acesso a inúmeras identidades e subjetividades. As diversas possibilidades de escolhas tendem a desnordeá-lo e como consequência surge a dificuldade do sujeito em se apresentar ao mundo com uma identidade que lhe é própria.

De acordo com Harvey (1989/2014) no mundo pós-moderno, o sujeito tende a se fundir com o meio; misturar sua personalidade à do outro, sem ter consciência dos limites entre o eu e não-eu, processos acentuados pela mídia. A diluição e a instabilidade de fronteiras levam a uma concepção de personalidade cuja consequência é o espetáculo da imagem e da aparência.

O espetáculo, segundo Debord (1997), consiste na propagação de imagens através dos meios de comunicação em massa. A dominação da economia sobre a vida social encaminhou o *ser* para o *ter*. O importante não é *ser* nem *ter*, mas sim *parecer*. Essa constatação revela que a sociedade caminha para um crescente processo de supervalorização da imagem sobre o conteúdo. Nessa perspectiva a aparência impõe-se à existência. O visual e a imagem tornam-se centrais nas relações sociais; a representação de si é fictícia, cindindo a realidade (o que é) da imagem (aquilo que aparenta).

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, no qual não há possibilidade de escapar das notícias modificadas e imprecisas.

Kuczynski (2014) refere que atualmente a maioria de suicídios de adolescentes estão relacionados à exposição de modelos de imitação do comportamento suicida a partir da influência midiática. Segundo os estudos de Bell, Stanley, Mallon, Manthorpe, (2015); Bunch e Barraclough, (1971) o suicídio por contágio tem como base dois mecanismos importantes: a imitação e a identificação. Esses processos tendem a ser acentuados pelos meios de comunicação que levam o espectador a consumir e se identificar com as imagens midiáticas.

Portanto, o suicídio surge na pós-modernidade como uma imagem fascinante e atrativa, sendo um produto apresentado pela mídia para ser consumido na sociedade do espetáculo. O contágio é impulsionado pelas forças atrativas, entre essas, as imagens suicidas – cenas, pessoas que se mataram, exaltação da morte, fascínio e o espetáculo do ato, do local e dos métodos.

O sujeito pós-moderno não consome apenas produtos, mercadorias ou signos como aponta Baudrillard (1995), mas também cenas suicidas, métodos, vida das celebridades e formas de morte.

Em resumo, os eixos norteadores que sustentam a ideia do contágio:

- O consumo de imagens suicidas mediados pelos meios de comunicação
- A imitação e a construção da identidade na pós-modernidade
- O fascínio e a atração do suicídio propagadas pela mídia.

2. *A comunicação midiática*

Entre as modificações decorrentes do período pós-moderno, destacam-se os meios de comunicação e sua influência na sociedade. A palavra mídia origina-se do latim *médium*, utilizado para designar a ideia de imprensa, jornalismo e meio de comunicação. Segundo Charaudeau (2013) os termos informação, comunicação e mídia, são próprios do discurso da modernidade.

Para Kellner (2001) as narrativas e as imagens propagadas por esse meio fornecem símbolos e recursos, que ajudam a construir um modo de ser comum para a maioria das pessoas. A mídia tem como objetivos: obter audiência de um vasto público, criar formas de dominação ideológica, fornecer instrumental para a construção e fortalecimento de identidades. Essas questões devem ser alvo de preocupações e debates atuais dada a relevância da mídia na vida das pessoas.

Segundo Silverstone (2002) a mídia é onipresente e invadiu os espaços públicos e privados. Devido a penetrabilidade dos meios de comunicação em todas as esferas da vida humana, o homem moderno é cercado a todo momento por informações midiáticas. Não é preciso buscar o conteúdo para acessá-lo, basta utilizar o transporte público, o elevador, socializar-se com pessoas que notícias chegarão a todos. O autor aponta: “É impossível escapar à presença, à representação da mídia” (p. 12).

De acordo com Thompson (1999) a partir do desenvolvimento das sociedades modernas, o processo de formação de identidade passou a ser cada vez mais influenciado por imagens simbólicas oferecidas pela mídia, que expande e oferece um leque de opções disponíveis. A mídia oferece uma rica fonte de referências que podem lançar no imaginário social e na realidade objetiva das pessoas diversas representações simbólicas. Essas amplas possibilidades de escolhas, tendem a contribuir para a construção de identidades fluidas, inconstantes e instáveis.

O suicídio é um fenômeno complexo e como pano de fundo não podemos deixar de considerar a influência que a mídia exerce em relação aos comportamentos na sociedade. Dessa forma, buscamos compreender como o suicídio é tratado na mídia.

2.1. Suicídio e mídia

Os principais jornais brasileiros registram em seus manuais de redação um capítulo sobre o tema da ética no jornalismo. São orientações gerais que funcionam como um guia de comportamento no qual a empresa expressa sua postura em situações que podem incitar dúvidas quanto ao modo de publicação sobre temas tabus (PEREIRA e FERREIRA, 2002).

Citamos um artigo publicado no jornal *Observatório da Imprensa*, que em um contexto mais amplo discute o suicídio na pauta jornalística e ressalta que, geralmente quando um jornalista se depara com a dúvida sobre como proceder em relação ao seu trabalho, pode recorrer ao seu editor ou procurar orientações em manuais de redação (GRANDO, 2010).

Ainda segundo o artigo mencionado acima, o manual da redação da *Folha de S. Paulo* recomenda que o jornalista não deve omitir notícias sobre suicídio quando for a causa de morte de uma pessoa. O jornal *O Dia*, não publica notícias de suicídios, salvo em situações particulares, pela notoriedade dos envolvidos, pelo interesse público das razões que levaram ao ato suicida. Os casos que mais atraem a atenção dos meios de comunicação são os relacionados

às pessoas famosas. No manual do *Estado de São Paulo* não consta a palavra suicídio, apenas como tratar o tema da morte.

Os suicídios expostos pelos veículos de comunicação contrariam o silêncio e a interdição da morte na pós-modernidade, pois deslocam o fenômeno do espaço íntimo e privado, tornando-o público e visível às pessoas. Botega (2015) ressalta que nas grandes cidades e nos meios de comunicação o suicídio passou a ser um fato escancarado e espetacular na mídia.

Kovács (2012) utiliza o termo morte escancarada para designar a ideia de que os meios de comunicação expõem de forma maciça e espetacular situações de violência, suicídios e mortes, que por sua vez, invadem ao cotidiano e a vida das pessoas sem proteção ou preparo. Esses eventos trágicos podem gerar o excesso de imagens violentas que deixam marcas de vulnerabilidade nos espectadores e também a banalização da morte. A autora defende a importância de se criar espaços para refletir como a morte pode ser apresentada na mídia.

Atualmente o suicídio na mídia pendula entre o silêncio e a publicação de modo escancarado. De um lado, o tema é tabu na mídia, banido da comunicação e por outro, o suicídio é veiculado de modo superficial, sem espaço para a reflexão, como aponta Kovács (2012).

3. Método

Esse estudo teve como objetivo compreender como a mídia aborda o suicídio e a possibilidade de influenciar o seu contágio. Trata-se de uma pesquisa de natureza qualitativa, baseada no método fenomenológico. Cumpre salientar que a fenomenologia foi utilizada como base e não de modo estrito.

Foram realizadas entrevistas abertas com cinco jornalistas que identificaram e descreveram suas percepções a respeito do suicídio nos veículos de comunicação, a partir da pergunta disparadora: “*Como o suicídio deve ser noticiado?*”.

As unidades de significado foram extraídas tendo como base o método fenomenológico proposto por Moustakas (1994), com os seguintes passos:

(1) A *epochè* que preconiza colocar entre parênteses os pré-julgamentos, suspendendo as concepções prévias para se chegar à essência do fenômeno.

(2) Redução fenomenológica que consiste em voltar à coisa mesma. A partir da experiência do colaborador são assinalados os trechos mais relevantes para este estudo, considerando as

repetições dos temas pelo menos duas vezes para a posterior composição das unidades de significado. A redução fenomenológica se subdivide em cinco passos.

- **Engajamento inicial** – iniciar a investigação estudando o material, o método e os procedimentos por meio da análise dos fenômenos.
- **Agrupamento** – organizar os temas em categorias temáticas e agrupar repetições.
- **Delimitação** – delimitar o conteúdo destacando os elementos significativos a partir da vivência do suicídio, contágio e mídia.
- **Horizontalização** – listar as afirmações relevantes do depoimento para o tema da pesquisa.
- **Agrupamento das principais unidades de significados e dos temas** – realizar o agrupamento das afirmações e frases do depoente para o ordenamento dos temas e posterior compreensão dos dados.

3) Variação eidética que visa à busca do Eidos ou a procura da essência, cujo objetivo é organizar os dados obtidos em temas para compor as unidades de significado a partir da estrutura invariante da experiência de cada colaborador. Após a variação eidética, espera-se:

- Temas e descrições individuais das condições humanas.
- Compreensão das condições humanas.
- Composição das condições humanas de todos os entrevistados (apresentada após as entrevistas)

Adaptamos método ao propor a análise em duas etapas: a análise individual de cada depoimento, evidenciando suas unidades de significado e após essa primeira apreciação estabelecemos o diálogo entre a fala do colaborador e a compreensão das pesquisadoras.

4) Síntese e discussão geral dos resultados: análise global dos principais temas observados em todas as entrevistas, articulando o referencial teórico e a compreensão das pesquisadoras.

4. *Discussão*

A análise das entrevistas apontou três categorias temáticas principais: 1) Dos medos e incertezas diante do contágio aos questionamentos sobre o papel da mídia nos suicídios; 2) As percepções e posturas dos jornalistas quanto à publicação de suicídios na mídia; 3) Os desafios do jornalismo atual: imediatismo, pressão e sofrimento psíquico.

As incertezas e dúvidas no que concerne ao papel da mídia na questão do suicídio apareceram nos relatos de todos os colaboradores, que se referiram ao contágio como hipótese não comprovada, mas mesmo sem comprovação do contágio persiste a incerteza e dúvida nos jornalistas sobre noticiar ou não suicídios. Na investigação de Waiselfisz (2014) e na nossa, encontramos como ponto em comum que o tema é pouco abordado por diversas razões, dentre as quais, o medo frente às incertezas sobre o contágio leva à supressão de pautas de suicídio na mídia, pois esses profissionais evitam desafiar a crença de que possa haver a possibilidade de contágio. Sintetizando essa ideia, Dapieve (2006) afirma que a própria imprensa foi contagiada pela ideia de contágio.

No tema do suicídio por contágio, duas ideias centrais foram expostas pelos colaboradores. De um lado, os colaboradores contestaram o risco da repetição e, por outro, verbalizaram a possível influência midiática no ato suicida. Esse é o ponto central da discussão sobre o contágio: os jornalistas não sabem se o efeito Werther é real. Resultado semelhante às pesquisas de Stack, (2003) e Gould & Lake (2013), que apontam a mídia como fator de risco importante para o suicídio. Todavia, cabe ressaltar que os estudos não fornecem dados consistentes para indicar a ligação de causa e efeito entre a cobertura midiática e a ocorrência de suicídios.

Segundo os jornalistas desse estudo, os temas que ganham destaque nos jornais são: crimes, latrocínios, acidentes e homicídio seguido de suicídio, pois esses eventos exigem investigações das autoridades e trazem informações relevantes sobre as condições de vida na cidade. Os colaboradores apontaram que o suicídio como fato isolado não deve ser publicado por se tratar de evento particular, por não dizer respeito à sociedade e não levar o leitor a participar de discussões importantes sobre a metrópole.

Nos relatos dos colaboradores duas posturas foram evidenciadas: a publicação de suicídios de maneira inadequada, contrariando as recomendações de órgãos de saúde pública e/ou a falta de reportagens. Interessante notar que todos os colaboradores relataram a importância de publicar notícias sobre suicídio, buscando alertar, informar e instruir a população.

Noticiar o tema na mídia não determina o suicídio de outras pessoas, porém as informações sobre o método, o local da cena suicida e o modo como esse conteúdo é noticiado pode favorecer o espetáculo do suicídio e levar ao contágio, principalmente quando a questão tratada envolve celebridades e figuras públicas. A presente pesquisa apontou que jornalistas não publicam sobre o suicídio por respeito aos familiares enlutados, por se tratar de um evento de foro íntimo, pelo medo do contágio, devido à aparente falta de interesse no tema e também pela falta de preparo desses profissionais durante a graduação.

Os colaboradores apontaram que informações minuciosas sobre o suicídio devem ser evitadas na mídia, pois pode haver o risco de contágio. Entretanto, os jornalistas buscam expor os detalhes quando a pessoa que se mata é uma celebridade, atraindo a atenção dos leitores e aumentando o índice de audiência do jornal. O suicídio se tornou uma marca do consumo, um espetáculo midiático, cuja imagem é propagada pelos meios de comunicação.

Segundo os colaboradores o imediatismo e a pressão sofrida no trabalho produzem efeitos no jornalismo: objetividade e descrição factual de ocorrências, elaboração de reportagens incompletas com apurações fragmentadas e superficiais que podem levar ao contágio. Dessa maneira, a busca por audiência passa a ser o fator primordial no jornalismo, dificultando a elaboração de reportagens reflexivas devido ao grande volume de trabalho e o pouco tempo disponível.

5. Considerações finais.

Buscamos investigar como os jornalistas noticiam o suicídio na mídia. A partir das entrevistas realizadas com esses profissionais, traçamos um panorama acerca dos tópicos relacionados com os objetivos dessa pesquisa.

A questão principal levantada na presente pesquisa é: reportagens sobre suicídio na mídia levam outras pessoas a se matarem? Os jornalistas desta pesquisa se referiram ao contágio como um fenômeno incerto, indeterminado, dubitável. Em outros termos, não foi possível observar um posicionamento claro desses profissionais, sendo que a maioria não tem conhecimento aprofundado sobre o tema. Apontaram que o contágio é somente uma hipótese, que ainda causa receio entre jornalistas, que acreditam que em alguns casos a mídia pode estimular a ocorrência de outros suicídios.

A mídia pode servir como uma aliada na prevenção do suicídio como também pode proporcionar um espetáculo diante do ato suicida. Destacamos a importância de se investigar

com profundidade os meandros e as nuances que dizem respeito a possibilidade de contágio. Mais importante do que a decisão de noticiar ou não o suicídio, cabe à reflexão a respeito da abordagem do tema. Embora o suicídio seja um assunto pouco noticiado nos meios de comunicação, foi possível perceber que existem jornalistas interessados em trabalhar com a temática do suicídio e sua prevenção.

Assim, não pretendemos encerrar o assunto ou fornecer conclusões. Convidamos o leitor a dialogar conosco e com os jornalistas sobre a temática do suicídio e sua prevenção. Esperamos que esse trabalho possa despertar a reflexão e abrir novos caminhos para trocas, discussão e compartilhamento, de modo a fortalecer a militância em favor da vida e tecer redes de apoio.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. (Morão, A, trad.) Rio de Janeiro: Elfos, 1995.

BELL, J., STANLEY, N., MALLON, S., & MANTHORPE, J. Insights on processes and mechanisms from young people bereaved by suicide: Narratives of Suicide Contagion: **Suicidology Online**, n. 6, v.1, pp.43-52, 2015. Disponível em: <http://clok.uclan.ac.uk/11796/>

BUNCH, J., & BARRACLOUGH, B. The influence of parental death and anniversaries upon suicide dates. **The British Journal of Psychiatry**, n. 118, v. 547, pp. 621-626, 1971. Disponível em: <http://bjp.rcpsych.org/content/118/547/621>

BOTEGA, N. J. **Crise suicida: avaliação e manejo**. Porto Alegre: Artmed, 2015.

CAMPOS, C. C. G., & SOUZA, S. J. Mídia, cultura do consumo e constituição da subjetividade na infância. **Psicologia Ciência Profissão**, n. 23, v. 1, pp. 12-21, 2003. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932003000100003

CASSORLA, R. M. S. **Do Suicídio: estudos brasileiros**. Campinas: Papirus, 1991.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

DAPIEVE, A. H. M. **Suicídio por contágio – A maneira pela qual a imprensa trata a morte voluntária**. 172 f. (Dissertação de Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. (Abreu, E. S, trad.) Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DURKHEIM, E. **O suicídio – Estudo de sociologia**. São Paulo: Martin Fontes, 2013. (Publicação original de 1897).

GRANDO, C. P. O suicídio na pauta jornalística. **Observatório da Imprensa**. n. 596, 2010. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/o-suicidio-na-pauta-jornalistica/>

GOULD, M., JAMIESON, P., & ROMER, D. Media contagion and suicide among the young. **The American Behavioral Scientist**, n. 46, v. 9, pp. 1269-1284, 2003. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002764202250670>

GOULD, M. S. & LAKE, A. M. **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. Washington (DC): National Academies Press, 2013. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK207262/>

HARVEY, D. (2014). **A condição pós-moderna**. (Sobral, A, U; Gonçalves, M. S, trads.) São Paulo: Loyola. (Publicação original de 1989).

HAWTON, K., SAUNDERS, K. E., & O'CONNOR, R. C. Self-harm and suicide in adolescents. **Lancet**, n. 379, pp. 2373–2382, 2012. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22726518>

KELLNER, D. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. (Benedetti, I. C, trad.) Bauru: EDUSC, 2001.

KOBURGER N. et al. Celebrity suicide on the railway network: Can one case trigger international effects? **J Affect Disord**, n. 185, pp. 38–46, 2015. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26143403>

KOVÁCS, M. J. Educadores e a morte. **Revista Semestral da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional** , n. 1, v. 36, pp. 71-81, 2012.

KOVÁCS, M. J. Apresentação. **Psicologia USP**, n. 25, v. 3, pp. 229-230, 2014. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65642014000300229

KOVÁCS, M. J. (1992). **Morte e desenvolvimento humano**. São Paulo: Casa do Psicólogo

KUCZYNSKI, E. Suicídio na infância e adolescência. **Psicologia USP**, n. 25, v. 3, pp. 246-252, 2014. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-65642014000300246&script=sci_abstract&tlng=pt

MARQUETTI, F. C. **O suicídio como espetáculo na metrópole: Cenas, cenários e espectadores.** São Paulo: Fap-Unifesp, 2011.

MOUSTAKAS, C. **Phenomenological research methods.** Thousand Oaks: Sage Publications, 1994.

OMS. In: SUPRE- **Suicide Prevention Program. Departamento de saúde mental, transtornos mentais e comportamentais,** 2000.

PEREIRA, M., & FERREIRA, F. Desafios da ética. In. Caldas, A (Org). **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da internet.** (pp. 193-205). São Paulo: Loyola, 2002.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

STACK, S. Crisis Phones – Suicide Prevention Versus Suggestion/Contagion Effects. **Crisis,** n. 36, v.3, pp. 220-224, 2015. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26122258>

THOMPSON J. B. **Mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Vozes, 1998.

WAISELFISZ, J. J. **Mapa da Violência 2014 – Os Jovens do Brasil.** Rio de Janeiro: Flasco & Ministério da Justiça, 2014.