

## SUICÍDIO, LAÇOS SOCIAIS E FACEBOOK: análise etnográfica com grupos na mídia social digital

SUICIDE, SOCIAL TIES AND FACEBOOK: ethnographic analysis with groups on digital social media  
SUICIDIO, LAZOS SOCIALES Y FACEBOOK: análisis etnográfico con grupos en redes sociales

### Aline Amaral Paz

Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestra em Comunicação Midiática e Estratégias comunicacionais, UFSM.  
[alineamaralpaz@gmail.com](mailto:alineamaralpaz@gmail.com).

 0000-0002-0888-0781

### Sandra Rúbia da Silva

Doutora em Antropologia Social pela Universidade Federal de Santa Maria. Docente do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM.  
[sandraxrubia@gmail.com](mailto:sandraxrubia@gmail.com).

 0000-0001-7548-5178

Correspondência: Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Avenida Roraima, nº 1000, 97105-900, Cidade Universitária Bairro - Camobi, Santa Maria – RS - Brasil.

Recebido em: 03.04.2020.  
Aceito em: 27.05.2020.  
Publicado em: 01.07.2020.

### Introdução

A partir de uma abordagem metodológica de etnografia para a internet (HINE, 2015), no período de um ano, a imersão etnográfica apontou grupos no *Facebook/Brasil* compostos por indivíduos que compartilham conteúdos, experiências e comportamentos ligados ao suicídio.

Na mesma direção argumentativa de Marcidemes Silva (1992) que em seu estudo no campo da psicologia social analisa cartas escritas e deixadas por indivíduos que efetivaram a morte por suicídio, sugerimos que na contemporaneidade, o suicídio é um ato de comunicação na internet.

Sob essa ótica, a internet funciona como um campo que possibilita através das mídias sociais digitais, a criação e a manutenção de laços intermediários. A perspectiva

### RESUMO:

Inserido no campo da comunicação em forte diálogo com a socioantropologia, a partir da abordagem metodológica de etnografia para a internet, este artigo identifica a existência de grupos na mídia social digital que criam espaços para compartilhar conteúdos relacionados ao suicídio. Os principais resultados apontam para três questões: primeiro, o suicídio é um ato de comunicação na internet. Segundo, a mídia social digital possibilita outras formas de criação de laços sociais. Esses laços, percebidos como laços intermediários, podem colaborar para a prevenção e combate da morte autoprovocada. Terceiro, a ausência de organizações institucionais mediadoras do compartilhamento de conteúdos nos grupos que, especialmente, são compostos por membros considerados vulneráveis e de risco. Majoritariamente, esses grupos são ocupados por jovens.

**PALAVRAS-CHAVES:** Suicídio; Culturas digitais; Laços sociais; Jovens; Facebook.

durkheimiana entende os laços intermediários por aqueles criados e mantidos para além da família, da escola e do Estado.

Tratar essa temática no campo de pesquisa requer abordar a relevância dos dados estatísticos. Aproximadamente a cada quarenta segundos uma pessoa comete suicídio no mundo. Para cada indivíduo que efetiva a morte autoprovocada, existem pelo menos vinte pessoas que recorrem à tentativa. Os jovens entre 15 e 29 anos são considerados público vulnerável e de risco, já que o suicídio é a segunda causa de morte na juventude no mundo e a quarta causa de morte no Brasil (ONU, 2019).

Além disso, dos 193 países registrados na Organização das Nações Unidas (ONU), apenas 60 cadastram informações das mortes por suicídio e desses, menos da metade promove práticas nacionais de prevenção. Os números não são exatos, gerando sub-registros (BERTOLOTE, 2012). Muitos casos não são registrados como suicídio por questões culturais, sociais e religiosas (TRIGUEIRO, 2015).

Com base na análise durkheimiana pode-se dizer que quando um indivíduo opta pelo suicídio tem-se um universo de significados materiais e simbólicos para compreender muito mais sobre a sociedade do que sobre o indivíduo em si. Isso, porque o suicídio é um fenômeno social e não individual.

Além disso, o suicídio não é a morte em si, é um tipo de morte, como ressalta Durkheim (2011, p. 14): “A tentativa é o ato assim definido mas interrompido antes que dele resulte a morte”. Nesse sentido, tentativas de suicídio e as ideações suicidas<sup>1</sup>, segundo Marcidemes Silva (1992) envolve o processo de *suicidando*, composto por todas as etapas, desde a morte planejada até a morte executada do indivíduo por ele mesmo.

A partir dessas concepções, apontamos dois perfis de grupos na mídia social digital, em que o primeiro perfil forma grupos compostos por membros que expressam ideações suicidas e, com isso, encontram conexões recíprocas e sentem-se vinculados a outros indivíduos que os reconhecem nas pautas. Por outro lado, o segundo perfil, aponta os grupos que compartilham material relacionado à prevenção do suicídio. Entretanto, embora os dois perfis possuam apelo ao combate do suicídio, como apresenta a análise, eles não se relacionam dentro da mesma plataforma.

Nesse sentido, enquanto alguns dos grupos apontados no recorte metodológico são grupos compostos por indivíduos que utilizam a mídia social digital para expressar

---

<sup>1</sup> O termo ideação suicida é compreendido no campo da saúde como pensamentos, planejamento e o desejo pela morte voluntária. O processo do suicídio pode ser classificado em três categorias: ideação, tentativa e o suicídio consumado. Neste sentido as ideações suicidas são os primeiros comportamentos mentais, práticos e sociais que podem ou não efetivar a morte (ARAÚJO; VIEIRA; COUTINHO, 2010).

ideações suicidas através de atos comunicativos, outros grupos, utilizam a mesma mídia social para a criação de conteúdos que se concentram na prevenção.

A seguir, o artigo está dividido em quatro seções sequenciais. Na primeira apontamos a perspectiva metodológica. Na segunda discorremos sobre a criação de laços sociais digitais com a internet incorporada no cotidiano social para pensar a questão do suicídio. A terceira, os elementos do campo etnográfico elucidam o argumento que percebe a criação de laços sociais intermediários para comunicar ideias suicidas. Posteriormente, têm-se os grupos que evidenciam a produção de conteúdo voltado para a prevenção do suicídio.

### Abordagem etnográfica na internet

A antropóloga Christine Hine (2016) entende que os ambientes conectados produzem o fenômeno da corporificação. Ficar ou estar *online* não é diferente de outras formas materializadas da experiência humana. A vida cotidiana acontece tanto *online*, quanto *off-line* e as vivências se complementam e coexistem. A autora enfatiza que: “Uma experiência *on-line* pode produzir uma resposta emocional, tanto quanto qualquer outra forma de experiência” (2016, p. 16).

Nesse prisma, estar conectado aos ambientes digitais torna-se uma extensão corporificada do cotidiano. A lógica da mídia tem se apropriado do aspecto emocional da experiência *online*, criando botões de expressão dos sentimentos, como “amei”, “feliz”, “raiva”, para expressar como as pessoas se sentem em relação ao que compartilham.

Daniel Miller e coautores (2016) na pesquisa etnográfica colaborativa e comparativa em nove países, argumentam em “*Why we post*”<sup>2</sup> (“Por que postamos”, em português) que não há distinção entre o *off-line* e o *online*, ou seja, a mídia social digital na contemporaneidade é integrada na vida das pessoas.

Nessa perspectiva, inicialmente, pesquisamos no *Facebook* as palavras-chave “suicídio” e “suicida”. Com a palavra-chave “suicídio”, 91 grupos foram encontrados. Com a palavra-chave “suicida”, 88 grupos. Com essas palavras-chave obtivemos resultados que nos levaram a grupos como “*Esquadrão suicida*”, relacionado ao título de um filme e, também, a grupos criados por membros de países da América latina, como Argentina e Chile. Além disso, foram encontrados grupos de sobreviventes, enlutados, familiares e,

---

<sup>2</sup> Why We Post é um projeto de pesquisa global que investigou os usos e consequências das mídias sociais. Nove antropólogos passaram 15 meses vivendo em comunidades pelo mundo, pesquisando o papel das mídias sociais nas vidas cotidianas das pessoas. Disponível em: <<https://www.ucl.ac.uk/why-we-post>>.

principalmente, mães que se reúnem na internet para relatar sobre filhos e filhas que efetivaram o suicídio.

Nesse contexto, para este artigo, que é o recorte de uma pesquisa de dissertação<sup>3</sup>, utilizamos como critério privilegiar os grupos no escopo geográfico do *Facebook/BR*, que possuem mais de 1000 integrantes e, dentre eles, os dez mais ativos<sup>4</sup> com publicações de membros.

Ressalta-se que para os grupos com modalidade de privacidade fechada no *Facebook*, foram enviadas solicitações para entrada, no entanto, alguns não aceitaram o pedido. Nesse sentido, as pesquisadoras ficaram dependentes da aceitação de entrada nos grupos. Por essas razões, salientamos que a seleção do corpus de análise foi posta às limitações do campo.

Para esse artigo, ressaltamos também que os dados etnográficos são apontados a partir de estadia no campo, que inclui observação participativa dentro dos grupos, além de conversas no chat privado do *Messenger* do *Facebook* com membros dos grupos.

Com esses apontamentos, podemos observar a demanda criada pela temática. A quantidade de grupos produzindo material relacionado ao suicídio nos leva a tensionar os vínculos sociais possibilitados pela comunicação digital e requer uma visada teórica pensando a formação e manutenção dos laços sociais contemporâneos.

### **Mídia social, suicídio e os laços sociais nos ambientes digitais**

A vivência digital analítica com grupos nos ambientes *online* possibilita nos aproximar da compreensão sobre os vínculos criados e mantidos em universos digitais. Desta forma, podemos obter maior percepção dos componentes que configuram esses laços e dos processos e dinâmicas sociais que colaboram para o entendimento da vida contemporânea.

Entre países, estados, regiões e cidades no mundo, mais de quatro bilhões de pessoas possuem possibilidades de conexão diária com a internet (TCMUNDO, 2018). Por meio de *hashtags*, *emoticons*, *virais* e *memes*, estar nos ambientes digitais transforma os modos de interação e socialização na sociedade. São milhões de computadores e smartphones, entre outros artefatos digitais, conectados registrando uma comunicação global.

---

<sup>3</sup> Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) sob o título: "O suicídio em torno da vida e da morte: uma etnografia do consumo do Facebook por jovens" (PAZ, 2019).

<sup>4</sup> Que realizam publicações diárias ou pelo menos de dois em dois dias.

Dentro de pequenos e móveis aparelhos tecnológicos há uma diversidade de ambientes *online* que comportam e constituem lugares para compreender culturas e significados. Mais que isso, a possibilidade de compreender comunidades que se unem por laços indenitários e afetivos para compartilhar experiências do cotidiano nas mídias sociais digitais (HINE, 2016; MILLER *et al.*, 2016).

Nesse sentido, os usuários das mídias sociais digitais criam e moldam os grupos que se mostram lugares para expressar as ideias suicidas e para criação de laços sociais intermediários por afinidade. Com isso, o suicídio se configura em um processo de atos comunicativos na internet. As ideias suicidas encontram um lugar para pertencer, anunciar, acolher, desistir ou efetivar a morte. Da mesma forma, grupos sociais se reúnem na internet para formar laços combativos e preventivos do suicídio.

Para os antropólogos Miller e co-autores (2016), sociabilidade escalonável é uma perspectiva teórica que ajuda a compreender as relações nas mídias sociais digitais. Nessa direção torna-se relevante entender as razões pelas quais as pessoas escolhem estes ou àqueles conteúdos e ambientes para compartilhar nas mídias.

Sociabilidade escalonável está relacionada à maneira como as pessoas utilizam os ambientes *online*. Por essa via as mídias são organizadas por escalas e níveis hierárquicos de privacidade e informações disponíveis publicamente ou não.

Para pensar a questão do suicídio nas mídias sociais digitais, pensa-se a partir da sociologia durkheimiana como um fato social dependente de contextos e de culturas na sociedade, que na contemporaneidade se apresenta como uma prática social incorporada no *online*.

Para Durkheim os elementos da moral social, o espírito de disciplina e a adesão aos grupos sociais, são fundamentais para a existência ativa e cativa do indivíduo em sociedade, argumentando que “o homem sente-se mais disposto a matar-se quanto mais desapegado está da coletividade” (2012, p. 80). Isto é, quanto mais coeso um grupo social for, menos propensos os indivíduos ficam às ideias suicidas.

Aliado a essa discussão, segundo o sociólogo Serge Paugam (2017) pode-se considerar que a concepção de vínculo social tem origem a partir dos estudos durkheimianos. Contudo, discorre sobre as novas configurações de vínculos na sociedade contemporânea para compreender os fundamentos dos laços e o que produz rupturas entre eles.

Paugam chama atenção para os componentes dos laços, destacando que o vínculo social não está apenas na relação interpessoal estabelecida. O vínculo social está sujeito ao mínimo de simpatia com os interesses e códigos sociais dos grupos, enfatizando que

(2017, p. 147): "A força de um laço não é medida unicamente em uma relação interpessoal, mas sim em um vínculo ao sistema social que torna possível ou não um conjunto de relações interpessoais que se inscrevem em esferas normativas distintas".

Le Breton (2018), também ao discorrer sobre laços sociais na atualidade, argumenta que os vínculos sociais estão condicionados as ambiências dentro de um contexto de sociedade conectada, sugerindo que a depressão pode ser o colapso dos vínculos significativos para o indivíduo. O autor denomina por "*branco*" o estado do indivíduo em que ele reapropria a própria existência para dar conta do fardo que é o cotidiano contemporâneo.

Sob essa ótica, para driblar a si mesmo em seu viver, o indivíduo assume através de um desligamento de si, por exercícios lúdicos e que possibilitam a experiência de outros papéis e outro "eu" que não seja aquele que tem que ser a maior parte do tempo. São espaços de suspensão. Uma modalidade da existência em que não é necessário prestar contas de obrigações e representações sociais que não queira (BRETON, 2018).

Nessa perspectiva, o "*branco*" sustenta outros "*eus*" ou subjetividades no mundo digital. Também torna possível práticas comprometidas com as próprias regras que o indivíduo ou grupos criam: "e quando se é mestre em um mundo reduzido a extensão de si mesmo e modelado por um suporte técnico, voltar ao estatuto subalterno infligido pelo vínculo social nem sempre é gratificante" (BRETON, 2018, posição 1359). Nesse contexto, os indivíduos, especialmente os jovens, encontram dificuldade de sair desses ambientes.

Dialogando com a pesquisa de Marcimedes Silva (1992), a autora argumenta que o indivíduo que não foi escutado em vida, vê no suicídio a última forma de manifestação comunicativa com intuito de transitar de uma passagem de estado a outro, tendo passado antes por um processo ritualístico que pode resultar na morte efetivada por suicídio.

Como demonstram os dados do campo<sup>5</sup>, ter um lugar para dizer: "*Às vezes é tão difícil segurar as lágrimas*" e "*Calado então eu grito com o silêncio*" são atos comunicativos de comportamentos do processo suicida que buscam por laços sociais que os ajudem a não morrer.

Nessa publicação: "*Por favor me ajuda, isso não é um meme*" observa-se elementos recorrentes nas publicações, que são, em maioria, grupos de pedidos de ajuda. A

---

<sup>5</sup> As citações de participantes da pesquisa são reproduções de registros do campo etnográfico durante o período de doze meses, por meio de observação sistemática e conversas online. Todas, mantendo a linguagem nativa, passaram, contudo, por uma revisão da língua portuguesa para a escrita deste artigo.

publicação também recorre à linguagem digital ao se referir “*isso não é um meme*” para que o pedido de ajuda receba a importância solicitada.

Reafirma-se o argumento que vem sendo defendido de que o suicídio é um ato de comunicação na internet, que pode ou não levar a morte efetiva por suicídio. A existência de um lugar para expressar comportamentos suicidas e/ou narrativas de combate ao suicídio compõe um quadro social que colabora para produzir um ambiente que conecta laços sociais em comum, possibilitando o sentimento de pertencimento, reconhecimento e acolhimento. Com isso, há a efetivação de laços intermediários.

O que se segue, são os elementos do campo correspondentes aos dez grupos mapeados na pesquisa. Dividimos os grupos nos dois perfis identificados: grupos majoritariamente com jovens que comunicam ideias suicidas, nomeado na subseção por: o suicídio é um ato de comunicação na internet. E os grupos concentrados em produzir conteúdos de prevenção, compostos por organizações e profissionais da saúde, nomeado na subseção por: a mídia social digital é um lugar para prevenção e combate do suicídio.

Foram tomados alguns cuidados éticos nesta pesquisa. Os nomes dos grupos não são revelados, preferimos nomeá-los alfabeticamente, tendo em vista que o objetivo não é expor os grupos, que em maioria são ocupados por jovens, incluindo menores de idade. Nessa direção, busca-se evidenciar que existe uma produção digital de material relacionado ao suicídio e a criação de vínculos sociais possibilitados pelas mídias digitais.

De forma expositiva e para fins didáticos, apresenta-se a tabela com os dois perfis dos grupos pesquisados:

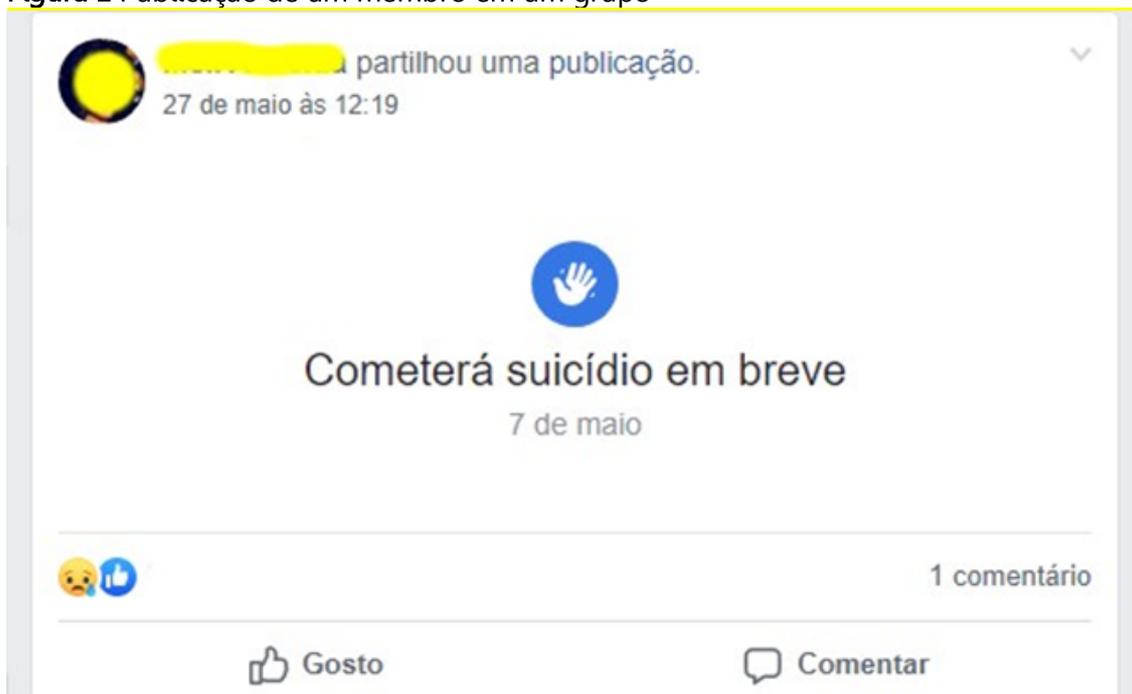
**Tabela 1** Composição dos grupos do campo empírico

Grupo	Perfil 1 Comunica ideações suicidas	Perfil 2 Conteúdo para prevenção do suicídio	Nº aproximado de membros	Privacidade Público/Fechado
A	X		6.000	Fechado
B	X		4.000	Fechado
C	X		8.000	Fechado
D	X		10.000	Fechado
E	X		70.00	Fechado
F	X		5.000	Público
G	X		9.000	Fechado
H		X	2.000	Fechado
I		X	4.000	Público

J		X	1.000	Público
---	--	---	-------	---------

## O suicídio é um ato de comunicação na internet

Figura 1 Publicação de um membro em um grupo



Fonte: Captura de tela do Facebook.

O argumento suscitado considera que estar nesses espaços digitais é uma forma de criar laços sociais intermediários. Durkheim em "*A educação moral*" (2012) concorda com a importância dos grupos intermediários que podem ser grupos profissionais, religiosos, esportivos, entre outros, podendo fortalecer a moral social, ou seja, criar espaços de disciplina, adesão e coesão. Com essa perspectiva, estar vinculado a grupos sociais diminui as chances da efetivação da morte voluntária, que segundo as orientações de Paugam (2017), os vínculos devem buscar compartilhar propósitos, interesses e sensibilidades recíprocas em comum.

Se esses grupos forem empáticos quanto aos motivos pelos quais os integrantes se reúnem, os laços sociais se fortalecem pelas compatibilidades acionadas entre eles. Aqui se define a relevância do laço social intermediário. Vincular-se a esses grupos, possui um caráter adicional de grupos como a escola e a família, que, necessariamente, entre outros elementos, formam laços por obrigação.

No entanto, deve-se considerar que às mídias sociais digitais também criam espaços com ambientes carentes e despreparados para dialogar sobre determinadas

questões, tornando-se um agravante para indivíduos em situações vulneráveis. Ao encontro dos achados na pesquisa de Ana Almeida (2000) quando afirma que jovens em convivência com outros jovens em situações de risco, podem se encorajar a efetivar a ação do suicídio.

Nesse sentido, é extremamente importante entender que o suicídio é multifatorial, é um fenômeno com causas múltiplas e não generalizáveis, tornando-se um equívoco afirmar que um episódio ou uma situação exclusiva e única foi o motivo individual e particular de um suicídio (FUKUMITSU *et al.*, 2015; NIEDERKROTENTHALER *et al.*, 2010).

Na sequência, os apontamentos concentram-se em dados compartilhados pelos integrantes dos grupos que apontam como os espaços são organizados em uma dinâmica que oferece acolhimento para os atos comunicativos relacionados ao suicídio, e com isso, possibilita a interação que pode criar, fortalecer e manter vínculos sociais.

Primeiramente, o *Grupo A*, está na modalidade de privacidade fechada, composto por mais de 6.000 membros. As publicações são feitas por jovens pré-adolescentes a partir de 12 anos, com conteúdos que vão desde fotos e vídeos pessoais, mensagens e memes<sup>6</sup>.

Não há conteúdo de incentivo a prática do suicídio. Há em grande maioria, compartilhamento de fotos e mensagens de membros. O grupo se descreve no perfil como lugar que proporciona um espaço para encontrar “amigos virtuais” que possam resultar em relações afetivas.

Nesse grupo observa-se a ausência de publicações relacionadas à prevenção por parte de organizações institucionais ou profissionais ligados à área da saúde. Os integrantes do grupo publicam diariamente questões relacionadas a experiências cotidianas pessoais.

As publicações se dividem em autoajuda e pedidos de ajuda. Nesse sentido, os membros trocam informações pessoais nos comentários das publicações, como telefone e cidade. Com isso, relacionam-se também em outros ambientes na internet e modos intercalados de privacidade, acionando a perspectiva de sociabilidade escalonável.

O *Grupo B*, também na modalidade fechada, possui quase 4.000 membros. Seu nome foi inspirado em um filme que apresenta a história de um adolescente com tendências suicidas que sofria *bullying*.

O objetivo do grupo, segundo sua descrição, é ajudar pessoas com depressão por meio da aproximação *online* proporcionando um ambiente para novas amizades.

---

<sup>6</sup> Meme, neste caso, refere-se a uma linguagem do universo digital que contempla principalmente imagens com conteúdos de humor e sarcástico.

Observa-se nas publicações como: "*você não está sozinho e pode desabafar com a gente*", a busca por ativar e manter laços sociais intermediários e a produzir um espaço de acolhimento entre os membros com propósitos em comum.

As publicações, em sua maioria, são realizadas por adolescentes. O conteúdo das publicações compartilhadas são relatos, solicitação de "amigos online" para conversar, enquetes e discussões sobre suicídio e temas relacionados, como *bullying* e assédios morais e sexuais. Além de publicações com fotos de mutilação corporal.

Esse grupo, aponta a questão do gênero como um elemento central, com publicações de meninas e relatos de violências sofridas em função de práticas sexistas, machistas e racistas.

Algumas publicações compostas pelo processo do suicidando expõe fotos e depoimentos pessoais de abusos e violência psicológica e física, juntamente com tentativas de suicídio. As interações quase sempre alternam entre conversas nos comentários das publicações, que podem ser direcionadas para conversas no chat do *Facebook* ou *Whatsapp*, individualmente e/ou em grupos.

São recorrentes no grupo B frases como: "*Pareço feliz, mas, não sou, odeio minha vida sou um lixo, sou uma idiota*" e "*Tenho o sorriso estampado no rosto, mas o coração pede socorro, sou a excluída no grupo dos amigos, sou a problemática da família*".

É evidente nas publicações a busca por um "ouvinte" *online* como meio para desabafar e compartilhar informações e experiências relacionadas a frustrações e impactos cotidianos que produzem ideações suicidas. Não há no grupo publicações de membros da área da saúde, psicologia ou organizações institucionais que visam à prevenção do suicídio.

Da mesma forma, o *Grupo C* é fechado, com pouco mais de 8.000 membros. Observa-se a concentração de publicações realizadas por jovens na faixa etária aproximada entre 14 e 20 anos. Esse grupo também se estende para o *Whatsapp*, evidenciando a sociabilidade escalonável como forma de estabelecer outros meios de privacidade e manutenção das interações.

O compartilhamento de mensagens e depoimentos pessoais é a base do grupo. Publicações como: "*Dói se sentir um lixo todos os dias*", "*Não estou sabendo existir #Alone*", "*O suicídio pode não ser a melhor saída, mas talvez seja a única maneira de descansar a mente*" e "*A solidão esta me assombrando e o peso do mundo cada vez mais difícil de suporta*" são comuns e recorrentes nesse espaço.

São frequentes publicações que evidenciam os comportamentos de risco e ideações suicidas, como fotos de comprimidos e mutilação corporal. Nesse grupo são

constantes as expressões de solidão, de rejeição e não aceitação do meio social advindos da convivência familiar e escolar, além de, publicações nas quais os membros perguntam como se suicidar, qual a melhor forma e como se mutilar, como indicado na publicação a seguir: *"Alguém já tentou suicídio? Como? Sentiu o que?"*.

Retomamos a pesquisa de Almeida (2000) que aponta a forte relação suicida entre jovens com amigos e amigas que já tentaram ou efetivaram suicídio. Essa detecção pode funcionar como fator de risco para os jovens na convivência e identificação com comportamentos de ideação suicida por meio dos vínculos que estabelecem entre eles.

Esse apontamento enumera pelo menos duas preocupações centrais: primeiro, as trocas são realizadas sem interferência de profissionais e sem grandes problematizações. Segundo, as inter-relações no universo online entre jovens, pode agravar a situação das tendências suicidas, onde o contato que se propõe a ser de combate, se transforma em incentivo a efetivação da morte pelo suicídio.

As interações apontam a busca entre os membros que anunciam o processo de suicidando e ao mesmo tempo procuram estabelecer vínculos uns com os outros expressando como se sentem e pretendendo acolhimento.

Na sequência, o *Grupo D* está também na modalidade de privacidade fechada, composto por mais de 10.000 membros. Na descrição, explica que o grupo é um espaço para desabafar e expressar o que os incomoda, mas orienta para que os membros não provoquem brigas e julgamentos, afirma que depressão é uma doença e o grupo é um lugar para que possam ajudar uns aos outros.

Apesar de uma descrição positiva, as publicações desse grupo coincidem muito com as dos grupos anteriores. São compartilhamentos de frases e fotos com forte tendência ao suicídio e mutilação no corpo. Esse grupo se reúne também no *Whatsapp*. Não há intervenção de instituições ou mesmo organizações que compartilhem informações de prevenção.

As publicações são realizadas por membros, que em maioria são jovens. Há uma quantidade significativa de mensagens solicitando um amigo, como: *"alguém para desabafar, preciso conversar?"* e *"alguém online para conversa comigo?"*. Essas e outras publicações tornam visível a busca por criar e manter laços sociais entre os membros.

O *Grupo E*, maior grupo em quantidade de membros, é fechado e composto por mais de 70.000 integrantes. A descrição aponta que é um grupo de autoajuda e sem julgamentos, principalmente, morais, políticos e religiosos. Com frases incentivando os jovens a pedirem ajuda e a desabafar com depoimentos e fotos. Porém, uma das regras

desse grupo se destaca dos outros, é proibido publicar fotos de mutilação ou qualquer informação que incentive o ato suicida.

As publicações quase sempre exaltam a solidão e tristeza. Há muitos compartilhamentos em forma de perguntas, tentativas de interação entre membros e, também, como no grupo anterior, há muitas publicações com solicitações de alguém para conversar.

Nesse grupo, foi desenvolvida uma modalidade de interação denominada de "diários". Com isso, os "diários" se dispõem a escutar os membros que solicitam ajuda por meio de publicações, estes últimos, são chamados de "canetas". A lógica central é explicada por um membro: "canetas escrevem em diários, que os escutam com atenção".

É um grupo que compartilha publicações de fotos com descrições de idade, gostos e informações pessoais. Pela quantidade de membros, as postagens são constantes e diárias com muita recorrência de pedidos de ajuda. Também não há interação de instituição ou pessoas do campo da saúde.

O *Grupo F*, um dos poucos na privacidade aberta, possibilitando o acesso de qualquer usuário da mídia social digital, é composto por pouco mais de 5.000 membros. Há muitas publicações compartilhando grupos criados no *Whatsapp* com o objetivo de trocar informações e relatos sobre suicídio.

As publicações são realizadas por jovens, seguindo o mesmo padrão dos últimos grupos. Além de, também, não possuírem interferência de organizações sociais de combate ao suicídio.

O *Grupo G*, volta ao padrão fechado que compõe pouco mais de 9.000 membros. Na descrição contém as regras do grupo que incluem não compartilhar fotos de mutilação, não vazarem informações do grupo para público geral do *Facebook*, não julgar outros membros e não compartilhar fotos de nudez.

As publicações que expressam as ideias suicidas torna evidente que o suicídio é um ato de comunicação na internet, como observado em publicações como: "*Não vou postar uma foto chorando, mas falta 1 semana pra minha morte, eu gravo vídeos há quase 2 meses contando*".

Sem publicações de órgãos institucionais ou profissionais, os conteúdos desse grupo são compartilhados por jovens que usam o ambiente para publicações diárias de experiências relacionadas ao comportamento suicida e com muitos pedidos para conversar com outros membros, como: "*oi, vamos conversar?*" e "*algum amigo online acordado?*".

Como observado, a maioria dos grupos do mapeamento são compostos por membros que buscam criar e manter laços sociais através da mídia social digital com outros membros que procuram também por acolhimento e um lugar para pertencer com o mínimo de julgamentos. São relações sociais na internet que produzem grupos intermediários para compartilhar ideias suicidas que podem ou não efetivar a morte.

De acordo com as perspectivas teóricas da sociabilidade escalonável (MILLER *et al.*, 2016) os membros buscam meios para compartilhar informações pessoais em diferentes níveis de privacidade e a troca de informações em outros espaços, como *Whatsapp*.

Em publicações como *"vamos conversar"* e *"estou precisando muito falar com alguém"* ou as expressões apresentadas no grupo quatro como *"sou a excluída do grupo, a problemática"* referindo-se aos laços sociais fora do vínculo online, confere a questão da mídia social digital funcionar como um elemento de adesão e coesão entre os membros que procuram nos grupos um lugar para se sentirem incluídos.

Os sete grupos apresentados nessa seção apontam para ambientes majoritariamente habitados por jovens. Nestes, as publicações estão conectadas por comportamentos de risco e ideias suicidas. Com isso, percebe-se o desencontro dos grupos nos quais os membros pedem ajuda, dos grupos que oferecem ajuda, como será observado a seguir.

### **A mídia social digital é um lugar para prevenção e combate do suicídio**

Retoma-se a ideia do antropólogo David Le Breton (2018) ao afirmar que refletir as implicações de uma sociedade conectada e sua produção de outros meios para criação de laços sociais, torna-se elemento central para compreender o momento cultural contemporâneo.

Em 2019, o *Facebook* lançou no Brasil a campanha *"Juntos somos mais"* (MEIO E MENSAGEM, 2019), com o objetivo de incentivar os usuários a formar grupos na mídia social de acordo com interesses em comum, ressaltando a ideia de que para cada usuário, existe um grupo feito para ele, no qual pode realizar conexões significativas com base nas suas experiências.

Esses apontamentos mostram como a mídia social digital se movimenta conforme as tendências das práticas desenvolvidas pelos usuários, assim como, os próprios usuários criam e procuram os grupos nos quais possam se identificar. A mídia social digital acaba se tornando um lugar importante para reunião de pessoas com afinidades, e com isso, a produção de conteúdos afins, diversos e com múltiplas finalidades.

Nesse contexto, acionamos grupos criados no *Facebook* que produzem conteúdos específicos para a prevenção e combate do suicídio. Para esse artigo, os três grupos com essa finalidade aparecem na análise como importantes espaços de produção de material relacionado à temática.

O *Grupo H* está na modalidade fechada e é composto por pouco mais de 2.000 membros. Segundo a descrição do grupo, foi criado com o objetivo de compartilhar informações a respeito de ações, estudos e pesquisas sobre prevenção do suicídio. Nessa direção, as publicações são feitas com conteúdos sobre trabalhos realizados e divulgação de eventos para a prevenção e combate de comportamentos de risco.

É possível encontrar informações como: campanhas de combate ao suicídio, desenvolvimento da ferramenta nas mídias sociais digitais pensadas exclusivamente para ajudar na prevenção, além de vídeos, livros e seminários que tratam do tema. Também divulgam o trabalho do CVV<sup>7</sup> (Centro de valorização da vida), instituição que oferece atendimento 24h para quem precisar de ajuda e conversar em sigilo.

Além disso, conforme a sociabilidade escalonável, os membros do grupo divulgam outros grupos como o CVV GASS (Grupo de apoio que visa à troca de experiência e de apoio emocional para sobreviventes do suicídio, amigos e familiares), utilizando o espaço para divulgar dias, locais e horários das reuniões.

O material compartilhado neste grupo é dedicado a informar sobre vários âmbitos que tratam do assunto, desde a área da medicina, a comunicação, órgãos de combate, congressos específicos, articulando informações importantes com profissionais na área da saúde, educação e psicologia.

As interações são entre pessoas que exclusivamente dedicam-se a instruir e ajudar outras pessoas sobre o tema. Nesse caso, pessoas com ideações suicidas não compartilham publicações nesse grupo.

O *Grupo I* está na modalidade de privacidade pública, com pouco mais de 4.000 membros. As publicações possuem apelos religiosos e espiritualistas e se concentram em publicar mensagens que variam desde agradecimento pela vida, orações e frases de incentivo.

Também foram identificadas publicações relacionadas ao CVV e ao grupo CVV GASS, além de publicações de um grupo de ajuda e atendimento pelo *Whatsapp*. O grupo tem um perfil basicamente de autoajuda com mensagens de incentivo a vida. Entretanto, como identificado no grupo anterior, o grupo I se concentra na troca de informações

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://www.cvv.org.br/>>. Acesso em junho de 2020.

relacionadas à prevenção e combate da morte voluntária, mas não há publicações com pedidos de ajuda e manifestações com ideações suicidas.

O *Grupo J* é também público, com pouco mais de 1.000 membros. Segundo sua descrição, tem o intuito de ofertar e divulgar material para aprofundamento dos estudos sobre as temáticas do suicídio, prevenção e pós-venção (pós-venção é qualquer ato que ajude sobreviventes de tentativas suicidas).

No grupo há a convicção de que falar abertamente sobre o assunto ajuda a diminuir o tabu e o preconceito em torno do tema, com publicações relevantes sobre o serviço do CVV e o CVV GASS e sobre campanhas e ações para a prevenção. As publicações são realizadas com conteúdos de livros, documentários e pesquisas.

Também, compartilham muitas informações sobre depressão e inteligência emocional, incluindo trabalhos acadêmicos da área da saúde e psicologia. Assim como nos dois grupos anteriores, não se verifica nesse grupo, publicações de pedidos de ajuda, ideações suicidas e comportamentos de risco. Apenas membros compartilhando e trocando informações sobre o fenômeno.

Dos dez grupos analisados no campo empírico, estes últimos três compartilham informações sobre como buscar ajuda profissional e indicam órgãos e instituições relacionadas. Assim como também divulgam material, cursos, agendas de encontros e eventos para tratar exclusivamente sobre prevenção e combate.

Nesses grupos que apresentam o caráter reservado a produção de conteúdos para ajudar a combater o suicídio, fica evidente o recorte geracional na observação das publicações realizadas por perfis aproximados de categorias profissionais no campo da saúde. Portanto, geralmente, são grupos ocupados por usuários na fase adulta da vida.

Conforme apontam os dados, a mídia social digital na contemporaneidade opera grande impacto nos formatos e meios de criar e manter relações. Refletir as novas possibilidades de encontros e criação de laços por meio dos ambientes digitais é compreender valores, culturas e significados que circulam em universos paralelos e incorporados no cotidiano social.

Como sugere Le Breton (2018), as mídias sociais digitais são muito relevantes para os espaços de desligamento ou “branco”, para afastar-se das rotinas impossíveis de mudar, e ao mesmo tempo, ligar-se a outras rotinas passíveis de autonomia e criação.

Os ambientes conectados tornam-se lugares para expressão de outros papéis aprisionados na subjetividade humana, que por vezes não tem espaço no seu cotidiano físico, como pode ser observado neste relato parcial: *“Escondo tudo que me fere toda*

*hora, sinto que não me conheço parece que eu sumi*". Nestes espaços, assumem temporariamente parte de si, que não poderiam fazer se não ali.

### Considerações finais

De acordo com os dados apresentados neste artigo, o suicídio é um ato de comunicação na internet. Sob essa ótica, a mídia social digital funciona como um elemento cotidiano para articular questões entre a vida e a morte, possibilitando formas alternativas de criar e manter laços. Além disso, a mídia social reúne indivíduos empáticos por uma causa em comum que buscam produzir material de prevenção e combate ao suicídio.

Retomamos a teoria durkheimiana ao afirmar que o suicídio é um fenômeno altamente impulsionado pelo esvaziamento dos laços sociais a partir da inexistência ou insuficiência dos elementos da moral social, que principalmente são: o espírito de disciplina e a adesão aos grupos sociais.

O argumento, nesse prisma, aponta que quanto mais coesa uma sociedade for, menos a probabilidade dos indivíduos que a compõe cometerem suicídio. Do contrário, quanto mais frouxo os laços entre as pessoas, maior é o seu desligamento social.

Nesse sentido, a formação de grupos colabora para a criação e manutenção de laços sociais na contemporaneidade. Embora, esses laços não garantam que a efetivação do ato da morte por suicídio não seja consumada, eles possibilitam que o indivíduo encontre uma forma de continuar vinculado socialmente. Desta forma, as mídias sociais digitais se tornam lugares onde os problemas emocionais são compartilhados com grupos sociais conectados.

Nessa direção, o campo empírico evidencia o contraste entre os perfis dos grupos pesquisados. Enquanto três dos grupos promovem compartilhamentos de valorização da vida e combate direto ao suicídio através de informações sobre organizações institucionais de prevenção, os outros sete grupos apresentam expressões e manifestações de membros com tendências e ideias suicidas. Não há interação entre os dois perfis.

Os compartilhamentos sobre a atuação do CVV, informações do campo da saúde, psicologia e psiquiatria, se resumem a grupos que aparentemente são mais instruídos quanto às informações relacionadas ao suicídio, apontando também o aspecto geracional.

Fica evidente a disparidade da quantidade de membros nos dois perfis dos grupos. Os que são formados por membros que usam o espaço online para expressar ideias

suicidas possuem uma quantidade significativa de integrantes muito maiores do que os grupos que são formados por membros que buscam produzir material para prevenção.

Com isso, voltamos à questão dos laços intermediários. Tendo acordado que os laços intermediários são vínculos que estabelecem conexão do indivíduo com a sociedade e através deles diminuem as chances da efetivação da morte autoprovocada, reiteramos que esses laços precisam operar com o mínimo de reciprocidade entre os membros. Essa reciprocidade é ativada pelos elementos vinculativos que mantêm os indivíduos nos grupos.

Para isso, é preciso que os grupos dialoguem através de elementos como acolhimento e pertencimento, além de, buscar pela diminuição de sentenças julgadas ligadas a temáticas como religião e política.

Reforçamos a atenção direcionada aos grupos *online*, especialmente com os jovens que expressam ideações suicidas, devido à possibilidade da identificação entre eles ser ativada, ao se corresponderem através das trocas realizadas nos grupos, fator que pode desencadear gatilhos impulsionadores do ato suicida.

Embora identificada a ausência de organizações institucionais mediadoras do compartilhamento de conteúdo nos grupos que, especialmente, são compostos por membros classificados como grupo de risco, os grupos no *Facebook* fazem parte do cotidiano de muitos jovens brasileiros reunidos para falar e expressar subjetividades interditas, é o espaço do “branco” sendo produzido e ocupado nas mídias sociais digitais.

## Referências

- ALMEIDA, Ana Filipa. Efeito de Werther: Análise Psicológica. 1 (XVIII). Serviço de Psicologia do Hospital Miguel Bombarda, 2000, pág: 37-51.
- ARAÚJO, L.C.; VIEIRA, K.; COUTINHO, M. 2010. Ideação suicida na adolescência: um enfoque psicossociológico no contexto do ensino médio. *Psico-USF*, 15(1):47-57. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-82712010000100006>.
- BERTOLOTE, José Manoel. O suicídio e sua prevenção. São Paulo: Unesp, 2012.
- BRETON, LE David. Desaparecer de si: uma tentativa contemporânea; tradução de Francisco Marás.- Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.
- DURKHEIM, Émile. O suicídio: estudo de sociologia. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.
- \_\_\_\_\_. A educação moral. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.
- Facebook traz primeira campanha global ao Brasil. Meio e Mensagem, 2019.

Disponível em:

<<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/09/23/facebook-traz-primeira-campanha-global-ao-brasil.html>>. Acesso em junho de 2020.

FUKUMITSU, Karina Okajima. PROVEDEL, Attilio. KOVÁCS, Maria Julia. LOUREIRO, Ana Catarina Tavares. Suicídio: uma análise da produção científica brasileira de 2004 a 2013. *Revista Brasileira de Psicologia*. Salvador, 2015, pág. 05-14.

HINE, Christine. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied e Everyday*. Londres : Bloomsbury Academic, 2015

\_\_\_\_\_. Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia. In: *Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos / organização Bruno Campanella, Carla Barros*. - 1. ed. - Rio de Janeiro: E-papers, 2016.

Mais de 4 bilhões de pessoas usam a internet ao redor do mundo. *Tcmundo*. 2018. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/126654-4-bilhoes-pessoas-usam-internet-no-mundo.htm>. Último acesso em agosto 2020.

MILLER, Daniel; COSTA, Elisabetta; HAYNES, Nell; MCDONALD, Tom; NICOLESCU, Razvan; SINANAN, Jolynna; SPYER, Juliano; VENKATRAMAN, Shriram; WANG, Xinyuan. *How the World Changed Social Media*. London, 2016.

NIEDERKROTENTHALER, Thomas. VORACEK, Martin. HERBERTH, Arno. TILL, Benedikt. STRAUSS, Markus. ETZERSDORFER, Elmar. EISENWORT, Brigitte. SONNECK, Gernot. Role of media reports in completed and prevented suicide: Werther v. Papageno effects. *The British Journal of Psychiatry*, ed 197, 2010. DOI: 10.1192/bjp.bp.109.074633.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS BRASIL (ONU). Suicídio ocorre a cada 40 segundos no mundo. 2019. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/oms-suicidio-e-responsavel-por-uma-morte-a-cada-40-segundos-no-mundo/&gt>. Último acesso em agosto 2020.

PAUGAM, Serge. *Durkheim e o vínculo aos grupos: uma teoria social inacabada*. Sociologias, Porto Alegre, ano 19, nº 44, jan/abr 2017, p. 128-160. (<http://dx.doi.org/10.1590/15174522-019004405>).

TRIGUEIRO, André. *VIVER é a melhor opção. A prevenção do suicídio no Brasil e no mundo*. 1. Ed. São Paulo. 2015.

SILVA, Marcimedes Martins. *Suicídio – Trama da comunicação*. 1992. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 1992.

**ABSTRACT:**

Inserted in the field of communication in strong dialogue with socio-anthropology, from the methodological approach of ethnography to the internet, this article identifies the existence of groups on digital social media that create spaces to share content related to suicide. The main results point to three issues: first, suicide is an act of communication on the internet. Second, digital social media enables other ways of creating social bonds. These bonds, perceived as intermediate bonds, can collaborate to prevent and combat self-inflicted death. Third, the absence of institutional organizations that mediate content sharing in groups that, especially, are composed of members considered vulnerable and at risk. Mostly, these groups are occupied by young people.

**KEYWORDS:** Suicide; Digital cultures; Social ties; Young; Facebook.

**RESUMEN:**

Insertado en el campo de la comunicación en fuerte diálogo con la socioantropología, desde el abordaje metodológico de la etnografía hasta internet, este artículo identifica la existencia de grupos en las redes sociales digitales que crean espacios para compartir contenidos relacionados con el suicidio. Los principales resultados apuntan a tres cuestiones: en primer lugar, el suicidio es un acto de comunicación en Internet. En segundo lugar, las redes sociales digitales permiten otras formas de crear vínculos sociales. Estos vínculos, percibidos como vínculos intermedios, pueden colaborar para prevenir y combatir la muerte autoinfligida. En tercer lugar, la ausencia de organizaciones institucionales que medien en el intercambio de contenido en grupos que, especialmente, están compuestos por miembros considerados vulnerables y en riesgo. En su mayoría, estos grupos están ocupados por jóvenes.

**PALABRAS-CLAVES:** suicidio; Culturas digitales; Vínculos sociales; Joven; Facebook.