

Os Discursos sobre Suicídio e Valorização da Vida em Programas de *Podcast*¹

Rute Dâmaris da Silva FREITAS²
Lívia Fernanda Nery da SILVA³
Universidade Federal do Piauí (UFPI)

Resumo

Os *podcasts* são programas de áudio com distribuição atemporal na internet, nos interessa tratar deles como dispositivos que se apropriam da linguagem do rádio, nesse caso usamos Betti (2008), Carvalho (2013), Medeiros (2005;2006) e outros. O presente artigo tem por objetivo analisar os discursos sobre suicídio e valorização da vida em *podcast*. Para isso, escolhemos dois programas, NerdCast e Contraponto, analisamos dois episódios publicados em abril de 2017. Adotamos a Teoria dos Discursos Sociais com base em Pinto (1999), Verón (2004) e Araújo (2000) que entendem os discursos como lugares de produção de sentidos. Dentro dessa perspectiva, os discursos são entendidos como práticas sociais e consequentemente lugares de lutas ideológicas e de poder.

Palavras-chave: Podcasts; Suicídio; Teoria Social dos Discursos.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo principal analisar os discursos acerca de suicídio, depressão e valorização da vida em programas de *podcast*. Como caminho para cumprir esse objetivo pretendemos primeiro identificar os enunciados sobre essas temáticas nos textos dos programas, compreender como esses discursos são produzidos e discutir suicídio e depressão nos enunciados desses programas.

Para isso, escolhemos dois canais com condições de produção diferentes. O “NerdCast”, ligado ao site “Jovem Nerd”, trata de assuntos da cultura *nerd* e *geek*, filmes, séries, comportamento, profissões e outros. O primeiro episódio, NerdCast foi veiculado em dois de abril de 2006. O programa é um dos mais acessados do Brasil, estando entre os mais populares na categoria cultura e sociedade no aplicativo *iTunes*. O “NerdCast” é disponibilizado nas sextas-feiras e tem Alexandre Ottoni conhecido como “Jovem Nerd”

¹Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídias Sonoras, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal do Piauí (PPGCOM/UFPI). E-mail: rute.damaris@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora Doutora no programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal do Piauí (PPGCOM/UFPI). E-mail: livianery02@gmail.com.

e Deive Passos, o “Azaghal”, como apresentadores principais. Analisamos a edição de número 564.

Outro programa analisado é o “Contraponto”, produzido pelo canal “Bibo Talk”, que trata da cultura pop na perspectiva religiosa (cristã). Em 2011, depois de ter sido veiculado por uma rádio, o “BiboTalk” foi para a web. O “Contraponto” tem como apresentador Abner Melanias. Produzido por temporadas, a última foi postada no site entre abril a junho de 2017. A edição analisada é a de número dezoito do programa

A escolha dos dois programas se deu por eles estarem entre os mais populares em suas categorias no aplicativo *iTunes*⁴, e por tratarem da mesma temática na mesma época. Além disso, em pesquisa empírica prévia foram verificadas diferenças na abordagem sobre suicídio e depressão. O nosso problema de pesquisa se constitui na pergunta: como são produzidos os discursos acerca do suicídio e valorização da vida em programas de *podcast*?

Primeiramente, nesse trabalho, tratamos a respeito do conceito de *podcast* e apropriação da linguagem radiofônica, as características desse dispositivo e outros. Em seguida, discutimos sobre a noção de suicídio na sociedade e na imprensa com base em Durkheim (2000) e em manuais destinados a imprensa.

Para resolver o problema de pesquisa utilizamos a Teoria dos Discursos Sociais, que trata da Semiologia dos Discursos, abordamos sobre os principais conceitos da análise de discurso e produção de sentidos com base em Pinto (1999), Araújo (2000) e Verón (2004) tratando sobre conceitos como práticas sociais e práticas discursivas, formação discursiva e ordem do discurso, e os contextos e vozes no discurso.

Depois realizamos a análise com base nos conceitos trabalhados, além de observar a questão da polifonia, assim como do dialogismo em Bakhtin (2006). Podemos constatar que os *podcasts* constroem os discursos com a temática citada através de enunciados com experiências pessoais e de aproximação do público, além disso, o tema suicídio é abordado com base no senso comum, sem especialistas.

Podcast

De maneira simplificada, *podcasts* são programas de áudio feitos para internet que se pode ouvir *online* ou realizar *downloads*. Os canais estão agregados em aplicativos

⁴ Em dispositivos da marca Apple. (<https://itunes.apple.com/br/genre/podcasts-com%C3%A9dia/id1303?mt=2>)

e/ou veiculados aos sites dos programas, a distribuição do arquivo em áudio ou vídeo para o assinante é uma das características marcantes desses produtos.

O *podcast* surgiu em 2004 nos Estados Unidos depois que Adam Curry aprimorou o sistema de *feed RSS*⁵ para o agregador do *iTunes*, dispositivo de reprodução de áudio e vídeo do *iPod*. A denominação *podcast* é uma junção entre *iPod* e *broadcasting* (sistema de transmissão de conteúdo em larga escala).

Há, portanto, uma diferença entre o produto e o processo: “*podcasts* são programas de áudio ou vídeo, cuja principal característica é um formato de distribuição direto e atemporal chamado *podcasting*” (LUIZ, 2015, p.13). *Podcasting* é um sistema de distribuição por assinatura que pode transferir para um usuário assinante qualquer tipo de arquivo digital que esteja hospedado na internet. (CARVALHO, 2013).

Esse processo se dá da seguinte forma:

O internauta se cadastra em um endereço eletrônico, instala programas agregadores e de leitura de arquivos digitais de áudio (que podem ser baixados gratuitamente via internet), buscar *podcasts* de sua preferência e, a partir daí, receber os programas (também chamados “episódios”) em seu computador. No *podcasting*, diferentemente da radiodifusão convencional, a recepção é assíncrona, cada indivíduo decide quando e onde vai ouvir o conteúdo assinado. (HERSCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2008, p.3).

Os *podcasts* carregam algumas características da cultura contemporânea como: a forma de distribuição sem sincronia, facilidade de produção, os tipos de arquivos, disponibilidade e acessibilidade (CARVALHO, 2013). Assim como características específicas da cibercultura como a produção de conteúdos voltados para pequenos nichos. Isso acontece em grande parte porque os *podcasts* também se assemelham a *blogs* (especialmente nos casos brasileiros), pois se apropriam de características desses, tais como: praticidade, a informalidade, a espontaneidade e a interatividade.

Herschmann e Kischinhevsky (2008) associam esses dispositivos a um sistema de radiodifusão por demanda. A associação entre *podcast* e rádio é criticada por alguns autores (MEDEIROS 2005, 2006), que refletem sobre as verdadeiras características do meio radiofônico. O rádio é composto por produção em tempo real, emissão por ondas eletromagnéticas, distribuição de conteúdo e interações bem específicas. No *podcast* a

⁵ RSS (ReallySimpleSyndication) é uma tecnologia que permite que o software agregador possa ser “avisado” quando o conteúdo for atualizado, através dos *feeds* (alimentadores) que permitem que seja realizado o *download* do conteúdo automaticamente. (CARVALHO, 2013).

emissão, a distribuição e a interação ocorrem inteiramente pela internet, além disso, a produção não se dá em tempo real.

Para Primo (2005) o que há nessa relação é uma tomada de características de um meio (o rádio) por outro (*podcast*). Tomamos como ponto de partida a apropriação da linguagem radiofônica pelo *podcast*, de modo que acreditamos que *podcast* não é rádio, mas adota características desse meio, como a narrativa descritiva, o uso da entonação, músicas e vinhetas, e outros.

Suicídio

Mesmo que o conceito de suicídio na sociedade atual esteja consolidado, ele exhibe frechas de discussão quanto a sua delimitação. Suicídio é uma morte realizada pela própria vítima, mas nesse caso não se considera os casos em que a pessoa não tem consciência do seu ato e aqueles em que o indivíduo se suicida testando limites físicos, por exemplo, entre outros. Durkheim (2000, p.11) denomina suicídio como “toda morte que resulta mediata ou imediatamente de um ato positivo ou negativo, realizado pela própria vítima”.

O autor, entretanto, acredita que esse conceito está passível de debate, mas defende que não importa as causas da morte, que para ele só atinge as outras pessoas quando essas se aventuram em sua esfera de ação. Durkheim (2000) assinala que somente a vítima tem a consciência da consequência do ato. Assim, o autor complementa:

Chama-se suicídio todo caso de morte que resulta direta ou indiretamente de um ato, positivo ou negativo, realizado pela própria vítima e que ela saiba que produziria esse respaldo. A tentativa é o ato assim definido, mas interrompido antes que dele resulte a morte. (DURKHEIM, 2000, p.14).

É interessante notar que cada sociedade em cada tempo histórico e geográfico tem uma concepção de suicídio, seja pelas estatísticas (o número de suicídio, a faixa etária, etc.), seja pela religião dominante e outros fatores. Na contemporaneidade, por exemplo, o debate está em torno de como abordar o suicídio nos meios de comunicação, em grande parte pelo domínio e abrangência desses na sociedade.

Quando se trata de tornar o suicídio notícia, Moraes (2013) afirma que isso não é somente um desafio jornalístico, mas também um desafio social.

O suicídio é um duplo desafio à sociedade, pois diz respeito a alguém que ousou quebrar o estabelecido, de forma inesperada, aumentando a angústia da sociedade pela sua ousadia e pela covardia diante do

enfrentamento dos problemas. Daí o interesse jornalístico pelo inusitado e pela possível execração do suicida, que ocorre em diversas culturas. (MORAES, 2013, p.3).

Porém, a autora também defende que os meios jornalísticos podem ajudar com a divulgação da prevenção de suicídio.

A Organização Mundial da Saúde (OMS), em um manual direcionado a mídia, reconhece o poder dos meios de comunicação na disseminação de informações sobre suicídio, inclusive como prevenção. Isso porque, para a OMS a mídia “influencia fortemente as atitudes, crenças e comportamentos da comunidade e ocupa um lugar central nas práticas políticas, econômicas e sociais.”. (OMS, 2000, p.3).

Também é necessário reconhecer que o suicídio é motivado por diversos fatores na vida de uma pessoa, e um desses fatores pode estar correlacionado na forma de atuação da mídia na publicidade de suicídios: “a maneira como os meios de comunicação tratam casos públicos de suicídio pode influenciar a ocorrência de outros suicídios”. (OMS, 2000, p.3).

Também é importante para a mídia reconhecer os diversos fatores que contribuíram para que o suicídio acontecesse, e não tratar como algo natural ou simplista. O suicídio também não deve ser mostrado como um método de lidar com outros problemas como desemprego, falência, abuso sexual e outros.

A mídia deve tratar da divulgação dos contatos de serviços de ajuda, de sinais de alerta para o comportamento suicida, que por vezes, pode ser associado a um quadro depressivo, sendo este uma condição tratável, entre outras ações.

Em relação à depressão, segundo a Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde (CID), a pessoa com episódio depressivo em geral apresenta um rebaixamento do humor, redução da energia e diminuição de atividade, assim como: “alteração da capacidade de experimentar o prazer, perda de interesse, diminuição da capacidade de concentração, associadas em geral à fadiga importante, mesmo após um esforço mínimo” (CID, 2008). O sujeito também apresenta problemas com sono, apetite, autoestima, autoconfiança, variação de humor e outros.

Se esses episódios forem repetitivos, eles são caracterizados como transtorno depressivo e pode levar a um tratamento antidepressivo. É recomendável que o paciente seja encaminhado ao profissional especializado para um correto diagnóstico.

Discurso e produção de sentidos

Para entender como se dá a produção de sentido é necessário recorrer a ideia concebida inicialmente com a semiologia e a semiótica na descoberta do caráter do signo em que Saussure atribuiu a este um valor. Araújo (2000, p.115) com base em Frege define sentido como “[...] o modo de apresentar o objeto no mundo”.

O objeto adquire significado de acordo com os fatores externos a ele, especialmente com fatores sociais. Araújo (2000) adota o conceito de semiologia como ciência que se preocupa com os fenômenos de produção de sentidos. Nesse caso, tratando sentido e produção de sentido no que diz respeito ao processo e não a estrutura. Mesmo que os sentidos não se reduzam somente aos sujeitos, eles são produzidos nas relações sociais, dentro de questões políticas e culturais e com uma instituição no papel de mediar as significações.

Por isso, os sentidos não são controláveis, eles “são efeitos de troca de linguagem” (ARAÚJO, 2000, p.121) que dependem das ações dos sujeitos. É mais adequado o uso do termo “efeitos de sentido”. Verón (2004) acredita que não se trata de um único efeito, mas um campo de efeitos, são implicações possíveis e não inevitáveis.

Para a Teoria dos Discursos Sociais, o discurso é exatamente esse lugar de produção de sentidos: o “discurso não é um objeto, não se limita às possibilidades de articulação de conceitos isolados da língua, não é o reflexo de uma situação. Antes, configura-se como uma prática: a prática discursiva”. (ARAÚJO, 2000, p.121).

A unidade do discurso é o texto, e a unidade do texto é o conjunto de enunciados que o compõe, ou seja, os enunciados compõem o texto (todas as formas de linguagem), e o discurso é a dimensão mais ampla desse texto, o conjunto de textos.

Nesse caso, a Análise de Discurso está interessada tanto pelo que o texto diz quanto pelo que ele mostra, ou seja, os modos de dizer do texto, o uso comunicacional da linguagem e de outras práticas semióticas.

O texto produz sentido, e o analista de discurso está preocupado com os possíveis efeitos de sentido desses textos. Para Pinto (1999) o analista coloca o texto em um contexto de três níveis “o contexto situacional imediato, o contexto institucional e o contexto sociocultural mais amplo, no interior dos quais se deu o evento comunicacional.” (PINTO,1999, p.22).

Já para Araújo (2000) há quatro contextos a serem percebidos, o contexto intertextual, contexto existencial, contexto da ação discursiva e contexto situacional. O

contexto intertextual se refere à relação entre os enunciados em um texto, assim como a relação entre textos em um discurso e esse discurso com a formação discursiva, e essa formação discursiva com outras formações. O contexto existencial dos interlocutores se trata da posição do sujeito no mundo, a referência do indivíduo no tempo e no espaço. O contexto situacional é o lugar social em que os indivíduos participam das disputas de sentidos. Já o contexto da ação discursiva se refere ao ato de discursar que constitui os efeitos de sentido.

Araújo (2000) diferencia cena enunciativa de cena social, ela opta por essa expressão por entender que deixa mais clara a “co-determinação dos *lugares sociais* (cena social ou situacional) e das *posições enunciativas* (cena enunciativa) dos agentes” (ARAÚJO, 2000, p.142).

A cena social é estabelecida de forma histórica, cultural e discursiva, já as cenas enunciativas dão as nomeações das posições do sujeito de acordo com os dispositivos de enunciação (conceito que será abordado melhor mais adiante).

No discurso também são travadas lutas ideológicas e de poder, lutas por reconhecimento e por hegemonia. Os discursos, nesse caso, são concebidos como práticas sociais, e ao colocá-los nessa posição Pinto (1999) diz que os situamos em contextos sócio históricos.

O ideológico de um texto pode ser encontrado nas “marcas ou traços que estas regras formais de geração de sentidos deixam na superfície textual e que o analista de discurso procura encontrar e interpretar”. (PINTO, 1999, p.41) Nessa luta do ideológico o que está em jogo é o poder, ele é o objeto a ser disputado. Na análise de discursos o poder não é dominação, mas uma “dimensão analítica” ele não é imutável ou monolítico e não nasce somente na esfera privada.

Os posicionamentos ideológicos, de acordo com Pinto (1999), são feitos nos dispositivos de enunciação. Os sujeitos locutores ocupam determinados lugares e realizam representações que podem ser aceitas pelo destinatário, este ocupa outra posição.

Cada sujeito presente no discurso tem o seu papel. Pinto (1999) diferencia alguns dos sujeitos que constituem os discursos: o sujeito da enunciação é o autor empírico de um texto (um único indivíduo que o produziu fisicamente), a imagem daquele que se apresenta, o sujeito do enunciado ou narrador está presente principalmente em textos narrativos “a imagem daquele a quem se fala que corresponde ao receptor idealizado” (ARAÚJO, 2000, p.127), que Verón (2004) chama de destinatário.

Os emissores são os personagens que agem e falam nos textos, é o “eu” no texto, “todas as demais vozes arregimentadas pelo emissor, para comportar e legitimar sua própria imagem, de forma implícita ou explícita” (ARAÚJO, 2000, p.127).

Pinto (1999) também acrescenta o sujeito falado, ou seja, a imagem ou lugar que os co-emissores assumem nos enunciados a eles atribuídos pelo emissor. Esses três tipos de sujeito (enunciadores, emissores e falado) mostram ao analista as posições, os lugares e os discursos. Outro ponto que deve ser considerado é a Formação Discursiva em que pode ser descrita como “sistema de regras que fundam a unidade de um conjunto de enunciados sócio-historicamente circunscritos” (PINTO,1999, p.56). Esse conjunto de regras define o que pode e deve ser dito na posição ideológica conjunta.

Os analistas buscam os fenômenos culturais, e esses fenômenos funcionam sobre a lógica de um mercado, através do processo de produção, circulação e consumo dos seus produtos, os objetos assumem a posição de significante. Os sujeitos negociam seus lugares e disputam sentidos.

Nesse mercado são desenvolvidas estratégias concorrentes em dispositivo de enunciação, “forma particular pela qual os vários sujeitos (ou vozes) se organizam e dialogam nos discursos”. (ARAÚJO, 2000, p.136). O dispositivo de enunciação é o lugar onde o emissor constrói sua imagem e do receptor e oferece uma relação entre eles, “o receptor faz suas escolhas ao identificar-se ou não com aquele dispositivo. O vínculo entre as partes é mais durável”. (ARAÚJO, 2000, p.136). O dispositivo de enunciação é também um conjunto de escolhas: o meio, o material e o modo de circulação da informação no meio, essas escolhas estabelecem um contrato, chamado por Verón (2004) de contrato de leitura, que é a construção do “vínculo entre o suporte e seu leitor”. (ARAÚJO, 2000, p.219).

O sistema produtivo no discurso, de acordo com Verón (2004) tem três noções: tipo, gênero e estratégias. Os gêneros podem ser tanto o arranjo da matéria linguística (Gênero I) como os produtos (Gênero P). As estratégias discursivas são as variações declaradas dentro de um mesmo tipo de gênero.

Outras questões presentes nos enunciados são a polifonia e o dialogismo, os dois conceitos do russo Mikhail Bakhtin (2006) que entende os enunciados como composto por múltiplas vozes, algumas explícitas, outras não. No caso a polifonia são as várias vozes presentes em um único texto, também pode ser assemelhada com a intertextualidade. Já o dialogismo é quando o texto está em debate com outros textos,

também se trata da relação com o outro no texto em um jogo entre sujeitos do mesmo texto, entre enunciados, entre texto e contexto e etc.

Ou seja, a questão não é pensar os sentidos dos discursos debaixo de várias camadas, escondidos, mas em marcas expostas na superfície, do qual devemos voltar o nosso olhar. São alguns desses conceitos que vão ser percebidos em nossa análise, e se faz interessante perceber como esses conceitos se relacionam na prática.

Análise

O corpus de nossa análise se trata de um material em áudio, e mesmo que por si só ele constitua um material semiótico, precisamos transformar em texto escrito. A análise é comparativa, já que de acordo com Araújo (2000) um texto ou discurso tem características que o diferencia e o confronta com outros textos ou discursos que disputam o mesmo mercado simbólico.

Uma das invariantes que devemos tomar nota em nossa análise é a invariante referencial ou condições de produção, basicamente segundo Verón (2004, p.92) são textos que devem falar a mesma coisa. Em nossa pesquisa tratamos de dois programas que tem condições de produção no geral diferentes o “NerdCast” e o “Contraponto”, pois o primeiro é voltado para assuntos da cultura *nerd* e *geek* e o segundo para assuntos religiosos. Porém, nos dois programas analisados foram abordados temas semelhantes. O “Contraponto” tratou de depressão e suicídio baseada na série de televisão *13 Reasons Why* (Treze por quês) e o “NerdCast” discutiu a valorização da vida, os programas falam do mesmo assunto em perspectivas diferentes.

Além disso, Verón (2004) alerta que a Análise de Discurso é uma análise comparativa dentro de um mesmo gênero, que de certa forma constitui um aspecto das condições de produção. Os dois programas analisados têm o mesmo gênero, são produtos que transitam entre o informativo e o opinativo no gênero jornalístico, e também são programas de debate que envolvem mais de uma pessoa.

No contexto histórico, os dois programas foram publicados em um período em que havia discussões e debates, principalmente na internet, sobre depressão e suicídio. Os debates se deram em grande parte depois da exibição da série *13 Reasons Why* (Treze por quês) e do caso mundial “Baleia Azul”.

A primeira temporada da série *13 Reasons Why* foi disponibilizada no serviço de *streaming* Netflix no mês de abril. A série é inspirada no livro de mesmo nome escrito

por Jay Asher. Os episódios contam a história do suicídio da estudante Hannah Baker, que deixou 13 fitas para seu amigo, explicando fatos que contribuíram para a sua morte. A crítica se dividiu entre quem aprovou a abordagem de fatores que agravam a depressão como o *bullying* e abusos sexuais e quem criticou o enfoque sobre suicídio.

Já o caso da Baleia Azul foi amplamente divulgado no ano de 2017 pelo mundo todo, tendo seu auge também no mês de abril. Trata-se de um “jogo” da internet, onde moderadores procuravam pessoas que passassem por 50 “desafios”, um deles seria um corte no corpo em formato de uma baleia (por isso o jogo ficou conhecido como tal) e o último desafio se trata do suicídio. Apesar de várias notícias sobre a prisão de moderadores do jogo, muitos internautas desconfiam que nada mais era do que notícias falsas, já que os casos tratados apresentavam lacunas e inconsistências.

Contraponto

O programa “Contraponto” foi analisado de forma completa, já que ele não é dividido por quadros, há apenas uma divisão entre primeira e segunda etapa, onde na segunda eles destacam mais a análise da série, a história, os personagens, as técnicas de fotografia e etc.

O título da edição de número dezoito do “Contraponto” é exatamente “13 *Reasons Why*” o que delimita o foco de abordagem do programa para a série, com 1h35min de duração, o episódio tem como condutor do programa Abner Melanias, e a participação de outras duas mulheres que fazem parte de outros programas de *podcast* do mesmo grupo que o “Contraponto”: Jaqueline Lima e Andréia Menezes.

O vínculo (o contrato de leitura) com o ouvinte é construído quando os emissores, aqueles que agem e falam nos textos, falam de si, experiências próprias e questões pessoais, com objetivo de que o destinatário se reconheça na mensagem. Quando contam como assistiram a série, sua opinião sobre o produto e as relações com pessoas com depressão ou tendência suicida.

Assim, como são estabelecidos os lugares de fala, o apresentador, por exemplo, se coloca em legitimidade para falar do tema por ter contato com adolescentes: “esse ambiente em que se vive ali a história, muito próximo de mim, né? Sou professor dou aula para o ensino médio, também, meio que algumas coisas *tão* próximas de mim” (BIBOTALK, 2017), ele se coloca como próximo a situação.

Ou com enunciados opinativos: “pessoalmente, a série mexeu muito comigo”, “na minha opinião não deveriam estar ali” (BIBOTALK, 2017).

Ao mesmo tempo em que os enunciadores procuram ensinar a quem os ouve, seja quando falam diretamente de suicídio e depressão, com imperativos como: converse, ouça, indique solução, indique um médico. Eles assumem o que Verón (2004) chama de posição de enunciação pedagógica quando o enunciador ocupa a posição de mostrar, explicar e aconselhar o destinatário:

[...] eu acho que realmente se você tem pensado sobre isso, pensado sobre tirar sua vida, se você está em um momento difícil no seu quadro depressivo, talvez não seja a melhor série para você ver realmente, sabe? Eu acho que ela tem alguns problemas de construção, de como ela coloca as coisas que ela coloca, mas assim eu acho que vale a pena ver, nem que seja para você olhar e falar “olha tem esses problemas”, mas alguma coisa dali você vai tirar, ela vai te fazer pensar de algum jeito, eu acho que se você vê a série de coração aberto, você consegue ali dá uma pensada. [...] (BIBOTALK, 2017).

Ou quando os debatedores discutem a recomendação ou não da série. Assim como há representação de pessoas que já passaram por problemas como depressão e ansiedade, como a situação da produtora da série a atriz e cantora Selena Gomez. Ao mesmo tempo em que eles demonstram conhecer a intimidade ou as emoções dela: “ela se sentia oprimida com crises de ansiedade, ela leva muito a sério o que as pessoas pensam dela, ela tem uma coisa de posicionamento muito forte e tal” (BIBOTALK, 2017).

Os enunciadores por vezes definem depressão como distúrbio, e por vezes como transtorno mental ou mesmo doença psicológica. Podemos dizer aqui que os sujeitos locutores determinam lugares, ocupando posições e representando objetos.

No texto do “Contraponto” há vozes que podem ser identificadas (polifonia) como a da série que está sendo tratada e seus personagens, a voz da Organização Mundial da Saúde (OMS) ou de especialistas como psicólogos. Ou como vozes não creditadas, mas que se referem aos críticos da série: “Outra coisa que eles dizem é que deveria ser evitado retratar o suicídio como uma resposta aceitável as dificuldades” (BIBOTALK, 2017).

O texto entra em dialogismo com vozes como a religiosa, quando já no final do programa eles citam a Bíblia, o evangelho, Jesus, domínio próprio e até mesmo o machismo quando as mulheres presentes no programa citam casos de abuso e relacionam com depressão e suicídio.

[...] a questão do domínio próprio, quando as pessoas recomendam: não assistam, é porque algumas pessoas não têm domínio próprio, tem pessoas que não sabem, as vezes são pessoas que passam por problemas ou já passaram por problemas relacionados à saúde mental e falando tudo bem, eu vou assistir, eu tô forte agora, e as vezes isso pode ser um gatilho para a pessoa... acabar tendo uma crise de depressão, de

ansiedade, lembrando coisas que ela já viveu e que então como as pessoas não tem domínio próprio essa sugestão de não veja ou pense antes de ver vai nesse sentido de sabe, pensa antes, né? Pelo menos tenta colocar uma barreira para a pessoa pensar um pouco. (BIBOTALK, 2017).

Nesse enunciado percebemos que a inserção do pronome “eu” cria uma relação de intimidade com o leitor, mas ao mesmo tempo quando se referem “as pessoas” ou “ela” cria um distanciamento de quem está com um quadro depressivo.

NerdCast

A edição do programa “NerdCast” analisada é a de número 564 que tem como título “O lado bom da vida”. Por mais que o programa não se refira diretamente a suicídio partimos da ideia de que o contexto definiu as condições de produção desse texto e que produz efeitos de sentido possíveis relacionado a valorização da vida.

O programa é apresentado por Alexandre Ottoni, conhecido como “Jovem Nerd” e Deive Passos “Azaghal” com participação de Fábio Yabbu, Guilherme Briggs, e Átila, diferente do programa anterior, esse episódio não conta com participação de mulheres.

O NerdCast, assim como o programa anterior procura estabelecer um contrato de leitura com o destinatário quando os emissores estabelecem relações pessoais, representam a sua própria imagem nos textos, assim como quando falam de suas experiências: “as experiências que você passa, conforme você vai envelhecendo você vai percebendo que nem tudo precisa te estressar, que nem tudo é tão ruim quanto é algo tão grave ou tão ruim quanto parece, sabe” (JOVEM NERD, 2017), assim como eles se posicionam como enunciadore pedagógicos, que procuram “ensinar” o destinatário. Muitas vezes eles se colocam como exemplos a serem seguidos:

[...] você acha uma oportunidade de fazer uma coisa melhor, entendeu? Um aprendizado, ou uma coisa que você não vai repetir ou uma coisa que você... não sei cara... por exemplo, a minha mãe passou por uma doença terrível, 6 anos com câncer foi uma parada muito difícil, mas depois disso, depois desse período, eu decidi, ah, eu vou agora, que nem... a mesma coisa que aconteceu com o Briggs, eu vou ser feliz, eu vou tentar reagir mais positivamente a tudo que acontece, me concentrar mais sabe, na parte legal da vida, das coisas boas da vida, entendeu? (JOVEM NERD, 2017).

Eles também procuram se estabelecer em um lugar de especialistas: “Tem todo um lance hormonal, né?” (JOVEM NERD, 2017).

As questões da polifonia e do dialogismo também podem ser encontradas nesse texto. A polifonia está mais relacionada na voz de um dos interlocutores que se perfaz na

do outro, e o dialogismo quando há citação de filmes e de redes sociais, mesmo não identificando exatamente quem seja, mas de comentários de internautas, por exemplo.

Há também uma contradição, quando primeiro os enunciadores falam que o programa é feito para que as pessoas se inspirem em suas histórias, inclusive pessoas com depressão. Mas no final eles colocam as pessoas com depressão em um lugar fora desse contexto: “Se você tem depressão, não ouça as pessoas falando que vai tudo ficar bem e que você precisa ficar feliz, você não pensar nisso passa” ou “você tem que tratar com remédio, tem que procurar ajuda, é outra história” (JOVEM NERD, 2017), ou seja, o destinatário que deve se reconhecer nesses enunciados é aquele que está triste e não quem está feliz.

Mesmo assim, há um predomínio da imagem dos enunciadores nos enunciados, principalmente pelo uso constante do pronome “eu”: “Eu traço a linha a partir daí, tem uma diferença entre você ter uma linha mais positiva e você tá deprimido, se você tá deprimido não ouça o que a gente tá falando aqui, procure ajuda, a gente tá falando aqui para quem tá ruim” (JOVEM NERD, 2017).

Podemos afirmar então que esse programa assim como o anterior, procurou definir lugares ideológicos para os sujeitos, como quem precisa ver o “lado bom da vida” e quem precisa de tratamento. Mesmo que eles se usem de estratégias para fins de identificação do destinatário e de estabelecer um contrato com esse, vemos que eles ocupam um espaço importante na discussão sobre suicídio e suas formas de prevenção, não abordando de maneira naturalizada (dizer que suicídio é normal) e também não abordando de forma sensacionalista e sanguinária.

CONSIDERAÇÕES

Com esse artigo pretendeu-se analisar os discursos sobre suicídio e valorização da vida em dois programas de *podcast* o “Contraponto” e o “NerdCast”. O primeiro fala sobre o tema de forma mais direta e o segundo programa se refere a suicídio de forma indireta, os dois episódios se baseiam em um determinado contexto, o de discussão sobre esses temas na internet.

Percebemos que o programa “Contraponto” trata de forma mais clara do suicídio, falando de casos sobre pessoas que passaram por determinadas situações. Além das experiências pessoais dos locutores. O programa contém outras vozes, como da série *13 Reasons Why*, psicólogos e outras instituições. Mas há também de forma implícita o

feminismo (quando abordam sobre o corpo da mulher) e principalmente religiosa quando se referem à Bíblia, à figura de Jesus e até da igreja.

No “NerdCast” tivemos um pouco mais de dificuldade em reconhecer algumas dessas vozes: além das vozes dos locutores, reconhecemos vozes que vem da internet (a que eles atribuem às redes sociais) mas que não são creditadas.

Sobre o suicídio percebe-se cuidado para falar do assunto no “Contraponto” já que eles mencionam os casos, e a série que trata sobre. A discussão gira em torno de recomendar ou não certos produtos midiáticos a quem tem depressão ou tendência suicida, por vezes, eles dizem que a pessoa nesse estado não tem consciência própria e assumem o lugar de especialistas, mesmo recomendando especialistas.

No “NerdCast”, eles silenciam o suicídio, na tentativa de falarem sobre felicidade, substituem pelo que está no outro lado, a valorização da vida. Os locutores procuram não assumir os lugares de especialistas, mas acabam o fazendo, também afirmam que as histórias contadas podem servir de inspiração. Percebemos que os dois programas procuraram construir estratégias para a aproximação com o público, mas ao mesmo tempo ao abordarem o suicídio buscaram um enfoque não generalista e não naturalizado, e sim como um problema a ser solucionado.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, I. **A reconversão do olhar- prática discursiva e produção dos sentidos na intervenção social.** São Leopoldo: Unisinos, 2000.
- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem.** São Paulo: Hucitec, 2006.
- BETTI, Juliana Cristina Gobbi. **Radiojornalismo e Linguagem:** as transformações nos modelos de rádio informativo. In: VI Encontro Nacional de da Rede Alfredo de Carvalho. Niterói, RJ, 2008. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/60-encontro-2008-1/Radiojornalismo%20e%20Linguagem.pdf/view>> Acesso em: 14 de dez. 2017.
- BIBOTALK. **Contraponto 018 – 13 Reasons Why.** 26 de abr. 2017. Disponível em: <<http://bibotalk.com/podcast/contraponto-018-13-reasons-why/>> Acesso em: 14 de dez. 2017.
- CARVALHO, Paula Marques de. **Procedimentos de Construção de Podcasts:** o caso NerdCast. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <<https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/4566>>. Acesso: 15 nov. 2017.
- CID-10. **Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde.** Vol.1. 2008. Disponível em: <<http://www.datasus.gov.br/cid10/V2008/cid10.htm>> Acesso em: 28dez. 2017.

- DURKHEIM, Émile. **O suicídio**: estudo de sociologia. Trad. Monica Stahel. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **A geração “podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento**. In: Revista Famecos. Porto alegre, n.37, 2008. Disponível em:
<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4806>> Acesso em: 19 nov. 2017.
- JOVEM NERD. **NerdCast 564: O lado bom da vida**. 21 de abr. 2017. Disponível em:
<<https://jovemnerd.com.br/nerdcast/o-lado-bom-da-vida/>>. Acesso em: 14 de dez. 2017.
- LUIZ, Lucio. Breve História do podcast no Brasil e no mundo. In: LOPES, Leo. **Podcast: Guia básico**. Nova Iguaçu, RJ: Marsupial Editora, 2015.
- MEDEIROS, Macello Santos de. **Podcasting**: produção descentralizada de conteúdo sonoro. In: Congresso de Ciências da Comunicação, 28. Rio de Janeiro: Universidade Estadual do Rio de Janeiro. 2005. Disponível em:
<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/84071885084469832222151638470992010359.pdf>> . Acesso em: 20 nov.17
- _____. **Um antípoda Radiofônico**. In: Congresso de Ciências da Comunicação, 29. Brasília: Universidade de Brasília. 2006. Disponível em:
<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/109425410741320594702700363707183744831.pdf>>. Acesso em: 20 nov.17
- MORAES, Alice Ferry de. **Suicídio na mídia semanal**. In: RECIIS – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde. Rio de Janeiro, v.7, n.1, Mar.2013. Disponível em: < <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/449>> Acesso em: 09 de jul de 2018
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Prevenção do suicídio**: um manual para profissionais da mídia. Genebra, 2000. Disponível em:
<http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/en/suicideprev_media_port.pdf>. Acesso: 28 de dez. 2017.
- PRIMO, A. F. T. **Para além da emissão sonora**: as interações no podcasting. In: Intertexto, Porto Alegre, n. 13, 2005. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/podcasting.pdf> >. Acesso: 15 nov. 2017.
- PINTO, M. J. **Comunicação e discurso**: introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker, 1999.
- VERON, E. **Fragments de um tecido**. São Leopoldo (RS): Unisinos, 2004.