**ANÁLISE DA EFETIVIDADE DA CAMPANHA “SETEMBRO AMARELO” NA PREVENÇÃO DO SUICÍDIO: UMA REVISÃO DE LITERATURA**

Gabriel Luiz de Jesus Ribeiro[[1]](#footnote-1)

Gabriel Araújo Nascimento[[2]](#footnote-2)

Analice Aparecida dos Santos[[3]](#footnote-3)

**INTRODUÇÃO:**O suicídio é a causa de morte de mais de 800 mil pessoas no mundo, todos os anos. No Brasil, o número de autoextermínios tem se elevado de maneira preocupante ano após ano. Em 2016, foram registrados mais de 11 mil casos de suicídio no país e 36.316 tentativas de autoextermínio. Com o objetivo de mitigar esse efeito, órgãos do governo e instituições públicas e privadas, em todo o país e no mundo, elaboram campanhas e propostas que disseminem ações coordenadas de controle e combate ao suicídio. A campanha “Setembro Amarelo”, no Brasil, é uma dessas propostas. Criada em 2014 pela Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP) e pelo Conselho Federal de Medicina (CFM), em parceria com o Centro de Valorização da Vida (CVV), a iniciativa tem por objetivo a concentração do tema durante todo o mês de setembro para prevenir o suicídio através de movimentações em redes sociais, conversas, encontros e outros meios de acesso à informação que possibilitem a diminuição do número de óbitos no país. **OBJETIVO:** Essa pesquisa se trata de uma revisão de literatura que visa analisar a efetividade da campanha “Setembro Amarelo” na prevenção do suicídio a partir de bases de informações bibliográficas existentes no Brasil e no exterior, além de dados qualitativos e quantitativos expostos por órgãos competentes. Nessa produção, foram revisados onze estudos internacionais sobre a efetividade de campanhas de prevenção ao suicídio, além de dados estatísticos desenvolvidos pela OMS e pelo Ministério da Saúde nos últimos anos. Também, foram pesquisados estudos nacionais sobre o “efeito-contágio” eliciado pela campanha Setembro Amarelo. **REVISÃO:** Observou-se que os números de autoextermínio, desde 2014, quando a campanha “Setembro Amarelo” foi lançada, só têm aumentado, fator que traz críticas à efetividade da campanha e coloca em xeque o modo de operação das iniciativas noticiadas até então. Além disso, percebemos a concordância acerca da ineficácia das campanhas de prevenção ao suicídio na mudança do comportamento de autoextermínio, além da existência de inúmeras incertezas bibliográficas quando falamos de seus efeitos preventivos àqueles que já estão em sofrimento psíquico ou que já tentaram suicídio outras vezes. Autores nacionais sugerem, inclusive, que ao entrar em contato com tantas redes de informação, aqueles que estão em sofrimento psíquico podem se ater a um “efeito-contágio” como ressignificação dos sentimentos para iniciar comportamentos suicidas. **CONCLUSÃO:** Ao mesmo tempo em que percebemos a veiculação de notícias sobre o tema de forma desenfreada, os números acrescidos não corroboram com a eficácia que o “Setembro Amarelo” parece ter. Portanto, novos estudos ainda são necessários para compreender de forma integral o papel das campanhas de prevenção e como elas devem ser devolvidas à população.

**Palavras-chave:** suicídio, setembro amarelo, prevenção

1. Estudante do Curso de Psicologia do Centro Universitário Atenas – UniAtenas. [↑](#footnote-ref-1)
2. Estudante do Curso de Medicina do Centro Universitário Atenas – UniAtenas. [↑](#footnote-ref-2)
3. Psicóloga. Mestre em Psicologia pela Universidade Federal de São João Del Rei. Professora do curso de Psicologia do Centro Universitário Atenas – UniAtenas. [↑](#footnote-ref-3)