



TENTATIVA DE AUTOEXTERMÍNIO: ABORDAGEM PRÁTICA

Dr. Valdir Junior

Dra. Andressa Vilalva

SETEMBRO AMARELO



- A campanha do Setembro Amarelo® (CSA®, 2022) foi criada sob a inspiração da história de Mike Emme, que cometeu suicídio, aos 17 anos, em 08 de setembro de 1994, nos Estados Unidos. Mike era um rapaz muito habilidoso e restaurou seu automóvel clássico, um Ford Mustang 1968, amarelo.
- Os seus familiares e amigos não perceberam sinais que o jovem tinha sérios problemas psicológicos e não conseguiram evitar sua morte. No dia do seu velório, foi feita uma cesta com muitos cartões decorados com fitas amarelas. Dentro deles tinham a mensagem “Se você precisar, peça ajuda.”





SETEMBRO AMARELO



- A iniciativa foi um marco para um movimento importante de prevenção ao suicídio, pois os cartões chegaram realmente as mãos de pessoas que precisavam de apoio. Em consequência dessa triste história, foi escolhido como um símbolo da luta contra o suicídio, o “laço amarelo”.
- Foi criada uma campanha educativa pela Associação Internacional para a Prevenção do Suicídio e endossada pela OMS, que tem por objetivo chamar a atenção dos governos e da sociedade civil para o assunto.

BRASIL

- No Brasil, a campanha foi criada no ano de 2013, estendida em 2014, sendo um projeto desenvolvido em conjunto com o Centro de Valorização da Vida (CVV), o Conselho Federal de Medicina (CFM) e a Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP). O dia 10 de setembro é, oficialmente, o Dia Mundial de Prevenção ao Suicídio, mas a iniciativa acontece durante todo o ano.



EFEITO WETHER



- A primeira evidência sobre o efeito de imitação após ampla divulgação de histórias de suicídio na mídia foi apresentada em 1974 pelo sociólogo americano David Phillips, que observou que depois que histórias sobre suicídios foram publicadas no New York Times, seu número aumentou significativamente.
- Para indicar a influência negativa do retrato da mídia sobre suicídios, Phillips cunhou o termo “efeito Werther”.

EFEITO PAPAGENO



- Para indicar um efeito preventivo positivo das reportagens da mídia sobre comportamentos suicidas, Niederkrotenthaler e colegas introduziram a expressão “efeito Papageno”.
- O próprio termo é uma homenagem ao personagem da ópera A Flauta Mágica (1791), de Mozart, que superou sua crise suicida após uma conversa com três rapazes.

CVV



- O CVV – Centro de Valorização da Vida realiza apoio emocional e prevenção do suicídio, atendendo voluntária e gratuitamente todas as pessoas que querem e precisam conversar, sob total sigilo por telefone, email e chat 24 horas todos os dias.
- Você pode conversar com um voluntário do CVV ligando para 188 de todo o território nacional, 24 horas todos os dias de forma gratuita.



PARA SABER MAIS



- Abou Chahla M. N., Khalil M. I., Comai S., Brundin L., Erhardt S., Guillemin G. J.. (2023). Biological Factors Underpinning Suicidal Behaviour: An Update. *Brain Sci.* 13(3), 505. DOI: 10.3390/brainsci13030505.
- Turecki G., Brent D. A. (2016). Suicide and suicidal behaviour. *Lancet.* 87(10024), 1227-39. DOI: 10.1016/S0140-6736(15)00234-2.
- Hubers A. A. M., Moaddine S., Peersmann S. H. M., Stijnen T., van Duijn E., van der Mast R. C., Dekkers O. M., Giltay E. J. (2018). Suicidal ideation and subsequent completed suicide in both psychiatric and non-psychiatric populations: a meta-analysis. *Epidemiol Psychiatr Sci.* 27(2), 186-198. DOI: 10.1017/S2045796016001049.

REFERÊNCIAS



Freire Muniz Junior, H. (s.d.). *ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA CAMPANHA SETEMBRO AMARELO® FRENTE A PREVENÇÃO AO SUICÍDIO NA PARAÍBA*. Repositório Institucional: Página inicial.
<https://repositorio.unicid.edu.br/jspui/bitstream/123456789/5238/1/Hugo%20Freire%20Muniz%20Junior.pdf>

Domaradzki J. The Werther Effect, the Papageno Effect or No Effect? A Literature Review. *Int J Environ Res Public Health*. 2021 Mar 1;18(5):2396. doi: 10.3390/ijerph18052396. PMID: 33804527; PMCID: PMC7967741.

CVV | Centro de Valorização da Vida. (s.d.). CVV | Centro de Valorização da Vida.
<https://www.cvv.org.br/>.